

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO –
PUC/SP

Welton Danner Trindade

OS EFEITOS DE PERSONAGENS LGBTs DE TELENÓVELAS NA
FORMAÇÃO DE OPINIÃO DOS TELESPECTADORES
SOBRE A HOMOSSEXUALIDADE

Mestrado em Comunicação e Semiótica

São Paulo

2010

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO –
PUC/SP

Welton Danner Trindade

OS EFEITOS DE PERSONAGENS LGBTs DE TELENÓVELAS NA
FORMAÇÃO DE OPINIÃO DOS TELESPECTADORES
SOBRE A HOMOSSEXUALIDADE

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em **Comunicação e Semiótica – Signo e Significação nas Mídias**, sob a orientação do Prof., Doutor Oscar Angel Cesarotto.

Mestrado em Comunicação e Semiótica

São Paulo

2010

Banca examinadora

Nome: _____

Ass.: _____

Nome: _____

Ass.: _____

Nome: _____

Ass.: _____

Esta dissertação é dedicada a todos e a
todas que fizeram a Revolta de
Stonewall, em Nova York, em 1969.

Agradecimentos

Ao marido, Márcio Claesen

À irmã, Elaine Paula

Ao amigo José Jance

Resumo

Os efeitos de personagens LGBTs de telenovelas na formação de opinião dos telespectadores sobre a diversidade de orientação sexual

Desde 2000, o Brasil tem passado por avanços importantes no que concerne à cidadania de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais (LGBT) e ao respeito a esse segmento nas áreas política, social e econômica. Faz parte deste cenário, desde 2003 de forma mais sistemática, as várias telenovelas da faixa das 21h da Rede Globo de Televisão que possuíram personagens LGBTs cujas histórias retratam a homofobia e o desafio desse segmento em busca de igualdade de direitos e aceitação em suas redes sociais. A presente pesquisa objetiva analisar que efeitos a exibição dessas trajetórias no principal produto folhetinesco do País têm na formação de opinião a respeito do tema por parte de telespectadores moradores do Distrito Federal acima de 18 anos de idade. Para tal, e como forma de contribuir para o debate metodológico dentro da tradição de estudos de recepção no Brasil, avesso a pesquisas quantitativas, foram aplicados 260 questionários a uma amostra de telespectadores correspondente ao perfil de sexo, idade e classe social da audiência das novelas das 21h. Destaca-se a superioridade numérica de mulheres (65%) em relação à quantidade de homens (35%), o que reforça a característica da telenovela de ser um produto mais voltado ao público feminino, algo que acompanha esse gênero desde sua gênese nos meios eletrônicos, a radionovela, na primeira metade do século XX, e sua ida para televisão, a partir de 1951, no Brasil. Tanto a telenovela em geral quanto as programações de tevê aberta têm, desde o final dos anos 1990, perdido audiência no Brasil, mas algumas tramas com ritmo mais acelerado do que o convencional têm recuperado o número de telespectadores, o que indica uma possível retomada nesta área. São bases teóricas principais desta pesquisa os Estudos Culturais, feitos na Escola de Birmingham, e a Teoria das Mediações, de Jesús Martín-Barbero, os quais rejeitam a idéia de que os sentidos transmitidos pelos emissores são assimilados integralmente pelos receptores e que a mensagem em si possui um sentido único e completo. A significação só se realiza na interação do receptor, um ser ativo, com a mensagem. Na análise, recebeu-se importante contribuição da perspectiva das multimediasções, de Guillermo Orozco Gómez, na qual, dentre outras propostas, coloca como necessário ver o receptor pelo prisma dos grupos sociais aos quais ele pertence. A conclusão é que as personagens homossexuais mostradas pelas telenovelas influíram de forma significativa na maior aceitação dos telespectadores em relação a pessoas não-heterossexuais, inclusive contribuindo para a mudança de posturas de telespectadores sobre o tema.

Palavras-chave: Recepção LGBT telenovela tevê efeitos

Abstract

The effects of LGBT characters acting in Latin soap operas on viewer's opinion formation about sexual orientation diversity

Since 2000, Brazil has had great progress about lesbian, gay, bisexual, transvestite, transsexual (LGBT) citizenship and about political, social and economic issues. Since 2003, many Latin soap operas have taken part in this scene systematically, most of them at 9.00 p.m. on Globo channel. The scripts are usually about homophobia and these people challenge of reaching equal state rights and acceptance in their society. This research aims the analysis of this matter exposure as the main issue on that kind of TV program and its influence on forming opinion about it on viewers over 16 who live in Distrito Federal. For it, and as a way to contribute to methodological debate of the studies tradition in Brazil, different from quantitative researches, it was given to 260 viewers corresponding to sex, age and social status audience a questionnaire. It's noticed the greater amount of female viewers (65%) compared to males (35%), which reinforces the characteristic of these soap operas as a product developed mainly for women, something that is attached to the origin of this kind of TV program is called radionovela (a kind of romance narrated on the radio, it was a common radio program in Brazil in the first half of the 20th century, later on TV in 1951). The soap operas as much as any other kind of TV program have lost their audience in Brazil since 1951, but unconventional plots have changed it. This research was mostly based on Cultural Studies of Birmingham and Mediation Theories, by Jesús Martín-Barbero, who disagrees that the message spoken by any speaker is completely comprehensible for its listeners and that the message has a complete and single meaning. On the contrary, the meaning is utter when it interacts with the listener, which is active in this process. This analysis got important contribution from the multimediation perspectives, by Guillermo Orozco Gómez, who says that it is necessary seeing the listeners from the social groups they belong to. As a conclusion, it's seen that homosexual characters shown on these soap operas have great influence on viewer's acceptance to homosexual people, so it contributes to a change of view about this issue.

Key words: LGBT reception soap opera effects

SUMÁRIO

Introdução	9
Capítulo 1 – Brasil: Revolução Arco-íris	16
A caminha do movimento LGBT no Brasil	18
O Poder Executivo Federal e os LGBTs	25
Congresso Nacional: evoluções e involuções	29
A força crescente do <i>pink mney</i>	33
O quanto de arco-íris há no brasileiro	35
A capital do Brasil	38
Os LGBTs da capital federal	40
A evolução do movimento arco-íris no DF	43
O poder público no DF e os LGBTs	47
O quanto de arco-íris há no morador do DF	48
Capítulo 2 – Do folhetim à televisão 3D	54
A origem do folhetim	55
Agora é pelo rádio e depois na revista	58
A telenovela	60
A Rede Globo e o Brasil noveleiro	66
O folhetim e sua nova (e preocupante) era	75
Tendências para a(s) tevê(s) e para a telenovela	82
Capítulo 3 – LGBTs em novelas	90
Novelas utilizadas no estudo	96
Os autores, os engajados	101
Capítulo 4 – Visões sobre recepção e efeitos	107
Os Estudos Culturais: o receptor em seu meio	119
Capítulo 5 - Perfil da audiência e sua relação com personagens LGBTs	127
Conclusão	155
Bibliografia	158
ANEXO I	163
ANEXO II	165

Introdução

Gays, lésbicas, travestis, bissexuais e transexuais torcem por personagens que são seus “semelhantes” nas novelas, identificam-se nesse “espelho” que pode ser a tela da tevê, mas como as histórias de amor entre pessoas do mesmo sexo e suas vivências são recebidas pelos telespectadores heterossexuais? De que forma esses textos midiáticos, que defendem, na maioria das vezes, o respeito à diversidade, são interpretados pelos integrantes da audiência e como quais os efeitos produzidos na opinião dos telespectadores? Como os contextos social e cultural de cada indivíduo influem no processo de recepção?

Como forma de tentar responder a tais perguntas, esta dissertação de mestrado realizou uma pesquisa quantitativa com 260 moradores heterossexuais do Distrito Federal. De pronto, já se coloca que o objetivo não foi apenas traçar o perfil dos assistentes à novela, mas sim, com a devida leitura dos dados e sob o conhecimento da teoria, dar base para um debate a respeito da capacidade de influência da TV nos valores e opiniões dos telespectadores.

A telenovela, um gênero televisivo de matriz narrativa popular ativador de competência técnica e cultural, é compreendida como um produto audiovisual que cumpre funções de agendamento da vida pública e privada ao propor, usando toda sua força discursiva e social, temas para discussão. Poder capaz inclusive de mobilizar outros meios de comunicação na visibilidade dos assuntos propostos.

A análise feita foi a respeito do processo receptivo, mas, dentro de uma compreensão mais ampla, não foram desconsideradas as características definidoras do gênero do produto televisivo em foco sob o risco de perder pontos de avaliação importantes na relação mensagem-receptor.

A recepção aqui é entendida como processo, e não um único instante. Fala-se de interação, de negociação de sentidos e de efeitos. Expostos esses elementos é necessário especificar de qual emissor estamos falando.

A novela como produto comercial cumpre uma rotina de produção longa e sob orientação de diferentes setores, tais como artístico, comercial e de logística. Por esse processo, entende-se que aqui lidamos com um emissor composto. É a arranjo entre o autor da novela, seu diretor e a Rede Globo como emissora que, juntos produzem a mensagem.

Quanto ao receptor, ele não é visto como um ente vazio. Ter essa visão do emissor não configura novidade. A mais básica visão sobre a interação comunicativa tem como pressuposto que o emissor tem “conteúdo”, possui símbolos a difundir, afinal, ele elabora a mensagem desencadeadora da atividade comunicativa.

O que pode parecer novo para alguns é a defesa de que o receptor das mensagens também é sujeito no processo de significação. Ele não se faz presente na comunicação apenas com seus aparatos biológicos (sentidos e mente), os quais estariam tão somente à disposição dos aparelhos de tecnologia (no caso de aparelhos diversos de comunicação massiva) e à mercê do emissor.

A atividade do receptor (e aqui bem entendida como oposto à passividade) está relacionada ao que ele também coloca no processo comunicativo. Do que se fala? Da cultura, dos valores, da história e do cotidiano como espaço de produção de sentidos desse integrante da comunicação. Nas palavras de Itania Gomes (2004, p. 16):

“Leitor, telespectador, receptor não são aqui sujeitos textuais, mas sujeitos sociais, o que significa [...] sujeitos que têm uma história, vivem numa formação social particular (que deve se compreendida em relação a fatores sociais tais como classe, gênero, idade, região de origem, etnia, grau de escolaridade) e que são constituídos por uma história cultural complexa que é ao mesmo tempo social e textual.”

Quanto às definições de emissor e receptor neste estudo, deve-se explicá-las. David K. Berlo (1980) coloca a questão de ser necessário congelar um momento do processo comunicativo para se ter uma configuração mais exata do papel de cada ente nele envolvido. Para o autor, é claro que o

emissor em um instante pode ser receptor em outro e vice-versa. O que se faz ao dar tais nomes a cada pólo é uma necessidade para haver condições de estudo mais seguras.

A idéia do interator de Arlindo Machado (2000), algo que apaga o esquema emissor-canal-mensagem-receptor, está mais de acordo com a caracterização do processo de comunicação como dinâmico. Tal visão pode ser um passo além, entretanto, por motivos metodológicos, este estudo se apegou aos termos emissor e receptor. Algo que, por um lado, pode ser considerado como anacrônico, mas que, por outro, como já posto, não se filia ideologicamente à idéia de uma assimetria favorável ao gerador da mensagem.

O termo receptor continua o mesmo, vindo da teoria matemática da comunicação com simplificações, mas a visão sobre esse ente do processo comunicativo muda: aqui quem recebe a mensagem é portador de força, pois atua na construção de sentidos em relação às mensagens.

A conseqüência dessa posição híbrida nos torna próximos à defesa de Jesús Martín-Barbero de sua teoria das mediações. Para o estudioso, não se deve tratar a comunicação como relação pura entre pólos e sim como processo, algo fundamental para se superar qualquer dicotomia entre produção e consumo. Daí veio sua proposta de deslocar os estudos de comunicação da análise dos meios para a das mediações, aniquilando o que ele chamou de mediacentrismo.

Outra base deste estudo, como pode ser entendido por conseqüência do que já foi exposto, é a de que os conteúdos dos meios são polissêmicos. Assim, torna-se menos provável os conteúdos serem percebidos da mesma maneira. Critica-se a posição de que o texto em si carrega todo o sentido.

A sua análise pode, no máximo, desvendar intencionalidades do emissor, porém jamais dar conta de seu significado quando o processo comunicativo chega ao espaço e ao momento da atividade receptiva. No caso das telenovelas, por exemplo, entende-se que, obstante a existência de um repertório compartilhado entre o produto audiovisual e o receptor, não há consenso de sentido necessariamente. Podem existir até mesmo oposições.

A respeito dos efeitos aqui considerados, focou-se não os de curto prazo e imediatos à recepção. Quis-se conhecer os efeitos cumulativos, que atuam nos aspectos cognitivos e emocionais por meio de exposição contínua aos media. É fundamental também deixar patente que o cunho deste trabalho é mais sociológico do que psicológico, centrado no indivíduo isoladamente. Tal escolha produziu direções metodológicas específicas neste estudo, algo que será fundamentado à frente.

O ponto de análise da pesquisa em foco (diversidade de orientação sexual e identidade de gênero) situa-se, com certeza, dentro dos temas que podem ser considerados ainda polêmicos, sujeitos a divergências viscerais de opinião. Falar de homossexualidade, bissexualidade ou identidade de gênero é lidar com um assunto que está longe de ser unânime.

Por esse aspecto estar em parte dos telespectadores, lida-se aqui com o conceito de assistência contrariada. Exemplificamos: uma novela que tem como final feliz o aceite da relação entre duas adolescentes lésbicas, tal como ocorreu na novela *Mulheres Apaixonadas* (2003), da Rede Globo.

Para aqueles telespectadores que não aceitam, por questões culturais, pessoais ou até religiosas, a homossexualidade, afirmar que o posto é algo que reduz a tensão em nome do espetáculo não pode ser aceito. O contrário é que ocorre. O choque de valores é provocado e um novo tipo de contenda é gerada. Há aí conflito entre emissor e parte da audiência.

Fazendo relação com o que foi exposto até agora, cremos que esta dissertação possui características que fazem dela um estudo com importante contribuição a dar. Nos levantamentos sobre pesquisas de recepção no Brasil aos quais tivemos acesso, não consta nenhuma que tenha focado a questão de personagens LGBT de telenovelas. Os trabalhos sobre representação de homossexuais na telinha são numerosos, mas de recepção, impera o inverso.

Um elemento fundamental do nosso estudo é o significativo nível de confronto de opiniões na sociedade a respeito de LGBTs, o que oferece um bom foco de análise para o estudo da recepção e da negociação de sentidos.

A questão metodológica é um eixo importante neste estudo. Esse posicionamento é gerado por uma inquietação nossa vinda da leitura tanto das pesquisas de recepção que são referência no Brasil quanto mesmo daquelas sem esse status.

Na primeira categoria, colocamos as obras “A leitura social da novela das oito” (1986), de Ondina Fachel Leal; “Muito além do Jardim Botânico – Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores” (1985) e “Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção e teleficcionalidade”, (2002), de Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Sílvia Helena Simões Borelli e Vera da Rocha Resende.

As duas primeiras obras fundamentaram e a terceira ratificou, quase 20 anos depois, a valorização dos métodos qualitativos de captação de informações em detrimento do potencial da pesquisa quantitativa nos estudos de recepção. O livro “Televisão e consciência de classe” (1977), de Sarah Chucid da Via, trata de receptores de comunicação e utiliza apenas o método quantitativo, mas com objetivos de delineamento de perfis sócio-econômico-culturais e de uso de mídias do público focado. Algo que diz pouco a respeito do processo receptivo como aqui entendido.

A respeito de obras outras, Escosteguy, em levantamento das teses e dissertações no Brasil que focaram a recepção e feitas entre 1990 e 1999, constatou que de 36 estudos de recepção, 28 foram utilizaram métodos qualitativos (77,8%), oito implementaram uma estratégia combinada (22,2%) e nenhum fez uso de pesquisa quantitativa.

A estratégia etnográfica e descritiva é uma regra geral. Nos estudos, gasta-se páginas e páginas, inclusive com fotografias, para dar conta de detalhes como a posição da TV nas casas das famílias estudadas, que tipo de bibelô ornamenta o móvel em que fica o aparelho e de que cor são as paredes da sala onde se dá assistência da TV. Em “Vivendo com a telenovela”, utiliza-se um combinado multidisciplinar de estratégias. Aí estão grupo de discussão, telenovela reeditada, história de vida e observação etnográfica. As famílias são o foco principal pela característica de ser a casa o locus mais representativo quanto à assistência a telenovelas.

O que poderia gerar expectativa quanto à profundidade na análise que poderia advir de tal riqueza de detalhes mostra-se frustrante. Quando da conclusão ou mesmo da construção das relações entre o processo receptivo de mensagens midiáticas e as idiosincrasias dos grupos estudados, os pormenores tão detidamente observados e descritos não vêm à tona, parecem nunca ter existido. Enfim, descobre-se que ter um cachorrinho com olhos chorosos ou uma caneca do time preferido do chefe de família como decoração da mesinha que guarda a TV não tem relação alguma com a construção de sentidos dos receptores em relação às mensagens midiáticas. Prova de que, no micro, também cabem precipícios metodológicos para os pesquisadores.

Quanto ao método etnográfico, cujo exercício básico é o pesquisador estar presente no ambiente de assistência à TV junto aos grupos estudados durante o momento específico de exibição dos programas estudados, do diminuto passa-se ao gigantismo. Como prova do quanto essa observação participante pode descaracterizar sobremaneira fica-se com o registro feito em “Vivendo com a telenovela” da compra por parte de uma das famílias estudadas de uma poltrona para que a pesquisadora melhor pudesse se acomodar durante a novela.

A ênfase nos métodos qualitativos, mesmo as entrevistas em profundidade, tem recebido duras críticas por sua repetição acrítica e pela mesmice produzida e evidenciada quando se têm uma panorâmica dos estudos de recepção. Sem esquecer também da sua incapacidade de engendrar dados que possam dar conta de uma realidade estudada de forma mais ampla. Diz Hamburger:

“Embora as técnicas fragmentadas de pesquisa qualitativa possam ser suficientes para demonstrar que textos televisivos são interpretados de acordo com contextos e estruturas culturais locais, autores como John Tonlinson e Emile McAnany chamam a atenção para problemas de representatividade de amostras relacionados à escolha de entrevistados, à definição do número ideal de entrevistas ou cartas e à questão de como situar e interpretar dados de entrevistas em contexto mais amplo da vida cotidiana. Essas ressalvas metodológicas questionam o poder de generalização dos estudos de recepção. (HAMBURGER, 2005, p. 16)”

Linhas depois, a mesma autora critica os métodos puramente quantitativos e defende estratégias tais como a observação participante. Esse posicionamento é feito para se ter nas pesquisas a força do cotidiano delineada por Michel de Certeau como forma de compreender as culturas dos receptores. Aqui se concorda com Certeau, mas se põe objeções sérias à forma como a grande maioria dos estudiosos de recepção quer fazer tangíveis as idéias desse autor.

Inserção em que tipos de grupos sociais, identificação de grupos formadores de opinião e características do perfil sócio-econômico, de gênero, de ascendência e de nível de escolaridade, esses sim são pontos que conseguem de forma profícua caracterizar a cultura e parte do cotidiano de um grupo ou indivíduo estudado. Sedimentado isso, tem-se que todos eles são passíveis de serem obtidos por meio de uma metodologia quantitativa, a qual ainda oferece outra vantagem: a possibilidade de entendimento sobre o processo receptivo de uma audiência e de seus segmentos de forma a se poder entender a cultura mais geral de cada agrupamento. Pelas razões elencadas, opta-se pela utilização unicamente da pesquisa quantitativa neste estudo.

Ciente de seu papel na discussão sobre estratégias metodológicas dos estudos de recepção no Brasil, espera-se que este projeto demonstre que a pesquisa quantitativa pode ir além do espaço ao qual seus críticos querem restringi-la: apenas levantar dados de caracterização da audiência.

Capítulo 1

Brasil: Revolução Arco-íris

Foi muito difícil. Eu fiquei dos 14 até os 21 anos num processo na minha vida que eu chamo de “a busca da cura” [para a homossexualidade]. Pedi para minha mãe me ajudar. Ela concordou que eu realmente tinha que me curar e me levou para um hospital em Pato Branco (PR) para consultar, inicialmente, um médico urologista, e, depois, um psicólogo. Disseram que não havia problema nenhum e que era apenas uma variante da sexualidade. Mesmo assim, comecei todo um périplo buscando a cura. Procurei a igreja. Fiz novena para Nossa Senhora do Perpétuo Socorro (que cura os doentes). Fiz promessa para a Santa Rita de Cássia (das causas perdidas). Não deu certo. Depois procurei a Assembléia de Deus, nos cultos de descarrego. Não deu certo. Procurei um centro de umbanda, o pai de santo falou que eu tinha a pomba-gira, fiz oferenda. Não deu certo. Nesse período de sete anos, teve três ou quatro vezes que pensei seriamente em suicídio, mas nunca tentei. Minha família toda me ajudou com promessas e receitas. Tomava xaropada. Tomei leite de égua no colostro. Meus irmãos me levaram para um bordel, mas não adiantou nada. (REIS, 2009)

Essa história pode chocar, mas alguns e algumas homossexuais, bissexuais, travestis ou transexuais não teriam essa reação. E isso por uma causa preocupante: aquele sofrimento ter sido ou ainda ser vivido por eles e elas. Tudo por conta da visão que a maioria das sociedades possui do “amor que não ousa dizer o nome”, conforme definiu o escritor irlandês Oscar Wilde, homossexual condenado à prisão no século XIX justamente por ser gay.

O cargo ocupado em 2010 pelo autor do depoimento acima, o educador Toni Reis, e as conquistas lideradas por ele, entretanto, dão pistas de que as opiniões positivas em relação à não-heterossexualidade estão superando a clandestinidade e tornando aquele enredo menos comum.

O jovem que passou dos 14 anos aos 21 anos tentando achar a “cura” para uma “doença” chamada homossexualidade cresceu. Quando da exposição da sua história, ele era o presidente da Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais¹ (ABGLT), a maior entidade de direitos humanos e cidadania do segmento nas Américas, com cerca de 220 entidades filiadas (em outubro de 2009).

Nos 20 e poucos anos passados desde que Reis começou a focar suas energias não para deixar de ser gay, mas para que outros como ele possam viver seus desejos e amores de forma livre,

¹ Ver dicionário de termos no Anexo I.

muita coisa mudou a respeito da variedade de orientação sexual (homossexual, bissexual e heterossexual) e de identidade de gênero (travestis e transexuais) no Brasil. Um país cuja celebração da diversidade só é completa se nela forem inclusos lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais (LGBT).

E quantos são os não-heterossexuais no país? Era praxe ainda mais costumeira do que hoje, no movimento LGBT brasileiro, utilizar o conhecido Relatório Kinsey (publicado em 1948), a respeito da sexualidade masculina, como uma referência livre para ter uma estimativa de quantos homossexuais existiriam em quaisquer localidades. No estudo, cerca de 10% dos estudados eram homossexuais. E essa era a porcentagem dada como estimativa para o Brasil.

Entretanto, em 2008, a pesquisa Mosaico Brasil (10,8% DOS HOMENS... 2009), patrocinada pelo laboratório Pfizer, fabricante do remédio contra impotência sexual Viagra, e feita pelo Projeto Sexualidade (ProSex), do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo, mostrou-se como uma base fundamentada para que a resposta sobre a quantidade de homossexuais e bissexuais no país não ficasse apenas no paralelismo.

Foram ouvidas 8.200 pessoas com 18 anos de idade ou mais em dez capitais brasileiras (Brasília, Salvador, Fortaleza, Manaus, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Cuiabá). A variação dos números entre as capitais é significativa, mas fiquemos aqui com a média nacional e, depois, com os números referentes a Brasília (entendida como Distrito Federal), cidade fundamental para o presente estudo.

De acordo com o levantamento, 7,8% dos homens e 4,9% das mulheres dessas capitais são homossexuais, e 2,6% dos homens e 1,4% das mulheres são bissexuais. Assim, chega-se aos números de 10,4% dos homens e 6,3% das mulheres não-heterossexuais no País.

Tendo como referências o Censo Demográfico 2000, que chegou a cerca de 125 milhões de habitantes de brasileiros com 18 anos e acima, e a Pesquisa Mosaico Brasil, calcula-se um número aproximado de 10 milhões de homo e bissexuais nesse subgrupo. De novo, fala-se de quantitativos aproximados por conta das características da pesquisa a respeito de sexualidade aqui utilizada (que foi aplicada apenas em dez capitais).

A inexatidão do número também se deve à metodologia da pesquisa, um questionário. Tendo em vista tanto a homofobia social (aversão a LGBTs, tal qual o racismo na questão racial) quanto a internalizada ou a rejeição da própria sexualidade, não pode ser desconsiderada a situação em que muitos respondentes preferiram omitir a verdadeira orientação sexual frente ao pesquisador. Pensar que os números podem ser maiores, por isso, não é uma hipótese infundada.

Números à parte, o que tem ocorrido nos primeiros anos do século XXI a respeito dos direitos LGBTs e da aceitação desse segmento na sociedade faz que com que a palavra “evolução”

não seja tão fiel à realidade. Seja na área social, na política, na econômica, na midiática, o que se vê pode muito bem ser chamado de revolução arco-íris.

A caminhada do movimento LGBT no Brasil

Em 28 de junho, celebra-se o Dia Internacional do Orgulho de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT). Essa data é comemorada desde 1970 nos EUA, onde surgiu, e faz alusão ao que se chamou Revolta de Stonewall, episódio ocorrido no ano anterior, em Nova York, no qual gays e travestis frequentadores do bar Stonewall Inn e das redondezas enfrentaram, por três dias (de 27 a 29 de junho), a repressão policial contra o segmento.

Usando copos, bancos e garrafas, os revoltosos enfrentavam a força policial aos gritos de “gay power” (poder gay). Os atos produziram uma onda de urgência em nome da atuação firme contra leis e valores morais que oprimiam LGBTs. De Nova York, essa necessidade de ação organizada espalhou-se pelos EUA e, depois, pelo Ocidente. Hoje, a referência à data é muito ampla em boa parte do mundo.

Algo que não pode deixar de ser notado é a palavra orgulho dentro do ativismo LGBT. “O termo vem do berço do ativismo moderno inaugurado por Stonewall e tem o sentido de combater a vergonha que parte da sociedade deseja que nós LGBTs sintamos. Um termo neutro não teria força contra outro negativo. Assim, o orgulho, com força de promoção de algo, carrega o sentido de: você não deve ter vergonha de ser LGBT, pelo contrário, orgulhe-se de quem você é e viva do seu jeito”, explica Júlio Cardia (2009), presidente do Estruturação – Grupo LGBT de Brasília, entidade fundada em 1994, um das mais antigas do Brasil.

Ainda na década de 70, surge um símbolo que irá marcar a luta LGBT por direitos e a identidade do segmento: a bandeira do arco-íris. Gilbert Baker, morador de São Francisco (EUA), foi seu idealizador. A proposta inicial era ter uma bandeira com oito faixas na horizontal. Cada uma delas com um significado, como luz, espírito e calma. Entretanto, quando se foi utilizá-la na parada de São Francisco de 1978, a indústria contratada para confeccionar várias bandeiras não possuía a cor salmão.

A saída foi aceitar a bandeira com sete cores. Para o evento do ano seguinte, como forma de poder dividir igualmente as cores da bandeira em cada lado das ruas, optou-se por um número par de faixas. Com isso, o azul-turquesa foi retirado. As cores oficiais são, nesta ordem, vermelho, laranja, amarelo, verde, azul e violeta.

Dos segmentos sociais que atuam por igualdades de direitos, aí inclusos mulheres, pessoas com deficiência física e negros, os LGBTs são os únicos que possuem um símbolo conhecido de forma tão ampla em grande parte do mundo. Nas paradas do orgulho, em atos civis e em muitos estabelecimentos voltados a esse público, as bandeiras sempre marcam presença.

A escolha das paradas como forma de expressão política não é gratuita. “Guardando algumas particularidades, quando se entra em uma sala de aula, por exemplo, pode-se presumir quantos negros, quantos asiáticos, quantas mulheres, quantos homens estão no lugar. E a respeito de homossexuais, bissexuais e travestis? Não se pode ter essa “estimativa” porque simplesmente a orientação sexual e a identidade de gênero não possuem marcas externas necessariamente. O que quero dizer com isso é que um negro, uma mulher não têm como dissimular sua etnia e seu gênero. Um gay sim, ele pode se esconder”, diz o ativista Augusto Andrade (2009), que teve papel importante no movimento LGBT como integrante do Grupo Arco-íris, do Rio de Janeiro, nos anos 1990.

Como se depreende da fala anterior, os LGBTs podem viver socialmente sem revelar quem amam e o que desejam sexualmente. Por tal possibilidade, a externalização dessa característica pessoal é suscetível a uma decisão. Por conta da homofobia da sociedade ou por motivos pessoais, comodismo inclusive, muitos não se colocam socialmente como LGBTs.

Para o ativismo, essa atitude é algo pernicioso, já que dissimular, omitir ou até mentir a respeito da própria orientação sexual ou identidade de gênero pode impedir a vivência integral de um indivíduo na sociedade e comprometer sua estabilidade emocional e psíquica.

Para evitar isso, o movimento nutre a idéia de haver uma sociedade em que se possa ser socialmente quem se é psicologicamente e na qual haja proteção contra a discriminação e a violência e LGBTs tenham força e consciência afinadas com a importância de não aceitarem o cerceamento de seus direitos e de sua personalidade.

“E qual a melhor forma de enfrentar essa invisibilidade? Colocando-nos às vistas da sociedade. Mostrarmos que somos efeminados, másculos, gordos, magros, brancos, negros, asiáticos, judeus, ricos, pobres... É dizer que somos gente! As paradas são tratadas por nós ativistas como a melhor estratégia, a de visibilidade massiva. Enquanto parte da sociedade quer nos empurrar para nossos quartos e nos fazer sentir vergonha, vamos para a rua, tomamos o espaço público e proclamamos que temos orgulho de ser LGBTs”, diz Cardia (2009).

A primeira comemoração do 28 de junho e a primeira parada do orgulho LGBT no Brasil demoraram a ocorrer. Em 1994, cerca de oito pessoas, integrantes do Arco-Íris – Grupo de Conscientização Homossexual, do Rio de Janeiro, se reúnem na Cinelândia, no centro da cidade, exibindo bandeiras arco-íris. Essa foi uma das primeiras tentativas de lembrar a data do orgulho LGBT no País.

No ano seguinte, um evento mundial, a reunião da International Gay and Lesbian Association (Ilga) no Rio de Janeiro, ensejou a possibilidade de ser feita uma parada ao final do encontro. Assim ocorreu. Já no ano seguinte, além da capital fluminense ter realizado a segunda edição do ato, São Paulo e Porto Alegre promoveram suas paradas. Em 1997, ativistas de Belo

Horizonte e Brasília convocaram LGBTs e simpatizantes (nomes dado a heterossexuais que apóiam a causa arco-íris) para se exporem em nome de direitos iguais.

O início foi tardio em relação aos EUA, Canadá e Europa, mas o que ocorreu a partir daí é de surpreender. De acordo com informações da Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis (ABGLT), em seu site (ABGLT, 2009), em 2006, o Brasil alcançou a posição de país no mundo com maior número de eventos em comemoração ao Dia Internacional do Orgulho de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT). E mantém esse título. Em 2009, foram realizadas cerca de 240 paradas, seminários, sessões solenes em casas legislativas e outros tipos de celebrações e discussões em alusão à data.

Esse dado junta-se a outro também de grande porte. A Parada do Orgulho GLBT (a ordem das letras dos segmentos de identidade sofre mudanças de acordo com a entidade ou local do país e do mundo) de São Paulo, é, desde 2004, a maior do planeta (SOMOS..., 2007). Em 2009, segundo a entidade organizadora do ato, cerca de 3,4 milhões de pessoas participaram da parada. Um número que apenas dois municípios no Brasil superam em população de acordo com o IBGE tendo como base dados de 2009: Rio de Janeiro e São Paulo.

Devido às dimensões dos números, é seguro dizer que a parada de São Paulo é a maior manifestação cívica desde o nascimento do país, superando inclusive atos grandiosos tal qual o movimento das Diretas Já, realizado nos início dos anos 80 principalmente em São Paulo.

A motivação reivindicatória de quem participa da parada da cidade de São Paulo é forte. Pesquisa realizada em 2005 (CARRARA, 2006), mostrou que 57,6% de quem foi ao evento tinha como motivo principal de sua participação contribuir para que homossexuais conquistassem direitos. O motivo curiosidade/diversão ficou em segundo, com 26,7%. Outro ponto a ser destacado é a presença de não-LGBTs na parada.

Ainda de acordo com esse levantamento, 25,9% dos presentes no ato eram heterossexuais. Desses, 46,3% dos homens e 54,3% das mulheres foram ao ato por curiosidade/diversão. Em seguida, dentre a parcela masculina, 25% disseram que integraram a parada para que homossexuais tivessem direitos. Dentre a parcela feminina, o segundo motivo, com 21,5% das citações, foi prestar solidariedade a amigos/parentes homossexuais.

Essas duas últimas razões para estar em uma parada são características das pessoas chamadas de simpatizantes pelo movimento LGBT e por LGBTs. São heterossexuais que apóiam a causa arco-íris. Dentre os mais conhecidos movimentos sociais no Brasil, tais como o de mulheres, de negros e de crianças e adolescentes, o LGBT é o único com uma denominação específica para quem não integra a população-foco, mas que se soma ao ideário de igualdade de direitos proposto pela bandeira defendida pelas organizações.

A existência do termo simpatizante, algo único no movimento arco-íris do mundo, faz parte da história da própria identidade da cultura LGBT no Brasil. A sigla GLS (gays, lésbicas e simpatizantes) foi criada na década de 1990 pelo jornalista André Fischer, proprietário do site Mixbrasil, voltado ao público arco-íris. O acrograma atendia muito bem ao que se via (e se vê) nas boates, bares e cafés de frequência homossexual: um significativo número de heterossexuais que não se incomodam em ver dois homens ou duas mulheres se beijando, por exemplo.

Tal comportamento, de aceitação da diversidade de amores e desejos, faz esses simpatizantes não tolerarem valores que não sejam de respeito a LGBTs. Daí pode vir dos simpatizantes tanto uma simples postura pessoal unicamente concordante com a conquista de direitos por LGBTs a até uma adesão a atos públicos como a parada. Tanto em um caso quanto em outro, ocorre fortalecimento do trabalho pelo fim da discriminação contra LGBTs.

Mesmo com tamanhas vantagens, a sigla GLS nunca serviu para tratar do movimento social arco-íris, é o que explica Michel Platini, vice-presidente do Estruturação – Grupo LGBT de Brasília em matéria na internet.

GLS tem mais a ver com atividades comerciais, como sites, boates, cafés etc, que atendem tanto não-heterossexuais quanto héteros sem preconceito. A questão muda quando se trata do movimento social. Por exemplo, lutamos pelos direitos LGBT, como no caso da adoção. Aí, seria errado colocar o "S" de simpatizante. Pois os simpatizantes, ou seja, os héteros, já podem adotar. O mesmo caso é com a união civil. Esse direito é negado a LGBT, mas não aos simpatizantes. Assim, tudo bem uma boate ser GLS ou mesmo LGBT, mas não há como falarmos de um projeto de lei pró-GLS ou de cidadania GLS. (CLAESEN, 2010)

Sobre denominações, percorrer a história do movimento LGBT brasileiro é dar conta de suas mudanças, as quais não são meras mutações gramaticais, mas sim diferentes concepções identitárias e políticas. Uma linha histórica que cumpre aquele objetivo é a dos encontros brasileiros do ativismo arco-íris.

Pensados para, dentre outras metas, debater os principais pontos de luta do movimento, promover discussões sobre pensamentos e ações políticas e fortalecer o relacionamento entre as entidades arco-íris, esses encontros possuem uma caminhada que começa em 1980. Nesse ano, foi realizado o I Encontro Brasileiro de Homossexuais (I Ebho – pronuncia-se ebó). Ainda sob a ditadura militar, o evento aconteceu na cidade de São Paulo com a participação de cerca de 200 pessoas. (ESTRUTURAÇÃO, 2005a)

Dentre os temas discutidos em mesas estavam homossexualidade nos presídios, prostituição masculina, a repressão contra travestis e, algo de poder simbólico muito forte, a procura por um modelo brasileiro de homossexual. O primeiro jornal gay do Brasil, o Lâmpião da Esquina, fundado

em 1978, fez cobertura do encontro. Uma das chamadas da publicação dizia: “Isso também é Brasil”. (ESTRUTURAÇÃO, 2005a, p. 3)

Quatro anos depois, Salvador, capital baiana, entre 13 e 15 de janeiro, recebeu o II Ebho. O clima não era bom. “Para [o antropólogo e ativista gay Luiz] Mott, o II Ebho foi um ato de heroísmo, pois a crise da aids afetava o moral dos militantes, que tentavam combater o estigma de ‘peste gay”. (ESTRUTURAÇÃO, 2005a, p. 5). O documento final do evento dava destaque principal a uma das lutas mais urgentes da época, a retirada da homossexualidade do código de doenças do Brasil. Para tal, o movimento tinha uma carta de apoio assinada por 308 personalidades políticas brasileiras, dentre elas Darcy Ribeiro, vice-governador do Rio de Janeiro, cobrando a supressão do artigo 302-0 do Código de Saúde do ministério da área no país. O item considerava o desejo por alguém do mesmo sexo um desvio e um transtorno sexual.

Em 1973, a Associação Americana de Psiquiatria retirou a homossexualidade da lista de doenças. A influência dessa atitude chegou a outras entidades congêneres pelo mundo nos anos posteriores. A respeito da demanda do II Ebho, no ano seguinte, em 1985, o Conselho Federal de Medicina brasileiro finalmente deixou de considerar a homossexualidade como uma patologia, algo que só seria feito pela Organização Mundial de Saúde cinco anos depois.

Vem desse novo pensamento a construção do ativismo pela troca dos termos homossexualismo, bissexualismo e opção sexual, típicos da época em que o desejo entre pessoas do mesmo sexo era visto como doença, pelas expressões homossexualidade, bissexualidade e orientação sexual, atualmente os termos politicamente corretos.

Entre o segundo e o terceiro encontro nacional, um grande desafio foi colocado para o movimento LGBT: incluir o termo “orientação sexual” na Constituição Brasileira, que era objeto de reformulação depois do fim da ditadura militar (1985). O ator mais importante nessa batalha foi João Antonio Mascarenhas, integrante do grupo Triângulo Rosa, do Rio de Janeiro.

A proposta era incluir homossexuais e bissexuais nos grupos que deveriam ser protegidos contra o preconceito. Pragmaticamente, era adicionar, nos tipos de discriminações vetadas no país, em que figuravam as baseadas no gênero, na origem social, na raça, na nacionalidade e na faixa etária, por exemplo, as motivadas pela diversidade de orientação sexual.

Em maio de 1987, Mascarenhas chegou a realizar palestra na Assembléia Nacional Constituinte (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 164) a respeito da reivindicação. Entretanto, em 1988, o País ganhou uma nova lei máxima que não contemplava, explicitamente, a questão do respeito a homossexuais, bissexuais e transgêneros.

Entre 1989 e 1992, o Ebho transformou-se em um encontro anual. Sediaram o evento por ordem cronológica: Rio de Janeiro, Aracaju, Recife e Rio de Janeiro. A temática da aids continuou muito presente na pauta de discussões e a preocupação com a violência aumentou.

Em 1993, o evento que acontece em Cajamar (SP) tem o nome de VII Encontro Brasileiro de Lésbicas e Homossexuais (Eblho), o que cumpriu decisão tirada no VI Ebho. Os dois termos juntos não fazem sentido já que homossexual inclui tanto homens quanto mulheres que se relacionam sexual ou afetivo-sexualmente com pessoas do mesmo sexo, mas isso, estranhamente, não foi levado em consideração.

A mudança de sigla foi acompanhada por outras modificações concretas relacionadas à inclusão feminina. “A participação das mulheres aumentou consideravelmente a partir do VII Eblho. De acordo com os organizadores, a participação (sic) das mulheres, que normalmente ficava em torno de 10%, saltou para 39% nesse encontro”. (ESTRUTURAÇÃO, 2005a, p. 8)

O ineditismo do termo lésbicas no nome oficial do evento foi marcado também pelos debates, que versaram, dentre outros temas, sobre lesbo-homofobia no meio médico e jurídico e articulação do movimento gay e lésbico. Mas não foram apenas as mulheres que tiveram mudanças identitárias. O primeiro Eblho também ficou conhecido por ter ratificado, dentro do movimento, o uso da expressão “gay” para se referir a homossexuais masculinos.

Para o evento de dois anos depois, em Curitiba, um outro nome surge. Tem-se então o VIII Encontro Brasileiro de Gays e Lésbicas (EBGL). Como um dos novos temas das entidades arco-íris surgiu a união civil entre pessoas do mesmo sexo. Um documento tirado do evento sobre o assunto é que se transformou no projeto de lei da então deputada federal Marta Suplicy (PT-SP), apresentado na Câmara dos Deputados em seguida.

Outro fato que ocorreu no EBGL e que marcaria o ativismo arco-íris foi a fundação da Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis (ABGLT), a primeira organização nacional do Brasil. Tal arranjo foi importante para interligar as entidades pelo país e dar mais expressão à luta pela causa LGBT.

Em 1997, São Paulo sedia o IX Encontro Brasileiro de Gays, Lésbicas e Travestis (EBGLT). Eis uma nova sigla, que agora veio para marcar a força da identidade de travestis e suas demandas específicas.

Uma importante conquista por parte do movimento ocorre em 1999. Resolução do Conselho Federal de Psicologia brasileiro determina que homo e bissexualidade não devem ser revertidos e que profissionais que colaborarem com esse processo poderão ter seus diplomas até cassados.

O Nordeste volta a receber o maior evento do ativismo arco-íris em 2001, em Maceió. Em 2003, como forma de incentivar o debate sobre a cidadania LGBT na Região Norte, pela primeira vez uma cidade nortista, Manaus, sedia o encontro. Nessas duas edições a sigla continuou a ser EBGLT.

A dinâmica das identidades mostrou-se viva para o 12º encontro, a ser feito dali a dois anos. Uma das decisões do evento sediado na capital amazonense foi mexer no significado do t, que

passaria de travestis para transgêneros. Tivemos a oportunidade de participar deste evento e testemunhamos a postura de travestis de não mais quererem ser chamadas por esse termo por conta dos estigmas ligados à ele. Transgênero seria a nova denominação. Assim, o XII EBGLT manteria a sigla vinda dos encontros mais recentes, mas não o seu significado.

Como atestado do quanto o movimento LGBT estava interligado a outras lutas sociais e preocupado com o fortalecimento de ativistas lésbicas e transgêneros, pela primeira vez na história dos encontros nacionais foram determinadas cotas raciais (30% das bolsas para participação deveriam ser dadas a afrodescendentes) e de segmento (gays, lésbicas e transgêneros deveriam receber o mesmo número de bolsas). Tudo para garantir o mínimo de paridade numérica entre as identidades internas do movimento e a diversidade racial. Não haveria, entretanto, limitação a quem não fosse contemplado com ajudas financeiras diretas da organização.

Em 2005, é Brasília a cidade-sede do encontro, que é realizado na Câmara dos Deputados e que se transformou em arena de novas e marcantes alterações na discussão identitária do movimento como um todo. Durante o evento, foram fundadas uma organização nacional de bissexuais, uma de LGBTs afros e uma de transexuais. Como orientações para o 13º encontro, uma nova sigla para uma nova realidade, com bissexuais inclusos e já sem a palavra transgênero, que não conseguiu adesão suficiente para sobreviver. Com o atraso de um ano, Porto Alegre, em 2008, faz então o XIII Encontro Brasileiro de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (EBLGBT).

Como se pôde ver, um movimento que se autodenominava, nos início dos anos 80, como homossexual apenas, amadureceu, olhou-se para dentro de si e, praticando o que ele próprio exige de heterossexuais, instituições e governos, reconheceu a diversidade.

Esse desmembramento e essa adição de segmentos tornaram ainda mais amplo o conjunto de reivindicações e deu complexidade a todos os tipos de relações intra e extra movimento. A concordância da maioria das entidades de base do movimento LGBT a respeito da ordem dessa sigla e das letras que a compõem ocorre de forma tardia em relação ao que se teve anos antes na Europa e na América do Norte, que já adotavam tal nomenclatura.

O l de lésbicas na frente dos outros segmentos é uma reivindicação do movimento de mulheres homossexuais com forma de chamar a atenção para sua luta contra duas grandes barreiras: a homofobia e o machismo. A acusação de uma opressão masculina sobre as mulheres, no discurso de ativistas lésbicas, não se daria apenas fora do movimento LGBT, mas dentro dele inclusive. “Ser gay não isenta um homossexual de ser machista”, essa é uma máxima ouvida em falas de ativistas mulheres homo e bissexuais.

E qual a composição deste movimento? A única fonte de dados que pode responder a essa pergunta data de 2005, o I Levantamento Nacional de Entidades do Movimento GLT (o nome vem

da denominação oficial do XII EBGLT), realizado pelo Estruturação – Grupo LGBT de Brasília, organizador do referido evento.

Dentre os vários dados oferecidos pela pesquisa, um em especial mostra o quanto o movimento LGBT estava crescendo na época. No relatório da pesquisa afirma-se que “o movimento LGBT passa por uma renovação: 26,3% das entidades tinham apenas um ano de fundação na época da pesquisa [2005] e 15%, dois. Por outro lado, 18% tinham mais de sete anos de existência.” (ESTRUTURAÇÃO, 2007, p. 22) Portanto, há pouco mais de quatro anos, mais de um quarto do número de entidades LGBT no Brasil eram recém-criadas. Tem-se aqui um movimento com uma história já consolidada, mas ainda jovem e que parece estar longe do seu esgotamento.

O Poder Executivo Federal e os LGBTs

Nenhuma constituição brasileira condenou nem condena a homossexualidade, um fato que não é geral. Estudo de 2009 da International Gay and Lesbian Association mostrou que 86 países penalizavam judicialmente o desejo entre pessoas do mesmo sexo. Desses, sete davam a pena capital inclusive a esse “crime”. Entretanto, isso não basta para que a cidadania LGBT seja garantida no Brasil.

O movimento LGBT tem como uma das bases de sua luta a exigência de o Estado brasileiro promover políticas públicas de proteção, garantia e promoção dos direitos de homossexuais, bissexuais, travestis e transexuais. Isso em áreas tais como educação, saúde, segurança pública, trabalho e cultura. As conquistas nesse sentido só se deram no final da década de 90 e ainda estão longe de ser ideais.

Considera-se como primeiro documento oficial de vulto a determinar um compromisso do governo brasileiro com a cidadania LGBT o Programa Nacional de Direitos Humanos, de 1996, feito pela Presidência da República. O documento tem partes específicas de ações de curto, médio e longo prazo em prol da cidadania de diversos segmentos sociais, tais como mulheres, negros, sociedades indígenas e crianças e adolescentes. Homossexuais ou LGBT não são inclusos aí.

A única menção ao tema ocorre no item 78, que trata do respeito à diversidade de orientação sexual (homossexual, bissexual e heterossexual), mas não de forma específica: “Propor legislação proibindo todo tipo de discriminação, com base em origem, raça, etnia, sexo, idade, credo religioso, convicção política ou orientação sexual, e revogando normas discriminatórias na legislação infraconstitucional, de forma a reforçar e consolidar a proibição de práticas discriminatórias existente na legislação constitucional.” (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 1996. p. 11)

Portanto, o que se tinha no país como direitos humanos, área da qual se espera compreensão da diversidade e de defesa do humanismo, não incluía homossexuais, bissexuais, travestis e transexuais como um segmento altamente vulnerável.

Em 2002, passos à frente. O Programa Nacional de Direitos Humanos II reconheceu os LGBTs como segmento social merecedor de defesa e refletiu de forma ampla as bandeiras do movimento social. No documento, LGBTs são tratados com a mesma atenção dada a mulheres, negros, idosos e outros grupos sociais.

O programa reconhece esse avanço em seu prefácio, assinado pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, responsável também pela versão de 1996 desse orientador de políticas públicas na área.

Inserimos, na pauta das políticas públicas, questões que até pouco tempo atrás eram consideradas tabus ou não recebiam a devida atenção, como a dos direitos dos homossexuais, a situação dos ciganos, a prática da tortura, a questão da violência intrafamiliar, a necessidade de fortalecermos o combate ao trabalho infantil e ao trabalho forçado e a luta pela inclusão das pessoas portadoras de deficiência. (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2002, p. 5)

Na sua organização interna, o documento é dividido inclusive por segmentos. Na parte que se refere especificamente a GLTTB (sigla adotada por parte do movimento na época), há dez ações. Destacam-se realizar pesquisas para conhecer a realidade desse grupo, inserir o respeito à diversidade de orientação sexual e identidade de gênero em cursos de formação de agentes de segurança pública e atuar junto a professores para a desconstrução de estigmas.

Na parte de temas, o ponto da orientação sexual mereceu citações também. São outras cinco medidas. Aí estão retirar o crime de pederastia do Código Militar Brasileiro e fazer uma emenda constitucional para que a discriminação com base na orientação sexual fosse criminalizada.

O avanço do debate e da inclusão das demandas de LGBTs foi tamanho que, em outros pontos do documento, como nas áreas de trabalho, saúde e na que se refere à proteção da infância e da adolescência, o respeito às orientações sexuais é incluso, mostrando a transversalidade do tema.

Em 2004, agora já com o país sendo governado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, ocorre outro fato que ratifica a linha ascendente na relação do Estado com a luta LGBT. É lançado o Brasil sem Homofobia – Programa de Combate à Violência e à Discriminação contra GLBT e da Promoção da Cidadania Homossexual, feito pelo governo em conjunto com a sociedade civil, como ocorridos nos PNDHs.

O programa é dividido em 11 áreas de ações, tais como legislação e justiça, direito à saúde, direito à cultura e cooperação internacional. São 53 ações no total. (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2004). O programa ficou sob responsabilidade da Secretaria Especial de Direitos Humanos (SEDH), vinculada diretamente à Presidência da República e com status de ministério.

A consolidação do compromisso público do governo com a cidadania LGBT, como se pode ver, foi apenas crescente desde 1996. Entretanto, outros fatos gerados na própria Esplanada dos Ministérios mostram que o caminho a ser percorrido ainda é grande.

Ao assumir o cargo de presidente, o presidente Lula criou a Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SEPM) e a Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (Seppir), ambas ligadas à Presidência da República. Enquanto isso, LGBTs não possuíam sequer uma gerência ou coordenação, que se localizam em níveis bem inferiores ao de uma secretaria especial. Esse cenário mudou somente no final de 2009, como se verá adiante.

O conjunto de reveses continua a se ampliar. O passo esperado após a criação do Brasil sem Homofobia, a execução, foi duramente criticado pelos ativistas. Matéria do site LGBT A Capa em que se reproduz fala de Beto de Jesus, representante da Associação Internacional de Gays e Lésbicas (Ilga) para a América Latina e Caribe, demonstra isso. “Gente, o programa foi lançado em 2004 como uma carta de intenções que mobilizava os ministérios e outros setores governamentais. Estamos em 2009. Alguém aqui sabe me dizer quantas ações foram tomadas pelo Ministério do Trabalho nesse sentido?”, questionou. Silêncio na plenária. ‘Absolutamente nenhuma’, continuou Beto.” (MAGALHÃES, 2009).

Concretamente, o que se viu nos anos seguintes ao Brasil sem Homofobia foram ações pontuais por parte do governo federal. Foram apoiados, por cerca de um ano, na maior parte das unidades da Federação, centros de apoio a LGBTs vítimas de violência, cursos de formação de professores em diversidade de orientação sexual e identidade de gênero (ação do Ministério da Educação), e paradas do orgulho LGBT, neste caso, por meio do Ministério da Cultura. Em 2009, toda a rede nacional do Sistema Único de Saúde (SUS) passou a ser obrigada a se referir a transexuais e travestis pelos nomes sociais delas/es e não pelo nome civil. Algo muito tímido frente às 53 ações que compunham o programa.

Há omissões também. De 2000 a 2009, o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) foi obrigado pela Justiça a conceder benefícios a integrantes de um casal do mesmo sexo em caso da morte ou de reclusão de um deles. Em agosto de 2009, depois de recorrer judicialmente, o instituto conseguiu anular a decisão. Até 2 de março de 2010, o Ministério da Previdência não havia decidido se continuaria a incluir casais de pessoas do mesmo sexo no INSS. Enquanto não há nada contra a medida, ela fica valendo, mas fica a dúvida sobre a continuidade.

Para falar de pontos positivos, nos primeiros anos dos 2000, empresas federais grandes como a Caixa e o Banco do Brasil passaram a considerar casais homossexuais iguais em direitos em relação a parceiros homem e mulher na hora de distribuir benefícios. O Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra) também passou a adotar essa postura a partir de 2007 em assentamentos rurais.

O governo Lula (2002 – 2010) teve como uma de suas marcas a realização de conferências, eventos nos quais sociedade civil e poder público dialogam rumo a um documento conjunto com ações programáticas a respeito do tema posto para esse último realizar. A conferência nacional é precedida pelas conferências estaduais, as quais recebem contribuições municipais, e distrital. Nesses níveis, os eventos servem tanto para definir políticas locais quanto para sugerir ações para o nível administrativo seguinte (municipal para a estadual. Essa e a distrital para a federal).

Em várias unidades da Federação a obrigatoriedade instituída pela Presidência da República de realizar as conferências fez com que governadores que nunca tiveram ações pró-cidadania arcos-iris construíssem as conferências. Em muitos locais, esse fato tornou-se um marco no movimento LGBT. Entretanto, nem todas as entidades LGBTs tiveram boas experiências. Houve denúncias de falta de recursos financeiros para a realização dos eventos em muitos estados e no Distrito Federal, mas, de qualquer forma, um passo, mesmo que simbólico, foi dado.

O primeiro semestre de 2008 foi época de realização das conferências estaduais e distrital em todas as unidades da Federação e de algumas municipais. O processo teve como passo maior a realização da I Conferência Nacional GLBT (que mudou de nome para LGBT já nas primeiras horas por decisão da plenária. A partir desse evento e dessa decisão, essa ordem e essas letras na sigla passaram a ser as oficiais no Brasil).

O encontro, realizado entre 6 e 8 de junho, em Brasília, reuniu cerca de 1.000 pessoas com quase 300 observadores internacionais, de acordo com informações oficiais. Os participantes na categoria delegados foram eleitos nas conferências estaduais e distrital. As regras do evento determinavam que 50% dos delegados, aqueles que votam, deveriam ser da sociedade civil organizada e 50% do poder público (poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, Ministério Público e casas legislativas). A organização colocava o evento como a primeira conferência LGBT feita no mundo.

O resultado foram cerca de 500 propostas aprovadas. As etapas seguintes, entretanto, foram lentas, apenas em 14 de maio de 2009, quase um ano depois da conferência, é que o governo divulgou oficialmente um documento que daria conta do que foi decidido no encontro.

O verbo utilizado acima em tom de expectativa frustrada deve-se ao que foi feito pelo governo federal: as mais de 500 decisões discutidas e aprovadas foram reduzidas a poucas dezenas. Portanto, não houve respeito à integralidade do que foi decidido pelo evento, o que vai contra frontalmente ao espírito de construção coletiva de uma conferência.

O documento foi lançado como Programa Nacional de Promoção de Cidadania e Direitos Humanos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais, que inclui prazos de execução para as metas nele definidas em diversas áreas. Parte do ativismo criticou tanto o fato da redução de metas aprovadas quanto o governo federal, de novo, estabelecer metas sem ter atendido de forma

satisfatória o Brasil sem Homofobia. Outra parte achou um avanço o governo ter esclarecido o que irá fazer dentro de determinado prazo em relação à cidadania LGBT.

Em dezembro de 2009, foi anunciada a criação, dentro da estrutura da SEDH, da Coordenadoria Nacional de Promoção de Direitos LGBT, uma das mais antigas reivindicações do movimento LGBT brasileiro. Finalmente, o Poder Executivo nacional passou a ter uma estrutura específica para gerenciar as demandas do movimento arco-íris e fazer avançar a cidadania de homossexuais, bissexuais, travestis e transexuais.

A respeito da 2ª Conferência LGBT um novo descumprimento por parte do governo. A plenária da primeira conferência havia decidido que o evento seria bianual, portanto, que, em 2010, uma nova edição deveria ocorrer. Entretanto, a posição oficial da coordenadoria LGBT é que as eleições no nível estadual/distrital e federal a ser feitas no Brasil naquele ano poderiam atrapalhar a adesão de governadores e prefeitos às conferências que ficariam sob a responsabilidade deles. “Tínhamos receio de que, por esse fato [ser ano eleitoral], muitos governantes não queriam realizar as conferências”, disse Mitchelle Meira, coordenadora nacional LGBT. (TRINDADE, 2010)

Congresso Nacional: evoluções e involuções

Seria o Congresso Nacional brasileiro homofóbico? Os indícios que poderiam levar a uma resposta a essa pergunta não são muitos, mas podem causar grande dificuldade de síntese para uma réplica simples.

De acordo com a ABGLT, a Frente Parlamentar Mista pela Cidadania LGBT, criada em 2003, chegou, em agosto de 2009, à marca de 247 integrantes, o que a fez ser uma das maiores do Congresso Nacional. Deputados e senadores da maioria dos partidos existentes no Poder Legislativo federal a compõem. Tais dados levam a uma expectativa de apoio poderoso para fazer andar a tramitação a projetos que contribuam para a cidadania de homossexuais, bissexuais, travestis e transexuais, mas não é isso o que ocorre.

Em toda a história do Congresso Nacional brasileiro, apenas dois projetos de lei favorável a LGBT passaram pela Câmara dos Deputados, a lei conhecida como Maria da Penha (lei número 11.340/06), que coíbe a violência doméstica e familiar contra a mulher seja ela homo, bi ou heterossexual, e o projeto de lei que torna crime a homofobia. Sendo este o único que trata de forma mais explícita a cidadania LGBT.

A forma como o esse projeto foi aprovado não significou um teste para medir o nível de homofobia dos parlamentares federais. A decisão, tomada em 2006, se deu em reunião dos líderes de partidos. De toda forma, um fato histórico para a cidadania LGBT ocorreu. Desde então, o projeto de lei está no Senado e sofre forte oposição de dois senadores principalmente: Marcelo

Crivella (PRB-RJ), bispo da Igreja Universal do Reino de Deus, e Magno Malta (PR-ES), ligado a igrejas evangélicas.

Os dois senadores chamam o projeto de “lei da mordaza gay”, alegando que, com sua aprovação, pais serão presos se falarem para filhos que ser homossexual é errado, por exemplo, o que não consta na proposta.

Como força de vencer o discurso de Crivella e Malta contra o projeto e de reverter as adesões que eles conseguiram, a senadora Fátima Cleide (PT-RO), integrante da Frente Parlamentar pela Cidadania LGBT, modificou o projeto que saiu da Câmara dos Deputados. Sua estratégia foi agregar idosos, negros e pessoas com deficiência à proposta, tornando-a mais ampla.

Um projeto de lei que também faz parte da história do movimento pela igualdade de direito entre homossexuais, bissexuais e heterossexuais é o que cria a união civil para pessoas do mesmo sexo, proposto em 1995 pela então deputada federal Marta Suplicy (PT-SP). A espera para ser votado foi tão longa que as próprias entidades LGBTs, em seminários realizados no Congresso Nacional, concluíram que o projeto havia ficado antiquado frente ao avanço na sociedade ocorrido desde a metade da década de 90.

Em seu lugar, em 2009, foi posto o projeto de lei número 4.914, que aplica a união estável também em casos de pessoas do mesmo sexo. Explica-se: a união civil seria um instituto criado especificamente para homossexuais. A união estável é algo já aplicado para casais heterossexuais. Esse direito seria apenas estendido a casais de homens ou de mulheres.

A situação é urgente. De acordo com a ABGLT, há 37 direitos que são dados a casais de homem e mulher, mas que são negados a gays e lésbicas quando estão se relacionando afetivamente. Dentre eles estão: não receber auxílio-funeral do companheiro, não ter direito à visita íntima na prisão e não poder autorizar cirurgias de risco. O projeto da união estável não mudaria totalmente esse cenário, mas grande parte dele.

No quadro a seguir, está uma relação (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA...) dos projetos de lei que tratam da cidadania LGBT em tramitação no Congresso Nacional.

Projetos de lei pró-LGBT em tramitação no Congresso Nacional		
Número	Ementa	Situação
PL 4914/2009	Aplica à união estável de pessoas do mesmo sexo os dispositivos do Código Civil referentes à união estável entre homem e mulher, com exceção do artigo que trata sobre a conversão em casamento.	O projeto está sendo apreciado conclusivamente pelas comissões de Seguridade Social e Família e Constituição e Justiça e de Cidadania. Foi apensado ao PL 580/2007, do dep. Clodovil Hernandes.
PL 2000/2007	Institui 29 de agosto como o Dia Nacional da Visibilidade Lésbica.	Pronto para ser votado na CCJ - O parecer do relator, Dep. Carlos Willian (PTC-MG), é pela constitucionalidade,

		injuridicidade e má técnica legislativa. A tramitação é conclusiva.
PL 81/2007	Institui o Dia Nacional de Combate à Homofobia. A ser comemorado em 17 de maio.	Como houve recurso contrário ao projeto pela bancada evangélica, o recurso está aguardando para ser apreciado pelo plenário.
PL 70/1995	Dispõe sobre intervenções cirúrgicas que visem à alteração de sexo e dá outras providências.	Plenária: Pronta para pauta (Apensado a ele os PL 3727/1997, PL 5872/2005, PL 2976/2008)
PL 2773/2000	Altera a redação do art. 235, do Código Penal Militar, excluindo do texto o crime de pederastia.	Plenária: Pronta para pauta (Apensado PL 6871/2006 – Da ex-dep. Laura Carneiro)
PL 287/03	Dispõe sobre o crime de rejeição de doadores de sangue resultante de preconceito por orientação sexual”, acrescentando um artigo novo – 15A – texto da Lei 7.716, de 31 janeiro de 1989.	Plenário: Pronto para a Ordem do Dia.
PLC 122/2006 (Senado)	Determina sanções às práticas discriminatórias em razão da orientação sexual das pessoas.	Ainda aguarda aprovação do Senado Federal.
PL 98/2003	Dispõe sobre a exigibilidade de pagamento por serviço de natureza sexual e suprime os arts. 228, 229 e 231 do Código Penal.	Foi redistribuído às comissões CCJ e Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público (CTASP). Está parado nesta comissão desde dezembro de 2007 - o relator é o Dep. João Campos (PSDB-GO).
PL 6418/05	Proibindo a discriminação ou preconceito decorrentes de raça, cor, etnia, religião, sexo ou orientação sexual, para o provimento de cargos sujeitos a seleção para os quadros do funcionalismo público e das empresas privadas	Está na Comissão de Direitos Humanos e Minoria, desde 16 de agosto de 2007 – a relatora é a dep. Janete Rocha Pietá. Apensado a ele os projetos: PL 715/1995, PL 2252/1996, PL 5452/2001, PL 987/2007, PL 2665/2007 .
P/L 3099/2000 (apensado ao P/L 434/1999)	(P/L 3099/2000) Dispõe sobre a obrigatoriedade de disciplina "Orientação Sexual", nos currículos de 5ª e 6ª séries do ensino fundamental das escolas públicas e privadas	CCJC: Tramitando em conjunto – apensado P/L 6256/2005, em 01/12/2005)
PEC 66/2003	Dá nova redação aos artigos 3º e 7º da Constituição Federal proibindo a diferença de salários e de exercício de função e de critério de admissão por motivo de discriminação por orientação e expressão sexual, etnia, crença religiosa, convicção política, condição física, psíquica ou mental.	Mesa: aguardando criação de comissão temporária
PL 379/2003	Institui o Dia Nacional do Orgulho Gay e da Consciência Homossexual.	Mesa: aguardando deliberação de recurso.
PEC 392/2005	Dá nova redação ao inciso IV do art. 3º e ao inciso XXX do art. 7º da Constituição Federal. (estabelecendo entre os objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil a inexistência de preconceito em relação ao estado civil, orientação sexual, crença religiosa e deficiência; proibindo, também, a diferença salarial e a utilização desses critérios para admissão no emprego; alterando os artigos terceiro e sétimo da nova Constituição Federal)	CCJC - Tramitando em Conjunto (Apensada à PEC 66/2003)
PL 2383/2003	Altera a Lei nº 9.656, de 03 de junho de 1998, que "Dispõe sobre os planos e	Mesa: Aguardando deliberação de recursos.

	seguros privados de assistência à saúde", na forma que especifica e dá outras providências", vedando a discriminação sexual, possibilitando a inclusão como dependentes os parceiros do mesmo sexo.	
PL 2726/2003 (apensado ao P/L 3980/2000)	P/L 2726/2003: Altera a Lei nº 9.029, de 13 de abril de 1995, que proíbe a exigência de atestados de gravidez e esterilização, e outras práticas discriminatórias, para efeitos admissionais ou de permanência da relação jurídica de trabalho, e dá outras providências. (proibindo a discriminação por orientação sexual, doença, propositura de ação trabalhista, atividade sindical, política ou partidária, que limite o acesso ou a manutenção do emprego).	Apensado ao PL-3980/2000 com os projetos: PL 5317/2001; PL 5705/2001; PL 965/1995; PL 4276/2001; PL 6197/2002; PL 471/2003; PL 2726/2003; PL 1582/2007; PL 2940/2008; PL 4838/2009.
P/L 6297/2005	Acresce um parágrafo ao artigo 16 da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, e acresce uma alínea ao inciso I do art. 217 da Lei nº 8.112, de 11 de novembro de 1990, para incluir na situação jurídica de dependente, para fins previdenciários, o companheiro homossexual do segurado e a companheira homossexual da segurada do INSS e o companheiro homossexual do servidor e a companheira homossexual da servidora pública civil da União.	Comissão de Seguridade Social e Família (CSSF) - Aguardando parecer da relatora, Dep. Jô Moraes (PCdoB).
PL 6655/2006 PLC 072/2007 (Senado)	Altera o art. 58 da Lei nº 6.015, de 31 de dezembro de 1973, que "dispõe sobre os registros públicos e dá outras providências" (possibilita a substituição do prenome de pessoa transexual).	Aguardando retorno do Senado Federal.
PL 6871/2006	Altera a redação do art. 235 do Código Penal Militar, excluindo do nome jurídico o termo "pederastia" e do texto a expressão "homossexual ou não" e acrescentando parágrafo único, para excepcionar a incidência. Explicação: Altera o Decreto-Lei nº 1.001, de 1969.	Plen: tramitando em conjunto Apensado P/L 2773/2000, em 12/04/2006)

Sobre a opinião dos parlamentares a respeito especificamente do projeto de lei que legaliza a união afetivo-sexual entre duas pessoas do mesmo sexo, a pesquisa "Como os parlamentares pensam os direitos das mulheres? - Pesquisa na Legislatura 2007-2010 do Congresso Nacional", realizada em 2007 com 54% dos parlamentares, dá motivos de preocupação ao ativismo LGBT.

No relatório do levantamento, há a conclusão de que o conservadorismo tem ganho força no parlamento nacional. Na legislatura 1999-2002, 30,4% dos deputados federais e senadores eram contrários ao projeto de lei da união civil entre pessoas do mesmo sexo. Na legislatura seguinte (2003-2006), esse número caiu para 24,5%. E, no mandato atual, o número quase dobra e chega a 47%. Os índices a favor da proposta por legislatura foram de 47%, 50% e 40% respectivamente. (TRINDADE, 2009).

A força crescente do *pink money*

As paradas com potencial turístico, como as de São Paulo e do Rio de Janeiro, são demonstrativos de outra faceta da maior inserção de LGBT na sociedade: a econômica. De acordo com dados oficiais da Prefeitura de São Paulo, a parada da cidade é um grande evento comercial também. “Cerca de 400 mil turistas participaram do evento no ano passado, número que poderá se repetir este ano, segundo estimativa da São Paulo Turismo (SPTuris, empresa de promoção turística e eventos do município), o que movimenta cerca de R\$ 189 milhões para a economia da cidade”. (MAIOR PARADA..., 2009) A parada de São Paulo é o evento que mais atrai turistas à cidade.

Enfim, o Brasil descobre o poder do chamado ‘pink money’ (dinheiro cor-de-rosa), que movimenta milhões de dólares pelo mundo, e o Dinks (Double income no kids (renda em dobro sem filhos) (REINAUDO; BACELLAR, 2008), como são chamados homossexuais por empresários que possuem negócios voltados a esse público.

Não há números oficiais sobre o quanto LGBTs movimentam financeiramente no comércio brasileiro, mas é comum matérias jornalísticas e livros abordarem o quão atrativo é esse público para o empresariado. Dois exemplos: o livro “O Mercado GLS: Como obter sucesso com o segmento de maior potencial da atualidade”, de Franco Reinaudo e Laura Bacellar, lançado em 2008, ensina a como ter um negócio que conquiste LGBTs. Dentre as dicas estão o treinamento de funcionários para lidar com a diversidade de orientação sexual e identidade de gênero e a quebra de mitos como a de que todo homossexual é efeminado.

Outra exemplo é a edição de janeiro/fevereiro de 2010 da revista Proxima, da Editora Grupo M&M, uma das principais do Brasil sobre marketing e negócios na internet. Essa edição do periódico teve com uma das chamadas principais: “Gay. O tesouro atrás do arco-íris. O mercado gay é multicolorido e digitalmente rentável.” Em tempo: a capa do livro citado acima também fazia alusão a esse simbolismo. É mostrado um pote de outro ao fim de um arco-íris.

A revista conclui que é significativo o movimento de empresas rumo à conquista do público LGBT. Um dos casos postos na matéria de seis páginas é de uma das maiores construtoras do país, a Tecnisa. “Os gays são ótimos clientes. Eles gastam 25% do valor do imóvel em acabamento e modificações de planta, enquanto os heterossexuais destinam apenas 12% do valor a essas mudanças”, diz Romeu Busarello, diretor de marketing da empresa (YURI, 2010, p. 51).

Empresários do setor colocam os gays como pessoas que têm um estilo de vida hedonista, que são bem informadas, formadoras de opinião e muito ligadas a lançamentos, moda e novas tecnologias.

Uma das poucas organizações do país a tratar especificamente do comércio arco-íris e a fazer lobby junto a empresas e governos é a Associação Brasileira de Turismo para Gays, Lésbicas e Simpatizantes (Abratgls), que é filiada à sua congênere internacional. Ser do turismo a única

organização de cunho comercial a respeito do mercado LGBT é sintomático. Esse setor é no qual mais o *pink money* se fortalece no país.

Outros três indicativos desse fato: o Ministério do Turismo fez um site em 2007 e 2008 para promover a parada de São Paulo e, em 2009, o Rio de Janeiro foi eleito o melhor destino gay do mundo em votação realizada por um canal americano exclusivamente gay dos EUA, o Logo, que pertence à MTV, e governos das cidades de Salvador, Rio de Janeiro e São Paulo possuem guias específicos para turistas gays. Entretanto, em comparação com países desenvolvidos, vê-se que tal movimentação é pequena no Brasil. Ainda há muito para crescer nesse ramo no País.

Como contraponto, o Brasil tem situações melhores do que países do hemisfério Norte em outras áreas. Um exemplo está no mercado editorial. Em dezembro de 2009, foi editado o último número da revista espanhola gay Zero, fundada havia sete anos. Meses antes, uma publicação mensal portuguesa voltada a LGBT, a Com'Out, findou sem ter completado um ano de existência.

Em janeiro de 2010, outro baque. A revista LGBT The Advocate, conhecida por tratar de ativismo, fundada em 1967, ou seja, antes inclusive da Revolta de Stonewall (1969), teve de virar um suplemento da outra publicação do mesmo grupo editorial. A perda de anunciantes e a queda nas vendas em banca foram os motivos dados pelos proprietários para a transformação, que pode ser apenas um passo até o fim não tão longínquo.

Enquanto isso, no Brasil, a revista de nu masculino voltada para gays, G Magazine, fundada em 1997, mesmo com queda de circulação, entrou em 2010 com seu cronograma de divulgação mensal cumprido. A revista gratuita também mensal A Capa, distribuída principalmente em São Paulo e Rio de Janeiro, comemorou seus três anos sem mostras de ter nenhum problema financeiro. Pelo contrário, foram três anos de expansão de praças atendidas.

Também na contramão do que ocorre acima do Equador, em janeiro de 2010, André Fischer, publisher da revista gay Junior, anunciou que a periodicidade do produto passaria de bimestral para mensal devido ao sucesso de vendas e de anunciantes. Outras revistas gays como Aimé e Dom começaram 2009 como fortes promessas de continuidade, mas encerraram o ano sem existir. As causas, de acordo com o que foi divulgado na imprensa, estiveram ligadas à má gestão.

A análise sobre as causas dos dois cenários díspares precisa levar em conta que a queda na circulação de mídias impressas nos países desenvolvidos é significativa e que exatamente o contrário tem ocorrido no Brasil. Portanto, os movimentos das publicações gays podem simplesmente estar em sintonia com os do setor em cada país. De toda forma, quando se fala de mercado voltado a LGBTs, um segmento que ainda é estigmatizado, poder aproveitar momentos mais propícios para se desenvolver, por si só, não deixa de ser um sinal positivo.

No ativismo LGBT nacional, há uma significativa parte de integrantes que são ligados a linhas políticas marxistas/comunistas/socialistas. No geral, para esses, o mercado ter interesse no

segmento LGBT é uma simples relação de dominação e controle mental. Não entendemos dessa forma. O mercado, assim como o governo, a sociedade, a mídia e outros campos das relações humanas, ao reconhecer um segmento, ajuda-o a conseguir visibilidade e reconhecimento social, algo tão caro a LGBTs.

Por outro lado, é patente que o mercado elege apenas alguns perfis de LGBTs como os mais legítimos socialmente, justamente aqueles que podem ser consumidores. Como forma de barrar a sedimentação desse ideal, o movimento e a sociedade devem trabalhar para que LGBTs que agradem ou não ao mercado sejam sujeitos de direito, de forma a não deixar que a impossibilidade de consumo ou a resistência a ele não sejam sinônimos de exclusão de direitos.

Confrontar o mercado de forma totalizante é negar a LGBTs uma força que pode ser usada em benefício da causa. O mais inteligente é usar estrategicamente o mercado em prol do reconhecimento de LGBTs, mas sem se render às suas máximas daquele setor econômico. Uma conciliação é possível.

O quanto de arco-íris há no brasileiro

Um dos indicativos a respeito do quanto o mercado, o governo e mesmo a academia não têm ainda LGBTs e a questão da homofobia como um dos seus principais focos é a pequena quantidade de pesquisas que realizam. Até mesmo as entidades ativistas não possuem muitos levantamentos. A ABGLT, por exemplo, nunca desenvolveu nenhum de grande expressão.

Tal deficiência torna muito difícil analisar tanto o nível de homofobia da população e suas impressões sobre a questão dos direitos de LGBTs, quanto o grau de violência sofrida por LGBTs, como lidam com a homofobia e o perfil de quem compõe a parte “arco-íris” da população, dentre outros pontos.

A grande mídia, de forma rara, promove, por contra própria, algumas pesquisas, mas, dificilmente, elas são específicas a respeito de LGBTs e da homofobia. Muitas delas colocam essa temática apenas como uma questão dentre várias, o que não permite uma análise mais profunda do cenário. Como exceções importantes, têm-se as relacionadas abaixo.

Uma das poucas oportunidades que há de comparação entre épocas a respeito do que heterossexuais pensam da homossexualidade são duas pesquisas realizadas pelo instituto Datafolha. O resultado é muito positivo e indica evolução rumo ao arrefecimento da homofobia.

A aceitação ao homossexualismo parece estar, como dizem, "bombando". Leia-se a pergunta. "Se você soubesse que um filho homem está namorando um homem, você consideraria um problema muito grave, mais ou menos grave, pouco grave ou não consideraria um problema?"

Em 1998, 77% dos entrevistados achavam que essa situação seria "muito grave". O índice caiu 20 pontos percentuais em nove anos: hoje, só 57% teriam essa reação. Se o "problema" ocorresse com uma filha, os níveis de tolerância não se alterariam significativamente: 55% dos entrevistados não achariam "muito grave" se ela namorasse outra garota. (COELHO, 2007)

A respeito do ambiente escolar, outro importante locus social, há um levantamento muito abrangente a ser citado. Divulgada em 2004, a pesquisa Juventudes e Sexualidade (CASTRO; ABROMAVAY, SILVA, 2004), realizada pela Unesco Brasil, teve como objetivo fazer um raio-x do ambiente escolar no que se refere aos temas expostos no seu título.

Dentre vários assuntos, há uma parte do estudo dedicada à homofobia. Os dados encontrados são importantes indicadores do estado então atual da questão. Os questionários foram respondidos por 16.422 alunos e 3.099 professores, ambos do ensino fundamental e médio tanto de rede pública quanto privada, e 4.532 pais de estudantes de 14 capitais brasileiras.

Perguntados sobre que pessoas não gostariam de ter como colegas de classe, a média entre os percentuais de cada cidade² dos estudantes masculinos que revelaram não ter problemas em possuir um colega homossexual ficou em 61%. Entre meninas, essa média foi 83%.

Os números mostram que a maioria dos estudantes pesquisados não vêem a convivência com homossexuais na sala de aula como algo incômodo e que as meninas são mais abertas a essa convivência do que os meninos. De toda forma, não se pode desconsiderar a minoria que não deseja compartilhar o ambiente escolar com homossexuais. Políticas e ações contra a homofobia devem ser presentes nas escolas com a finalidade de diminuir tais índices.

Dentre pais (homens) de alunos, a média dos que disseram não ter problema os filhos possuírem um colega homossexual foi de 59%. Dentre as mães, 68%. De novo, tem-se um cenário positivo, mas que também merece atenção para que a rejeição a gays e lésbicas diminua. É digno de observação, como homens são menos tolerantes que mulheres, seja eles e elas adultos ou crianças e jovens.

A melhor notícia veio do professorado. Ainda fazendo a média ilustrativa utilizada nos pontos anteriores, 96% dos professores homens e 97% das professoras pesquisadas disseram não ter alunos homossexuais no grupo dos que não gostariam de lidar como alunos. Dentre os professores homens, em Vitória, Porto Alegre e Goiânia, o índice foi 100%.

A mais abrangente pesquisa sobre homofobia no Brasil é recente, feita em 2008 e divulgada em 2009. A entidade responsável pelo levantamento foi a Fundação Perseu Abramo. Intitulada Diversidade Sexual e Homofobia no Brasil. Intolerância e Respeito às Diferenças Sexuais

² Média aritmética simples feita com os percentuais encontrado em cada cidade. Processo realizado apenas para se dar noção geral do que foi aferido.

(VENTURA, 2009), a pesquisa teve um total de 2.014 questionários respondidos por integrante da população acima dos 15 anos de idade (todas as classes sociais) dispersas nas áreas urbanas de 150 municípios (pequenos, médios e grandes) em 25 unidades da Federação.

A pesquisa mostra que o afeto público entre casais homo é algo rechaçado pela maioria dos brasileiros. Apresentados à afirmação “casais de gays e lésbicas não deveriam andar abraçados ou ficarem se beijando em lugares públicos”, 52% dos respondentes concordaram totalmente com a assertiva, 12% concordaram parcialmente, 8% nem concordaram nem discordaram, 7% discordaram em parte e 20% discordaram totalmente. Dois por cento não souberam.

Por outro lado, o reconhecimento do sentimento amoroso entre duas pessoas do mesmo sexo foi significativo. Sobre a frase “Um casal de pessoas do mesmo sexo pode viver um amor tão bonito quanto um casal de pessoas de sexo oposto”, 43% dos respondentes concordaram com a oração, 16% concordaram em parte, 8% não concordaram nem discordaram, 5% discordam em parte, 24% discordaram totalmente. Quatro por cento não souberam.

Um dos maiores tabus a respeito da cidadania LGBT é a criação de crianças por casais do mesmo sexo. A divisão de opiniões dentre os entrevistados foi equilibrada, indo em sentido contrário aos que poderiam imaginar que a posição seria mais refratária a essa bandeira do movimento.

Perguntados sobre o nível de concordância com a afirmativa “casais de gays ou lésbicas não deveriam criar filhos”, 38% disseram concordar totalmente, 9% concordaram em parte, 7% não concordaram nem discordaram, outros 9% discordaram em parte e 35% discordaram totalmente. Três por cento não souberam.

A respeito da legalização da união conjugal entre pessoas do mesmo sexo, 25% dos pesquisados disseram ser totalmente a favor, 17%, a favor em parte, 9%, em parte contra e 40% totalmente contra. Nove por cento não souberam.

Como se vê, há de ser feito um importante trabalho de conscientização e informação sobre essa demanda dos LGBTs para que mais pessoas entendam a importância desse reconhecimento para a igualdade de direitos no País.

A respeito da criminalização da homofobia, atualmente um dos debates mais fortes no ativismo e no Congresso Nacional sobre a cidadania LGBT, parte dos brasileiros se mostraram sensíveis à posição do movimento arco-íris. Motivado pelo projeto de lei que trata do assunto e que está no Senado, essa casa legislativa realizou uma pesquisa nacional por telefone entre 6 e 16 de junho de 2008 com 1.122 pessoas maiores de 16 anos de idade com acesso a telefone fixo e moradoras de capitais.

Faz parte do resultado o índice de 70% dos respondentes que são a favor do projeto de lei em questão. De acordo com press-release do Senado, “a maioria dos entrevistados é do sexo

feminino (54%), reside na Região Sudeste (48%), possui o nível médio (51%), está na faixa etária entre 20 e 29 anos (24%) e tem renda familiar entre dois e cinco salários mínimos.” (BORGES, 2008)

A análise das respostas tendo em vista características dos respondentes foi de que:

(...) O maior índice de concordância com a proposta foi apresentado pelos entrevistados da Região Sul (73%), com nível superior (78%) e idade entre 16 e 29 anos (76%).

Já os menores índices de concordância, apurou a pesquisa, encontram-se entre os pesquisados na Região Centro-Oeste (55%), os que cursaram até a quarta série do ensino fundamental (55%) e pessoas com mais de 30 anos (67%).

No que se refere à religião, a criminalização de atos de preconceito contra homossexuais é defendida por 55% dos evangélicos, enquanto 39% deles querem a rejeição do projeto de lei. Entre os entrevistados de outras religiões, o que inclui a católica, mais de 70% defendem a aprovação da proposta. Ainda de acordo com a pesquisa, 79% dos brasileiros que se declaram ateus aprovam a criminalização da homofobia. (BORGES, 2008)

O que se vê, portanto, que os favoráveis à medida possui perfil jovem, com muitos anos de estudo e não-evangélico. Por outro lado, pessoas mais velhas, sem tantos anos de estudo e evangélicas formam a imagem de quem não aceita a criminalização da homofobia. Tal perfil será importante para o desenvolvimento desta pesquisa por mostrar variáveis às quais se deve dar atenção na elaboração do questionário da pesquisa a ser aplicada e na análise dos dados coletados.

A capital do Brasil

Quem visita a capital federal do Brasil e tem acesso a um guia turístico vai receber como sugestão visitar a Ermida Dom Bosco, às margens do Lago Paranoá (que é artificial). Acatando ou não a proposta, saber que esse ponto fica exatamente no paralelo 15° do planeta Terra fará diferença.

O santo que dá nome ao ponto turístico era conhecido por ter sonhos premonitórios. Em 1883, o que o fundador da Ordem dos Salesianos católicos teve foi a visão de uma terra nova. Disse: "...quando vierem escavar as minas ocultas, no meio destas montanhas, surgirá aqui a terra prometida, vertendo leite e mel. Será uma riqueza inconcebível..." (O SONHO...). Onde ficava esse lugar? Entre os paralelos 15° e 20°.

Em 1960, o presidente da República Juscelino Kubitschek, marcou uma geração no país com a inauguração de uma nova capital brasileira. Cidade construída em três anos e meio. A ação fazia parte do que foi chamado de Marcha para o Oeste, que objetivava desenvolver a região central do país. Junto com o crescimento da industrialização do Brasil ocorrida nessa época, a construção de uma capital fez parte da crença de que o brasileiro podia acreditar em si e no País.

Antes mesmo de completar um quinquênio, entretanto, a nova cidade, que fica localizada no Distrito Federal, uma das unidades federativas do Brasil, virou locus para a ditadura militar. Um dos exemplos do lugar que a capital passou a ocupar na cabeça das pessoas vem dos romancistas, que tinham como uma de suas funções ir à cidade negociar com censores cortes em suas produções.

O autor Carlos Lombardi, da Rede Globo, lembra dessa época. “Eu odiava ir a Brasília, porque toda vez que ia até lá era por causa da censura. Em Vereda Tropical [1984], o primeiro capítulo quase todo foi proibido. Eu e Sílvio de Abreu ficamos lá a manhã inteira. (...) E era dia de estreia.” (AUTORES, livro 1, p. 268/9). De símbolo de um novo Brasil, a capital passou representar opressão.

O processo de redemocratização do país, iniciado em 1985, com a posse de José Sarney, o primeiro presidente civil depois de 21 anos de chefes militares no Poder Executivo, e reafirmado com a nova Constituição de 1988, também marcou uma nova fase para Brasília.

Em 1990, o Distrito Federal passou a ter um governador eleito por seus moradores (antes o que havia era nomeação feita pelo presidente da República) e uma Câmara Legislativa. Tido como apenas um município, o Distrito Federal é dividido em 28 regiões administrativas, que são praticamente cidades, a exceção é que não possuem autonomia gerencial.

É comum quem mora fora do DF tomar Brasília como sinônimo de Distrito Federal, mas o correto é considerar Brasília apenas uma das regiões administrativas que o compõem. E será essa definição que será tomada em todo este trabalho.

Em 2010, Brasília comemora 50 anos de fundação. O Distrito Federal, que tinha 2.455.903 habitantes em 2007, chega a essa data com números que fazem dele um lugar de destaque na área econômica, educacional e de comunicação no país.

De acordo com dados referentes ao período 2006-2007 divulgados em 2009 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), moradores do DF, a menor unidade da Federação do Brasil, têm a maior renda per capita do país: 6,9 salários mínimos, contra 3,4 salários mínimos de média das outras unidades da Federação. Seu Produto Interno Bruto (PIB) era o oitavo maior do Brasil e tinha como atividade econômica mais importante os empregos gerados na administração pública, 54%.

A qualidade de vida é outro ponto alto do DF, que tem o maior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do país. O nível de educação formal dos seus moradores é o maior do país. Dados coletados pelo levantamento Índice de Indicadores Sociais 2009, do IBGE, com informações de 2008, colocam o DF no primeiro lugar em dois rankings a respeito de anos de estudo da população.

Enquanto no Brasil, 7,1% da população tem dez anos ou mais de estudo, no DF esse número sobe para 8,8%. Quando o critério é ter 15 anos ou mais de estudo, o que indica a feitura de curso

superior, no Brasil, a porcentagem é de 7,4%. No DF, o valor é 9,4%. (INSTITUTO BRASILEIRO..., 2009, p. 59).

Outra característica que deve ser levada em conta para entender as dinâmicas sociais no Distrito Federal é a origem de sua população. O DF é a unidade da federação que mais tem moradores que nasceram fora dos seus limites: 51,4% (dado relativo a 2007).

A pouca idade de Brasília e a fortaleza econômica proporcionada por empregos públicos seriam algumas das razões para esse número. Dentre os imigrantes que vivem na capital federal, destacam-se numericamente os 222 mil originários de Minas Gerais, os 181 mil de Goiás, os 143 mil da Bahia e os 127 mil do Piauí (ESTRONIOLI, 2008).

Os LGBTs da capital federal

A pesquisa Mosaico Brasil, do Projeto Sexualidade (ProSex), do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo, que objetivou traçar um mapa da sexualidade do brasileiro em dez capitais do Brasil, tem números específicos para o Distrito Federal em relação à orientação sexual de sua população.

De acordo com o levantamento, dos homens com mais de 18 anos de idade da capital federal, 7,9% são homossexuais, 2,9% bissexuais e 89,3% heterossexuais. Dentre as mulheres com mais de 18 anos de idade, os índices são 4,5% de homossexuais, 0,6% de bissexuais e 94,6% de heterossexuais. Enfim, 10,8% dos homens e 5,1% das mulheres são não-heterossexuais. Foram ouvidos 280 homens e 330 mulheres. Aplicando essas porcentagens ao total de moradores do Distrito Federal de 2007 com mais de 18 anos, conforme o IBGE, tem-se cerca de 135 mil homossexuais.

Por conta do trabalho realizado pela Coordenação de Pesquisas do Estruturação – Grupo LGBT de Brasília e pelo apoio da entidade a trabalhos nessa área, o DF é uma das poucas unidades da Federação do País que possui o perfil de sua população LGBT. Parte dos estudos não são atuais, mas servem como referência.

A pesquisa Comportamento Sexual e Cidadania Junto à População de Homens que Fazem Sexo com Homens do Distrito Federal (UNIVERSIDADE..., 2005)³, realizada em 2003 e divulgada em 2005, mostra dados importantes a respeito desse segmento. Foram entrevistados 465 homens que estavam em locais de frequência homossexual.

No item escolaridade, 1,1% dos entrevistados tinham o Ensino Fundamental incompleto; 2,4%, o antigo Ensino Fundamental completo; 14,5%, o Ensino Médio incompleto; 27,1%, o

³ O termo Homens que fazem sexo com Homens é utilizado na medicina, que não está interessada na identidade da orientação sexual do indivíduo, mas apenas em suas práticas.

Ensino Médio completo; 33,3% o Ensino Superior incompleto e 21,6%, o Ensino Superior completo.

Não se pode comparar diretamente os dados do Índice de Indicadores 2009, do IBGE, que tem dados de 2008, com os coletados nesta pesquisa, que foi realizada em 2003. Entretanto, apenas para se ter um esboço do cenário comparativo entre homens que fazem sexo com homens e todos os homens residente no DF no quesito educação, aquele levantamento indicou que apenas 9,4% dos moradores masculinos da capital federal tinham 15 anos ou mais de estudo. Considerando que 15 anos de estudo equivalem, de forma padrão, ao término do Ensino Superior, esse mesmo índice vai para 21,6% dentre homens que fazem sexo com homens. É possível, mesmo a partir desse paralelismo livre, ver que se trata de um grupo muito escolarizado.

Mais especificamente sobre como lidam com sua orientação sexual, 50,4% dos respondentes disseram ser assumidos como homo ou bissexuais para pelo menos uma pessoa da família enquanto 46,8% relataram não ter ninguém nesse grupo social que ele julgue que conheça a orientação sexual dele. Não souberam dizer, 2,8% dos questionados.

No ambiente de trabalho, o índice de conhecimento da orientação sexual do respondente cai de forma expressiva. Dos que responderam a essa pergunta, 31,6% disseram que pelo menos uma pessoa no trabalho sabe da orientação sexual dele e 64,1% relataram que ninguém de onde trabalha conhece essa sua característica. Não souberam dizer, 4,3%.

A respeito de participação em associações ou organizações de ativismo LGBT, 4,7% dos respondentes falaram estar participando de uma na época da entrevista, 9% já tinham participado, porém não mais. Não encontramos uma forma de fazer uma comparação entre esse dado e algum outro da população em geral. Assim, não é possível julgar se os índices encontrados são altos ou baixos.

Pesquisa realizada em 2009 pelo Estruturação – Grupo LGBT de Brasília intitulada Saúde integral e Cidadania de Lésbicas e Mulheres Bissexuais do Distrito Federal (ESTRUTURAÇÃO, 2009b) mostra importantes características das integrantes desse segmento. Foram entrevistadas 202 pessoas em locais de frequência LGBT.

A respeito do nível educacional, 3,9% das respondentes tinham o Ensino Fundamental incompleto; 0,5%, o Ensino Fundamental completo, 18,1%, o Ensino Médio incompleto; 31,4%, o Ensino Médio completo; 24,5%, o Ensino Superior incompleto; 16,2% o Ensino Superior completo; 1,5%, pós-graduação incompleta e 2,5% pós-graduação completa.

Sobre o atendimento feito por profissionais de saúde, um dado muito positivo. De acordo com o levantamento, 91,52% das vezes nas quais lésbicas e mulheres bissexuais tiveram a orientação sexual conhecida pelo profissional de saúde, elas não foram vítimas de preconceito. A

conclusão da pesquisa é que tal informação mostraria um nível muito baixo de homofobia por parte de profissionais de saúde do DF.

Os índices de respostas positivas também são altos quando o assunto é a porcentagem de entrevistadas que se assumem em diferentes ambientes sociais. De acordo com a pesquisa, das entrevistadas que tinham emprego na época da aplicação do questionário, 60,45% disseram que pelo menos uma pessoa no trabalho conhece a homo/bissexualidade delas, 38,41% disseram que ninguém sabia e 1,12% relataram que não sabem se há alguém que tem conhecimento sobre esse ponto.

A comparação entre os números acima e os relativos ao mesmo tema encontrados na pesquisa feita com homens que fazem sexo com homens (UNIVERSIDADE..., 2005) mostra cenários praticamente opostos nos percentuais entre os que possuem ou não a orientação sexual conhecida no trabalho.

Em relação à família, mais discrepâncias significativas. Dentre as lésbicas e mulheres bissexuais, 79,7% disseram que pelo menos um membro da família estendida sabiam da orientação sexual delas. Dentre homens que fazem sexo com homens na pesquisa de 2003, o índice foi de apenas 50,4%.

Acreditamos que, no intervalo de tempo entre as duas pesquisas (2003, quando foi realizada a pesquisa com o público masculino, e 2009, quando da realização da pesquisa com mulheres), avaliações sociais sobre a homo e a bissexualidade se modificaram positivamente na sociedade ao ponto de influir a postura de LGBTs rumo a uma maior tranquilidade para se assumirem como tais. Neste sentido, apenas uma pesquisa com o público masculino próxima temporalmente à realizada com mulheres homo e bissexuais nos daria base para afirmar se, realmente, elas são mais assumidas ou não do que eles. Com as pesquisas que ora lidamos, tal avaliação não é possível.

Alguns conhecimentos sobre travestis e transexuais do Distrito Federal são trazidos pela pesquisa Perfil das Transgêneros Profissionais do Sexo que Trabalham em Espaços Públicos do Distrito Federal, realizada pelo Estruturação – Grupo LGBT de Brasília em 2005 (ESTRUTURAÇÃO, 2005b). Foram aplicados 69 questionários.

Dentre vários dados, destacamos: 48% das respondentes disseram que a família aceitou o fato de elas serem transgêneros sem nenhum conflito. Outras 37% delas disseram que a família reagiu negativamente, mas que, com o tempo, houve aceitação. Sete por cento das respondentes foram expulsas de casa depois da revelação.

O cenário de alto número de anos de estudo verificado dentre homossexuais e bissexuais masculinos e femininos não se repete aqui. Das entrevistadas, nenhuma tinha curso de ensino superior incompleto ou completo ou pós-graduação. Do total, 1% era analfabeta; 10% tinham o ensino básico incompleto; 8%, o ensino básico completo; 22%, o ensino fundamental incompleto;

16%, o ensino fundamental completo; 19%, o ensino médio incompleto, e 25% o ensino médio completo.

Outro dado que precisa ser destacado é o que diz respeito à intenção delas de continuar a se prostituírem. Setenta e dois por cento das entrevistadas disseram querer sair da profissão. Outras 28% falaram o contrário, que queriam continuar. Vê-se, portanto, um alto nível de insatisfação dentre elas.

Das que desejam abandonar o sexo pago como forma de subsistência, 42% alegaram o perigo envolvido na prostituição; 40%, não verem futuro na profissão; 10%, não gostarem de se prostituírem, e 8%, outros motivos. Das que não querem sair da prostituição, 47% argumentaram que com essa atividade elas ganham mais dinheiro do que com outra profissão.

A evolução do movimento arco-íris no DF

Junto ao I Encontro Brasileiro de Homossexuais (Ebho), que ocorreu em abril de 1980, em São Paulo, foi realizado o I Encontro de Grupos Homossexuais Organizados (Egho). Dentre as poucas entidades presentes estavam Somos e Eros, da cidade de São Paulo; Libertos, de Guarulhos (SP); Somos, de Sorocaba (SP); Auê, do Rio de Janeiro, e Beijo Livre, de Brasília (SIMÕES; FACHINNI, 2009, p. 106). Portanto, o Distrito Federal estava na linha de frente do ativismo arco-íris no Brasil.

Tivemos a oportunidade de, em 2004 e 2005, conviver com Alexandre Ribondi, dramaturgo, diretor de teatro, ator, jornalista e escritor e que fez parte da fundação e da gestão do Beijo Livre. Outro dado na biografia de Ribondi que não pode ser esquecido é a sua colaboração ao jornal *Lampião da Esquina*, a primeira publicação do gênero dedicada a LGBTs no Brasil.

Em conversa informal sobre o Beijo Livre, fundado em 1979 e com duração até 1982, Ribondi nos explicou que a motivação para criar a entidade veio da proibição de um beijo de um casal de pessoas do mesmo sexo feita por funcionários do Bar Beirute, localizado na Asa Sul de Brasília e conhecido tanto naquela época quanto atualmente pela grande concentração de pessoas ligadas à arte, à Universidade de Brasília e homossexuais.

Um grupo de amigos, no qual Ribondi se incluía, ficou revoltado com a vedação. Dessa postura, nasceu o grupo com o nome-bandeira Beijo Livre. Dentre suas atividades, havia o periódico *Manga Preta*, mimeografado, que tinha uma linguagem extrovertida e direcionada a homossexuais.

A cena gay da época se completava com a boate *New Aquarius*, no Centro de Diversões Sul, área central de Brasília. Como única em todo o DF a receber sem problemas LGBTs, ela se tornou um microcosmo, com gays ricos e pobres, travestis profissionais do sexo, artistas fazendo shows de transformismo e integrantes do ativismo.

Infelizmente, há poucos registros sobre o movimento LGBT da capital federal, aliás, o que também ocorre na quase totalidade dos estados brasileiros. O movimento ainda não tem dado valor à historicização de sua trajetória e não possui recursos financeiros e humanos para tal. As informações a seguir foram coletadas informalmente com integrantes do ativismo da capital federal ou vividas por nós.

Logo depois do fim do Beijo Livre, nenhuma outra organização LGBT de expressão surgiu na capital federal. A situação mudou apenas em 1994, quando um grupo de amigos fundou o Estruturação – Grupo Homossexual de Brasília. No final dos anos 90 e início de 2000, também funcionou o Instituto Atitude, cujo principal articulador, Caio Varela, havia feito parte do Estruturação, e o Ações Cidadãs em Orientação Sexual (Acos), coordenado por Jaques Jesus, ex-presidente do Estruturação. Por volta de 2004, entretanto, o Atitude foi extinto. O Acos ainda existe em 2010.

Em 2005, um grupo de lésbicas e mulheres bissexuais, oriundo do Estruturação, fundou uma entidade independente, o Coturno de Vênus, que existe desde então. De 2007 em diante, outras entidades surgiram, tais como Elos LGBT e Sapataria.

O Estruturação – Grupo Homossexual de Brasília, que mudou de nome para, atualmente, Estruturação - Grupo de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (LGBT) de Brasília, completou 16 anos de existência em 2010, o que a faz uma das mais antigas do país. Como principal honraria, a entidade foi a primeira dedicada a LGBTs do Brasil a receber, em 2003, o Prêmio Nacional de Direitos Humanos, concedido pelo Governo Federal.

Um bom indicador do quanto o movimento LGBT brasiliense se desenvolveu nos últimos anos é a sua parada do orgulho LGBTs, que faz parte, se assim podemos dizer, da primeira geração desse tipo de atos no Brasil.

O quadro a seguir, fornecido pela Associação da Parada do Orgulho de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Simpatizantes (LGBTs)⁴ de Brasília, mostra o crescimento do ato, o maior de direitos humanos da capital federal: (ASSOCIAÇÃO..., 2010)

⁴ A parada de Brasília é uma das poucas do Brasil que inclui o nome “simpatizante” na sigla oficial. De acordo com a entidade, isso se deve ao fato de o grupo considerar que héteros que apóiam a causa também têm orgulho de estar no trabalho pela cidadania arco-íris.

Números de participantes da Parada do Orgulho LGBTs de Brasília				
Ano da Parada	Nº participantes	Crescimento relativo em comparação ao ano anterior	Crescimento absoluto em comparação ao ano anterior	Crescimento total (de 1998 a 2009)
1998	150	-	-	25.233% (números relativos) 37.850 (números absolutos)
1999	500	233%	350	
2000	1.000	100%	500	
2001	2.000	100%	1.000	
2002	4.000	100%	2.000	
2003	6.000	50%	2.000	
2004	8.000	33%	2.000	
2005	15.000	87%	7.000	
2006	20.000	25%	5.000	
2007	28.000	40%	8.000	
2008	35.000	25%	7.000	
2009	38.000	8%	3.000	

Nota-se uma movimentação percentual descendente nos últimos anos, mas, tendo em vista o crescimento do número absoluto, vê-se que o evento ainda tem capacidade significativa de atrair pessoas.

Como ocorre em todas as paradas, elege-se um tema a ser explorado pelos materiais gráficos e seminários ligados ao evento e para dar o tom das falas políticas que ocorrem durante a caminhada. Dentre os 12 temas já desenvolvidos pelas paradas de Brasília, destacam-se o de 2006, em que, pela primeira vez no Brasil, de acordo com a associação, se falou de voto consciente de LGBTs nas eleições gerais, e o de 2008, em que se exigiu do governo distrital a criação de um órgão específico para o segmento.

A Coordenação de Pesquisas do Estruturação – Grupo LGBT de Brasília, a pedido da Associação da Parada do Orgulho LGBTs, realizou, durante a parada de 2009, um levantamento com o intuito de conhecer quem participa do evento. Os números revelaram um evento politizado, jovem e diversificado. Foram aplicados 233 questionários (ESTRUTURAÇÃO, 2009a).

A respeito de idade, a maior faixa de idade dos participantes é a que vai de 14 aos 19 anos (31,5%). A segunda é que vem logo a seguir, dos 20 aos 25 anos, com 26,7%. Há, portanto, indicações de que o movimento LGBT brasileiro tem conseguido se mostrar para os jovens e despertar pelo menos em alguns deles a sensibilização para a luta pelos direitos humanos e a auto-aceitação da sexualidade.

Outro dado mostra o quanto o movimento LGBT local pode estar vivendo uma boa fase. Dos que estavam na parada, 37,3% relataram ser aquela a primeira da qual participavam. A leitura apenas desse dado pode deixar a impressão de que a adesão ao ato não seria tão grande, entretanto, a segunda resposta mais assinalada pelos questionados, com 30,9%, tinham ido a mais de três

paradas incluindo a de 2009. Portanto, o evento tanto atraiu grande parte do público quanto fidelizou outra grande fatia numérica.

Foi perguntado também a respeito da motivação do respondente para estar na parada. As respostas em ordem decrescente de citação (múltipla escolha): 39,7% foram se divertir; 29,3% foram apoiar a causa; 17,3% para reivindicar direitos, e 13,4% por curiosidade. Vê-se que as motivações políticas, a segunda e a terceira respostas, somam 46,6%, um índice significativo.

A respeito das razões que levam pessoas ao evento, o relatório da pesquisa aponta que a parada não deve se prender aos índices alcançados pelas motivações políticas porque o ato deve ser visto como uma grande e rara oportunidade de educar as pessoas e não só agregar quem já estaria “convertido” à bandeira LGBT de forma mais consciente ou engajada.

A parada, assim, não precisa ser vista apenas como lugar de pessoas conscientizadas, mas como locus de promoção real dessa conscientização. Enfim, não se deve apenas analisar como as pessoas chegam à parada, mas, inclusive e até principalmente, como elas saem do evento. Espera-se que mais educadas sobre seus direitos, sobre a importância de exigir sua cidadania e de como reagirem quando discriminadas. Concluindo, a parada não é lugar de “educados” apenas, é também para ações educativas com vistas à transformação de mentes, e isso em si mostra sua importância, já que, de outro jeito, seria por demais difícil acessar tantos LGBTs de forma tão política com tanta repercussão para a sociedade em geral das bandeiras defendidas pelo movimento LGBT (ESTRUTURAÇÃO, 2009, p. 12).

Nessa linha, o fato de 90,1% dos questionados avaliarem o evento como muito importante ou importante para o fim da homofobia também evidencia que mesmo com razões distintas para estar na parada, as pessoas acreditam participar de algo que irá contribuir para uma mudança social. Também chama a atenção a porcentagem de 27,5% dos integrantes da parada serem heterossexuais, índice próximo ao da pesquisa realizada no mesmo tipo de ato da cidade de São Paulo aqui já citado.

Como prova do quanto o movimento LGBT no DF ainda pode crescer, em 2009, foram realizadas quatro novas paradas, as das cidades de Sobradinho, Ceilândia, Paranoá e Gama. Tal fato representou importantes passos para levar a cada vez mais pessoas à reflexão a respeito da diversidade de orientação sexual e identidade de gênero. As cidades de Taguatinga e Recanto das Emas já realizaram paradas. Esta pela quarta vez e aquela pela segunda vez em 2009.

Fora esses eventos, a cidade é uma das poucas do Brasil que contam com uma caminhada específica em prol da cidadania lésbica. De 2005 a 2008, esse ato chamou-se parada lésbica. Em 2009, o nome foi modificado para caminhada. A manifestação é feita em lembrança a 29 de agosto, Dia Nacional da Visibilidade Lésbica.

Um ponto sempre levantado nas análises sobre a situação de LGBTs é a violência. Pesquisa do Estruturação – Grupo LGBT de Brasília mostra que o cenário sobre essa questão na capital da República é preocupante.

Foram entrevistados 356 homossexuais, bissexuais e transgêneros em bares, boates e cafés voltados a esse público entre 22 de junho e 19 de setembro de 2007. Do total de entrevistados, 64% relataram que tinham sido vítimas de discriminação por ser LGBT nos dois anos anteriores à pesquisa.

Dentre os que relataram ter sofrido violência, 41,2% foram xingados em locais públicos; 23,2% sofreram agressões físicas; 9,6% foram impedidos de beijar seus parceiros em locais públicos; 8,8% perderam o emprego; 8,3% foram impedidos de entrar ou foram expulsos de locais públicos; e 8,8% sofreram outros tipos de violência. (ESTRUTURAÇÃO, 2008b, p. 12)

Como forma de analisar o nível de impunidade nos casos de assassinatos de LGBTs no Distrito Federal, o Estruturação criou, em 2008, o Indicador Cinza. O índice é feito dando notas ao que é feito pela Secretaria de Segurança Pública local no que concerne à prisão dos acusados de assassinatos de LGBTs e pela Justiça na condenação dos responsáveis pelos crimes.

Caso os algozes sejam presos, o caso ganha 0,5 ponto. Com a ocorrência do contrário, a nota é zero. Na primeira possibilidade, a Justiça passa a ser avaliada. Se houver julgamento e condenação, mais 0,5 ponto é dado ao caso. Se não, a nota atribuída é zero. Assim, tem-se, no mínimo da soma, zero quando não há sequer prisão dos suspeitos e um quando há condenação dos criminosos.

Explicando resumidamente, faz-se uma média das notas de cada caso identificado entre 10 de dezembro de um ano e 9 de dezembro do seguinte. A média é chamada de Indicador Cinza (cujo nome é um contraponto ao arco-íris, símbolo de valorização à diversidade). Quanto mais próximo de zero for o indicador, mais impunidade e, quanto mais próximo de um, mais justiça.

O primeiro indicador foi o 2008-2009, que ficou em 0,66, ou seja, houve mais ações esperadas rumo à punição de culpados de assassinatos de LGBT do que falta de ação ou falhas. No período analisado, ocorreram sete mortes em seis casos de homicídio. (ESTRUTURAÇÃO, 2009) O índice mostra que a temida homofobia institucional (que seria um sentimento geral de uma instituição de desprezo ou rejeição a LGBTs) não é destacada na Justiça e na Secretaria de Segurança Pública do DF, algo muito positivo.

O poder público no DF e os LGBTs

As argumentações políticas apresentadas na 11ª Parada do Orgulho LGBTs de Brasília, realizada em 2008, para defender seu tema, a criação do Conselho Distrital de Cidadania LGBT, mostram como o Poder Executivo local trata a questão arco-íris. “Na estrutura do Governo do

Distrito Federal, há conselhos do negro, da mulher, do idoso, da pessoa com deficiência, da infância e adolescência... E não há nada para LGBTs”, disse Michel Platini (2009), integrante da diretoria da Associação da Parada do Orgulho LGBTs de Brasília.

De concreto em relação a LGBTs há muito pouco. Aí estão a I Conferência Distrital de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais, feita em 2008 sob pressão das entidades arco-íris e do governo federal e de onde se tirou uma série de propostas em diversas áreas para execução, o patrocínio da Empresa Brasileira de Turismo (Brasiliatur) às paradas do orgulho em 2009 e o reconhecimento do nome social de pessoas trans na rede de ensino público desde o ano letivo de 2010. Este último ato não chega a ser inovador porque, antes do DF, Goiás, Pará e Piauí e cidades tais quais São Paulo, Fortaleza e Belo Horizonte já ofereciam essa possibilidade.

O cenário é bem diferente quanto o poder avaliado é o legislativo. Dentre os projetos aprovados na casa, estão lei que pune até com fechamento de estabelecimentos comerciais que discriminem por orientação sexual, a oficialização do Dia de Combate à Homofobia (17 de maio, comemorado em muitos países em alusão à data em que a homossexualidade deixou de ser considerada doença pela Organização Mundial da Saúde, em 1990), a obrigatoriedade de treinamento de agentes de segurança pública para o respeito a LGBTs e a inclusão de companheiros de servidores homossexuais do Poder Executivo na previdência desta categoria trabalhista.

O quanto de arco-íris há no morador do Distrito Federal

A única referência no que diz respeito à opinião dos moradores da capital da República sobre LGBTs encontrada no processo deste estudo foi a Pesquisa Heterossexuais do DF e o que Pensam sobre LGBTs (ESTRUTURAÇÃO, 2008b), feita pela Coordenação de Pesquisas do Estruturação – Grupo LGBT de Brasília. Foram aplicados questionários a 219 pessoas acima de 16 anos de idade encontradas em pontos de fluxo.

A pesquisa é ampla e oferece a possibilidade de verificar perfis daqueles que mais respeitam e dos que menos respeitam LGBTs. Quanto ao gênero, o relatório da pesquisa diz:

Os homens ainda são os mais preconceituosos quando o assunto é diversidade de orientação sexual e identidade de gênero. Nas respostas às 43 questões da pesquisa, os homens são os que mais rejeitam a convivência com LGBT e os que são mais contrários a direitos desse segmento. Um exemplo é o fato de 21,2% das pessoas de sexo masculino entrevistadas terem dito que deixariam de fazer consulta com um médico ao descobrir que o profissional é gay ou bissexual. Por outro lado, apenas 9,6% das mulheres responderam sim quando perguntadas se fariam o mesmo em relação a uma médica lésbica ou bissexual. (ESTRUTURAÇÃO, 2008, p. 17)

A respeito do projeto de lei que reconhece legalmente as relações amorosas entre duas pessoas do mesmo sexo, há uma divisão de opiniões. Do total, 33,8% dos entrevistados (219

peçoas) falaram ser favoráveis à proposta; 29,2%, disseram ser contra; 25,6% se colocaram como indiferentes à questão e 11,4%, flexíveis.

Quando os dados anteriores são divididos por pertencimento religioso surge outra informação sobre o perfil geral de quem mais rejeita os direitos LGBTs. “Segmentando estes dados por religião, percebe-se que os católicos são os mais favoráveis à proposta (45,9% deles). Já os protestantes são os que mais se posicionam contra a união entre pessoas do mesmo sexo (48,8% deles)” (ESTRUTURAÇÃO, 2008b, p. 20)

A pesquisa evidencia um fato muito importante para que se possa compreender como a relação pessoal pode afetar positivamente o que heterossexuais pensam sobre homossexuais e de que forma é mais fácil dizer que se rejeita uma pessoa se ela é apenas uma “idéia”.

A pesquisa explorou o nível de relacionamento dos entrevistados com LGBTs para saber se esse fato teria alguma interferência no nível de homofobia (aversão e/ou ódio a LGBTs). A resposta foi positiva.

Para quem tem homossexuais e bissexuais na família, um quarto dos entrevistados, apenas 7,3% dizem que sentem vergonha por esse fato. Dos que declararam não possuir parentes homossexuais e bissexuais, 24,1% avaliam que tal deva ser motivo de vergonha para a família. Portanto, quem vive a situação real de ter um parente gay, lésbica ou bissexual tem avaliação menos negativa deste ponto do que aqueles que apenas lidam com a situação de forma hipotética.

O mesmo ocorre nas amizades. O Estruturação perguntou se, nos dois anos anteriores à pesquisa, o entrevistado teve algum amigo ou amiga que se declarou homossexual ou bissexual ou se o respondente descobriu que alguém do seu círculo de amizade não era heterossexual. Dos que viveram essa situação, apenas 3,1% deixaram de ter relação com a pessoa homo ou bissexual. Dos que não tiveram essa experiência, 8,9% disseram que terminariam a amizade caso esse fato ocorresse. (ESTRUTURAÇÃO, 2008b, p. 25).

O que se tem, portanto, é uma constatação do quanto conviver com um homossexual ajuda na aceitação da diversidade de amores e desejos ou, pelo menos, no respeito a essa característica. Enfim, tem-se um dado concreto do que tanto se fala no ativismo LGBT: quanto mais homossexuais, bissexuais e transgêneros se assumirem, mais os heterossexuais vão se educar a respeito da pluralidade de orientação sexual e identidade de gênero. LGBTs que desejam revoluções sociais podem começar pelo próprio quintal.

Além de analisar especificamente o Distrito Federal, é enriquecedor comparar o nível de aceitação da diversidade de orientação sexual, pelo menos, em relação a outras unidades da Federação ou cidades. Aqui apresentamos dois levantamentos que possibilitam essa visualização.

Pesquisa de 2007 feita pelo instituto Datafolha teve como objetivo levantar junto à população da cidade de São Paulo o nível de aceitação que esse contingente tem em relação a

homossexuais como integrantes de algumas profissões. Foram ouvidos 1.091 moradores acima de 16 anos de idade (INSTITUTO..., 2007).

Justamente como forma de possibilitar a comparação, o Estruturação incluiu as mesmas questões desse levantamento na pesquisa Heterossexuais do DF e o que Pensam de LGBTs. Abaixo, um quadro comparativo com as respectivas diferenças entre os percentuais encontrados para cada questão.

Um homossexual pode ou não pode ser...⁵

Profissão	Pode (SP)	Pode (DF)	Diferença DF para SP	Não pode (SP)	Não pode (DF)	Dif. DF para SP
Professor	82	87	5%	16	10	- 6%
Jogador de futebol	79	86	7%	18	10	- 8%
Senador ou dep. federal	77	78	1%	21	17	- 4%
Governador	73	76	3%	25	19	- 6%
Ministro	72	76	4%	26	20	- 6%
Juiz	72	74	2%	26	22	- 4%
Presidente da República	69	70	1%	29	25	- 4%
Militar	69	69	0%	29	27	- 2%
Pastor de igreja evangélica	47	32	- 15%	50	64	14%
Padre da Igreja Católica	45	32	- 13%	51	64	13%

O que se constata é que os moradores do DF estão mais abertos a aceitar homossexuais na maioria das profissões (grande parte delas relacionadas a poder e a cargos de alto reconhecimento social) do que os habitantes da cidade de São Paulo, conhecida como uma metrópole diversa e cosmopolita, pretensamente mais tolerante. O DF se mostra mais conservador apenas no que diz respeito a cargos religiosos, mas de forma acentuada.

Estudo mais minucioso do relatório da pesquisa Datafolha mostra importantes constatações. Os percentuais encontrados mostraram que mulheres, pessoas de até 34 anos de idade e mais escolarizados são mais tolerantes que homens, pessoas acima de 60 anos de idade e com menos anos de estudo. Quem tem renda maior também figura no primeiro grupo. Os de renda menor rejeitam mais homossexuais nos cargos pesquisados. (INSTITUTO..., 2007)

O recorte das opiniões da pesquisa do DF feito com base no gênero dos pesquisados revela homens mais resistentes a homossexuais nas profissões citadas e mulheres na posição oposta, o mesmo visto no levantamento paulistano. Na capital da República, das 11 ocupações, o percentual

⁵ Os índices de Não Sabe foram: professor: 2% (SP) e 3% (DF); jogador de futebol: 2% (SP) e 4% (DF); senador ou deputado federal: 2% (SP) e 5% (DF); governador: 2% (SP) e 5% (DF); ministro: 2% (SP) e 5% (DF); juiz: 2% (SP) e 4% (DF); presidente da República: 2% (SP) e 5% (DF); militar: 2% (SP) e 5% (DF); pastor: 4% (SP) e 4% (DF); e padre 4% (SP) e 4% (DF).

de mulheres que responderam que homossexuais poderiam exercê-las é maior do que o número de homens que disseram o mesmo em nove delas. A diferença maior ocorre nas opiniões acerca do posto de militar. Enquanto 84% delas aceitariam um gay no cargo, apenas 66% deles concordaram com a maioria das avaliações femininas.

As únicas exceções acontecem quando se trata de padres e pastores. No primeiro caso, 36% dos homens disseram que um homossexual poderia ter essa atividade e apenas 34% delas os acompanharam nessa avaliação. No segundo, os índices são 41% e 30% respectivamente.

Tal mudança pode ser atribuída a uma pretensa relação maior de mulheres com instituições religiosas e com as regras de tais organizações, as quais proíbem homossexuais de assumirem cargos religiosos. Assim como a oposição mais acentuada de homens a gays na carreira militar pode ser entendida pela maior relação com o universo das Forças Armadas por parte desse segmento de gênero em comparação ao das mulheres.

De toda forma, fica patente o fato de que nem sempre uma característica de um grupo, como o gênero, é determinante sobre seu comportamento em todas as questões relativas a LGBTs. No exemplo acima, o fato religioso interferiu e modificou a postura mais aberta das mulheres constatada nas respostas dadas sobre outras profissões.

Quanto à idade, a pesquisa realizada no DF indica que os grupos mais são resistentes à idéia de ter homossexuais na maioria das profissões focadas pelo levantamento são os que compõem os segmentos com 36 anos a 45 anos de idade e 46 anos a 55 anos de idade.

Com exceções dos cargos militar, padre e pastor, os gráficos de aceitação que possuem como eixo horizontal os grupos etários e como o vertical o nível de aprovação se apresentam como hipérbolos côncavos em cujos fundos estão justamente nos segmentos acima citados.

A linha tem seus pontos mais altos nos primeiros grupos etários (16 anos-25 anos, 26 anos-30 anos, 31 anos-35 anos) e volta a subir no segmento acima de 56 anos de idade, embora, geralmente, não aos níveis constatados nos grupos iniciais, onde ocorrem os pontos mais elevados, destacadamente nos dois segmentos mais jovens. O que se tem aqui é praticamente o mesmo cenário desenhado na pesquisa feita pelo Datafolha na capital paulista.

A pesquisa Juventudes e Sexualidade também fornece condições de colocar lado a lado o DF e 13 capitais brasileiras. Na tabela do percentual de alunos do ensino fundamental e médio que não gostariam de ter homossexuais como colegas de classe, o DF ocupa a quarta posição (com 28,2%) quando se tem os valores em ordem decrescente. (CASTRO; ABROMAVAY, SILVA, 2004, p. 281) Aqui há alinhamento com a média geral das localidades (27%) e pouca diferença entre o maior e o menor índice (8% apenas). Portanto, não é cabível colocar o DF em uma situação distante positiva ou negativamente das capitais pesquisadas.

O inverso ocorre quando a pergunta é feita para os pais de alunos a respeito dos filhos terem homossexuais como colegas de classe. Colocando em ordem decrescente os números encontrados dos que disseram não a essa pergunta, o DF fica em 13º (com 24,6%) das 14 posições. Uma ótima colocação (CASTRO; ABROMAVAY, SILVA, 2004, p. 282). A média dentre as 14 localidades estudadas é 29,1%. O DF, assim, fica abaixo da média geral e bem distante de cidades como Fortaleza (47,5%), Recife (46,4%) e Salvador (39,7%), as que possuem os maiores percentuais (todas no Nordeste brasileiro).

De forma impressionante, vê-se, por essa pesquisa, que os mais jovens (estudantes) são, levemente, mais intolerantes do que os mais velhos (pais de alunos) no DF. Uma quebra de expectativa vinda do senso comum, que consideraria pessoas com idade mais madura como portadoras de mais conservadorismo e, vindo de pessoas jovens, justamente o contrário.

Entretanto, há de ser observado que a pesquisa feita com alunos teve um contingente significativo de jovens abaixo de 16 anos. Quando se fala de uma juventude aberta a idéias menos preconceituosas refere-se, de forma geral, a pessoas com idade justamente maior de 16 anos. Aqueles com idade entre 10 anos e 14 anos são considerados como crianças ou pré-adolescentes e não são inclusos na idéia mais estrita e simbólica de juventude.

Além disso, é preciso ter em mente que o número de estudantes que disseram que não gostariam de ter um homossexual como colega é superior apenas 3,6% na comparação com o percentual de pais que não queriam gays nessa situação em relação aos filhos. É uma diferença pequena, indicando uma quase equiparação.

Por tudo isso, não é possível dizer que jovens são mais homofóbicos ou não em contraposição aos mais velhos no DF com base nesta pesquisa, apesar de ela apontar tendência a ser levada em conta como um possível indicador de comportamentos.

Pequenas diferenças de visões não é o que ocorre quando os dados a respeito dos pais são lidos levando em conta o gênero dos respondentes, o que, mais uma vez, nos leva à sedimentação do fato de mulheres serem mais tolerantes do que homens em relação à homossexualidade.

Dentre as estudantes do ensino fundamental e médio do DF, 19,8% responderam que não gostariam de ter um colega homossexual. Esse índice vai além do dobro quando os respondentes são estudantes masculinos, 39,7%. (CASTRO; ABROMAVAY, SILVA, 2004, p. 281)

Entretanto para perturbar qualquer análise linear, o DF juntamente com Salvador foram as únicas localidades das 14 pesquisadas em que os pais do sexo masculino foram menos resistentes do que as mães em não quererem um homossexual como colega do filho. Dentre eles, na capital da República, esse índice foi de 17,4%, e, dentre elas, 26,9%.

O nível de aceitação e/ou rejeição de cada um dos segmentos apontados (de gênero, etário, sócio-econômico e de escolaridade) no que diz respeito a homossexuais serão muito importantes para a elaboração do questionário aplicado nesta pesquisa e para a leitura do cenário analisado.

Capítulo 2

Do folhetim à televisão 3D

Patriarca de uma família rebate comentário negativo sobre a homossexualidade da filha. Jovem, aos prantos, diz que é gay à mãe, a qual o abraça também chorando e afirma que o ama. Duas lésbicas assumidas e aceitas pela família e amigos lutam para adotar uma criança. Travesti é ofendida, chama a polícia e a responsável pelas palavras agressivas é detida.

Os fatos acima, em maior ou menor grau, estão na concretude do dia-a-dia de boa parte das sociedades. No Brasil, com certeza. Devido ao quanto a diversidade de orientação sexual e identidade de gênero foi debatida publicamente desde o final do século XX, é certo que, ao fim da primeira década seguinte, muitos não se assustem com aqueles acontecimentos. Podem ser contra ou a favor, mas já guardam algum tipo de contato com a pluralidade de amores e desejos.

Haveria surpresa, entretanto, se o objeto de análise fosse uma projeção feita por um/a ativista homossexual, bissexual ou transgênero no final dos anos 1990 sobre como a não-heterossexualidade estaria exposta na mídia 20 anos depois. Olhando significativos fatos prejudiciais à liberdade de amar e desejar em sua época, é bem possível que a resposta do militante não fosse: “O amor homossexual será mostrado em novelas às 14h e haverá final feliz para o casal de lésbicas ou gays.” É fonte de satisfação constatar que, se o/a ativista realmente não falou isso, ele/a errou.

“Novela *Mutantes* da Record pode ter beijo gay”. “Lésbica de *Senhora do Destino* estará na capa da Playboy”. “Atriz diz não ter medo de fazer lésbica em TV”. “Travesti Rogéria grava participação em *Paraíso Tropical*”. Esses são exemplos de manchetes que dão conta da existência de personagens LGBTs em telenovelas no Brasil nos anos anteriores a 2010. E é só uma amostra pequena frente à quantidade gigantesca de matérias na imprensa que tais fatos, raros em outras épocas, provocaram e ainda provocam.

Quanto ao que faria da possível previsão do ativista LGBT no final dos anos 90 algo errado, dá-se um exemplo. Em 2009, na reapresentação da telenovela *Senhora do Destino*, de Aguinaldo Silva, na faixa Vale a Pena Ver de Novo, da Rede Globo, o público pôde acompanhar novamente a história de amor das jovens Eleonora (Mylla Christie) e Jenifer (Bárbara Borges), a qual foi recheada de declarações de desejo, discursos contra o preconceito e demonstrações de tolerância. A primeira exibição da trama ocorreu em 2004 e 2005, entre 21h e 22h.

No primeiro capítulo deste trabalho, em que se falou de uma revolução arco-íris, tratou-se do avanço da questão LGBT no poder público, na sociedade, como movimento social e no mercado. Aqui é reservado espaço para que, enfim, fale-se de como o fortalecimento da visibilidade e do

reconhecimento social de LGBTs tem ocorrido em um dos produtos de maior expressão da tevê brasileira, as telenovelas.

A origem do folhetim

No processo de entendimento de como personagens LGBTs de telenovelas são apreendidos pelo público, foco maior deste trabalho, é necessário conhecer a história desse gênero da teledramaturgia e as relações daqueles produtos criativos com o meio social e econômico que os receberam e os engendraram.

A marca mais significativa do estilo narrativo da telenovela é sua estrutura em capítulos, em partes seriadas de diversas tramas que se entrelaçam. Para Alencar (2004, p. 41), essa forma de contar histórias vem das origens do homem. De acordo com o autor, os desenhos em cavernas que mostravam fatos localizados no tempo eram uma história em pedaços. O mesmo tipo de narrativa, defende Alencar, também está em epopéias gregas (*Ilíada* e *Odisséia*, de Homero) e nas falas dos navegantes da Idade Média sobre suas aventuras.

São exemplos também histórias célebres da literatura mundial como *As Mil e Uma Noites*, no século VII, em que Sherazade, como forma de prolongar sua existência, sob constante ameaça de um soberano, contava, a cada noite, uma história que só teria desenvolvimento no dia posterior, o que justificava a manutenção de sua vida. “E no século XIV, Decameron, que se compõe de cem pequenas novelas, faz de Bocaccio um dos primeiros romancistas” (ibid., p. 41). No século XIX, surgem os folhetins (histórias curtas que compõem uma maior publicadas em jornais diários).

Para que haja uma compreensão mais ampla desse gênero criativo, deve-se atentar a aspectos diretamente ligados à partição da história, os quais dizem muito da relação entre autor, obra e usufruidor (ouvinte ou leitor primeiramente).

Uma característica definidora é o fato de a disponibilidade do contato com a história não estar sob comando irrestrito de quem a consome. O autor da trama e até simplesmente seu publicizador, no caso das histórias em pedaços, mantêm uma relação de poder significativa durante todo o contar. Sherazade sabia muito bem disso. “A arte de fazer esperar, desejar”, disse acertadamente Alencar (p. 42).

Essa observação é fundamental para que se veja o quanto pode ser rasa a comparação entre um romance dividido em capítulos e uma telenovela se for levada em conta apenas a existência de interrupções no seu trajeto narrativo. Há dois motivos para tal consideração.

O capítulo de um livro é mera parte de um todo que está sob comando do leitor. Esse poder é dado pelo autor e pelo publicizador ao entregar toda a história pronta. Com o início, meio e fim em suas mãos, é o usufruidor da história quem ditará o consumo da obra no tempo. Acelerações,

retardos, releituras, grandes ou pequenas descontinuidades... Tem-se o final à disposição tão facilmente como se tem acesso ao princípio.

Além disso, em um romance, um capítulo pode ser simples convenção ou o encerramento de uma fase. Entretanto, no folhetim e em suas derivações (telenovela, radionovela e outras), as partes são unidades definidoras tanto da relação com os usufruidores quanto da narrativa, a qual deve ter elementos suficientes para produzir, cada uma, um clímax. Não é um simples dividir, é dividir no ponto exato para a geração da expectativa.

Daí vem a criação da estrutura narrativa do gancho, um elemento que se caracteriza pela “interrupção da ação no ponto de maior tensão, adiando-se o seu desfecho ou a satisfação das expectativas” (COSTA, 2000, p. 91). Utilizá-lo implica estabelecer um ritmo narrativo específico à história, dando-lhe mais dinamicidade, com personagens propensos à ação e dotados de personalidades mais expressivas.

Ir à origem do folhetim é tanto encontrar a base mais antiga da telenovela como forma de contar histórias parceladas textual e temporalmente quanto ter a capacidade de notar a relação desse tipo de estrutura com o público e com os ambientes sociais e a economia.

Vindo do francês, feuilleton (folhetim) era o rodapé das páginas de jornais, espaços dedicados, no geral, a crônicas, músicas, charadas, crimes e casos interessantes. Com a censura governamental francesa, a aniquilação de algumas notícias mais “sérias” obrigou os jornais a preencher os espaços deixados com esses “fait divers”.

Em meados da década de 1830, Émile de Girardin, responsável pelo jornal *Le Presse*, de Paris, tinha como objetivo tornar a publicação diária. Para isso, o periódico precisava ser mais vendido, portanto, interessante a cada vez mais pessoas. A ordem era popularizar. “E nada melhor do que histórias contadas em capítulos [...]. Seriam histórias de amor e aventura, no chamado estilo folhetim-miscelânea, baseadas na mentalidade romântica, [...] e no melodrama do teatro popular” (ALENCAR, 2004, p. 42).

Em 1936, o *La Presse* publica a primeira história seriada. Encomendas especiais para Honoré de Balzac (*A menina velha*) e Alexandre Dumas (*O conde de monte cristo*) deram impulso à estratégia, que logo foi copiada por publicações concorrentes e marcou a história da literatura européia ocidental como forma de divulgação de grandes obras.

A produção encomendada de textos com o objetivo de aumentar as vendas e tornar a tiragem diária dos jornais não foi um detalhe no desenvolvimento do folhetim. O que levaria o leitor a comprar o jornal no dia seguinte? A resposta seria a “necessidade” de saber como continua a história. Enfim, preencher a expectativa deixada pela própria trama. A questão econômica é que definia o estilo da escrita. E até mais, como se verá.

Estar em atualidade com o público leitor era outro grande diferencial dos folhetins. As histórias eram escritas ao mesmo tempo em que eram levadas ao público. O que surgia era um ciclo auto-sustentável que tornava o poder de determinação bipartite pelo menos. Partes na mão do autor e do publicizador e outras na do leitor. O criador todo-poderoso não cabia até porque, como em toda relação comercial, o cliente (leitor de jornal) tem toda ou grande parte da razão. Contrariá-lo demasiadamente não é demonstração alguma de inteligência.

Provas dessa junção criadora, na França marcadamente, eram cartas dos leitores enviadas aos escritores e, inclusive, aos personagens dos folhetins com conselhos e pedidos. Até oferecimento de ajuda a uma donzela que passava por dificuldade monetária existia. Com isso, sob tal pressão, dramas eram amenizados, personagens logo se recuperavam ou eram mais ainda castigados. E histórias que não agradavam ao público eram encurtadas. Em pensar que alguns imaginam que a interatividade nos meios de comunicação de massa nasceu com a internet, no século XX!

A chegada do folhetim ao Brasil ocorreu rapidamente. Ortiz, Borelli e Ramos (1989) registram que em outubro de 1838, ou seja, cerca de dois anos depois da estréia do gênero no *La Presse*, brasileiros já podiam ler um folhetim em português. O primeiro foi a história *Capitão Paulo*, de Alexandre Dumas, que foi publicada no *Jornal do Comércio*, do Rio de Janeiro, apenas algumas semanas depois da estréia no jornal *Echo*, francês.

Entre um país e outro há semelhanças e diferenças que não são bons qualificantes do folhetim publicado no Brasil. O que se tem na França é uma nova modalidade de narrativa e uma literatura popular feitas para fisgar o leitor e conquistar outros tantos com o claro objetivo de gerar vendas de jornal.

No Brasil, houve até escritores conhecidos, dentre eles José de Alencar, que publicaram histórias ficcionais nos periódicos, mas foram as traduções de histórias francesas que abasteceram por muito tempo e em grande volume a imprensa brasileira.

Além de não ser significativa em quantidade, a pretensa existência de um folhetim brasileiro é seriamente questionada por Ortiz, Borrelli e Ramos (1989). Os autores identificaram fortes indícios de ter havido apenas uma compartimentação das histórias no Brasil de romances inteiros já escritos totalmente. Isso tornaria errôneo falar de uma produção folhetinesca nacional de expressão. Assim, há de ser feita uma clara diferenciação de folhetim como simplesmente um formato para publicação (no caso brasileiro) e o folhetim como estrutura narrativa específica (caso francês).

Outra diferença identificada na comparação do folhetim na França e no Brasil foi o alcance de público obtido por cada um. Em terras brasileiras, esse gênero narrativo nunca foi algo do universo popular em contraposição ao erudito, como ocorreu no universo da criação literária francês.

Tal discrepância foi gerada pela falta, no Brasil, de um cenário econômico que favorecesse a expansão do mercado de obras de literatura e de imprensa. O desenvolvimento econômico na França foi profícuo ao ponto de desenvolver os dois tipos de literatura em diferentes setores da sociedade. Livros eram artigos de elite e os folhetins, obras popularescas.

No Brasil, ambos meios quedaron restritos aos endinheirados e alfabetizados (grupo muito pequeno no país da época). O folhetim, portanto, não significou expansão de leitura de obras ficcionais. E uma chance de mudança não seria favorecida pelo tempo. “Já no final do século XIX, ele [o folhetim] deixa de “ser moda”, sem nunca ter sido popular” (ibid., p. 17).

Agora é pelo rádio e depois na revista

Um profissional do mercado de comunicação e publicidade em 2010, para descrever a possibilidade de um mesmo conteúdo estar disponível em diferentes meios, diria se tratar de uma comunicação feita em multiplataformas. Tudo muito moderno, mas, que se preste atenção, com gênese no início do século passado.

Exemplo é o que ocorreu com o folhetim, aqui visto não como a publicação seriada de uma história em jornais, mas como uma forma de estruturar uma trama em unidades que contenham gancho seja em que “plataforma” for. O que se viu depois do declínio dessa estrutura narrativa nos periódicos diários foi sua ida para cada um dos meios de comunicação que mais tarde seriam inventados: rádio, cinema e revistas.

A serialização de histórias no rádio começou nos Estados Unidos em 1932, com episódios diários de 15 minutos. Eram as *soap operas*. O nome é indicativo de uma característica forte que marcaria, dali em diante, os meios de comunicação massivos (aqui em oposição aos meios interpessoais de comunicação, como telefone).

Soap opera é ópera de sabão. O nome vem do fato de terem sido empresas de higiene pessoal e para limpeza (Procter & Gamble, Colgate-Palmolive e Lever Brothers) as primeiras produtoras de histórias radiofônicas divididas em capítulos.

Sobre a principal marca de diferenciação entre *soap opera* e a típica radionovela latinoamericana, esta advinda diretamente do folhetim, ela estaria no desenrolar da trama. “Contrariamente ao gênero folhetinesco, que se organizam em ‘próximos capítulos’ que anunciam o desfecho final da estória, a *soap opera* se constitui de um núcleo que se desenrola indefinidamente sem ter realmente um fim”. (ibid. p. 19).

E quando surge a radionovela? Em Cuba, em 1935. Depois, em importantes países de fala espanhola da América Latina, começaram a ser feitas essas produções. Foi após a visita a um desses países, a Argentina, que o diretor da Rádio São Paulo, Oduvaldo Viana, teve contato com o gênero e quis trazê-lo ao Brasil.

Em 1941, o País ganhava suas primeiras radionovelas: *A predestinada*, na Rádio São Paulo, e *Em busca da felicidade*, da Rádio Nacional, a qual, junto com a clássica *Direito de nascer*, foram dois dos maiores sucessos de público. Ambas traduzidas de obras cubanas.

O interesse comercial está na base da expansão da radionovela pela América Latina. *Em busca da felicidade*, por exemplo, foi produzida pela Standard Propaganda, agência de publicidade da empresa de itens de higiene Colgate (integrante da companhia Colgate-Palmolive).

A razão dessa multinacional para investir nas radionovelas estava no seu interesse de atração de um determinado público, as donas de casa. O raciocínio era cristalino e eficaz: a empresa queria falar com as mulheres consumidoras. Para tal, as próprias companhias criaram programas de interesse do segmento, nos quais os produtos, apesar de não ser a mensagem principal, como ocorria nos spots publicitários, estavam ali com seus atributos e nomes devidamente divulgados.

Quanto aos temas abordados nas produções radiofônicas, há predomínio quase total de assuntos ligados ao universo feminino (algo sintomático tendo em vista o público ao qual se desejava atingir), ao amor e ao fazer chorar, aí com histórias de perdas e sofrimento rumo à superação. O melodrama predomina.

A dimensão das radionovelas no Brasil foi gigantesca. Entre 1943 e 1945, foram transmitidas 116 novelas por uma única emissora, a Rádio Nacional. As tramas também chegavam a cidades que não Rio de Janeiro e São Paulo, lugares de sua produção. Fitas eram levadas a emissoras de boa parte do País. Ainda nos anos 40, havia outra opção para que se pudesse acompanhar histórias seriadas, o cinema com suas matinês dominicais.

Mais um sucesso que viria a ocorrer nesse âmbito surgiria nos anos 50. Em 1951, foi lançada a revista *Encanto*, a primeira do Brasil que se dedicava à fotonovela, fotografias em sequência que contavam uma história com ajuda de inscrições em balões e retângulos ora reproduzindo falas das personagens ora dando vez a um narrador. Em seguida, no mesmo ano, a publicação *Grande Hotel* também passou a se dedicar ao gênero. Antes e desde 1947, a revista mostrava apenas histórias desenhadas.

Em 1952, surge a mais famosa publicação de fotonovelas, *Capricho*, a terceira a ser comercializada pela Editora Abril. Sete anos depois, a revista alcançou tiragem de 500 mil exemplares, um número dificilmente alcançado pelas publicações no Brasil atualmente. Em 1951, outra que ficaria bem conhecida, *Sétimo Céu*, da Editora Bloch, foi lançada.

Boa parte das tramas era produzida na Itália. Como atrativos, além das histórias, havia dicas de beleza e de moda e contos românticos, tudo voltado especificamente às mulheres. As fotonovelas tiveram vida relativamente longa. Só nos anos 80 veio sua decadência.

Quanto ao conteúdo, o bom mocismo e o apreço aos valores familiares eram a tônica das histórias, majoritariamente românticas com personagens principais como um par amoroso. Mesmo com essa base, ia-se além. Uma nova visão sobre o papel da mulher era exposto.

Desde o início, as revistas de FN [fotonovelas] têm como perspectiva a integração da mulher na sociedade urbana, formando novas donas de casa (consumidoras) e mães de família. Através da ficção, como de toda uma parte didática, elas transmitem padrões urbanos. [...] Trata de problemas de trabalho e tem construído a imagem da mulher moderna, que trabalha fora do lar e mora em cidade grande, frequenta lugares noturnos, sai a sós com os rapazes, etc. (HABERT, 1974, p. 31).

Buitoni (1983) avaliou o grande sucesso da fotonovela, a qual foi, até a época da análise da autora pelo menos, o tipo de ficção impressa mais lido no Brasil, nação que foi do analfabetismo para a tevê sem passar pela leitura.

A linha do tempo do folhetim nos mostra algo muito importante no que se refere à sua relação com a sociedade. Seja com pedidos expressos de leitores para que um folhetim tenha esse ou aquele desfecho (Em *O Guarani*, diz-se, seu autor, José de Alencar, foi convencido a não matar o casal protagonista), seja captando o gosto médio das donas de casa para elaborar produtos de entretenimento que as atraísse e se tornassem vitrine de itens de higiene, seja testemunhando (ou incentivando) a mudança rumo a uma mulher urbana, os gostos, os valores, as visões de mundo do público dos folhetins em suas diversas “plataformas” são colocados em jogo pelos meios de comunicação de massa.

Importante marcar que tal tipo de relação acontece desde o início das histórias folhetinescas. Portanto, o que se verá nos passos seguintes desse gênero, pelo menos nesse aspecto, pode ser apenas uma continuidade e um aprofundamento dessas características por mais revolucionária que tenha sido a plataforma da qual falaremos a seguir, a que mais popularizou as histórias em série no País.

A telenovela

“Em 18 de setembro de 1950, chegou ao Brasil o ‘mais subversivo de todos os veículos de comunicação do século’, como foi chamado por Assis Chateaubriand, fundador da [emissora de tevê] Tupi e dono de um império de jornais, revistas e rádios, os Diários Associados.” (CRUZ, 2008, p. 39)

O Brasil foi um dos países pioneiros na introdução da tevê no mundo. A televisão eletrônica foi apresentada em 1927. Mas, de acordo com Rixa (2000), apenas sete anos depois surgiu a primeira emissora, na Alemanha. No ano seguinte, foi a vez da Inglaterra, com a estréia da BBC.

Apenas em 1939, os Estados Unidos tiveram sua emissora, a primeira comercial, a NBC. Na América Latina, a TV Mexicana foi lançada 18 dias antes da brasileira. Houve experiências pontuais de transmissão de som e imagem no Brasil antes da TV Tupi (PRF-3- TV Difusora), mas, se for contar apenas os países que transmitiam programas diariamente na data de inauguração da nossa primeira emissora, o País foi o quinto a manter uma programação constante. Os outros foram Inglaterra, Estados Unidos, França e México, nessa ordem.

Cerca de 5 milhões de dólares foram gastos por Chateaubriand para a introdução definitiva da tevê no País. O estúdio, em São Paulo, recebeu 30 toneladas de maquinários. Faltando apenas um mês para a estréia, um “detalhe” foi levantado na equipe de instalação: não havia aparelhos de recepção no país. A única solução foi contrabandear 200 televisores por meio de importação, já que por meios legais, a encomenda demoraria dois meses para chegar.

Os aparelhos foram distribuídos majoritariamente na elite econômica e política da cidade. Entretanto, 22 foram instalados em lojas, bares e na Praça da República para que o povo também presenciasse o momento tão ímpar que era o contato com uma nova forma de comunicar.

Tudo estava planejado. A previsão é que o programa *TV na Taba* começasse às 21h. Perto desse horário, uma das três câmeras quebrou. O técnico americano responsável pelo equipamento sugeriu que a transmissão fosse adiada. Chateaubriand se recusou a fazer isso. Com uma hora de atraso, surgiu a primeira imagem na telinha.

Houve orquestra com a participação de um assoviador, números humorísticos – Escolinha do Ciccillo e Rancho Alegre, este com Mazaroppi –, uma atração esportiva que tinha um jogador de futebol, um apresentador e uma miniatura de campo, e um programa de calouros infantis, dentre outras apresentações. O Hino à TV encerrou a transmissão às 23h30. Hebe deveria cantar a canção, mas faltou. Foi substituída por Lolita Rodrigues.

No futuro próximo, a tevê engatinharia. “Enquanto ainda tentava conquistar espaço, público e anunciantes, a TV brasileira só tinha condições de iniciar as transmissões nos fins de tarde. Em 28/9/52, a Tupi paulista inaugurou seu horário das 11h30, cancelado meses depois por falta de audiência.” (ibid. p. 31)

Em janeiro de 1951, era o Rio de Janeiro que ganhava sua emissora, também pelas mãos de Chateaubriand, a TV Tupi Rio de Janeiro. No ano seguinte houve concorrência, a TV Paulista. Só em 1955, a capital do Brasil na época ganhou sua segunda emissora, a TV Rio.

À medida que foi ficando um pouco menos desconhecida de artistas, do público (ainda restrito) e dos produtores culturais, a tevê reunia condições para ter seus folhetins. A primeira novela brasileira foi *Sua vida me pertence*, de autoria de Walter Foster e que estreou em 21 de dezembro de 1951 na TV Tupi de São Paulo. A atração era levada ao ar às terças-feiras e quintas-feiras às 20h por 15 minutos.

A telenovela não nasceu sem polêmica. Já no surgimento do folhetim eletrônico, houve um choque de valores entre esse novo meio de comunicação de massa e seu público, revelando o poder provocador da tevê na sociedade, algo que será analisado com bastante atenção por este estudo. O debut das “discussões públicas” foi o primeiro beijo apaixonado mostrado na tela pequena.

A atriz Vida Alves e o ator Walter Foster, protagonistas de *Sua vida me pertence*, deram um beijo de lábios fechados. “Embora casto, gerou protestos de todos os tipos contra a imoralidade que ameaçava os lares do País” (ALENCAR, 2004, p. 19).

Não se tratava de um folhetim diário. “Durante toda a década de 50, são apresentados inúmeros textos, levados ao ar duas vezes por semana, e com uma duração média de vinte minutos por capítulo.” (ORTIZ; BORELLI; RAMOS, 1989, p. 28) Lembrando: tudo ao vivo. Quanto a números em São Paulo, em 1951, houve apenas uma trama. Em 1952, foram levadas ao ar 12 novelas e, no ano seguinte, 10. A Tupi era a maior produtora.

As tramas mostradas por essas novelas muito se assemelhavam. Tratavam de histórias de amor (significativa parte adaptadas de textos literários de Machado de Assis e José de Alencar) com uma divisão maniqueísta do bem e do mal e com a construção de um herói que a tudo vence. O final feliz era obrigatório.

A respeito da linguagem específica de narrativa textual e imagética, pouco se evoluiu do que era ouvido no rádio, veículo do qual grande parte de quem construiu o início da tevê no Brasil era oriunda. Para os insatisfeitos, a crítica era de que o mostrado era quase uma radionovela com imagens.

A precariedade de infra-estrutura e a falta de pessoal especializado eram grandes. Cenários eram reaproveitados muitas vezes, os artistas tinham de se dividir entre produções do rádio e da tevê, não havia figurinistas suficiente. Lidar com o visto também era um problema. Era comum uma atriz começar gorda o capítulo da novela e terminar magra. A perda de silhueta era causada pela retirada da sobreposição de peças, estratégia para dar conta de troca de roupa em tempo exíguo.

O melodrama, que deu o tom das novelas até 1953, perdeu espaço entre 1954 e 1959, nas emissoras de São Paulo, nos explica Ortiz, Borelli e Ramos (1989). Dedicou-se, nessa época, à adaptação de clássicos da literatura mundial (obras de Júlio Verne, Alexandre Dumas e Victor Hugo, por exemplo) e de alguns filmes de Hollywood, fonte das primeiras referências imagéticas que os produtores de tevê no Brasil tiveram.

Foram novelas dessa época *Os três mosqueteiros*, *Bocage*, *A ponte de Waterloo*, *Os miseráveis* e *Máscara de Ferro*, dentre outras. Não se pode esquecer de marcar a existência de tramas dedicadas às crianças, como *O jardim encantado*, *Pinocchio* e *Peter Pan*. Soma-se na produção de tramas, a TV Record, inaugurada em 1953.

A ficção na tevê na sua primeira década de vida também incluiu de forma destacada peças de teatro e teleteatros. A razão estaria na questão econômica e técnica da nova mídia. As emissoras não conseguiam se estruturar como empresas, não tinham alcance de público (até 1955, apenas Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte contavam com transmissão televisiva. A quarta cidade a ser incluída foi Porto Alegre, apenas em 1959), um aparelho era muito caro e o próprio capitalismo no País era incipiente.

Isso tudo deu às produções um caráter elitista. E não apenas em termos econômicos. A televisão “procurava programas de produção não muito cara, mesmo que dirigidos ao público mais sofisticado – que podia pagar pelos receptores [televisores]” (CAPARELLI; LIMA, 2004, p. 67). O resultado era um grande número de balés, música clássica e adaptações de autores como William Shakespeare e Anton Tchecov.

Ainda de acordo com Ortiz, Borelli e Ramos (1989), a fase compreendida entre os anos 1960 e 1963 foi caracterizada por novelas feitas com base em obras de autores brasileiros (Machado de Assis, José de Alencar, Jorge Amado e Érico Veríssimo) e em textos voltados especialmente à tevê. Essa presença maior de tramas nacionais se devia ao momento particularmente nacionalista que o Brasil vivia, com o governo de Juscelino Kubitschek, a inauguração de Brasília e a eclosão de movimentos políticos locais.

Mesmo com essas mudanças, até o início dos anos 60, eram os teatros e teleteatros que davam prestígio às emissoras e a quem as realizava. Quanto às novelas, era o contrário o que ocorria. “A telenovela surge como uma continuidade da radionovela, e a ela se impõe o sinal de desqualificação. A novela era percebida [...] com um gênero menor” (ORTIZ; BORELLI; RAMOS, 1989, p. 45).

Mais do que avaliações subjetivas, a concretude dos números de audiência só revelavam o quanto o público assistente de tevê não apreciava o folhetim. Pelo menos a aqueles quem, até ali, a tevê havia conquistado. E isso é importante entender, já que está nessa característica - a composição da audiência - a principal unidade de medida de quem fazia e fará, dali até hoje, a tevê comercial.

Frisa-se essa leitura porque é comum muitos teóricos de comunicação simplesmente esquecerem aquela relação e dar poder apenas a quem produz a tevê e não a quem a consome, tratando estes como entes sujeitados e vitimizados.

Uma das principais provas da crítica exposta acima está na mudança de perfil dos programas exibidos quando, nessa equação, o público é mudado. “A ênfase neste tipo de programação [voltada ao público mais sofisticado] termina quando a televisão passa a contar com um maior número de domicílios equipados com televisores, atingindo diversas classes sociais” (CAPARELLI; LIMA, 2004, p. 67).

Localizando a popularização da tevê no final dos anos 50 e, mais acentuadamente, em meados dos anos 60, os mesmos autores listam algumas razões para tal processo. Na arena governamental, houve a criação do Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962, que disciplinou a área e instituiu o sistema de outorga de concessões de canais.

Politicamente, o fato de a Ditadura Militar (1964-1985) ter dado ênfase ao meio televisivo pelo seu crescente poder de comunicação e de interligação das diversas partes do Brasil, reforçando a idéia de uma nação, fez com que facilidades estruturais, dentre outras, ocorressem em prol do empresariado do setor.

Exemplo máximo foi a criação, pelo governo federal, da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), em 1965, que permitiu a formação de redes de emissoras de tevê, questão tecnológica fundamental para a conquista de audiência. A rede permitia transmitir uma mesma programação a um público maior, o que otimizou custos e oportunizou maior faturamento por meio de anúncios.

Outro ponto fala de tecnologia, porém mais ligada à produção em si de atrações televisivas. O videoteipe surgiu em 1956 nos EUA, foi demonstrado no Brasil em 1959 e passou a ser usado com mais intensidade no ano seguinte. No meio artístico, houve resistência. “Uns diziam que televisão não era cinema – tudo deveria ser ao vivo” (RIXA, 2000, p. 124). A primeira novela que usou o recurso foi *Gabriela, Cravo e Canela*, na TV Tupi do Rio de Janeiro, exibida às terças-feiras e quintas-feiras em 42 capítulos, em 1961.

Como já foi colocado aqui, a relação entre produção televisiva e os valores do público é um dos pilares desta pesquisa. Saber como se dá esse processo, as movimentações que nele ocorre e as suas variáveis fazem parte de nosso escopo para entender de que forma produtos ficcionais de tevê, no caso a telenovela, influencia o pensamento da audiência a respeito de LGBTs.

Por ora, não tentaremos responder a essas questões, mas chamamos atenção para algo que pode ajudar a explicá-las: como a novela, objeto de nosso estudo, ascendeu em termos de audiência na televisão brasileira e passou a ser significativa nas programações das emissoras e no imaginário da população.

Observar bem o processo que ocorrerá a seguir com a TV Excelsior será importante para ajudar-nos a compreender em que direção se dá a dinâmica daquela relação e como se ajustam os poderes das emissoras e do público na determinação de conteúdos. Tal será parte basilar para saber as razões de um possível reforço dos valores da audiência ou uma contrariedade dos mesmos.

Em 1960, junta-se às quatro emissoras de São Paulo (TV Cultura, TV Tupi, TV Record e TV Paulista), a TV Excelsior. De início, ela impressionou por ter gestão com cunho mais empresarial, por cuidar melhor da própria imagem e, mais tarde, pela ousadia e pela contribuição dada ao avanço da telenovela.

Até 1962, a nova emissora tinha uma programação que poderia ser adjetivada de mais satisfatória à elite intelectual da cidade. Filmes de grandes diretores europeus e teatros exemplificavam o tipo de programas levados ao ar pela Excelsior. Entretanto, ser a quinta colocada dentre as cinco emissoras de São Paulo não agradava o seu presidente, Mário Simonsen.

Para mudar esse status, a direção artística da emissora é trocada e ao novo responsável, Edson Leite, cabia uma grande missão: aumentar a audiência, dar ao povo o que ele desejava. Assim foi feito. As duas principais armas foram shows de auditório, com Bibi Ferreira e Moacyr Franco à frente, e telenovelas.

A opção é influenciada, como registra Ortiz, Borelli e Ramos (1989), pela Colgate-Palmolive. O discurso da empresa era o mesmo que ela própria usou na época da introdução da radionovela, o de que era essa atração a melhor para se anunciar os produtos da multinacional.

Essa relação com empresas de artigos de limpeza e de higiene pessoal perdurou por toda a década de 60. E era comum executivos da Colgate-Palmolive decidirem que novelas seriam feitas, com que diretor e qual o elenco. Assim como no rádio, os nomes das empresas eram muito visíveis. Na tevê, era muito conhecida a faixa Novelas Kolynos.

O resultado do “conselho” dado à Excelsior foi a primeira novela diária do Brasil, *2-5499 ocupado*, de autoria argentina, protagonizada por Tarcísio Meira e Glória Menezes e levada ao ar a partir de julho de 1963. Inicialmente, a trama era exibida apenas três vezes por semana. Depois de consolidada é que a trama começou a estar na programação de segunda-feira a sexta-feira. O VT foi fundamental no desafio de tornar o folhetim diário.

De início, a novidade não ganhou muitos adeptos, mas, passados dois meses, a audiência começou a crescer. As produções seguintes seguiram a receita e, em 1964, um fenômeno é registrado.

Os senhores dirão que estamos exagerando, mas a verdade é que as novelas em TV, por obra não se sabe do quê, viraram epidemia neste país. É uma doença agradável, que se contrai com prazer [...]. Famílias inteiras se postam diante do televisor e acompanham, do neto ao avô, aqueles episódios de folhetim eletrônico. [...] O jantar servido antigamente às 20h, desceu para as 17h, porque pouco depois começarão os romances seriados na TV (BORELLI FILHO, 1964 APUD ORTIZ; BORELLI E RAMOS, 1989, p. 62).

Números demonstram o quanto a telenovela, depois de anos sendo “artigo” de segunda linha, conquista um grande espaço na tevê e no dia-a-dia da sociedade. A quantidade de telenovelas produzidas entre 1963 e 1969 é maior do que a feita entre o surgimento do gênero e 1962.

A grande audiência obtida pelas emissoras com a adoção de telenovelas fez com que essas atrações fossem colocadas no horário nobre. Do outro lado, teatros e teleteatros definhavam em preferência do público e eram cancelados ou tinha a frequência diminuída.

O início das telenovelas diárias se dá com folhetins melodramáticos seja em adaptações de romances seja em textos importados do México, da Argentina e de Cuba feitos para a tevê. A polarização entre bons e maus, ricos e pobres, felicidade e tristeza é constante nas tramas.

Alencar (2004), Costa (2000) e Ortiz, Borelli e Ramos (1989) concordam que a novela *O Direito de Nascer*, clássico de origem cubana da época da radionovela e levada ao ar em 1964 pela TV Tupi paulista, foi a novela que firmou esse tipo de atração junto à audiência. O processo que vinha de anos anteriores de crescimento de audiência das novelas conhece um dos seus maiores ápices. A partir dele, as emissoras já não duvidavam do poder de atração e de rentabilidade dos folhetins eletrônicos.

Depois de tantas adaptações de telenovelas latinas ou de obras literárias brasileiras e de ser levadas ao ar até simples traduções de scripts para o português, formou-se, no Brasil, um grupo de autores mais experimentados no gênero.

Como resultado, diz Alencar (2004), em 1966, depois de 15 anos de novelas no País, finalmente houve uma produção com texto totalmente nacional, *Ambição*, escrita por Ivani Ribeiro, uma das grandes autoras do gênero no Brasil.

A agitação mercadológica, social e artística em torno das novelas, agora diárias e cada vez com mais audiência, produziu, em pouco tempo, um novo marco na história da tevê e da telenovela no Brasil. O ano foi 1968, quando foi ao ar *Beto Rockfeller*, de Bráulio Pedroso, da Tupi paulistana.

Por que o início de uma nova era? “Consagrava-se um estilo novo de dramaturgia e interpretação, muito diferente do modelo méxico-cubano, excessivamente melodramático e artificial.” (Costa, 2000, p. 155). No mais, a trama não tinha como ponto principal apenas questões íntimas e sentimentais, mas também assuntos de cunho social.

O personagem-título é a encarnação desse novo modo de fazer novela. Rockfeller era homem que não conhecia limites para poder estar no meio da elite. No lugar de moçoilas chorosas por um amor perdido, entra um anti-herói que não conhecia a ética para chegar ao topo sócio-econômico.

Outro ponto inovador detectado por Costa (2000) é a interpretação, que sai de um esquematismo, de uma teatralidade para algo mais próximo do natural. A linguagem falada pelas personagens também é similar à que o telespectador utilizava para se expressar. Neste aspecto, a trama reforçou o que já vinha sendo colocado em novelas anteriores mesmo que timidamente.

A Rede Globo e o Brasil noveleiro

Recuemos um pouco no tempo apenas para registrar o início de uma emissora que pode não ter se destacado na história da tevê e da telenovela em seus primeiros passos, mas que, em pouco tempo, iria marcar não apenas essas áreas como a história do Brasil.

Em 1965, Roberto Marinho, proprietário do jornal O Globo (de 1925) e da Rádio Globo (de 1944), começa a atuar em outro meio de comunicação. Naquele ano, começa a operar a TV Globo Canal 4, do Rio de Janeiro. No ano seguinte, com a compra da TV Paulista, a emissora inicia sua atuação também em São Paulo.

Ilusões Perdidas, de Ênia Petri, e *Rosinha do Sobrado*, de Moysés Weltman, ainda em 1965, foram as duas primeiras novelas da emissora. Esse início, entretanto, não foi o que configurou a primeira fase das novelas globais. Pelas mãos da autora cubana Glória Magadan, o Brasil não se via. As histórias produzidas por ela, e foram muitas, se passavam na Europa, em desertos do mundo árabe, em cortes.

São exemplos *O sheik de Agadir*, *Paixão de outono*, *Eu compro essa mulher* e *A rainha louca*. Condes, duques e sheiks povoavam as telinhas. O que mostrou ter funcionado bem. Em 1966 e 1967, o público apreciou as histórias, o que cacifou a autora dentro da Globo.

O ano de 1968, entretanto, o reino de Magadan iria acabar. Enquanto a Excelsior coroava a inovação na teledramaturgia nacional com *Beto Rockfeller*, trama contemporânea sem esquematismos sentimentais e de interpretação e a Tupi investia na contação da história do Brasil com novelas tais como *A muralha* e *O tempo e o vento*, a TV Globo mostrava *Rosa Rebelde*, mais uma história de amor no estilo capa e espada tão apreciado pela autora cubana.

Entretanto, a realidade estava mais dinâmica que o mundo medieval de Magadan. *Rosa Rebelde* foi um fracasso de audiência. Em 1969, a Globo demitiu a autora e empreendeu uma guinada para o abrasileiramento e atualização das tramas. O sinal da necessidade de modificação, como ocorre em boa parte das vezes quando se fala de mídia, foram os telespectadores que deram.

Ainda avaliando esse momento de profunda mudança da telenovela no Brasil, vê-se o peso da identidade da audiência com a história apresentada naquele momento histórico. Peso esse que fez histórias sem ligação com o linguajar, a contemporaneidade e a realidade social mais ampla da audiência serem rejeitadas.

De novo: quem deu essa marca não foram as redes de tevê. Elas, como se viu, mostraram opções de enredos, e o veredicto veio do público: essas, com temas nacionais e com maior ligação com a atualidade, em detrimento daquelas, passadas em lugares fora do Brasil com personagens estranhos à realidade nacional.

Anunciantes também começaram a perceber tal movimentação. Álvaro Mazzi, diretor da Colgate-Palmolive, em 1968, defendia que uma trama interessante para a empresa anunciar seria aquela que tivesse enredo realista, plausível de acontecer com cada um dos espectadores e que não possuísse problemas insolúveis ou complicados (ORTIZ; BORELLI; RAMOS, 1989).

Claro que falar de realidade, no singular, de um país tão vasto territorialmente e plural culturalmente beira à fraqueza analítica. Mas voltaremos a debater esse ponto confrontando visões e delineando um pensamento nosso a esse respeito.

Ainda em 1969, a TV Globo marcou o rompimento com os melodramas exibidos desde sua inauguração. Um indicativo forte dessa renovação foi o slogan “Novela Verdade” usado nas peças publicitárias de divulgação da trama *Véu de Noiva*. A autoria era de Janete Clair. Cláudio Marzo e Regina Duarte encabeçavam o elenco. Como prova da atualização e da contextualização mais brasileira, a trama tinha como pano de fundo o mundo do automobilismo, e a referência ao piloto real Emerson Fittipaldi era constante.

Nesse bojo, vieram *Pigmalião 70*, de Vicente Sesso, cujo principal personagem era um feirante, e *Verão Vermelho*, de Dias Gomes, cuja história se passava não nas Arábias, mas na Bahia.

Em 21 de junho de 1970, um marco para a Globo e para a novela: primeiro capítulo de *Irmãos Coragem*, de Janete Clair. Um dos trunfos foi a trama envolver um jogador de futebol justamente no ano em que o Brasil se tornava tricampeão mundial no esporte. Aliás, o dia da estréia da trama foi também a data da conquista do título.

Em 1969, quando, além da saída de Magadan, o comando da Rede Globo foi tirado das mãos de artistas e jornalistas e colocado sob responsabilidade de homens de publicidade e de marketing, surgiu uma gestão até então só vista de relance na Excelsior (que não chegou à perenidade. A emissora acabou em 1970 sob forte perseguição da ditadura militar e com grande dívida junto ao governo).

Dentre as estratégias da emissora global estavam maior respeito à grade de programação, que começou a ser pensada para atingir determinada fatia de público a cada horário (as novelas foram divididas, por exemplo, entre as das 19h, das 20h e das 22h), obrigatoriedade de anunciantes que desejavam anunciar no horário nobre fazer o mesmo em outros períodos do dia (o que rentabilizou programas não tão valorizados) e o estabelecimento de um padrão de alto nível de qualidade em todas as atrações. Os grandes responsáveis por tal postura foram Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni.

Enfim, o que se tinha era uma emissora tratada como uma empresa não apenas com objetivos de lucro, isso todas tinham, mas que se organizava internamente também para buscá-los. A visão mercadológica ditava o ritmo de produção da tevê.

Se a TV Tupi foi a responsável pela revolução dramaturgica do gênero [novela], foi na Rede Globo que o gênero ampliou-se, consolidou-se e industrializou-se. A Globo responde pelo abasileiramento total da telenovela e por sua transformação em produto de consumo em território nacional e internacional. É nesse ponto que ocorre a segunda revolução da

telenovela – a “revolução industrial” da ficção brasileira – e o início da “moderna telenovela brasileira” (ALENCAR, 2004, p. 53)

A origem de tal visão empresarial e estratégias de mercado, entretanto, é um dos episódios mais controversos da história da comunicação do Brasil. “A Globo, ainda em fase de implantação, aceitou a oferta [do grupo de comunicação americano Time/Life]. Porém o investimento aberto de um grupo norte-americano contrariava o artigo 160 da Constituição [...]” (CAPARELLI; LIMA, 2004, p. 72).

A legislação, em defesa de uma comunicação ligada aos valores nacionais, vetava, expressamente, uma empresa com administração estrangeira participar da gestão de uma emissora de comunicação no Brasil. O caso motivou a instalação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) no Congresso Nacional, em Brasília.

A denúncia foi feita dois meses depois da inauguração da emissora, ocorrida em abril de 1965. No mesmo ano, o Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel) abriu um processo de apuração do caso. Falava-se de investimento de US\$ 5 milhões do grupo americano na Rede Globo, além de treinamento de pessoal seja nos EUA seja no Rio de Janeiro dentre outros tipos de ações.

Em depoimento à CPI, o próprio Roberto Marinho se defendeu dizendo que o contrato, que vinha de três anos anteriores à inauguração da emissora, era de apenas treinamento técnico e que os 300 milhões de cruzeiros repassados pelo grupo a ele não teriam sido utilizados.

O resultado foi a condenação da Rede Globo, mas, quem esperava a cassação da empresa de Marinho se frustrou. O presidente Marechal Castelo Branco apenas determinou que a emissora, em 90 dias, regularizasse a sua situação. O caso foi “resolvido”, porém tarde demais.

A parceria ilegal rendeu uma vantagem competitiva à Rede Globo que a colocou no patamar de maior rede e emissora do país desde então. Está-se, agora em 2010, e tal situação não está apenas igual como bastante improvável de ser modificada.

Os anos 1970 consolidaram a liderança da Rede Globo não só como emissora líder de audiência, mas também produtora de novelas. Nesse período, “a TV Tupi produziu 52 novelas, a TV Record, 19, a Bandeiras, nove, a Excelsior, apenas uma, enquanto [...] a Rede Globo produziu 77 novelas.” (ALENCAR, 2004, p. 58). Surgia a Hollywood dos trópicos.

Também foi nessa época que a televisão definiu uma estrutura narrativa mais específica a esse meio de comunicação. O gancho, típico de cada unidade da história folhetinesca, multiplicou-se. Tudo para suprir a necessidade das emissoras de prender atenção do telespectador fazendo com que ele visse também os comerciais entre uma parte e outra de cada capítulo. “Há então, quatro ganchos no decorrer da apresentação: três de menor grau, e um no fim – para o dia seguinte” (CAMPEDELLI, 1987, p. 43).

As cores chegaram às tevês dos EUA em 1953, inaugurando essa nova era tecnológica e de produção da tevê no mundo. No Brasil, a novidade se deu apenas em 1972. Em janeiro do ano seguinte, a telinha brasileira tem sua primeira novela colorida, *O bem-amado*, de Dias Gomes, na Rede Globo. A trama eternizou o personagem Odorico Paraguaçu, interpretado por Paulo Gracindo.

Quanto ao alcance da tevê, os números sofrem saltos grandiosos. Em 1965, tinha-se cerca de 2 milhões de televisores no Brasil. Em 1970, esse número é cinco vezes maior. O que se falava e se mostrava na tevê impactava cada vez mais pessoas.

Uma novidade de 1975 iria se fixar, uma novela para a faixa das 18h, que teve como marca a adaptação de obras literárias. Destacam-se *Helena, Senhora, Ciranda de Pedra, Dona Xepa e Escrava Isaura*. Essa, de Gilberto Braga e baseada em romance de Bernardo Guimarães, foi levada ao ar em 1976. Sua proeza foi ter sido vendida para mais de 100 países e aberto o caminho para produtos nacionais de tevê rumo a outros públicos pelo mundo. De acordo com Hamburger (2005), a criação dessa linha de novelas foi um ato para agradar a censura militar. Adaptar autores brasileiros estaria de acordo com a valorização da história nacional tão presente dentre integrantes da ditadura.

Às 19h, a intenção era provocar risadas. Destaca-se aí *Locomotivas*, de Cassiano Gabus Mendes, de 1977 e na qual as mulheres davam o guia das histórias. Virou mania entre as adolescentes. *Feijão Maravilha*, de Bráulio Pedroso, de 1979, foi o começo das comédias pastelão. A trama era homenagem às chanchadas da Atlântida.

A faixa das 20h foi dedicada à família, aquela que já viria da audiência dada ao Jornal Nacional. Os temas das histórias, urbanas ou rurais, prezavam por retratar o País da época e discutir assuntos que estavam palpitando na sociedade. Estão aí *Dancin' Days*, de Gilberto Braga, exibida em 1978 e 1979, e *Os Gigantes* (1979), de Lauro César Muniz.

Na primeira trama, a mocinha, Júlia Matos, vivida por Sônia Braga, era uma ex-presidiária. Bem diferente da mulheres puras dos melodramas dos anos 50, não? A segunda falava de eutanásia e criticava a expansão de empresas multinacionais.

Já pontuando um aspecto das novelas que é de grande interesse desse estudo, cita-se que são dessa década as primeiras personagens homossexuais deste gênero da teledramaturgia. De acordo com Mauro Alencar, doutor em Comunicação, a primeira novela a ter um gay foi *Assim na terra como no céu* (1970), de Bráulio Pedroso e exibida às 22h na Rede Globo. “O ator Ary Fontoura interpretava o carnavalesco Rodolfo Augusto, um gay caricaturizado.” (LETIERE, 2007)

Entretanto, Alencar só fala de espanto do público ou polêmica ao se referir aos personagens homossexuais de *O rebu* (1974), também de Bráulio Pedroso: o casal Conrad (Ziembinski) e Cauê (Buza Ferraz). Interessante ver que um gay, individualmente e estereotipado, não chocou a

audiência, mas que um casal sim. Seria mais aceitável um homossexual em si do que o amor e o desejo que podem existir entre dois homens?

Questões como essas e o histórico de personagens LGBTs em novelas serão tratados em uma parte específica deste trabalho e não dentro da linha do tempo que se continua a traçar aqui.

O fim desta década foi marcado também pela substituição das novelas das 22h por séries. As duas primeiras a ser exibidas foram *Malu Mulher*, com Regina Duarte, e *Carga Pesada*, com Antônio Fagundes. As duas se tornaram marco na tevê brasileira e ainda hoje são reverenciadas. A última novela do horário foi *Sinal de Alerta*, que tratava, nos dois últimos anos dos 70, de poluição ambiental.

No reino da novela havia uma majestade. E ela é rainha, é do gênero feminino. Ortiz, Borelli e Ramos (1989) informam que, nos anos 70, cerca de três quartos das mulheres preferiam ver novelas na tevê. Dentre homens, esse índice era de 40 a 50%.

Enfim, houve mudanças grandes na narrativa, nos temas e na estrutura produtiva das novelas, mas a relação desse tipo de programa com as mulheres continuou forte, o que, com certeza, tem impacto sobre a forma de produzir as novelas e conduzir as histórias (homens preferiam ação, e mulheres, menos dinamismo), e, inclusive, no ponto focado por este estudo: os temas levantados nas tramas e as formas de abordá-los.

O afastamento do melodrama das novelas foi coincidente à ditadura militar brasileira. Falava-se cada mais de temas sociais justamente em um período em que tal iniciativa oferecia risco de negativas por parte do governo federal. O resultado foram problemas mais freqüentes na ficção do que na área que deveria, pretensamente, mostrar a realidade.

“[...] A relação da Rede Globo e a censura revela que, enquanto no telejornalismo a autocensura praticamente evitou incidentes, no que se refere a novelas, o conflito e a negociação permanente imperaram. Em 1975, a censura proibiu, em cima da hora, a exibição da novela *Roque Santeiro*, que pronta para ir ao ar já possuía [...] 30 capítulos gravados. Em 1977, a novela *Despedida de casado*, de Walter George Durst, pronta para estrear no horário das 20h, também na Rede Globo, foi proibida” (HAMBURGER, 2005, p. 34).

Os primeiros anos oitentistas viveram as conseqüências do grande sucesso das novelas globais da década anterior. Uma das mais notáveis foi o interesse de outras emissoras de também produzir esse tipo de trama. A Bandeirantes levou ao ar, dentre outras novelas, *Cavalo amarelo*, com Dercy Gonçalves e *O meu pé de laranja lima*, ambas de 1980, e a segunda maior novela da tevê nacional, *Os imigrantes* (1981), de Benedito Ruy Barbosa. Foram 459 capítulos.

A TV Tupi, que também produziu novelas nos anos 70, encerrou *Como salvar meu casamento*, em 1980, sem mostrar o final (ALENCAR, 2004). O único fim concreto foi o da emissora.

O SBT, criado em 1981, teve sucesso com novelas importadas, como *Os ricos também choram*. Mas, em 1982, fez sua primeira produção própria, *Destino*, inspirada em original mexicano. Em pouco tempo, resolveu ficar apenas com tramas latinas, menos ricas textualmente que as brasileiras e representantes do melodrama.

A rede Manchete (1983-1999) teve experiências sem sucesso na dramaturgia desde o ano seguinte à sua fundação, mas, em 1986, mudou esse panorama com *Dona Beija*, de Wilson Aguiar Filho. A protagonista, Maitê Proença, ficou conhecida por sua nudez explícita, um estratagema que iria ser usado à exaustão pela emissora.

Na Rede Globo, os anos 80 foram um aperfeiçoamento das diretrizes aplicadas às novelas na década anterior. O resultado foram tramas de grande sucesso e repercussão. O horário das 18h se descolou das adaptações de obras literárias brasileiras. A aposta foi em tramas leves, sem grandes discussões sociais.

Estão aí, *Fera radical* (1988), de Walter Negrão, sobre o amor que se sobrepõe à vingança, *Pão Pão, Beijo Beijo* (1983), do mesmo autor, que falava da paixão de um homem por duas integrantes de uma família italiana, e *A gata comeu* (1985), de Ivani Ribeiro, sobre uma mulher frustrada por colecionar noivados, mas sem nunca ter conseguido se casar. A intenção era entreter o público infanto-juvenil também, que vinha da audiência dada aos filmes da Sessão da Tarde e de séries.

Em paralelo, o horário das 19h se entrega ainda mais ao escárnio. *Bebê a bordo* (1988), de Carlos Lombardi, *Guerra dos sexos* (1983) e *Cambalacho* (1986), ambas de Sílvio de Abreu, e *Ti Ti Ti* (1985) e *Que rei sou eu?* (1989), de Cassiano Gabus Mendes, são vistas hoje como momentos ímpares da criação folhetinesca no Brasil. Todas com textos cômicos de grande qualidade e criadas por autores que se firmaram neste gênero.

O horário das 20h consolidou-se como o horário das tramas que mais mobilizavam audiência e a opinião pública. Em 1985, a atração foi a novela *Roque Santeiro*, de Dias Gomes, censurada dez anos antes. Viúva Porcina (Regina Duarte) e Sinhozinho Malta (Lima Duarte), personagens da trama, entraram no imaginário brasileiro. O último capítulo chegou aos 100% de pontos de audiência. (BERNARDO, 2003)

Temas espinhosos não assustam. Em *Mandala* (1987), seus autores, Dias Gomes e Marcílio Moraes, falam de incesto. No ano seguinte, é exibida uma das novelas que são elevadas a obras primas da teledramaturgia nacional. Trata-se de *Vale tudo*, de Gilberto Braga, Aguinaldo Silva e Leonor Bassères.

O limite para se ter poder e dinheiro é mostrado tanto na relação entre mãe e filha quanto na de um executivo e a empresa onde trabalha. A música de abertura, *Brasil*, de Cazuza, desconstrói o mito de o Brasil ser um país justo e democrático.

No que se pode chamar de vida real, em 1989, um metalúrgico, Luiz Inácio Lula da Silva, se lança candidato a presidente do Brasil. Na novela *O salvador da pátria*, também das 20h, o matuto Sassá Mutema vira político. O fato de tal coincidência temporal causou muita polêmica e foi mais um exemplo do quanto uma novela pode repercutir no meio social. E de suas possíveis limitações. As meias coloridas usadas por personagens de *Dancin' Days*, dez anos antes, viraram moda. Lula perdeu as eleições.

A década de 1990 começou com uma grande novidade para o cenário de novelas no País. *Pantanal*, de Benedito Ruy Barbosa, exibida pela Manchete, chegou por volta de 40 pontos de audiência em suas melhores marcas. Para a Rede Globo, acostumada a liderar absoluta desde o final da década de 70, foi um baque.

As inovações estavam no tempo mais lento da edição, com longas tomadas seja de rios ou de revoada de pássaros, o fato de a natureza ter sido posta quase como um personagem e o contraponto feito à urbanidade excessiva das novelas de outras emissoras.

Entretanto, não houve continuidade. O passo seguinte do autor da trama pantaneira foi ir para a equipe global. Seguido pelo diretor pouco tempo depois. A Manchete tentou repetir o sucesso com outras tramas, mas não logrou os mesmos resultados.

O susto permaneceu nos anos seguintes, só que sem ganhos de qualidade para a teledramaturgia brasileira. O SBT, que fez novela própria em toda década de 90 praticamente, também alcançou marcas inéditas (acima de 20 pontos de audiência), mas apenas com exibição de tramas mexicanas. Destaque para *Carrossel* (1991), uma novela infantil exibida às 20h. Anos depois, a trilogia *Maria do Bairro*, *Maria Mercedes* e *Marimar*, com a mesma origem de *Carrossel*, conseguem incomodar a Globo, embora em menor proporção.

Com o tempo, tudo se rearranjou e ficou como antes. Depois dos primeiros anos de 1990, mais problemáticos, apenas em meados da primeira década dos anos 2000 é que uma novela de outra emissora que não a Globo conseguiria passar dos 20 pontos de audiência.

Em 1995, o Brasil ganhava uma típica *soap opera*, as tramas divididas em capítulos, tais como uma telenovela, mas sem um fim determinado. *Malhação* foca os jovens. Até fevereiro de 2010, pelo menos, estava sendo exibida. Praticamente a cada ano (ou até em intervalos menores) há renovação quase total dos atores. É exibida às 17h30, abrindo a maratona de obras de ficção nacional que irá adentrar a noite na emissora.

Nos horários das 18h e das 19h da Rede Globo, pouco se mexeu e os sucessos vieram. *Barriga de aluguel* (1990), de Glória Perez, falou sobre novidades científicas em procedimentos

para engravidar e fanatismo religioso. Um grande sucesso foi *Mulheres de Areia* (1993), de Ivani Ribeiro, um remake.

Também de Ivani, que criava desde muito antes da chegada da TV no Brasil, no rádio, foi *A Viagem* (1994), que destoava da comédia característica do horário das 19h. A trama, outro remake, falava de espiritismo e foi uma das grandes audiências dos anos 90 dessa faixa.

Por outro lado, um sucesso na década foi um legítimo exemplar da comicidade típica das histórias das 19h. Falamos de *Vamp* (1991), de Antônio Calmon. Aqui nem uma ode ao cotidiano nem um melodrama. Mostrava-se vampiros e seus dilemas emocionais e sanguíneos, se assim pode-se denominar. Ficou conhecida por ter conquistado os jovens.

No meio da década de 90, a questão de reforma agrária era um tema muito presente nos noticiários e nos debates de governo sobre o direito à terra e à alimentação. Como prova da capacidade de captar elementos da atualidade e projetá-la, a novela das 20h *O rei do gado* (1996), de Benedito Ruy Barbosa, mostrou justamente a paixão de um grande fazendeiro por uma integrante do movimento social sem-terra. Interessante ver que tanto o jornal anterior à novela quanto ela própria poderiam tratar do mesmo tema.

Nem só de verossimilhanças vive a telenovela, claro. O realismo fantástico de dois grandes sucessos da década prova isso. Em *Pedra sobre pedra* (1992), de Aguinaldo Silva, Ricardo Linhares e Ana Maria Moretzsohn, e, cinco anos depois, em *A indomada*, dos dois primeiros autores, havia histórias como a de mulheres que comiam uma flor para ser atacadas por um fantasma masculino e a de crateras que levavam ao outro lado do mundo quem caía nelas. As duas produções são exemplares de ótimas tragicomédias.

Fora do universo da ficção, um fator na seara tecnológica da televisão e de seus sistemas de distribuição e outro aspecto relacionado à ascensão sócio-econômica no Brasil começaram a se agigantar ao ponto de produzir reverberações no conteúdo da tevê de sinal aberto.

A equação é simples para uma emissora privada - uma empresa que precisa atender a um público consumidor. Quando as características da audiência sofrem mudanças, automaticamente as suas demandas também se modificam. E a lei do mercado é direta: quem deseja provê-las, no caso as emissoras, também deve se adaptar ao novo cenário.

Na segunda metade da década de 1990, em meio a um processo de inclusão de segmentos populares no universo do público reconhecido como consumidor, as classes A e B migraram para a TV a cabo, o que levou as emissoras abertas a apelarem para uma programação pautada pelos padrões considerados como típicos do gosto popular. O resultado é uma TV aberta de gosto duvidoso. (HAMBURGER, 2005. p. 38)

Já sintonizada com esse tempo novo, a Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados criou, em 2002, a campanha Quem Financia a Baixaria é Contra a Cidadania. Motivados por denúncias de telespectadores, integrantes de um conselho gestor da campanha, da qual participamos, produziam relatórios sobre os programas que desrespeitariam os direitos humanos e as funções educativas preconizadas pela Constituição que as concessões de tevê deveriam atender.

A partir daí, os anunciantes dos programas denunciados eram constrangidos publicamente por estar ligados a exemplos negativos de produção televisiva. Os programas de auditório eram os mais denunciados e pouco se falava das telenovelas.

De toda forma, os dois movimentos registrados acima por Hamburger quebram a realidade dos anos 70 e 80 na qual a tevê aberta falava a todos os segmentos sócio-econômicos e uma emissora em específico, a Rede Globo, que tinha índices de quase 100% de audiência, era efetivamente a que mais era vista e ouvida. Começa um novo momento da tevê no Brasil.

O folhetim e sua nova (e preocupante) era

Voltando aos folhetins, os anos 2000 se iniciam com uma potente amostra do quanto a novela pode promover um tema e colocá-lo em discussão pública modificando sensivelmente o comportamento das pessoas.

Por meio do drama da personagem da jovem Camila (Carolina Dieckmann), que sofria de leucemia, a novela *Laços de família* (21h), de Manoel Carlos, provocou uma onda de engajamento. “Para se ter uma idéia, de novembro de 2000 (quando o tema foi ao ar) a janeiro de 2001, a média de cadastrados no Registro Brasileiros de Doadores Voluntários de Medula Óssea (Redome) saltou de vinte para 900 por mês, um crescimento de 4.400%.” (ALENCAR, 2004, p. 163)

O que se vê é um caso de merchandising social, que na definição de Andrade e Leandro (2006, p. 2) “é, em linhas gerais, a inserção intencional, sistemática, estruturada e com propósitos educativos bem definidos de questões sociais na produção teleficcional brasileira.”

Essa forma planejada de interagir com a realidade e claramente dotada do propósito de influenciar comportamentos e visões já é prática usual nas tramas globais. Schiavo (apud *ibid.*, p. 4) lida com o número de 8.779 ações de merchandising social feitas em produtos ficcionais da Rede Globo em 1991 e 2004. Estão aí inclusos trabalhos em temas como cidadania, respeito a portadores de HIV/AIDS, uso de drogas, meio ambiente, conservação de escolas e a favor de homossexuais dentre inúmeros outros.

Há uma diferenciação entre tramas de cunho social, nas quais assuntos ligados à sociedade são abordados como elementos narrativos, e o puro merchandising social, que é inserido em falas e situações claramente pedagógicas até com dizeres mais racionais e argumentativas do que emocionais. Seria uma pausa da linguagem folhetinesca dentro de um folhetim.

Puras adaptações de obras literárias mundiais podem ser típicas do início dos folhetins na tevê, mas, em 2000, uma telenovela levemente baseada em um livro referencial fez um grande sucesso no horário das 18h. *O cravo e a rosa*, de Walcyr Carrasco, se passava na década de 20 e teve ótimo desempenho na audiência. A inspiração foi *A megera domada*, de Shakespeare.

Quanta às outras emissoras, nessa época, o SBT aposentou de vez os dramalhões latinos e, timidamente, produziu alguns folhetins, nenhum com grande sucesso. A responsável pelas tramas na segunda metade década de 2000 foi Íris Abravanel, esposa de Sílvio Santos, proprietário da emissora.

Dentre os destaques do SBT na área de telenovelas está, impressionantemente, a reprise de *Pantanal*, da extinta Manchete. Já no seu primeiro capítulo, em 9 de junho de 2008, a história quase dobrou a audiência comum no horário (de quatro para sete pontos). Depois, em outros dias, chegou-se a picos de 21 pontos, uma marca muito robusta. (PRADO, 2008).

A Bandeirantes, que assim como o SBT tem uma relação muito instável com a produção de telenovelas, chegou a realizar produções do gênero nessa época. *Floribella* (2005) e *Dance dance dance* (2007), com apelos aos jovens, e *Água na boca* (2008) são exemplos. A audiência sempre foi pífia.

A única emissora que teve sucesso em produções de novela nesse período foi a Rede Record, desde 1991 sob comando do bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus.

O investimento na teledramaturgia faz parte da estratégia da emissora de, claramente, desbancar a Rede Globo em audiência e se tornar líder, desejo expresso inclusive no slogan da empresa. “Desde o início do ano [2004], trocou o slogan, deixando o ‘Aqui o espetáculo é a vida’ e passando a adotar ‘A caminho da liderança’” (REDE RECORD..., 2004).

Em 2000, a empresa retoma a produção de novelas (a mais recente tinha sido feita três anos antes). A intenção era alcançar 10 pontos de média com *Marcas da Paixão*, de Solange Castro Neves, mas ficou em 6.

Em 2002 e 2003, houve um intervalo com produção zero na área. (TELEDRAMATURGIA). Em 2004, o intuito era retomar a produção de telenovelas para superar o SBT, então com o segundo lugar de audiência. A Record ocupava a terceira posição.

A primeira tentativa, com *Metamorphoses*, de Arlete J. Gaudin, resultou em um fiasco. Na estréia, chegou a atingir 17 pontos de audiência, mas a média, no decorrer da trama, foi de 2 e 3 pontos, prova da grande rejeição do público.

A boa notícia veio com o remake de *A escrava Isaura*, levada ao ar na Rede Globo em 1976 e agora adaptada por Tiago Santiago. O público aprovou. As médias de audiência ficavam nos dois dígitos e, muitas vezes, bem próximas dos 20 pontos. O sucesso fez o folhetim ser esticado em 67 capítulos. No último, chegou-se a 23 pontos de pico. (Id.)

Do outro lado, na Rede Globo, a trama *Começar de Novo*, de Antônio Calmon e Elizabeth Jhin, fraquejava e chegou a ficar apenas cinco pontos de audiência à frente da sua concorrente direta, *A escrava Isaura*. Um sinal amarelo se acendia na Globo. E novo fôlego se dava na Record.

Sem querer mexer em time vencedor, a emissora do bispo apostou em outra novela de época e adaptada de obras literárias: *Essas Mulheres* (2004), de Marcílio Moraes e Rosane Lima. A grande audiência não veio, mas a direção da emissora não se mostrou decepcionada em suas falas na imprensa.

Com *Prova de Amor*, de Tiago Santiago, em 2005, a emissora conseguiu uma marca inédita, que foi a de passar a audiência do Jornal Nacional, da Rede Globo (por oito minutos). O caminho de chegar próximo à campeã parecia estar cada vez mais consolidado.

Criticada por ter histórias e ambientação muito parecidas com as mostradas pelo novelista Manoel Carlos, da Rede Globo, que tem como marca falar de moradores do bairro carioca do Leblon, *Prova de Amor* levou a interação com o público a um nível inédito. Sim, porque receber contribuições/pressões do público não é algo novo nesse gênero, está com ele desde seu início. Está-se falando de uma obra aberta por excelência. Mas foi quebrado um novo limite.

No capítulo 222, exibido em 08/07/2006, o público pôde opinar no chamado “final interativo”. Nessa noite, os telespectadores escolheram com quem a personagem Teresa (Cláudia Alencar) deveria ficar: com seu atual namorado Hélio (Roberto Pirillo) ou com seu ex-marido Cadu (Raul Gazolla). Anteriormente, o público opinou sobre o destino da personagem Patty, de Renata Dominguez, pois a atriz teve que sair da novela para estrelar a trama substituta, *Bicho do Mato*. (TELEDRAMATURGIA)

A empolgação da Record continuou com *Vidas Opostas* (2006), de Marcílio Moraes, que mostrava algo raro nas telenovelas, que era a violência nos morros cariocas. Cenas de tráfico e consumo de drogas eram recorrentes. Chegou a vencer a Globo em audiência em alguns raros dias no Rio de Janeiro, e marcou 25 pontos no capítulo final, algo de surpreender.

Indo para o confronto direto, a Record fez o último capítulo de *Caminhos do Coração* (2007), de Tiago Santiago, que foi bem em Ibope, coincidir com o primeiro de uma trama da Rede Globo, *A favorita*, de João Emanuel Carneiro. Saldo: a pior audiência de uma estréia de novela às 21h da emissora líder. Mais uma vez, o reino tremia.

Sem querer arriscar e já se firmando em segundo lugar no ranking geral de audiência, a Record fez duas continuações de *Caminhos do Coração*. *Os Mutantes* (2008) e *Promessas de Amor* (2009). Na primeira, a ficção científica imperou. Seres humanos com superpoderes eram os protagonistas. Estreou com índice de audiência acima dos 20 pontos, mas encerrou com pouco mais

de 10 pontos na preferência do público. A terceira “saga” foi pior ainda. Em ambas, os efeitos especiais foram muito criticados por especialistas em tevê.

Desde então, o rumo da Record em direção à tão almejada liderança se desviou. *Poder Paralelo* (2009), de Lauro César Muniz, na tentativa de aumentar a preferência do público, chegou a ser trocada de horário cinco vezes. *Bela, a Feia* (2009), é uma adaptação de uma novela colombiana que fez sucesso em vários países, inclusive nos EUA em versão específica. A Record a lançou querendo 20 pontos de audiência, mas conseguiu 14 no Rio de Janeiro, cidade onde a emissora sempre tem mais aceitação do que em São Paulo, onde foi alcançado apenas 10 pontos. (BELA, A FEIA..., 2009).

No início de 2010, a emissora decidiu, pelo menos temporariamente, produzir apenas uma telenovela como forma de não ter de dividir energias de promoção entre duas ou mais tramas. Com isso, muitos artistas e trabalhadores envolvidos na produção desses produtos foram demitidos, reduzindo o mercado para esses profissionais e tirando mais um espaço para o desenvolvimento da teledramaturgia no País.

A Record, como se viu, chega a 2010 em crise no que diz respeito ao desempenho de suas telenovelas na adesão da audiência. E seria apenas ela? A resposta é não. A Rede Globo também terminou a primeira década de 2000 vivendo uma inflexão para baixo.

Levantamento feito pelo crítico de tevê Ricardo Feltrin, do portal UOL (FELTRIN, 2008) com as audiências média das três faixas horários de novelas da emissora na Grande São Paulo evidencia em números essa fase crítica justamente no mercado mais rentável e de maior tamanho.

Quanto aos números das tramas das 18h, são dados do levantamento:

Audiência novela das 18h – Rede Globo ⁶ (números na Grande São Paulo)		
Ano	Novela	Audiência
2000	Esplendor	27,6
2000/2001	O cravo e a rosa	30,6
2001	Estrela guia	30,9
2001/2002	A padroeira	26,0
2002	Coração de estudante	29,9
2002/2003	Sabor da paixão	24
2003	Agora é que são elas	28,4
2003/2004	Chocolate com pimenta	35,3
2004	Cabocla	34,5

⁶ Fonte: Ibope Telereport e Media Workstation (apud Feltrin, 2008)

2004/2005	Como uma onda	26,8
2005/2006	Alma gêmea	38,6
2006	Sinhá moça	33,1
2006/2007	O profeta	31,8
2007	Eterna magia	25,9
2007/2008	Desejo proibido	23,4
2008	Ciranda de pedra (até 15/9)	21,6

Vê-se que, desde *Alma Gêmea*, antecedida por uma novela com índice considerado baixo para o horário, os números são descendentes. Das quatro piores marcas registradas, as três mais recentes estão inclusas. Não pode passar despercebido que as duas maiores audiências da faixa, *Chocolate com pimenta* e *Alma Gêmea*, são de autoria de Walcyr Carrasco, um novelista que tem se colocado com um novo grande nome no folhetim televisivo.

O horário das 19h também se mostra problemático embora em menor escala.

Audiência novela das 19h – Rede Globo⁷
(números na Grande São Paulo)

Ano	Novela	Audiência
2000/2001	Uga uga	37,9
2001	Um anjo caiu do céu	33,6
2001/2002	As filhas da mãe	27,8
2002	Desejos de mulher	32,6
2002/2003	O Beijo do vampiro	28,2
2003/2004	Kubanacan	34,5
2004	Da cor do pecado	43,1
2004/2005	Começar de novo	31,0
2005	A lua me disse	32,4
2005/2006	Bang bang	27,2
2006	Cobras e lagartos	38,2
2006/2007	Pé na jaca	29,5
2007/2008	Sete pecados	29,6
2008	Beleza pura	27,7

⁷ Fonte: Ibope Telereport e Media Workstation (apud Feltrin, 2008)

As três últimas novelas apresentadas no horário formam a maior sequência consecutiva de índices abaixo dos 30 pontos. Entretanto, a comparação entre a média de audiências das sete primeiras novelas (33,95) e a das sete últimas (30,08) mostra uma diminuição não tão acentuada.

Situação crítica é justamente a da maior vitrine da teledramaturgia brasileira e a portadora do segundo espaço publicitário mais caro da tevê no País: a faixa das novelas das 21h.

Audiência novela das 21h – Rede Globo⁸
(números na Grande São Paulo)

Ano	Novela	Audiência
2000/2001	Laços de família	44,9
2001	Porto dos milagres	44,6
2001/2002	O clone	47,0
2002/2003	Esperança	38,0
2003	Mulheres apaixonadas	46,6
2003/2004	Celebridade	46,0
2004/2005	Senhora do destino	50,4
2005	América	49,4
2005/2006	Belíssima	48,5
2006/2007	Páginas da vida	46,8
2007	Paraíso tropical	42,8
2007/2008	Duas caras	41,1
2008	A favorita	37,2

Constata-se que, desde a maior marca alcançada, 50,4 (*Senhora do destino*), as audiências apenas caem. No mais, três dos quatro piores índices são do trio de novelas exibidas mais recentemente. Comparando *Laços de Família* com *A favorita*, vê-se que a faixa perdeu um de cada cinco telespectadores em oito anos.

Outro levantamento, feito pelo Ibope e disponível no blog do novelista Aguinaldo Silva (SILVA, 2009), ao dar uma visão mais ampla das audiências, atesta o quanto a telenovela atual vive uma fase de baixa assistência. O quadro a seguir mostra as 15 maiores audiências médias das novelas das 20h ou das 21h desde que o Ibope começou a fazer pesquisas diárias, cuja data não sabemos precisar.

⁸ Fonte: Ibope Telereport e Media Workstation (apud Feltrin, 2008)

Maiores audiências médias de novelas das
20h/21h da Rede Globo⁹

Novela	Ano estréia	Audiência
Roque santeiro	1985	67
Tieta	1989	63
O salvador da pátria	1989	62
Renascer	1993	60
Rainha da sucata	1990	59
Pedra sobre pedra	1992	57
Fera Ferida	1993	56
Vale tudo	1988	56
O rei do gado	1996	52
De corpo e alma	1992	52
Senhora do destino	2004	50
A próxima vítima	1995	50
América	2005	49
A indomada	1997	48
O dono do mundo	1996	47

Os dados mostram claramente o quanto as novelas da Rede Globo na década de 80 alcançavam um número muito grande de telespectadores. As três maiores audiências de toda a lista são desse período. Das 12 posições restantes, há outra da década de 1980, nove da década de 1990 e apenas duas de 2000 a 2008.

Resumidamente, lembramos que a audiência é a porcentagem de televisores ligados em um determinado programa em relação ao total de aparelhos existentes na região. Outro índice, que tem tomado cada vez mais importância, é o share. Nesse caso, o que se calcula é a porcentagem de televisores sintonizados no programa em relação aos televisores ligados em tevê, seja aberta ou fechada.

Da média de pontos de audiência da novela mais antiga neste ranking, 67% (de Roque santeiro) até a da novela mais recente, 50% (de Senhora do destino), vê-se que de cada quase sete telespectadores da Globo dois deixaram de sê-lo.

⁹ Ibope (apud SILVA, 2009)

Tendências para a(s) tevê(s) e para a telenovela

Tendo em vista o desempenho de mediano para baixo das outras emissoras em incremento de assistência, chega-se à conclusão que quem deixou de ver a novela da Globo não foi para outro canal, mas desligou a tevê ou passou a usá-la para outros fins.

Matéria da revista *Veja* (AUDIÊNCIA..., 2008) mostra dados do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebrap) confirmando essa forte tendência. Entre 1982 e 1991, de cada 100 televisores existentes em domicílios, 65 ficavam ligados (não é informado em que horário específico). Em 2008, esse número caiu para 42. No Rio de Janeiro, apenas entre 2005 e 2008, a média saiu de 44% para 36%.

Ainda de acordo com a reportagem essa queda pode ser atribuída ao acesso maior da população a outros meios de comunicação de massa e à internet.

A queda na audiência das novelas globais coincide com a expansão da TV paga e da internet residencial. Em 1997 e 1998, havia cerca de 2,5 milhões de assinantes de TV no país. De 1999 a 2003, a base era de 3,5 milhões. Daí em diante, cresceu com força: passou a 3,8 milhões (2004), a 4,1 milhões (2005), a 4,7 milhões (2006) e a 5,3 milhões (2007). A internet teve crescimento ainda mais vigoroso em número de usuários residenciais ativos. Era de menos de 5 milhões em 2001, passou a 7 milhões em 2003, saltou para 13 milhões em 2006 e chegou a 24,3 milhões em 2008. (AUDIÊNCIA..., 2008)

Tais percentuais levantam o debate sobre como se configurará a curto e médio prazo, o consumo de mídias. Há apocalípticos, dizendo que a tevê deixará de ser meio de entretenimento de força em muito breve, e há os que tentam fazer a integração, ora dizendo que todas as mídias irão conviver entre si, ora ratificando o caminho das convergências.

Importante ter o conhecimento de que a integração das mídias está sendo clamada e, paralelamente, também realizada. Pesquisa intitulada *o Estado da Democracia na Mídia*, feita pela consultoria Deloitte, mostrou que 85% dos brasileiros querem integrar TV e internet (COSTA, 2009).

Desejam tanto que a fazem até de forma prosaica. “Quase dois terços dos entrevistados estão às voltas com muitas tarefas durante o tempo em que assistem à televisão. As atividades online (navegar na internet, enviar/ler/receber e-mails) são as mais comuns” (Ibid.).¹⁰ O dado também ajuda a balançar a idéia de um receptor de tevê hipnotizado pela tela e se exercitando apenas no controle remoto.

¹⁰ Pesquisa realizada também nos Estados Unidos, Japão, Alemanha e Grã-Bretanha.

Sobre a internet, seu crescimento no Brasil realmente é considerável. Entre 2008 e 2009, o incremento no número de quem acessa esse meio foi de 10%, de acordo com a pesquisa Internet POP, do Ibope Mídia, feita em 11 grandes cidades brasileiras. (EM UM ANO..., 2010). Foi nesse período que a quantidade de internautas passou da metade. Eram 49% e foram para 54%. No Brasil, chegou-se a 64 milhões de internautas no final de 2009. (MINUTTI, 2009). O robustecimento é fato.

Além de aumento numérico de acessos, há outro fator até mais importante em jogo: a valorização simbólica. Pesquisa do Ibope em 2009 “aponta que entre a faixa estaria de 10 a 17 anos [de classe alta] o computador com internet é o item mais relevante, com 82% no ranking de prioridade. Em seguida estão a TV (65%) e o celular (60%)” (JIMENEZ, 2010).

Portanto, a tevê está presente, mas, nessa relação de amor duplo, parece que é o computador quem recebe as melhores declarações apaixonadas: 81% dos entrevistados concordaram que o computador se tornou um equipamento de maior entretenimento do que a tevê. E aquele que recebe mais atenção. De acordo com o estudo, o brasileiro passa 9,8 horas por semana assistindo tevê. E quantas navegando na internet? Por razões pessoais, 19,3 horas; por conta de trabalho ou estudo, 13,2 horas. Total: 32,3 horas por semana!

Nos EUA a relação com a tevê (aberta ou fechada) não sofre uma crise tão aguda. O mesmo levantamento mostrou que, na lista das mídias preferidas, o brasileiro coloca a assistência à tevê em terceiro lugar (46%). O primeiro é ver filmes (55%) e, em seguida, usar internet para interesses pessoais (53%). Já os americanos estão em outra direção. A mídia preferida é tevê (66%), o segundo lugar está com a prática de assistir a filmes (51%). Navegar na internet só fica com a terceira posição (38%).

Na trincheira da tevê, como objeto e como conteúdo, há muitas movimentações de guerrilha acontecendo. Em 2009, a tevê por assinatura conseguiu seu maior crescimento em sete anos. Dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) mostrou que, no ano referido, a quantidade de assinantes no Brasil foi 18,24% maior em relação ao ano anterior à pesquisa, ou seja, aumentou em quase um quinto. (EM 2009 TV..., 2010). Chegou-se a 5,4 milhões de domicílios no País com o serviço em 2009.

Por outro lado, a tevê digital, que foi instalada no Brasil no final de 2007 e que pode oferecer uma experiência bem diferente ao telespectador, não “aconteceu”. Em todo o período de debate entre governo federal e empresários para a adoção dessa tecnologia, passou-se a idéia que uma grande revolução iria ocorrer, com melhor imagem, portabilidade, multiprogramação e interatividade. No início de 2010, entretanto, apenas a primeira funcionalidade era efetivamente concreta.

A culpa desse vagar pode ser atribuída tanto ao Ministério das Comunicações, responsável direto pelo tema, quanto às emissoras, as quais não têm se mostrado interessadas em avanços porque o mercado ainda é ínfimo e o investimento em produção e equipamentos seria alto.

“Em 2010, a expectativa é de que sejam vendidas mais 5 milhões de unidades [receptores de tevê digital, incluindo televisores ou celulares, dentre outros], o dobro do que foi comercializado em dois anos. [...] O "boom" melhora o mercado, mas ainda é pouco para o país (menos de 4% da população)” (COPA DO MUNDO..., 2010).

Caso se chegue a tal marca, ter-se-á um número próximo à quantidade de domicílios com tevê por assinatura, mas, no caso deste tipo de serviço, a cobrança direta ao consumidor o faz interessante para o empresariado, o que não ocorre com a tevê digital.

Tecnologicamente, ainda há mais novidades. Em 2009, o filme *Avatar* (EUA), de James Cameron, tornou-se a obra cinematográfica de maior bilheteria do cinema mundial com o atrativo de ser uma produção em três dimensões (deve-se usar óculos específicos para ver o efeito 3D).

A exclusividade durou pouco. No carnaval 2010, meses após a estréia da produção hollywoodiana, a Rede Globo fez sua primeira transmissão em 3D e tudo ao vivo. A novidade só podia ser vista em televisores HD-3D também com o uso dos óculos (MADONNA..., 2010). O aparelho só começou a ser vendido no Brasil cerca de 60 dias depois do carnaval. O menor preço para compra correspondia a 14 salários mínimos.

Se o televisor em 3D pode ser um atrativo a mais no futuro, são aparelhos mais baratos tais como o DVD player, que custa até um quinto do salário mínimo, e os videogames que provocam, atualmente, a dor de cabeça das emissoras de tevê com sinal aberto. É cada vez maior o número de pessoas que possuem várias opções de entretenimento em casa, deixando para trás o tempo em que só dispunham da tevê aberta.

O peso desses aparelhos é tamanho que as emissoras comemoraram quando, em meados de 2009, o Ibope, responsável pela medição de audiência, tirou as tevês ligadas em games da contagem para a medição de share. (NASSIF, 2009) Com isso, houve subida nos números de assistência relativa de vários programas.

Mais um conjunto de dados. Pesquisa da consultoria Accenture (COSTA, 2009) em 13 países (incluindo Brasil) revelou que, de 2008 a 2009, o número de pessoas que assistem vídeos no computador cresceu de 61% para 74%, e o de quem assiste em dispositivos móveis, de 32% para 45%. E o que vêem? Justamente a programação feita para a tevê.

Por toda a ebulição no setor de mídia que ocorre no primeiro ano da segunda década do século 20, quem deseja saber o futuro da tevê deve, antes de mais nada, fazer uma distinção a respeito do que se fala. Se da tevê que é uma caixa na estante ou um quadro na parede ou da tevê entendida

como empresa produtora de conteúdo audiovisual (tem mais sorte o rádio, que se distingue por um artigo).

Dentre tantos números, vê-se que o conceito de tevê se revoluciona. O ver à distância, a televisão, está se dando em várias plataformas (termo que tem cada vez mais substituído as palavras “meios” e “mídias” nas agências de publicidade): seja por intermédio de uma tela com 52 polegadas na qual imagens saltam na direção do telespectador, seja em uma tela em que a imagem em movimento divide espaço com a lista de compras do supermercado feita em uma planilha, seja em um objeto do tamanho da palma da mão que pode tocar enquanto mostra seu herói destruindo um exército. Tevê, nesse sentido, vira tela, não importa com que tamanho.

Entender esse momento tecnológico e de produção criativa em que a tradicional televisão, a tela de computador e o celular se assemelham em oferecimento de conteúdos audiovisuais e até nas empresas que os produzem – LG e Samsung, por exemplo –, é o primeiro passo para ter a percepção do que parece mais correto: o conceito de televisão como meio físico está se esvaziando, mas não por inanição e sim por uma explosão de possibilidades tecnológicas.

E quanto aos que produzem conteúdo? Com as novas plataformas audiovisuais e as recentes tecnologias de inovação podemos comparar as emissoras de tevê, os estudos de cinema e as produtoras de vídeo em geral a uma rede de varejo que ao mesmo tempo tem reformada sua sede e abre novas filiais. O momento é de expansão de possibilidades de contato e de exposição de conteúdo.

Do que se fala? De uma época em que a desculpa para não ter assistido à estréia de uma série, em breve, não poderá ser um engarrafamento que te impediu de chegar em casa a tempo. “Ué, visse pelo ‘celular’ ou pelo laptop no caminho!”, pode ser a resposta. “Ah, tudo bem, depois eu “baixo” e assisto”, será a réplica.

Um dos responsáveis pelo temor dos produtores de conteúdos audiovisuais está na métrica, que não acompanha a evolução da comunicação multiplataforma. A audiência da tevê, no momento exato da transmissão, ainda não inclui celulares, por exemplo. O erro de mensurar público assistente apenas em uma plataforma é agravado pelo instante de medição: tão somente aquele em que a emissora/produtora o emite.

Já é comum programas brasileiros serem divulgados na íntegra nos próprios sites oficiais. Se não o fizerem, telespectadores mais aficionados realizam essa tarefa via Youtube. Com isso, o programa, um quadro ou uma cena em específico ficam à disposição do público.

Um ponto de audiência corresponde a, mais ou menos, 40 mil telespectadores na Grande São Paulo. Está longe de ser raro deparar-se com vídeos na internet de programas televisivos com um número de visualizações bem superiores a isso. Por que desconsiderar essa nova audiência, que é

tão profícua? Que pode apreciar a atração mesmo no dia seguinte à exibição do programa, no mês posterior... Na década subsequente!

Essa falta de flexibilidade também tem a ver com o diálogo com as agências de publicidade e os anunciantes. Acostumado com números de telespectadores da tevê “convencional”, o mercado ainda desconfia do potencial de exibição de sua marca pelos programas em outras plataformas. Parte da culpa é dos produtores de conteúdo, que precisam levar os anúncios para essas outras formas de exposição junto ao público. Vinhetas com as marcas patrocinadoras e falta de opção para pular comerciais nos vídeos disponibilizados na internet têm sido uma boa solução... Está aí o desafio.

Quanto às telenovelas, pelo que ocorreu de 2000 a 2008 em termos de audiência, a situação é de alerta para as emissoras. O interesse dos telespectadores pelos folhetins eletrônicos foi decrescente. Mas o problema não é apenas da atualidade. Ele se projeta.

Pesquisa feita pelo Ibope no início do ano [2008] mostra que o público das novelas pode estar mesmo ficando mais velho: as pessoas com mais de 50 anos representavam 24% do público de *Senhora do Destino* [2004], e passaram a 32% de *Duas Caras* [2007]. O percentual jovem – na faixa de 12 a 17 anos – caiu de 11% para 8%. (AUDIÊNCIA..., 2008)

Portanto, o momento não é grave apenas porque a audiência tem caído, mas também porque a geração mais jovem não tem incluído a telenovela no seu cardápio para entretenimento. Eles estão formando seus gostos sem considerar o folhetim. É uma perda que pode não ser recuperada.

Um exemplo de tentativa de mudança desse cenário desfavorável, não tinha outro caminho, envolve a internet. Matéria do jornal semanal *Meio & Mensagem*, de novembro de 2009, registra tal estratégia, uma ação de transmídia (quando uma mídia leva ao consumo direto de outra) para promover a soap opera *Malhação*.

Houve muitas táticas. Foi feita uma websérie (o folhetim na internet) com tramas paralelas à mostrada na tevê e com atores próprios. Usando a tecnologia da realidade aumentada, podia-se “vestir” a camiseta da *Malhação* e tirar foto para postar nas redes sociais (Orkut, Facebook etc). Além disso, quem assistia à *soap opera* às terças-feiras e quinta-feiras via na tela senhas que davam acesso a vídeos disponíveis exclusivamente no site da atração. (FURTADO, 2009)

Esse não é o único exemplo de como as emissoras de tevê têm usado a internet para envolver telespectadores na trama, fidelizando a audiência. O que antes era apenas um lugar no ciberespaço para informar o horário da atração, falar dos principais atores, dar sinopses e mostrar algumas fotos da trama mudou.

Já na segunda metade da década de 2000, os *hot sites* de novelas começaram a disponibilizar cenas da trama em vídeos gratuitos (modificando, portanto, o controle do telespectador sobre parte da obra), mostrar os bastidores, ser um canal de interação com o diretor da atração e vender produtos. De sapatos e bolsas da mocinha a copos usados na mesa de jantar de algum personagem¹¹.

Com *Viver a Vida* (2009), de Manoel Carlos, surgiu uma novidade. Por conta da grande repercussão da história de Luciana (Alinne Moraes), que fica paraplégica na trama, a emissora criou um blog (<http://especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana/>) da personagem.

Nada nesse espaço virtual diz respeito a Alinne. O nome, o perfil, os textos postados, tudo fala apenas da personagem, que faz seus relatos na primeira pessoa. Na interação, os telespectadores demonstram a que ponto chega a relação deles com a novela: ao mesmo ponto que chegava quando leitores dos folhetins no século XIX escreviam para os personagens. Os internautas interagem no blog tratando a personagem Luciana em segunda pessoa, dizendo, dentre outras coisas, torcer por ela, e aconselhando-a tranquilidade, pois eles têm certeza que ela irá ter recuperação e voltar a andar.

Outra conciliação entre meios de comunicação pode ser a venda de novelas em DVD. *Roque Santeiro*, sucesso de 1985, está entre as mais cogitadas para estrear a empreitada. A trama ficará mais focada nos personagens principais (ROQUE..., 2009) para que seja possível colocar a história nos discos. Enfim, ter-se-á um folhetim com todo o poder entregue ao usufruidor. Os conceitos estarão revolucionados em qualquer loja virtual de DVDs ou, claro, nos vendedores ambulantes de produtos piratas.

Há outro sinal também de que, enquanto o futuro da novela pode estar ameaçado, o passado vai bem. O mercado de tevê por assinatura entrou 2010 com a promessa de a Globosat, braço de canais fechados da Organizações Globo, lançar o canal Viva, que teria como parte de suas atrações reprises de novelas antigas da emissora aberta (GLOBOSAT..., 2010).

Rememorações à parte, erra quem aposta apenas em tecnologia e em estratégias transmídias para mudar a baixa audiência das novelas. Que outra solução há? Um bom folhetim pode ser a resposta. Após *Beleza Pura* (2008), de Andréa Maltarolli, que encerra a lista de novelas que embasou a análise sobre a diminuição da audiência no horário das 19h aqui mostrada, veio *Três Irmãs* (2008), de Antonio Calmon. E a situação ficou ainda pior. A trama teve média de apenas 24 pontos, a pior marca de um folhetim nesse horário (TELEDRAMATURGIA).

Entretanto, a trama seguinte surpreendeu. *Caras e Bocas* (2009), de Walcyr Carrasco, teve média de 34 pontos com picos de até 44 pontos, batendo, muitas vezes a novela das 21h, no caso,

¹¹ Além da venda direta de itens, a emissora, por meio da Central de Atendimento ao Telespectador (CAT), oferece ajuda ao público na procura de itens mostrados nos programas. A novela *Viver a Vida*, por exemplo, gerou demandas pela cadeira de rodas usada pela personagem Luciana.

Viver a Vida (2009), de Manoel Carlos. Um detalhe: a história que conseguiu levar mais pessoas a ver a Rede Globo neste horário teve um macaco como protagonista da história!

O primata pode ter sua dose de responsabilidade para o sucesso da trama, mas, analisando o sucesso de *Cama de Gato* (2009), de Duca Rachid e Thelma Guedes, novela das 18h que chegou a ser exibida em meses simultâneos a *Caras e Bocas* e conseguiu a boa média de audiência de 26 pontos, acha-se outra semelhança importante.

Em ambas, optou-se por um ritmo de contação da história bem mais dinâmico do que no folhetim de tevê mais convencional. “Quem assistiu à primeira semana e voltou a ver agora leva um susto. O mocinho já foi dado como morto, reapareceu e reencontrou a mocinha”, diz Claudino Mayer, estudioso de telenovelas.” (NOVO FORMATO..., 2009).

Os autores de ambas as tramas, quando perguntados sobre a que atribuíam o sucesso das suas novelas, dão valor especial a esse ritmo mais intenso. Ora usam o espaço de duas semanas ora apenas de uma para fazerem o ciclo de uma pequena história. “A resolução rápida de conflitos e a agilidade na trama garantem um público mais jovem e menos afeito à morosidade de certas narrativas – fala [o novelista Sílvio de Abreu, que disse já ter feito isso nos anos 1980 em *Guerra dos Sexos*, um grande sucesso]” (NOVO FORMATO..., 2009).

A Favorita também pode ser incluída nessa lista por ter revelado, muito antes da metade da história, um segredo que, geralmente, segura novelas inteiras: o famoso “quem matou.” A partir desse momento, a atração ganhou novo fôlego e deixou para trás os baixos índices de audiência que tinha em seu início. É título de uma matéria a esse respeito da Folha On Line: Com reviravoltas, “A Favorita” passou de fracasso a fenômeno em 2008. (COM REVIRAVOLTAS..., 2008).

Tal mudança pode dar margem a ilações sobre um possível declínio da estrutura narrativa folhetinesca que formaria a essência de uma telenovela. Em nossa percepção, entretanto, tais modificações mais fortalecem o perfil do folhetim televisivo (renovando-o, sem dúvida), do que o descaracteriza ao ponto de dizermos estar de frente a um novo gênero.

Esse novo talvez não tão novo assim, como avalia Abreu, não trai a essência do folhetim. Pelo contrário, o que tal intensidade de ações faz é exacerbar justamente o gancho, a divisão estratégica da narração de uma história. Além dos ganchos a cada bloco da exibição e a cada capítulo, ganha-se outro, a cada semana, quinzena ou outro período qualquer. A arte de fazer esperar dentro de uma história finita com periodicidade alta continua.

Ao falar de novidade, deve-se registrar que os autores das telenovelas acima citadas como exemplos de outro tipo de folhetim são nomes de uma nova geração de criadores na área. A primeira novela solo de João Emanuel Carneiro foi exibida em 2004 (*Da cor do pecado*). Walcyr Carrasco, tinha feito apenas três novelas, antes de, em 2000, fazer a sua primeira na Globo (*O cravo*

e a rosa). *Cama de Gato* é a segunda história assinada por Duca Rachid e Thelma Guedes. A primeira foi *O Profeta* (2006).

Números negativos ou positivos... Estratégias de melhoria ou abandono... Seja qual for a perspectiva que se escolha para analisar o presente e o futuro das telenovelas alguns pontos devem ser observados sob pena de não ter o cenário com todos seus elementos para ser analisado.

Os patamares de audiência obtidos por essas atrações ainda são muito significativos. De acordo com Anaz (2010), em 2005, a audiências das novelas da Rede Globo atingiam 60 milhões de pessoas. Três anos depois, 40 milhões. Uma queda por demais expressiva, mas, ainda assim, é possível desconsiderar programas que, a cada noite, ainda falam com uma Argentina inteira?

Outros dados que estão por trás dos números e que devem ser desvendados são a grandiosidade territorial e a diversidade de culturas do Brasil, as quais não devem ser esquecidas em nome de médias. Nelas, números discrepantes podem ser escondidos. Enquanto a média nacional de audiência da novela *A Favorita* era 35%, em Porto Alegre ela alcançava 52%, em Florianópolis, 46%, e em Curitiba, 42%. Já em Fortaleza, o número era 30% (*A FAVORITA...*, 2008).

Capítulo 3

LGBTs em novelas

Olhar uma telenovela de 2010 ou ler um folhetim de 1838 evidenciará uma forte característica comum em ambos. Sim, a serialização da trama. Mas há outra tão intensa quanto um gancho bem elaborado para despertar o interesse pelo próximo capítulo: a presença do amor.

Amor entre um sheik e uma odalisca misteriosa, entre um trambiqueiro e uma senhora “da alta”, entre a mãe e o filho, entre uma escrava e seu senhor, entre uma sem-terra e um fazendeiro... Quantos amores! Mas quando a telenovela falaria de todos? Quando a telenovela falaria do desejo entre dois homens ou entre duas mulheres, de uma pessoa que se atrai por ambos os sexos ou de um amor que vem de um homem biológico que só se sente realizada como mulher?

Mesmo uma breve análise do nível de abertura à discussão sobre a cidadania de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais (LGBT) e ao respeito a esse segmento ocorrida em diversos setores no Brasil (político, governamental, econômico etc) nos últimos anos mostrará grandes avanços em prol do tema. A telenovela não foi exceção.

Ao olhar como a maior vitrine da teledramaturgia nacional tem se colocado nessa movimentação, torna-se mister incluí-la no que chamamos de revolução arco-íris. E, mais do que isso, vê-la como contemporânea desse debate, da qual também foi incentivadora.

A crescente presença de personagens LGBTs nas histórias ficcionais televisivas foi tão sistemática que é possível vislumbrar uma comparação entre as conseqüências desse fato para o segmento arco-íris ao papel que a novela desempenhou nos anos 1970 no Brasil ao mostrar novas posturas a respeito de tipos alternativos de relações amorosas [entre homens e mulheres], da atuação da mulher moderna na sociedade e de arranjos familiares não-convencionais. Esse processo foi chamado por Esther Hamburger (2005) de “trajetória liberalizante” e deu grande contribuição à uma nova visão social e até íntima do feminino. As cores arco-íris que ganhavam a tela vinham da sociedade e voltavam a ela.

Antes de falar de telenovela, é importante marcar o início da retratação de personagens homossexuais na teledramaturgia nacional. Para Xavier (2000), o título de pioneiros deve ser dado a Sérgio Britto (gay assumido) e Cláudio Cavalcanti, que, em 1960, “já haviam tratado do tema encenando a peça *O caso Maurizius*” (p. 155), no Grande Teatro Tupi.

Ainda de acordo com o autor, pouco tempo depois, em 1963, a barreira seria colocada um passo à frente. Vida Alves, a protagonista do primeiro beijo na tevê brasileira (dentre héteros e homos), deixou marcado seu segundo ineditismo. “Sua [de Vida Alves] colega para a cena ousada para a época foi a atriz Geórgia Gomide. Elas interpretavam as personagens Karin e Martha, no teleteatro *Calúnia*, de Lilian Helmann, cartaz do TV de Vanguarda.” (p.152)

Importante dizer que este trabalho foca tão somente as personagens LGBTs de telenovelas. De toda forma, é fundamental registrar que a presença desses amores e humanos diversos ocorreu e ocorre em várias manifestações da teledramaturgia televisiva, tais como séries, minisséries, especiais e programas de humor. Justamente por ser tão grande esse histórico que se optou por não tê-lo neste estudo. Fazê-lo seria incluir um grande desvio na análise proposta.

O início da telenovela no Brasil se deu com base em textos adaptados de folhetins de outros países da América Latina ou em grandes obras literárias. Em ambos os casos, o amor que é capaz de mudar o mundo para se realizar (o romantismo é marca intrínseca desse gênero) só se dava entre o herói e a mocinha. Possibilidades outras, como se vê analisando a história do folhetim audiovisual no Brasil, se igualavam à nulidade.

Entretanto, uma ruptura na forma de pensar a telenovela foi a semente de mudanças nessa característica. A modernidade de *Beto Rockfeller* (1968), trama que tirou as histórias de desertos e reinos perdidos na Europa e as levou para a Avenida Paulista, inaugurou uma fase em que se começou a retratar a vida urbana dos telespectadores. A verossimilhança e a contemporaneidade de temas se tornaram prementes.

Assim, o universo de personagens expandiu-se. Apareceram heróis sem tanta índole, mulheres com mentalidade urbana e liberal, ativistas preocupados com a poluição e... logo, alguém que sempre esteve na *soap opera* que é a vida “real”: homossexuais, bissexuais, travestis e transexuais.

Dois anos depois de revolucionar a telenovela no País, o mesmo autor de *Beto Rockfeller*, Bráulio Pedroso, mostra, pela primeira vez, de acordo com Mauro Alencar (LETIERE, 2007), um personagem homossexual. A trama foi *Assim na terra como no céu* (1970), na Rede Globo, na sua faixa das 22h, caracterizada por mostrar temas mais adultos do que as tramas exibidas antes e permitir mais ousadias criativas a diretores e autores. O personagem pioneiro foi Rodolfo Augusto, um gay com trejeitos e que trabalhava como carnavalesco. O ator Ary Fontoura foi quem lhe deu vida.

Dois anos depois, um personagem gera dúvida quanto à “classificação”. A novela é *O bofe* (1972), cujo nome vinha do jeito desengonçado e mal arrumado do protagonista (bofe quer dizer homem feio. Mas, dentre homossexuais significa simplesmente homem, sentido já registrado em dicionários).

De novo era Pedroso fazendo das 22h um horário de experimentos. A novela era cheia de escárnios. Um personagem, por exemplo, morreu de tanto rir. Nesse meio é que se encontra a velha Stanislava Grotoviska, vivida por Ziembinski, um homem. Stanislava se embebedava de tanto tomar xarope e alimentava sonhos de amor por um trapezista. Não é certo dizer que o personagem

seria uma travesti, mas dentro da história das telenovelas, ele ficou conhecido pelo menos como o primeiro feito de forma travestida por um ator.

Dois anos depois, Pedroso não deixaria dúvidas ao ir além. Não era um personagem homossexual somente, calcado em trejeitos. Retratou-se o amor e o desejo de um homem por outro, algo que seria tabu nas décadas seguintes, o que prova que a história não anda apenas para a frente.

E a proposta revolução de valores ocorreu dentro de uma revolução narrativa. A novela da que se fala é *O rebu* (1974), também da Globo. Sua ousadia nunca mais foi revisitada: o protagonista da trama, a qual se passava em torno de uma única noite, algo inédito, era um personagem homossexual Conhad Mahler (Ziembinski) (TELEDRAMATUGIA).

Mahler era obcecado de desejo por Cauê (Buza Ferraz). Foi em nome desse amor que Mahler chegou ao ponto de matar uma mulher por ciúmes dela com o seu protegido. Na mesma novela, as personagens Glorinha (Isabel Ribeiro) e Roberta (Regina Vianna) mantinham um discreto relacionamento.

Com o caminho aberto por Pedroso, a presença de personagens homossexuais nas telenovelas teve frequência expressiva no restante dos anos 1970 e em toda a década de 1980. Desse conjunto, merece destaque as personagens de *Os gigantes* (1979), de Lauro César Muniz, Paloma (Dina Sfat) e Renata (Lídia Brondi). A novela teve vários problemas, inclusive com a cúpula da Rede Globo, por a trama ter como foco a crítica a empresas multinacionais. Dentro da série de ressalvas do público à produção, o interesse amoroso entre as duas personagens citadas era incluso.

Mesmo com tantas novelas falando sobre o assunto (ver tabela adiante), era preciso cautela. A oposição do governo federal no período militar, que foi de 1964 a 1985, contra o debate mais direto do amor e desejo entre iguais era conhecida e, mais do que isso, praticada. Gilberto Braga, que levou à tela, em *Brilhante* (1981), dois personagens gays é exemplo da necessidade de autocensura em muitos casos. “Uma vez pararam a gravação, e a Fernanda Montenegro, que é uma pessoa muito forte, queria que eu autorizasse o uso da palavra ‘homossexual’ no diálogo. Eu não autorizei, porque tinha certeza que cortariam a cena” (AUTORES, p. 386) A saída encontrada foi usar a expressão “os problemas sexuais do seu filho”, o que passou pelos censores.

Em 1985, outra ação da tesoura governamental. A novela *Um sonho a mais*, de Daniel Más, do horário das 19h, tinha três personagens homens que se travestiam de mulher. O governo federal não riu.

Uma tentativa de fazer humor com personagens masculinos travestidos de mulheres [...] acabou chocando os telespectadores [...]. A censura da Nova República também se chocou e os (sic) travestis sumiram! O casamento de Anabela e Pedro Ernesto (Ney Latorraca e Carlos Kroeber) provocou a ira da censura. A Globo foi orientada a reduzir as aparições do

(sic) travesti na novela. Pior para suas adoráveis irmãs Florisbela e Clarabela (Marco Nanini e Antônio Pedro), que tiveram que sair da trama. (TELEDRAMATURGIA)

Depois um período em que o debate sobre orientação sexual e identidade de gênero era proibido e só feito por meios de subtentidos, cada vez mais o público tinha contato com as histórias das personagens arco-íris e boas-novas ocorriam. Foi o que ocorreu com o casal de lésbicas vivido por Lala Dehelnzelin (Cecília) e Cristina Prochaska (Laís) em 1988, na telenovela *Vale Tudo*, de Gilberto Braga, que é homossexual. A trama é tida como a primeira que colocou em discussão a lesbianidade. O autor relatou ter ficado muito contente com o resultado e ter se surpreendido com a reação do público.

A resposta do público foi muito boa. Não me lembro de o homossexualismo ter chocado ninguém. Se chocou, não chegou a mim. A história tratava de perda e sucessão. Uma das mulheres do casal de lésbicas morria, e o irmão dela se negava a dar à outra, que tinha vivido com a irmã dele durante tanto tempo, o que ela deveria herdar. Na fase final da novela, frequentemente eu encontrava senhoras caretas, avós, que me falavam: “Mas a Laís vai acabar sozinha? Ela é tão simpática. Você precisa arranjar uma namorada para ela”. Não falavam “namorado”. Eu achava isso muito bacana. (AUTORES, 389)

Para que um paralelo seja traçado: enquanto 1988 significava para a tevê brasileira mais um ano a ser somado na trajetória de personagens homossexuais, para os Estados Unidos, foi tempo apenas de iniciar. Pela primeira vez, uma *soap opera* americana contava com um personagem gay. A produção pioneira foi *As the world turns*, que acaba em 2010, depois de 54 anos no ar. (NOVELA..., 2009)

Em 1995, a idéia de que a realidade pode ser surpreender mais negativamente que a ficção foi demonstrada. Na novela das 21h, *A próxima vítima*, de Sílvio de Abreu, era mostrado o processo de autodescoberta da homossexualidade de dois jovens, os personagens Sandrinho (André Gonçalves) e Jefferson (Lui Mendes). Tratada com bastante delicadeza, a história dos dois levantava a questão racial por o primeiro ser branco e, o segundo, negro. Entretanto, tais características não chegaram a ser tão polemizada, o que foi positivo.

Enquanto o caminho do respeito era tratado na tela, fora da ficção, os amores e, neste caso, os ódios despertados pelos personagens se mostravam. O ator André Gonçalves foi “espancado na rua por um bando de brutamontes homofóbicos por conta de seu personagem gay numa novela global. Não podiam admitir que André, considerado um menino bonito, fosse capaz de encarnar um jovem homossexual” (SARMATZ).

O episódio foi divulgado de forma ampla pela imprensa suscitando o debate a respeito da discriminação contra LGBTs, que tinha chegado ao ponto de até atingir fisicamente um heterossexual. Entretanto, exemplos de inflexão negativa como esse foram exceção.

Dois anos depois, a trajetória de inserção de homossexuais em tramas globais chegou ao seu ponto mais alto até então. Em 1997, quatro novelas, de diferentes horários, passaram a fazer parte da lista de folhetins que tiveram seu toque arco-íris. Como prova do quanto a presença de “outros amores” e pessoas “diversas” sofria oscilações entre aprovação, censura, reforço do estereótipo e contribuição à quebra de preconceitos, nesse mesmo ano de recorde, o flerte entre as personagens de Renata Sorah e Catarina Abdala, em *A indomada*, de Aguinaldo Silva, foi rejeitado por parte da audiência. O resultado foi a eliminação do potencial relacionamento.

Abaixo um quadro esquemático de personagens LGBTs ou que colocaram em voga o debate sobre a divisão entre gêneros por meio do recurso do travestismo (dissimulação de pertencimento a outro sexo que não o seu com fim artístico ou ocasional)¹². Neste último caso, não necessariamente falou-se de diversidade de orientação sexual, mas, por meio do rompimento de barreiras entre gêneros, acabou-se por fazer abalos no machismo, algo que afeta negativamente tanto mulheres quanto homossexuais, bissexuais, travestis e transexuais.

Personagens LGBT em telenovelas da Rede Globo 1970-2009¹³

Novela	Ano	Personagens (atores)
Assim na terra como no céu	1970	Rodolfo Augusto (Ary Fontoura)
O bofe	1972	Stanislava (Ziembinski)
O rebu	1974	Conrad Mahler (Ziembinski), Cauê (Buza Ferraz), Glorinha (Isabel Ribeiro) e Roberta (Regina Viana)
Dancin' days	1978	Everaldo (Renato Pedrosa)
Os gigantes	1979	Paloma (Dina Sfat) e Renata (Lídia Brondi)
Brilhante	1981	Inácio (Dênis Carvalho) e o namorado (Buza Ferraz)
Partido alto	1984	Políbio (Guilherme Karam)
Um sonho a mais	1985	Anabela (Ney Latorraca), Florisbela (Marco Nanini) e Olga Del Volga (Patrício Bisso)
Roda de fogo	1986	Mário Liberato (Cecil Thiré) e Jacinto (Claudio Curi)
Mandala	1987	Argemiro (Carlos Augusto Strazzer) e Laio (Perry Salles)
Vale tudo	1988	Laís (Cristina Prochaska), Cecília (Lala Deheizelin) e Marília (Bia Seidl)
Mico preto	1990	Zé Luís (Miguel Falabella) e Zé Maria (Marcelo Picchi)

¹² Quando a identidade de outro gênero que não a biológica do indivíduo é assumida integralmente ao ponto de, inclusive, envolver mudanças físicas no corpo, fala-se de travestilidade e se refere a uma identidade de gênero.

¹³ O MUNDO, 2002 com adições feitas por levantamento dentro deste estudo

Barriga de aluguel		Lulu (Eri Johnson)
Pedra sobre pedra	1992	Adamastor (Pedro Paulo Rangel)
A próxima vítima		Sandrinho (André Gonçalves) e Jefferson (Lui Mendes)
Explode coração	1995	Sarita (Floriano Peixoto)
A indomada Zazá		Zenilda (Renata Sorrah) e Vieira (Catarina Abdala)
Anjo mau	1997	RoRo Pedalada (Marcos Breda)
Por amor		Beni (Luiz Salem)
Torre de babel		Rafael (Odilon Wagner) e Alex (Beto Nasci)
Pecado capital	1998	Leila (Sílvia Pfeifer) e Rafaela (Christiane Torloni)
Suave veneno	1999	LF (Miguel Rodrigues)
Filhas da Mãe	2001	Uálber (Diogo Vilela) e Edilberto (Luiz Carlos Tourinho)
Desejos de mulher	2002	Ramona (Cláudia Raia)
Mulheres apaixonadas		Ariel (José Wilker) e Otávio Müller (Tadeu)
Chocolate com Pimenta	2003	Clara (Alinne Moraes) e Rafaela (Paula Picarelli)
Celebridade		Bernadete (Kayky Brito)
Senhora do destino	2004	Laura Prudente da Costa (Cláudia Abreu) e Dora Lima (Renata Sorrah)
A lua me disse		Eleonora (Mylla Christie), Jenifer (Barbara Borges), Ubiracy (Luiz Henrique Nogueira) e Turcão (Marco Vilela)
Bang Bang	2005	Dona Roma (Miguel Magno), Samovar de Santa Luzia (Cássio Scapin) e Valdo (Hugo Gross)
América		(Denaide) Kadu Moliterno, Prima Dolores (Ernani Moraes) e Henaide (Evandro Mesquita)
Belíssima		Junior (Bruno Gagliasso) e Zeca (Erom Cordeiro)
Páginas da Vida	2006	Rebeca Cavalcanti (Carolina Ferraz), Karen (Mônica Torres) e Gigi (Pedro Paulo Rangel)
Paraíso tropical	2007	Rubinho (Fernando Eiras) e Marcelo (Thiago Picchi)
Duas caras		Rodrigo (Carlos Casagrande), Tiago (Sergio Abreu), Hugo (Marcelo Laham), Felipe (Miguel Kelner) e Carolina (Rogéria)
A favorita	2008	Bernardinho (Thiago Mendonça), Carlão (Lugui Palhares) e Jojô (Wilson dos Santos)
Caras & bocas	2009	Orlandinho (Iran Malfitano) e Stela (Paula Burlamaqui)
		Cássio (Marco Pigossi) e André (Ricardo Duque)

A análise desse conjunto de telenovelas nos permite perceber claramente uma onda arco-íris, que, desde o início, só conhece o crescimento. Na década de 1970, foram cinco produções. Na seguinte, seis. Na década de 1990, a quantidade de obras simplesmente duplica, chega a 12. De 2000 a 2009, um novo recorde: 15 tramas. Ainda mais expressivo é o número de personagens: 18 na década de 1990 e 38 na primeira década de 2000.

Tal expansão não ocorreu apenas na Rede Globo. Houve interesse de autores e de outras emissoras em colocar personagens LGBTs nos folhetins. A Bandeirantes, que produziu apenas cinco novelas de 2000 a 2009, teve Lorenzo Martin, vivendo o DJ homossexual Christian em *Dance Dance Dance* (2007), de Juana Uribe e Yoya Würsch, voltada para os jovens. O arco-íris chegou à Record, de direção religiosa, também. Um dos exemplos é o personagem Danilo, de Claudio Heinrich, na obra *Caminhos do Coração* (2007), de Tiago Santiago.

Não há como ignorar que, enquanto LGBTs conquistavam avanços como um movimento social por meio das paradas e do crescimento do número de entidades, o governo federal se abria ao tema e passava a realizar mais ações em prol desse segmento e o mercado começava a dar mais atenção a homossexuais, a telenovela brasileira estava na mesma curva ascendente.

Por ora, não tentaremos estabelecer relação entre causa e efeito ou influência em mão dupla sobre cada parte dessa realidade. A pesquisa empreendida neste estudo poderá, entretanto, nos ajudar a dar alguns delineamentos sobre essa questão, acreditamos.

Novelas utilizadas no estudo

Como forma de avaliar o impacto de personagens LGBTs de novelas no que pensam os telespectadores do Distrito Federal a respeito da homossexualidade, esta pesquisa se valeu do ineditismo de nove folhetins consecutivos da faixa das 21h (a de maior audiência de Rede Globo em novelas) terem pelo menos um personagem homossexual com presença significativa na trama, o que ocorreu entre 2003 e 2008¹⁴. A sequência foi interrompida por *Caminho das Índias* (2008), mas *Viver a Vida* (2009) já voltou a ter um personagem LGBT, no caso, um bissexual.

Para empreender a pesquisa, optou-se por selecionar seis novelas desse grupo que tiveram exibição mais próxima do período de aplicação dos questionários (de 22 de janeiro a 10 de março de 2010). Para ser apto a responder ao questionário, o potencial respondente deveria ter assistido a pelo menos uma das cinco opções apresentadas.

¹⁴ Senhora do Destino, a novela mais antiga das cinco selecionadas foi reprisada em 2009 no Vale a Pena Ver de Novo, exibido por volta das 14h.

Quanto à novela *Belíssima* (2005), ela não foi escolhida porque os personagens homossexuais na trama não tiveram tanto destaque. Ademais, só há indicação maior de homossexualidade nos últimos capítulos.

Abaixo, há um breve resumo das histórias dos personagens LGBTs das novelas que foram colocadas na pesquisa. Importante conhecer o tipo de discurso, a trajetória das personagens e algumas situações-chave vividas por eles para que se possa analisar a que tipo de mensagem os telespectadores pesquisados foram expostos.

- *Senhora do Destino* (2004), de Aguinaldo Silva.

Personagens: Eleonora (Mylla Christie), Jenifer (Barbara Borges), Ubiracy (Luiz Henrique Nogueira) e Turcão (Marco Vilela)

Eleonora e Jenifer são duas jovens de classe média-alta com idade por volta dos 25, 30 anos confusas sobre a própria sexualidade, que se apaixonam uma pela outra e decidem lutar pelo amor delas. São mulheres bonitas. Mylla Christie já, inclusive, posou nua para uma revista masculina (mas não na época desta novela). O autor, em entrevistas à imprensa, disse que desejava mostrar um amor verdadeiro entre as personagens, mas tudo de forma sutil, sem chocar a audiência. O tratamento entre elas era muito carinhoso e os contatos físicos também, com longos abraços e olhares apaixonados.

As cenas mais ousadas mostravam as duas na cama. A audiência regia positivamente a isso. “O capítulo em que elas acordaram juntas e seminuas, numa cama de casal, teve média de 52 pontos, com pico de 56” (MYLLA..., 2005).

Houve rechaço da família de ambas ao fato de elas serem lésbicas, mas a trama mostrou o processo bem-sucedido de conversa delas com os pais e outros parentes para mudar isso. A questão da adoção por casais do mesmo sexo é mostrada. Eleonora encontra uma criança em uma lata de lixo e deseja criá-la com a namorada. No final da história, elas se “casam” e adotam a criança.

Ubiracy, carnavalesco, e Turcão, segurança, têm um relacionamento amoroso. O casal faz parte do núcleo popular da novela. A comédia dá o tom dos diálogos e das situações. O autor, que é homossexual, disse à imprensa que a parte engajada do tema é do casal lésbico. O casal gay tinha como intenção provocar riso. Os dois viviam brigando porque Turcão traía o namorado com uma mulher. Sobre a relação da audiência pelo público, um jornal registra: “A simpatia pelos dois é tamanha que, quando o autor resolveu separar o casal temporariamente, os fãs da novela chiaram e pediram que eles voltassem a ficar juntos” (NETO, 2005). Eles terminaram a novela de bem com o outro e se amando.

- *América* (2005), de Gloria Perez.

Personagens: Junior (Bruno Gagliasso) e Zeca (Erom Cordeiro)

Junior é o filho único de Neuta (Eliane Giardini), que sonha para ele um futuro como campeão de rodeios. Junior, no entanto, quer ser estilista. A homossexualidade do rapaz vai se tornando óbvia, primeiramente para ele mesmo, que sofre com dúvidas e desejos comuns nesta fase de descobertas. Muitas mulheres dão em cima dele, mas sua reação é fugir. A confusão e a angústia do personagem com a situação de se descobrir gay são muito nítidas.

Depois, ele consegue a cumplicidade das sobrinhas e afilhadas de sua mãe. O peão Zeca aparece em sua vida e Junior se descobre apaixonado. Quando a mãe, desconfiada, despede o peão, ele toma a inevitável atitude de ir contra os planos que ela criou para ele, e assume que é gay. No último capítulo, o de maior audiência, Junior se assume para mãe dizendo que ele não tem culpa por ser homossexual e que a ama. Inicialmente, ela rejeita o filho, mas, em seguida o abraça e também diz que o ama. Os rapazes terminam juntos, mas o beijo – escrito pela autora Glória Perez e gravado pela dupla – não foi ar no último capítulo por decisão da Rede Globo. Na imprensa, a expectativa do primeiro beijo entre dois homens em uma novela gera muita expectativa.

Um fato que pode ser considerado indicativo do quanto a temática homossexual pode ter evoluído na sociedade foi a aceitação do ator Bruno Gagliasso, considerado um dos galãs da Globo, fazer um homossexual e de até ter gravado uma cena de beijo com outro homem. Por muito tempo foi comum ver na imprensa rejeição de atores adorados pelo público feminino ou em alta na carreira evitarem fazer esse tipo de personagem para que suas carreiras não fossem prejudicadas devido ao preconceito.

Gagliasso não sofreu esse tipo de prejuízo. Sua carreira continuou em ascensão e ele não ficou taxado como homossexual. Não sabemos avaliar se houve dificuldades do artista em fechar contratos publicitários durante a novela, que era uma justificativa para se rejeitar esses papéis e uma reclamação constante de quem os aceitava. De toda forma, pelo falado anteriormente, evolução positiva houve na relação com o público.

- *Páginas da Vida* (2006), de Manoel Carlos.

Personagens: Rubinho (Fernando Eiras) e Marcelo (Thiago Picchi)

O médico Rubinho e o músico Marcelo Nascimento já foram apresentados ao público juntos, como um casal. Todos em suas redes sociais sabem que eles se namoram e o respeito é total. Não houve muitos conflitos vividos pelos dois por conta do preconceito. Era evidente para os telespectadores a relação. Eles moravam juntos, se tratavam com carinho, se tocavam de forma sutil. No final, da trama eles adotam o filho da própria empregada doméstica. A novela era

encerrada a cada capítulo com depoimentos reais de pessoas que falavam de momentos difíceis na vida. Homossexuais participaram dessa ação.

- *Paraíso Tropical* (2007), de Gilberto Braga

Personagens: Rodrigo (Carlos Casagrande), Tiago (Sergio Abreu), Hugo (Marcelo Laham), Felipe (Miguel Kelner) e Carolina (Rogéria)

Rodrigo e Tiago, ambos homens muito bonitos, começam a trama casados. Eles trabalham juntos em um hotel, onde todos sabem que eles são homossexuais e namorados. Tinham uma vida sem problemas. “Diferente deles vivia o homossexual Hugo (Marcelo Laham) que inventou um casamento falso com a vilã Taís (Alessandra Negrini) para esconder dos pais seu namoro com o jovem Felipe (Miguel Kelner). Mais pra frente conhecemos Carolina (Rogéria), uma transexual extremamente final e educada, que é amiga de Virginia (Yoná Magalhães) e escandalizou Iracema (Daisy Lúci)

Em uma cena, Carolina é proibida de entrar em um edifício por ser travesti, mas ela não aceita a discriminação e chama a polícia para prender a autora das ofensas. Os moradores do edifício ficam do lado de Carolina e qualificam o episódio de discriminatório.

- *Duas Caras* (2007), de Aguinaldo Silva.

Personagens: Bernardinho (Thiago Mendonça), Carlão (Lugui Palhares) e Jojô (Wilson dos Santos)

O homossexual Bernardinho é envolto numa trama que envolve Carlão, assume sua homossexualidade e sai de casa no início da trama. Bernardinho, então, passa a morar com Dália (Leona Cavalli). A relação de amizade de ambos, aos poucos, transforma-se numa interdependência amorosa e um terceiro elemento, na relação, Heraldo (Alexandre Slaviero) completa o trio sui generis da história. Eles vivem em uma favela. Dália engravida e o mistério sobre qual dos dois é o pai permanece até o fim, sem ser revelado. Porém, antes do final da trama, o personagem Carlão reaparece e percebe que se interessou de verdade por Bernardinho. Os dois casam-se no final da novela (sem o beijo que o autor queria ter escrito e gravado para a cena).

Há ainda o caso do personagem Jojô, que finge ser homossexual para tirar vantagens sociais e econômicas como dono de um prostíbulo. Para ele, era melhor os clientes lidarem com um homossexual dono de um bordel feminino a um hétero. Para os telespectadores, a partir de um ponto da história, ficou claro que a homossexualidade do personagem era fictícia. O tratamento dado à situação foi sempre cômico.

- *A favorita* (2008), de João Emanuel Carneiro.

Personagens: Orlandinho (Iran Malfitano) e Stela (Paula Burlamaqui)

Orlandinho se entendia como gay e era apaixonado por um amigo, vivido na trama por Cauã Reymond, um dos galãs da tevê. Por interesse, Orlandinho se casa com Maria do Céu (Deborah Secco). Ela sabia que ele gostava de homens e viraram amigos. Entretanto, a amizade virou amor. No final da novela, elas terminam juntos com um filho. Na trama, é explicado que o pai de Orlandinho também passou por esse dilema. A novela foi acusada por ativistas de lidar com a idéia de ex-gay.

Stela é uma mulher com segredos sobre a vida pessoal que conhece Catarina (Lilia Cabral), que apanha do marido. Stela vinha de um relacionamento com outra mulher, com a qual compartilhava a criação do filho. A amizade entre as duas cresce e dá-se um clima de possível interesse amoroso entre elas. O final da novela não é conclusivo sobre a relação das duas, se é amizade ou amor, mas elas terminam juntas.

As seis novelas escolhidas para essa pesquisa mostram discursos muito fortes, ao nosso ver, em prol dos direitos LGBTs. Quem agride verbalmente uma travesti é preso sob apoio de conhecidos da vítima, jovens lutam para ser aceitas como lésbicas pelas famílias, conseguem e chegam a adotar, mãe se choca ao descobrir que o filho é gay, mas o aceita...

Em nenhuma das tramas, os objetivos dos personagens LGBTs são frustrados. Há conflitos, impedimentos em muitas delas, mas todos os sonhos das personagens, no final, são realizados. Seja a adoção (tema muito recorrente), seja a consolidação do relacionamento ou a felicidade como homossexual. O que mais se coloca longe dessa análise são os finais abertos, em que não se tem certeza da realização dos desejos das personagens, mas enfim, frustração não há.

Ainda sobre a adoção, interessante notar que, legalmente, no Brasil, esse não é um direito assegurado a casais homossexuais, mas, nas tramas selecionadas, isso não se coloca como um impedimento.

Outro aspecto é a imagem passada pelos personagens. Todos são bons, alguns até engraçados, mas nenhum com índole negativa. Bons filhos, bons profissionais, bons amigos, bons pais. Lida-se com o que pode ser chamado de idealização. O fato de muitos terem filhos (naturais ou adotados) contribui para reforçar esse perfil. Quanto à classe social, há um leve predomínio de LGBTs de alta renda, mas personagens tais como um segurança e outros que vivem em favela levam essa característica, no geral, próximo ao equilíbrio.

Alguns personagens se mostram fragilizados por estar em dúvida sobre a sexualidade ou pelo receio do que podem sofrer por serem LGBT. Entretanto, todos encontram redes de apoio com o desenrolar da trama e os problemas são superados. A felicidade é estar bem com a própria homossexualidade.

A normalidade de alguns casais passa a idéia de naturalização do amor homossexual. Nesses casos, não há sustos, não há dilemas, não há preconceito. Estão na trama tal qual um casal heterossexual, os quais, enfim, não discutem a heterossexualidade. Por outro lado, também há situações e trajetórias feitas com discursos fortemente engajados em apoio ao respeito a LGBTs, ao fim da discriminação e à idéia de conviver com a diversidade. Há cenas com falas tão marcadamente pró-LGBTs que podem até ser enquadradas como merchandising social (ANDRADE, LEANDRO, 2006, p. 2) em prol da causa arco-íris, o que é inclusive contabilizado pela Rede Globo como tal.

Variante da sexualidade também são mostradas, com um trio amoroso e um gay que deixa de sê-lo. O tom dado pelos autores a essas histórias não deixaram que elas pendessem para algo muito agressivo. Quanto ao trio, houve leveza e humor. Eles pertenciam ao núcleo popular da trama, grupos responsáveis pelo riso em grande parte das novelas, nesta com certeza. Bernardinho, de *Duas Caras* e integrante desse triângulo, sai da condição de homossexual, vive uma fase bissexual, mas, no fim da trama, onde se tem, por excelência a vitória “definitiva” do que é mais forte, ele se reafirma como gay.

No caso de Orlandinho, de *A favorita*, o processo de “conversão” ou “descoberta” (aqui cabe claramente uma ou outra leitura) foi feito com vagar. O final foi a coroação do amor, o que torna empático o processo vivido. No entanto, não é de se estranhar que pessoas crentes na cura da homossexualidade possam ter visto nesse personagem um exemplo bem-sucedido desse processo.

Os autores, os engajados

Com o intuito de conhecer melhor o que foi levado para as telas nos folhetins eletrônicos integrantes do questionário aplicado a telespectadores neste estudo, é preciso saber mais sobre o processo de criação das tramas e de elaboração dos personagens LGBTs.

Nesse sentido, a leitura da obra *Autores* (2008), lançada pela Editora Globo sob iniciativa da tevê do grupo dentro do projeto Memória Globo é muito rica. São dois volumes, cada um com cerca de 480 páginas, dedicados a entrevistas ping-pong com 16 dos mais importantes autores de teledramaturgia da TV Globo. O material é tão amplo, que nos bastamos nele para entender um pouco mais a postura dos novelistas sobre os personagens LGBTs por eles criados.

Sobre o personagem Júnior (Bruno Gagliasso), de *América*, uma das novelas selecionadas por este estudo, a autora, Gloria Perez revela qual aspecto da homossexualidade que ela quis tratar na novela e que tipo de respostas ela teve do público.

No caso do Júnior, que o Bruno Gagliasso interpretava em América, eu quis abordar a temática de um ângulo original, que não tivesse sido abordado ainda, pelo menos em novela. Já haviam sido criados muitos personagens homossexuais, mas eu queria o momento da dúvida, em que o adolescente não sabe se é, se não é, e tem medo das reações da família e dos amigos. O assunto foi tratado com muita delicadeza. Recebi muitas cartas de pais que conseguiram aceitar a homossexualidade dos filhos, e de filhos que conseguiram se abrir para os pais. Uma novela é assistida pela família inteira. Então, dependendo de como um tema seja abordado, você pode propiciar uma boa conversa entre pais e filhos. (AUTORES, vol. 1, p. 473)

Dentre as intenções, há também episódios de críticas, mesmo que setorizadas. Gilberto Braga viveu isso em *Paraíso Tropical*.

Minorias sempre querem mais. Tinham mais que aplaudir, porque eu coloquei dois caras bonitões. Mas sempre querem mais. O casal gay não tinha importância alguma na trama de “Paraíso tropical”, Era para acariciar a classe, mas a classe é muito crítica, quer carinho, beijo na boca. Quem reclamou foi a classe, não o espectador. Imagina se o espectador ia querer ver o casal em cenas de intimidade! É um tema muito complicado de se mostrar numa novela.

Melhorou muito, mas ainda não podemos mostrar um casal gay se beijando em uma novela às 21h. É difícil explicar para a criança, por exemplo. A mãe fica incomodada. É muito complicado.

O ponto de discussão sobre o beijo ou não entre personagens é comum a outros autores, explicitamente interessados em promover a questão LGBT, o que mostra preocupação em mostrar um relacionamento homossexual, mas sem chocar a audiência. É fala de Ricardo Linhares, colaborador de Gilberto Braga em *Paraíso Tropical*:

Eu questiono se o público, de um modo geral conservador, está pronto para ver um beijo entre dois homens ou duas mulheres. Não sei se está. Talvez não esteja porque a televisão é assistida, quase sempre, por quatro, cinco pessoas na sala, dos avós aos netos. Acho que o público se incomoda até com certeza cenas de maior intimidade entre casais héteros. [...] Não adianta insistir, porque ele simplesmente desliga a televisão e não vê. Temos de saber caminhar passo a passo. (AUTORES, vol. 2, p. 258)

A intenção dos autores se mostra fundamental para a existência e constituição dos personagens e de suas trajetórias. Aguinaldo Silva, ao falar do personagem Bernardinho, de *Duas Caras*, ratifica esse fato. Esse personagem, por exemplo, nasceu de um cansaço do novelista com o que vinha sendo mostrado em relação a personagens gays.

Eu estava muito incomodado com a maneira como o homossexualismo vinha sendo tratado nas novelas. Os casais homossexuais pareciam casais heterossexuais de classe média, eles se comportavam de forma careta. Além disso, sempre discuti essa mania de compartimentar as pessoas: “Fulano é isso e não pode deixar de ser. Beltrano é aquilo”. Nós somos ambíguos demais para aceitar uma classificação e não sair dela jamais. Então, criei um gay, o Bernardinho, personagem do Thiago Mendonça, que se apaixonava por uma mulher, a Dália, interpretada pela Leona Cavalli. (Ibid. p. 65)

É ponto importante deste trabalho definir mais precisamente qual é o emissor da mensagem (textos visuais, orais, sonoros e corporais dentre outros, que atuam sincreticamente) das telenovelas. Gloria nos dá um importante guia neste sentido quando revela uma divergência sua, como autora, do diretor e de dois atores com a Rede Globo de Televisão. Diz ela sobre o polêmico “quase-beijo” entre os personagens Zeca e Junior:

O romance entre o Júnior e o Zeca era tão bonito que o beijo merecia ter ido ao ar. A história de amor dos dois personagens foi construída de forma delicada. Mas a direção da emissora achou que a cena não devia passar porque poderia chocar a maioria do seu público. Talvez chocasse, porque o Brasil é muito mais preconceituoso do que demonstra ser. Não discuto: em todas as emissoras do mundo, cabe à direção decidir o que vai e o que não vai ao ar. Fiz a minha parte, que é ousar, criar, escrever e mandar gravar. O beijo estava lindo. Eu, o diretor Marcos Schechtman e os atores ficamos tão ou mais frustrados do que o público.

Acompanhar o esforço criativo da autora, o empenho do diretor e dos autores na feitura da cena e ver que a palavra final foi dada pela direção da emissora nos mostra esse emissor coletivo que se constrói quando a mensagem é a telenovela. Nota-se claramente um diálogo de pelo menos quatro categorias de interlocutores (emissora, autora, atores e diretor) para se decidir, o que, enfim, será enunciado. Em relação ao não-beijo, a posição da TV Globo prevaleceu, entretanto, como relatou a autora, a idéia de falar de um jovem que não se aceitava como gay foi dela.

Considerando ainda que detalhes técnicos passam pelo diretor e, algo comum, atores também contribuem com o processo de formação e expressão dos personagens, está posta a emissão coletiva da mensagem, ora com um dos integrantes dessa construção da mensagem prevalecendo ora com outro ora com ampla anuência deles.

Na dinâmica interna deste emissor coletivo um ente sempre citado é o público, o que lhe dá o valor de forte determinante dos limites que as histórias terão, sejam elas de homossexuais ou não. O gosto, a permissão, a intolerância do ente onipresente e tão merecedor de apreço e audição são claramente balizadores dos folhetins. Tem-se, inclusive, embate de valores. “O público é

conservador, mas os autores não são. Nós sempre queremos avanços em termos de comportamento, mas é preciso calma”, pondera Ricardo Linhares (ibid. p. 258).

Como visto, desde o início do folhetim - uma obra aberta, que tem seu desenvolvimento construído na contemporaneidade do seu consumo-, o público tem peso fundamental. Soma-se a essa característica narrativa, o caráter mercadológico que impregna o folhetim seja no papel, no rádio ou na tevê em todo seu percurso até hoje.

Não é possível, em nenhum momento, se esquecer do fim lucrativo das telenovelas. Entretanto, analisando as falas dos autores, vê-se que não é apenas de condescendência a posição do autor em relação ao público, como expõe Gloria Perez, que acha que a superação de expectativas até faz parte do “espetáculo”.

É claro que interfere [o público no trabalho de escritura da novela], porque eu escrevo para ter audiência. Não fico lendo críticas, leio a audiência, porque essa é a maneira de saber se o público está querendo ouvir a história que estou contando. Assisto à minha novela com a maquininha que registra a audiência do lado, acompanhando os números. [...] [Por outro lado] Não é que o público determine o caminhar da história, nem ele quer isso. O indivíduo é criativo; as platéias, não. As platéias pensam nas soluções que já vira e, quando a trama segue o caminho que elas querem, acaba sendo tachada de previsível e chata. O público gosta de ser surpreendido, faz parte do jogo, e cabe ao autor surpreendê-lo.” (ibid. p. 481)

Nesse “jogo” de sete, oito meses, Gilberto Braga diz que também há negativas vindas da autoria. O público influencia, afirma, mas ele coloca ressalvas. “Não gosto muito quando ficam achando que a novela é feita com o público mandando que o escritor faça isso ou aquilo. [...] Nós só fazemos o que o público deseja se concordamos com aquilo” (AUTORES, vol. 1. p. 416).

Nessa gangorra entre o caráter criativo, autoral da telenovela e sua necessidade de agradar o público, Manoel Carlos cita um exemplo de como o público pode se presentificar para ter sua opinião expressa.

No final da novela [Laços de Família], quando os jornais começaram a notícias que a Camila [personagem com leucemia] iria morrer, minha vida virou um inferno! As pessoas protestavam muito, me enviavam mensagens, algumas extremamente agressivas. [...] Uma vez, uma senhora me parou na padaria e me disse: “Minha neta tem oito anos e tem leucemia. Ela assiste à novela todo dia e tem certeza de que a Camila não vai morrer, como tem certeza que ela própria não vai morrer.” Eu disse: “A senhora pode dizer à sua neta que a Camila não vai morrer.” [...] Novela no Brasil é fogo, mexe com todo mundo. (ibid. p. 86)

Enfim, dentre cessões ao público (sobrevivência da heroína e não beijo entre gays) e determinações do autor (presença de homossexuais nas tramas), tudo sobre supervisão da emissora, o que fica, pelo visto, são movimentações para todos os “jogadores”, mas com o xeque-mate, desde o início, reservado a quem, majoritariamente (e isso deve ser muito bem destacado para este estudo), ocupa o sofá da sala.

Por notar o quanto autores se dizem felizes com personagens homossexuais mesmo com os beijos vetados, o que seria feito em nome do que “deseja” a audiência, não se pode dizer que o golpe final do público indique sua vitória construída por haver uma derrota da autoria. Pelo menos, no geral, vê-se que há boas experiências/satisfações finais de ambas as partes. Por conta disso, não configura erro afirmar que a boa telenovela deve ser como a política, a qual só existe quando os dois lados vencem. Trata-se de uma diplomacia folhetinesca.

Sobre um dos motivos que levaria o autor Manoel Carlos a afirmar que “novela no Brasil é fogo. Mexe como todo mundo”, podemos citar um que também diz respeito ao quanto as características do gênero da telenovela propiciam quebras de rejeições do público a assuntos potencialmente rejeitados pelo assistente médio, tal qual a homossexualidade.

Qual a diferença de efeito no telespectador entre uma reportagem jornalística sobre a discriminação contra gays no trabalho e uma novela com um personagem homossexual sendo demitido por esta causa? Ilustremos.

Pode-se imaginar uma matéria de um telejornal em que seriam ouvidos, de praxe, representante de uma instituição do governo ou organização civil para dar uma visão ampla ou apresentar dados estatísticos a respeito do tema, e um homossexual vítima de discriminação relembrando sua história como forma de ilustrar o assunto. Além disso, haveria imagens do repórter e outras apenas ilustrativas com narração em off. Tudo em contados dois ou dois minutos e meio de duração.

Quanto a uma novela, e só para falar de um capítulo, a cena da demissão pode ser feita com um chefe preconceituoso que fala palavras ofensivas, o homossexual vítima da discriminação e suas reações de choro ou indignação e, talvez, um amigo seu que o consola e reprova a homofobia envolvida no episódio. Colocando a cena como uma de média duração, ela poderia tomar três, quatro minutos.

Entre os dois exemplos de como o tema da homofobia pode ser tratado na tevê, Távola (2006) diz que é a cena da telenovela a seqüência de imagens e de falas que teria mais condições de angariar empatia e envolvimento do telespectador.

As razões para isso seriam fundamentalmente duas. A primeira é a capacidade de a história ficcional, ao mostrar situações emocionais, mobilizar, no telespectador, não o cognitivo de forma mais destacada, mas sim emocional. O acionamento da afetividade do assistente pode despertar

sentimentos como solidariedade com a pessoa oprimida, rompendo mais facilmente possíveis posturas de rejeição. Racionalmente, quem está à frente do telespectador, é um homossexual. Emocionalmente, é um ser humano que está sofrendo.

O segundo motivo, ainda de acordo com Távola, seria a decodificação, via telenovela, de conflitos morais e de temas diversos e até mesmo os de maior rejeição, acrescentamos, pela via dramática, que “pode obter níveis profundos de empatia e comunicação” (ibid., p. 38). O debate não se dá apenas em tese, mas por meio justamente de conflitos vividos pelos personagens. “Na ação da telenovela, a discussão do problema moral quase nunca é conceitual, mas deriva diretamente da ação do personagem, o representante da reação humana” (p. 37)

No folhetim, não se fala de como o homossexual pode sofrer discriminação, mostra-se. E não um homossexual cujo nome e profissão são informados por gerador de caracteres durante cerca de três segundos na tela. São exibidos os antecedentes do episódio, o próprio fato e suas reverberações vividos por uma pessoa cujos nome, história e sonhos são conhecidos pelo telespectador.

Capítulo 4

Visões sobre recepção e efeitos

Nos últimos anos do século XIX e no início do século XX, países tais como os EUA e parte da Europa viviam um período de mudanças profundas. Surgiram carro, telefone, fonógrafo, cinema, metrô, avião (LIMA, 2008). Cidades cresciam de forma incrível. Pessoas circulavam entre esses aglomerados humanos e, mais ainda, do campo para elas. A produção de bens nas fábricas se agigantava. Culturas se encontravam (se chocavam), grupos sociais se redefiniam. O intercâmbio cultural e comercial entre países se intensificava.

Em meio a tal dinâmica, mesmo ainda sem o rádio (que surgiu como mídia no final da década de 10) e longe da tevê (década de 40), os meios de comunicação de massa, como o cinema, ou mesmo os de caráter interpessoal, a exemplo do telefone, já se tornavam elementos importantes em vários setores da sociedade.

As inovações tecnológicas que mudavam os conceitos de espaço e tempo fizeram as pessoas crerem em um futuro de grande progresso. Entretanto, muitos historiadores retratam que a I Guerra Mundial (1914-1918) significou uma quebra em boas projeções.

Ao contrário de outros confrontos, a I Guerra Mundial envolveu não só militares, mas civis, que, na melhor das hipóteses, precisavam se sacrificar para que suas nações tivessem condições de luta. Isso implicava, por exemplo, esforços nas fábricas para elaborar produtos em escalas e rapidez cada vez maiores em um cenário também crescente no que dizia respeito a problemas de abastecimento, infra-estrutura, preservação de vidas e destruição de cidades.

Entretanto, a reverberação do conflito não se restringiu a esses aspectos. Uma necessidade que já vinha se desenvolvendo e se alimentando de progressos tecnológicos cada vez mais frequentes conheceria um impulso gigantesco.

À medida que cada país se comprometeu politicamente com a guerra, surgiu a necessidade mais crítica e urgente de forjar elos sólidos entre o indivíduo e a sociedade. Tornou-se essencial mobilizar sentimentos e lealdades, instilar nos cidadãos ódio e medo contra o inimigo, manter elevado seu moral diante das privações e captar-lhes energias em uma efetiva contribuição para sua nação. O meio para alcançar estas metas urgentes foi a propaganda (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 179)

Soma-se a tal cenário belicoso e propagandístico, fatos que também demandariam aperfeiçoamentos imediatos da comunicação e do que se entendia dela. O capitalismo conhecia uma

fase de consolidação. A propaganda de produtos precisava avançar já que atrair consumidores e formar mercados era fulcral.

Seja para colocar nações em suas mãos por meio de regimes totalitários seja para fazer a mesma coisa por vias democráticas, políticos começaram a lidar com o imperativo de ouvir a voz das massas, a nascente opinião pública. Depois de conhecida, os líderes queriam, então, influenciá-la e, se pudessem, moldá-la.

Inventores solitários ou financiados por empresas recém-estruturadas não paravam de apresentar inovações cheias de oportunidades para levar mensagens a cada vez mais pessoas e de forma barata e rápida. As comunicações se movimentavam em velocidade maior do que a da rotação da Terra, a qual desejavam envolver.

Todos esses acontecimentos e as vontades a eles ligadas formaram um panorama que instigou pesquisadores das ciências sociais e políticas, estudiosos de muitas áreas e profissionais envolvidos com a comunicação.

O produto foi a estruturação, sem nenhuma proposta definidora, de uma área de estudos especificamente dedicada à comunicação. No final da década de 1920, nos EUA, nasceu a *Mass Communication Research* (ARAÚJO, 2008; MATTELART, 2009), uma tradição de estudos que elevou o nível da pesquisa, da compreensão e da habilidade em produção relacionadas à mídia.

Esse início logo teria um importante marco. Na década de 1930, uma intensa produção de pesquisas empíricas ocorreu nos EUA tanto em comunicação quanto em outras áreas, já dando sustentação para o valor que esse tipo de metodologia teria muito em breve nesse campo de conhecimentos que surgia. Nessa época:

Nascem as sondagens de opinião como ferramentas da administração cotidiana da coisa pública. As pesquisas pré-eleitorais [...] conseguem prever a reeleição de Roosevelt em 1936. [...] Em 1937, a American Association for Public Opinion Research (AAPOR) cria a *The Public Opinion Quarterly*, primeira revista universitária sobre comunicações de massa (MATTELART, 2009, p. 39)

Sobre a composição da *Mass Communication Research*, Araújo (2008) explica que sua pluralidade interna foi tão grande no que concerne a tipos de abordagens, pressupostos teóricos e resultados, que muitos deles são até opostos entre si.

Mas não há apenas diferenças. Ainda de acordo com Araújo, há quatro características que os une, das quais destacamos três: terem caráter empiricista (com maior predominância de pesquisas quantitativas), ligarem-se ao pragmatismo compromissado com melhoria de performance dos meios (eram numerosos levantamentos encomendados por governos, militares ou grandes empresas de comunicação), e voltarem-se prioritariamente para a comunicação midiática.

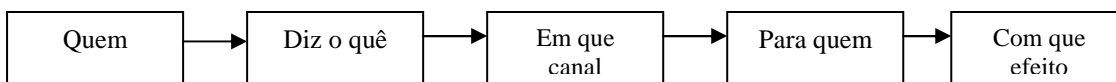
O campo de estudos do *Mass Communication Research* é hegemônico nos Estados Unidos entre o final da década de 1920 e os anos 1960. A obra inaugural desse conjunto de abordagens é *Propaganda Techniques in the World War* (1927), de Harold D. Lasswell, que fala sobre como o telégrafo, o telefone, o cinema e a radiocomunicação se tornaram importantes instrumentos nas mãos do governo na I Guerra Mundial no cumprimento do objetivo de gerenciar opiniões por meio de campanha militar. (Mattelart, 2009)

Araújo (2008) afirma que, apesar da grande variedade das posturas ideológicas dentro da *Mass Communication Research*, pode-se dividi-lo em três grandes grupos. O primeiro é o da Teoria Matemática da Comunicação (1949), em que se procurou ver a comunicação estritamente pelo aspecto técnico e com ênfase nas variáveis quantitativas.

Outro grupo é o da corrente funcionalista. Seus grandes nomes foram Lasswell, Paul Lazarsfeld e Robert K. Merton. Lasswell, que cunha o termo Agulha Hipodérmica (ver teoria adiante), dá outra importante contribuição à pesquisa em comunicação ao, ainda nos anos 30, propor um modelo teórico geral da Comunicação, que, de forma linear, mostrou como se dá uma interação.

A influência desse esquema nos *Mass Communication Research* foi muito grande, tornando-se praticamente um de seus eixos. A publicação do modelo teórico acontece apenas em 1948.

Sua fórmula:



Ao fazer esta partição, o estudioso ordena os objetos de estudo do campo da comunicação. Investigar o “quem” diz respeito aos estudos da produção; o “diz o quê” liga-se às análises de conteúdo; focalizar o “em que canal” é estudar a mídia; se debruçar sobre o “para quem” é falar de análise da audiência, e, se a proposta é saber “com que efeitos”, a problemática será de análise de efeitos.

O passo adiante dado por essa definição do processo comunicativo foi importante também por ajudar a dar identidade aos estudos de comunicação. “O modelo de Lasswell teve o mérito de ser o primeiro dirigido especificamente para a comunicação, auxiliando no estabelecimento de um campo autônomo de estudos” (MARTINO, 2009, p. 25). Tal composição fez com que a mídia fosse vista como uma instituição fulcral para se entender a sociedade.

Wolf (2008) ainda destaca outra reverberação que o trabalho de Lasswell teve: o de organizar os estudos de comunicação em torno de dois dos seus temas centrais de maior duração e importância – a análise dos efeitos e a análise dos conteúdos.

O interesse majoritário nessas duas variáveis do processo comunicativo, de acordo com Mattelart (2009), é fruto do que as pesquisas sobre elas geravam: mais conhecimento a respeito de dados que possibilitariam a melhoria da abordagem do público (objetivo que nasce, como registrado aqui, antes mesmo dos *Mass Communication Research*, mas que marca todos os estudos de recepção aí realizados)

A atenção aos efeitos da mídia sobre os receptores, a constante avaliação, com fins práticos, das transformações que se operam em seus conhecimentos, comportamentos, em suas atitudes, emoções, opiniões e em seus atos são submetidas à exigência de resultados formulada por acionistas preocupados em pôr em números a eficácia de uma campanha de informação governamental, de uma campanha publicitária ou de uma operação de relações públicas das empresas e, no contexto da entrada na guerra, das ações de propaganda das forças armadas (MATTELART, 2009, p. 40)

Feito seu modelo de comunicação, Lasswell utiliza-o para analisar o todo a partir da visão funcionalista. São pontuados, pelo estudioso, três funções dos meios de comunicação: “1) a vigilância sobre o meio ambiente; 2) a correlação das partes da sociedade em resposta ao meio; 3) a transmissão da herança social de uma geração a outra” (LASSWELL, 1971, p. 105).

Companheiros de Lasswell no que diz respeito à linha teórica, Merton e Lazarsfeld estavam especificamente instigados pelo nascimento de uma cultura popular não mais localizada, porém expandida, que alcançava muitas pessoas de diferentes localidades. Os teóricos viam “preocupados o que entendiam como uma substituição, no gosto popular, de uma cultura autêntica – seja lá o que isso queira dizer – por uma cultura padrão-criada e divulgada pela mídia” (MARTINO, 2009, p. 28).

Dessa inquietação, Lazarsfeld e Merton elaboraram três funções para a mídia na sociedade. Uma delas, necessariamente negativa, na verdade, é uma disfunção. O efeito é narcotizante, teria a capacidade de distrair as pessoas de forma a evitar que elas prestassem atenção ao que realmente importava. E o que realmente importava?

A luta pela liberdade, lazer, educação popular e segurança social, foi desenvolvida na esperança de que [...] as pessoas se beneficiariam dos grandes produtos culturais de nossa sociedade, Shakespeare ou Beethoven e até mesmo Kant. Muito pelo contrário, as massas preferem Faith Baldwin [romancista com mais de 100 livros], Johny Mercer [cantor popular dos anos 40 e 50] e Edgar Guest [conhecido como poeta do povo, apresentador de programa de rádio] (LAZARFELD; MERTON, 1971, p. 230)

Então o parâmetro era esse. A considerada alta cultura ou, quem sabe, o que freqüentava a casa dos autores. Como se vê, o preconceito contra o gosto de classes populares ou de outras culturas que não a sua está longe de ser novo na academia e nas avaliações teóricas na área de comunicação.

As outras duas funções da mídia de acordo com Lazarsfeld e Merton são conferir e garantir status (que diz respeito à capacidade dos meios de comunicação de dar valor a pessoas, fatos e temas, tornando-os importantes, em detrimento de outros), e reforçar as normas sociais.

Os autores sugerem que “a mídia reforça os padrões de comportamento tidos como certos dentro de uma sociedade na medida em que transforma esse padrão em referência, vista por milhões de pessoas e, portanto, ganhando status de verdade” (MARTINO, 2009, p 28).

Não deve ser inesperado o interesse particular desta pesquisa em discutir o tópico levantado acima e vários outros abordados neste capítulo que dizem respeito ao comportamento da audiência na relação com mensagens midiáticas. Entretanto, reservamo-nos neste momento de fazê-lo. Se feito aqui, antes de analisarmos os dados do levantamento empreendido neste estudo, exporíamos apenas hipóteses, crenças produzidas por observações sem critério científico. E não cremos na validade deste tipo de exercício.

Muito mais enriquecedor para os estudos de comunicação, mais qualificado e sintonizado com a justificativa deste estudo será realizar esse debate com base em uma pesquisa empírica e quantitativa, com possibilidade de generalização no caminho para entender uma determinada sociedade e sua relação com a mídia.

Falando ainda dos três grandes grupos da *Mass Communication Research*, há o principal deles, os de estudo dos efeitos da comunicação, que, diferentemente do anterior, coloca como centro o indivíduo que recebe a mensagem midiática.

O tema não era novo. O interesse a respeito de o quê os meios de comunicação provocam na audiência já era alto antes mesmo da configuração de uma teoria concernente a esse tema, isso já nos anos 1910.

A preocupação com os efeitos nasceu com a demanda por pesquisa social nos anos que precederam a Primeira Guerra, quando, em um período de reformas sociais, e para alimentar o debate público, começaram a desenvolver pesquisas sobre a influência da mídia em crianças e jovens [nos EUA] (MATTELART, 2009, p. 41).

Logo após a I Guerra Mundial, têm destaque as pesquisas financiadas pelo Fundo Payne, nos EUA, nos anos 20, cujos primeiros estudos tentavam descobrir a “influência do cinema nas crianças” (ARAÚJO, 2008, p. 120). A justificativa estava nos números. Nessa época, “milhões de

famílias freqüentavam-nos [os cinemas] toda semana; uns 45 milhões de crianças com menos de 14 anos estavam nessas platéias (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 183).

Outros fatores de impulsionamento da pesquisas de comunicação de forma geral e dos estudos de recepção especificamente foram as campanhas militares na I Guerra Mundial, a disseminação do rádio (a partir do final da década de 10) e a realização de campanhas eleitorais (que continuavam no EUA).

Pela cronologia, vê-se que não se poderia simplesmente desconsiderar o conhecimento gerado por pesquisas sobre meios de comunicação realizadas antes do que ficou configurado como *Mass Communication Research*. E, de forma geral, realmente não foi. Por mais que não pareça.

“Diversas teorias [...] são, em muitos casos, criações retrospectivas. [...] Pelo menos alguns destes nomes [de algumas linhas teóricas] não serão encontrados na bibliografia do período inicial por não existirem então. Foram reunidos, sintetizados e rotulados *post hoc*” (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 183). Aqui não se fala apenas dos estudos feitos até meados dos anos 1920. Mesmo duas décadas depois, essa prática existia. Afinal, até aí, também não tinha sido formada uma disciplina chamada Comunicação, um campo de conhecimento só mais tarde estruturado.

O modelo teórico inaugural dos *Mass Communication Research* teve destaque dos anos 1920 aos 1940: a teoria hipodérmica (ou da Bala Mágica ou da Correia de Transmissão), que seguia a tradição dos estudos de recepção que a antecederam.

Sua gênese está ligada ao quanto, no primeiro quarto do século XX, a nova vida nas cidades, povoadas por multidões, fazia com que os indivíduos, cada vez mais juntos espacialmente, tivessem apagados seus laços identitários com a família e a comunidade.

O resultado não era um conjunto de pessoas coesas, mas um aglomerado amorfo. Como uma das conseqüências desse fenômeno, ter-se-ia formado a sociedade de massa, um conceito-chave que vai acompanhar a comunicação em boa parte de seu desenvolvimento no século XX.

Sociologia, psicologia e a jovem comunicação como área científica, diziam que a individualidade, aí como subjetividade, era apagada, mas o indivíduo, aqui como ente, permanecia, só que isolado e sem referências próprias.

Tal posicionamento teórico, que não consta “em nenhum artigo ou livro” (MARTINO, 2009, p. 185), é muito criticado atualmente, mas ele dominava as ciências sociais de então. Na psicologia, por exemplo, surgiu a perspectiva comportamental, a behaviorista, que, grosso modo, via as reações humanas como respostas padronizadas a estímulos externos. Por extensão, apenas o comunicador tinha a capacidade de agir, propor. Quem recebia a mensagem, a esse, a falta de resistência era maior.

Não era o caso de deixar de reconhecer características dos indivíduos. Eles tinham um gênero, uma profissão, eram de uma classe social, possuíam determinada ascendência, dentre outros

qualificativos. Isso era considerado, mas apenas em sua existência e não em sua importância. As relações sociais eram avaliadas como fracas demais para ter algum efeito sobre o indivíduo frente ao poderio dos meios de comunicação.

Portanto, era possível engendrar a manipulação total das pessoas por meio da propaganda, por exemplo. A comunicação era vista como assimétrica, com atividade poderosa no pólo do emissor e com passividade incontornável no extremo receptor

Há muito vista como fruto de grande deslumbramento com os meios de comunicação, a teoria hipodérmica foi um modo de compreender o processo comunicativo que persistiu até quase a metade do século XX. Pioneirismo à parte, critica-se o fato de que, nesta teoria, “a maior parte dos efeitos não é estudada: estes são dados como previstos” (WOLF, 2008, p. 10).

O motivo de sua reformulação e abandono é demonstrativo do valor das pesquisas empíricas para a área da comunicação. Quando começaram a tomar mais destaque estudos com levantamento de dados sobre a audiência, aquela proposta teórica não se sustentou. Nesse momento, “[...] seus próprios pressupostos deram lugar a resultados que contradiziam sua elaboração fundamental” (Ibid., p. 16)

A linha teórica que tomou o espaço de destaque da teoria hipodérmica não foi apenas uma nova forma de compreender o processo comunicativo, mas também uma importante mudança de prisma. De um cunho fortemente sociológico, passa-se a lidar com a psicologia dos indivíduos.

A abordagem empírico-experimental ou da persuasão (Ibid, 2008), está-se nos anos 1940, surgiu da constatação feita por alguns estudiosos que entre a ação dos meios de comunicação e dos efeitos, um série de processos psicológicos atuavam. O automatismo entre estímulo e resposta, defendido pela teoria hipodérmica, era descartado. Contra essa linearidade, o que há é um processo complexo.

O principal nome desse campo teórico foi o psicólogo Carl Hovland, que atuou na 2ª Guerra Mundial e que ficou conhecido por seus estudos sobre a eficácia da propaganda em soldados americanos.

O caráter das pesquisas não era apenas descritivo, havia um objetivo a se alcançar com os dados e informações colhidas: o de melhorar a persuasão das mensagens. Os casos bem-sucedidos, ou seja, os que obtiveram adesão muito satisfatória da audiência, eram analisados para se detectar porque acertaram. Os que eram de fracasso recebiam a mesma atenção, só que aí a meta era identificar o que de errado foi feito na tentativa de conquista dos destinatários.

O objetivo era compor “um verdadeiro catálogo de receitas para o uso do bom persuasor e da mensagem persuasiva eficaz, ou seja, capaz de alterar o funcionamento psicológico do indivíduo” (MATTELART, 2009, p. 54)

Sim, porque uma mensagem que não tivesse guiado o comportamento da audiência como desejava o emissor, só não o fez por algum erro no processo. Nesta abordagem, como na teoria hipodérmica, a crença no poder dos meios de comunicação frente aos indivíduos persistia. O que mudou foi a consideração de possibilidade de falha, a qual, defendiam, era evitável.

A persuasão dos destinatários é um objetivo possível, sob a condição de que a forma e a organização da mensagem sejam adequadas aos fatores pessoais que o destinatário ativa na interpretação da própria mensagem (WOLF, 2008, p. 18)

As pesquisas, muitas financiadas pelo exército americano e sempre compromissadas com os efeitos planejados pelo emissor, levaram à identificação de duas categorias de variáveis que deveriam ser consideradas no processo comunicativo visando sua máxima eficácia.

Um desses grupos diz respeito a fatores ligados à audiência. A primeira variável é o interesse das pessoas em adquirir informação, sem o qual torna mais difícil e até impossível fazer chegar a mensagem a um potencial destinatário.

O segundo trata do comportamento de os indivíduos preferirem se expor a mensagens com as quais concordam e evitar o contato com as que vão em sentido contrário, seria a exposição seletiva.

Há ainda a percepção seletiva, que seria um dispositivo da audiência de modificar o sentido mais direto da mensagem para conformá-la ao que se pensa ou de diminuir seu efeito de contrariedade. Dentre os estratagemas estariam pinçar apenas alguns detalhes da mensagem que serviriam para reforçar a própria crença ou justificá-la ou atribuir ao mostrado infidelidade ao que acontece na vida comum.

Sobre esse tópico, elaborou-se a idéia dos efeitos de assimilação e contraste. O primeiro acontece quando “o destinatário capta as opiniões expressas na mensagem como mais próximas às suas do que na verdade o são” (WOLF, 2008, p. 25). Para tal, devem ocorrer pouca diferença entre a idéia do emissor e a do receptor, falta de apego por parte do destinatário à sua opinião e à expressa na mensagem e uma relação positiva com o comunicador. O efeito de contraste acontece quando há o inverso dessas condições.

A quarta variável é a memorização seletiva, que faz com que o destinatário se lembre mais de mensagens que coadunam com as suas opiniões do que das que lhe fazem oposição.

O outro grupo de fatores tem a ver com a mensagem em si. Eles são quatro. O primeiro fala da credibilidade do comunicador, que influi de forma diretamente proporcional na assimilação do conteúdo pelo destinatário. A ordem das argumentações também deve ser considerada. Nesse tópico se estuda qual posição de um argumento na mensagem o torna mais eficaz na persuasão, se, por exemplo, no início ou no fim de um texto radiofônico.

O caráter de complexidade da mensagem é a terceira variável. Um caso: conteúdos apenas em consonância ao que se deseja que a audiência adote são mais eficazes junto a pessoas menos instruídas. Já os que oferecem uma oposição interna, com argumentos contra e a favor (com mais força para aqueles que o emissor pretende que vença) são mais convincentes para os de instrução formal alta.

O último aspecto a ser estudado é a eficácia da explicitação das conclusões. O que se coloca em debate é a capacidade persuasiva de textos que demonstram as conclusões de um raciocínio e daqueles que a deixam implícitas. Com um dos resultados, viu-se que quanto mais o destinatário for envolvido com o assunto, melhor não explicitar o arremate das idéias.

Por tudo isso, julgava-se que quando há esse tipo de resistência, “a comunicação de massa muito provavelmente não mudará o ponto de vista desse público. Aliás, é certamente muito mais provável que ela reforce as opiniões preexistentes” (KLAPPER apud WOLF, 2008, p. 23).

As diferenças entre a teoria hipodérmica e a abordagem empírico-experimental não podem deixar em segundo plano uma semelhança dentre elas que é importante para conhecer a visão do que era feito no campo dos estudos de comunicação na época. Em ambas, o indivíduo era isolado socialmente. Seu ambiente, suas relações e características sociais eram ou desconsiderados ou enfraquecidos na capacidade de influenciar o modo de receber mensagens massivas.

Foi outro tipo de abordagem, também integrante desse grupo de estudos de recepção da *Mass Communication Research*, que destacou a importância de aspectos sociológicos para entender a influência dos meios de comunicação nos indivíduos. “É o primeiro momento em que se percebe a influência das relações interpessoais na configuração dos ‘efeitos’ da comunicação” (ARAÚJO, 2008, p. 128).

Voltamos a nos encontrar com Paul Lazarsfeld, principal nome da chamada Teoria dos Efeitos Limitados (ARAÚJO, 2008; WOLF, 2008). Os livros *The people’s choice* (1944) e *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communication* (1955) são suas obras que melhor servem para demonstrar as conclusões dos estudos feitos por ele com o objetivo de mapear os fatores de mediação na relação entre meios e a audiência.

O novo trazido por Lazarsfeld e também pilar dessa linha teórica é a descoberta do quanto os chamados líderes de opinião influenciavam as tomadas de decisões de pessoas de seu convívio. Esses líderes foram definidos como pessoas mais envolvidas em determinado assunto que, por isso, passavam a ser vistas por suas redes sociais como uma referência a ser ouvida para a determinação de questões como em quem votar (Lazarsfeld tem nas campanhas eleitorais base importante de seu trabalho e vem delas as principais conclusões da Teoria dos Efeitos Limitados).

O que se tem, portanto, é a compreensão de que fluxo das mensagens midiáticas se dá em dois níveis: dos meios aos líderes e destes às demais pessoas. É o modelo do *two-step flow of*

communication, que não dá mais espaço para pensar os meios como detentores de poder absoluto frente os destinatários.

Obstante a inclusão da natureza sociológica nos estudos de comunicação feita por Lazarsfeld, críticas devem ser feitas ao seu modelo. Em primeiro lugar, por generalizar regras advindas de estudos sobre campanhas eleitorais para todo tipo de fluxo comunicacional.

Ora, é evidente o quanto a questão partidária e o envolvimento apaixonado de muitos cidadãos em épocas de sufrágios para presidente da República, por exemplo, fazem dessa situação algo de tamanha excepcionalidade que não seria prudente aplicar suas características de funcionamento a cenários de normalidade social.

Ademais, sem ser necessária pesquisa alguma para servir como parâmetro, não é possível imaginar o contato de pessoas com os meios de comunicação tal qual o previsto neste modelo. Nele, os não-líderes não teriam contato direto com a mensagem. Ela viria apenas por meio do líder de opinião. O que também precisa ser objeto de ressalvas já que prevê apenas a “intermediação” de apenas uma pessoa de toda a rede de sociabilidade dos indivíduos.

Sobre esse último aspecto, nos parece mais coerente a sugestão de Joseph Klapper, aluno de Lazarsfeld: o enfoque fenomênico. Nele, os efeitos não são causados apenas pelos meios de comunicação e pela ação do líder de opinião. Há muitos outros fatores. “Sobretudo, exige-se a incorporação da vivência das pessoas, da rede de relações interpessoais em que cada indivíduo se acha envolvido” (ARAÚJO, 2008, p. 128).

Por volta de 1970, como resultado da abertura da sociologia funcionalista aos estudos etnográficos sobre audiência e recepção (MATTELART, 2009, p. 152), uma nova visão sobre o processo comunicativo surgiu. Era a teoria dos Usos e Gratificações, que não é incluída por Araújo (2008) como integrante dos *Mass Communication Research*, mas sim do diálogo desta com outras correntes de estudo, algo que teve impulso a partir dos anos 1960.

A teoria dos Usos e Gratificações não trata especificamente de recepção, mas merece relevo por ter destacado o poder dos receptores de comunicação, algo que deve ser observado com muita atenção nos estudos naquela área.

Com essa perspectiva, o ente que não tinha força alguma para resistir à mídia ou que era totalmente manipulável a depender da construção da mensagem ou, ainda, “vítima” não só dos meios de comunicação, mas também de pessoas mais bem informadas, ele desaparece.

A força dessa linha teórica está em não ser filiada a idéias que tratam a audiência “como se não existisse um botão ‘desliga’ nos aparelhos, e o público fosse obrigado, por uma força metafísica, a assistir qualquer coisa que aparecesse na tela” (MARTINO, 2009, p. 186).

Já havia indícios dessa potencialidade da audiência na teoria empírico-experimental ou da persuasão, mas o compromisso dessa linha de estudos com a eficácia das mensagens em prol das intenções do emissor impedia, inclusive, de se ver, se fosse o caso, o quanto o público pode agir.

A questão posta é o que a audiência faz com os meios e não o que os meios fazem com a audiência. A mudança de sujeito para quem se faz a pergunta não é um detalhe. Não é arriscado apostar, inclusive, que só com essa ação se pode responder a uma das questões que mais instiga comunicólogos, profissionais dos meios de comunicação e muitas pessoas comuns nos últimos tempos: por que a relação entre audiência e mídia é tão intensa?

A construção dessa resposta começa em pesquisas de décadas anteriores que serviram de precedentes teóricos para essa linha. DeFleur e Ball-Rokeach (1993, p. 206) localizam já na década de 1930 a existência do interesse em saber os tipos de necessidades atendidas pela mídia e quais as gratificações, satisfações a audiência tinha com o conteúdo dos meios de comunicação. Nessa época, “foram levados a cabo numerosos estudos dentro dessa perspectiva sobre leitura de livros, novelas de rádio, o jornal diário, música popular e o cinema”.

Vê-las é importante. Como relata Martino (2009), em 1949, durante uma greve dos entregadores de jornal em Nova York, o jornalista Bernard Berelson fez uma pesquisa com 60 moradores da cidade a respeito do que eles mais sentiam falta nos dias sem leitura.

Os motivos mais elencados foram: saber de informações a respeito da vida pública e ter condições de interpretá-las; a necessidade de ter uma orientação para a vida cotidiana (esportes, artes, problemas urbanos); ter uma forma de se distrair e esquecer problemas pessoais; manter o prestígio social por ser uma pessoa bem informada e ter alguns “problemas” no contato social, já que a leitura de jornais fazia com que eles tivessem mais assuntos para compartilhar com suas redes de sociabilidade e pudessem expandi-las.

Anos depois, Wilbur Schramm, um dos nomes mais importantes dos estudos de comunicação nos EUA e responsável pela instalação de vários departamentos da área em universidades americanas, realizou um levantamento com o objetivo de saber as razões pelas quais as pessoas se interessavam pelos meios de comunicação.

As conclusões se assemelham às encontradas por Berelson, mas o autor faz um destaque: o quanto a afetividade era citada pelos pesquisados. A mídia era vista como uma forma de as pessoas se inteirarem de assuntos gerais e, por meio deste conhecimento, nutrir seus relacionamentos humanos.

As críticas à teoria dos Usos e das Gratificações são inúmeras. DeFleur e Ball-Rokeach (1993), por exemplo, afirmam que os estudos feitos nessa linha só produziram “pouco mais do que listas de ‘razões’ que as pessoas alegam empregar ao selecionar e atentar para diferentes categorias

de conteúdo da mídia ou listas de satisfações [...]. A perspectiva não proporciona grande coisa em matéria de explicação sistemática além dessa” (ibid. p. 206).

De fato, ter como foco as motivações dos usuários das mídias pode não ser um trabalho que seja caracterizado pela alta gama de possibilidades de coisas novas. Entretanto, tais listas, sedimentadas ao todo ou não, têm grande valor para discutir com grupos teóricos que atribuem a forte relação das audiências com os meios à dominação política, social e/ou ideológica daquelas por estes.

Claro que pode haver dominação ou ato manipulatório justamente por meio da estratégia de causar satisfações à audiência. Mas não são pesquisas que resolverão o problema de se distinguir a manipulação da prática autônoma de usar a mídia como meio de informação, entretenimento e de ter contato com a cultura. Aí, a única saída é o fim do preconceito social de acadêmicos de Comunicação e de estudiosos desse campo.

Defendemos que a perspectiva dos Usos e Gratificações não seja simplesmente descartada sob o argumento de só produzir listas ou ainda pelo fato de, ao dar muito poder à audiência, esvaziar a economia política na área da Comunicação, como acusa Mattelart (2009). Entendemos que o melhor é que sejam expandidas e problematizadas suas indicações.

Além do poder nada pequeno que, ao nosso ver, em regimes democráticos e de livre comércio, a audiência possui, essa perspectiva serve como referência no debate sobre o respeito aos gostos e as culturas de diferentes segmentos da sociedade e de diferentes sociedades tendo em vista que, se movido pela busca de usos e gratificações que dizem respeito apenas a si próprio, cada indivíduo tem o direito de usufruir dessa possibilidade da forma que deseje, sem julgamentos de melhor ou pior realizados por “magistrados da alta cultura e do bom gosto” que se dedicam ao estudo da Comunicação.

O fim da adoção de modelos ideais particulares como base para críticas no campo da pesquisa de Comunicação deve ser objeto de busca cotidiana. A teoria dos Usos e Gratificações nos ajuda neste sentido.

A idéia de que o espectador não teria capacidades próprias para resistir às ideologias transmitidas pelas mensagens não foi exclusividade de algumas linhas teóricas do *Mass Communication Research* aqui mostradas.

A crença de que o efeito que já nasce determinado pelo emissor do conteúdo, também foi uma crença da Teoria Crítica, produzida por integrantes da Escola de Frankfurt, a partir da década de 1930 e desenvolvida principalmente nas três décadas seguintes. Dentre seus principais nomes estão Theodor Adorno e Max Horkheimer.

Responsável pela criação do termo indústria cultural (conjunto das instituições sociais vinculadas à produção e distribuição de bens simbólicos – em substituição ao conceito de cultura de massa), a Teoria Crítica tinha forte carga política.

Localizada no extremo oposto à tradição de estudos americanos em comunicação, que inclui pesquisas para aperfeiçoar a ação militar do país, a Teoria Crítica aglutinou estudiosos e ativistas políticos que eram contra a dominação dentro sociedades e sistemas econômicos. Foi uma teoria-bandeira.

Estas pesquisas centraram sua atenção, de um lado, na crítica do “culturalismo imperial americano” e da “dominação” exercida sobre as nações periféricas e classes subordinadas através do poder político, econômico e ideológico dos meios de comunicação, e, de outro, nas teorias funcionalistas que analisavam os “efeitos” dos meios de comunicação (GUEDES, 1998, p. 113)

Tal postura política gerou, em nossa visão, pelo menos três problemas. O foco na economia política tinha como consequência pensar os sujeitos sob determinação apenas das estruturas econômicas e sociais mais amplas. O que estava fora dessas variáveis (gênero, culturas, etnia e grau de instrução, por exemplo) não era considerado.

Além disso, para os integrantes mais destacados da Escola de Frankfurt, a margem de escolha dos indivíduos na relação com a indústria cultural, incluso os meios de comunicação, é muito pequena. E se há escolha, ela é manipulada.

A defesa é que não há autonomia legítima possível de ser exercida pelo público, pois os meios de comunicação estão a serviço da dominação do capitalismo e em nome deles é que se dá sua cooptação implacável.

A melhor resposta a essa visão foram as pesquisas empíricas tanto contemporâneas a essa teoria quanto posteriores a seu período de maior repercussão. Quanto mais se conhecia a audiência, mas se via sua capacidade de resistir, concordar ou até subverter sentidos propostos em uma mensagem.

Outro ponto negativo: tentar entender a recepção sem contato com ela. Avessos às pesquisas administrativas tão utilizadas nos EUA, os pesquisadores alinhados com a teoria crítica falavam de recepção e efeito pressupondo-os de avaliações dos processos de produções de mensagens.

Os Estudos Culturais: o receptor em seu meio

Enfim, também não foi na Teoria Crítica, assim como não foi na *Mass Communication Research*, que a recepção foi estudada a partir dela própria em meio à cultura e não do ponto de

vista da emissão ou do texto. Falemos do grupo que fez essa mudança e que é base importante desse estudo.

Em 1957, é publicado *The uses of literacy*, de Richard Hoggart. No ano seguinte, *Culture and society: 1780-1950*, de Raymond Williams. E, em 1963, *The making of the English work class*, de Edward Thompson. Em comum esses livros têm o fato de seus autores serem britânicos e de terem se dedicado nessas obras a entender como ocorriam as dinâmicas sociais e culturais das classes trabalhadoras.

O desafio com o qual os três lidaram era ampliar um termo. “Esse interesse pela classe trabalhadora os leva a buscar os meios de redefinir a noção tradicional de cultura de modo a estendê-la o suficiente para incluir a cultura popular e de massa” (GOMES, 2004, p. 104)

Por terem esse objetivo, as obras citadas são a base teórica do que ficou conhecido, logo depois, por Estudos Culturais ingleses. Oficialmente, foi em 1964 que houve a reunião desses e de outros teóricos com aquele mesmo interesse. Nesse ano, foi inaugurado o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos, na Universidade de Birmingham, na Inglaterra.

Já fruto de discussões dentro desse grupo estruturado, há outro marco: a publicação do artigo *Encoding and Decoding in the Television Discourse*, em 1973. Seu autor, Stuart Hall, que na época era diretor do centro em voga, propunha uma mudança relativa ao que estava sendo feito no campo da Comunicação.

Situado, nesse momento, entre sua instigação tanto por conhecer a audiência quanto por mensurar a efetividade dos textos, Hall não só criticou pensamentos sobre a onipotência da mensagem e do seu emissor (em que listamos como exemplos a Teoria Hipodérmica e a Crítica) quanto também fez pontuações negativas a uma soberania da audiência, como defendido na abordagem dos usos e gratificações.

Hall vê um equilíbrio. Denominando a elaboração de mensagem como codificação, ordenação de signos, e sua leitura como decodificação, leitura de signos, o autor reforça em seus estudos o conceito da leitura preferencial, a qual se arquitetava na construção do texto e que restringia a possibilidade de outras leituras. Restringia (o que evita tanto poder por parte do receptor), mas não anulava (o que atesta à audiência espaço para atuar).

A respeito desse ponto, há diferenças de acordo com o nome do teórico ligado à Escola de Birmingham de quem se fala. E é salutar evidenciar tal discussão para que não se veja tal linha teórica como monolítica.

Hall avalia existir a ação de um discurso ideológico dominante que induziria a uma leitura preferencial das mensagens. Quanto a John Fiske, como registra Paula (1998), esse teórico sugere uma reformulação e prefere acreditar na atuação de estruturas de preferência nos textos, que

sugeririam alguns significados e minimizariam outros, do que lidar com a existência de um único sentido preferencial.

A origem dessa posição de Fiske vem de sua observação de que são mais raras as posições de total concordância com o texto e de completa discordância, Fiske diz que assistir à tevê é majoritariamente um processo de negociação entre texto e receptor. Como desenvolvimento de sua idéia, Fiske proclama uma força muito maior da audiência em relação ao emissor do que o contrário. Assumindo tal posicionamento teórico, não haveria condições de lidar com a existência de forças dominantes já que, na relação emissor-receptor, a força deste não é nada desprezível.

Em seu texto, Hall procurou mostrar a importância de saber onde realmente se dava a produção de sentido no processo de comunicação. Para ele, isso acontecia nas relações sociais e na cultura das quais o sujeito que formava a audiência participava.

Para Hall, as mensagens dos meios de comunicação são polissêmicas, abertas a diferentes formas de interpretação, e, portanto, com variável poder de influência e sem chances de conseguir ações/reações padronizadas. O determinismo é derrubado.

Na construção desse paradigma, há influência direta das idéias do lingüista russo Mikhail Bahktin, para o qual o sentido se constrói na interação entre texto e seus receptores. A comunicação é dialógica. Portanto, não há como explicar o sentido de um texto apenas analisando-o, sem conhecer o processo de construção que dar-se-á quando a mensagem encontrar o receptor.

Assim sendo, a passividade atribuída ao receptor por algumas teorias não cabe. Se ele não age, simplesmente a mensagem não consegue ter sentido. Um fenômeno dialógico só pode ser analisado quando essa condição mínima de caracterização acontecer.

A crítica às correntes de pesquisa que davam ao texto um poder determinante não se faz com um desprezo total à potencialidade da mensagem de influenciar o sujeito. O que se faz é afirmar que ela não atua em um ser nu de sentido, de referências.

Tais considerações estão relacionadas a uma nova concepção de receptor. Ele não é dado como um ente passivo e isolado sob influência direta e inescapável do emissor por meio da mensagem.

Imerso no social e também com repertório particular, o sujeito atua, no momento do contato com a mensagem, sua própria multiplicidade de influências e valores vindos de múltiplas redes e instituições sociais das quais participa. Está aí a base teórica que descarta a possibilidade de simples assimilação dos sentidos das mensagens midiáticas. É uma interpretação por parte do indivíduo que ocorre nesse encontro entre valores/informações transmitidos pelos meios de comunicação e o receptor, esse ser intrinsecamente formado por valores sociais.

O que se tem, portanto, nos Estudos Culturais, é a assunção do sujeito social, eivado de suas vivências como integrante de uma classe social, de um gênero, de uma idade, de uma religião, de

uma orientação sexual etc. Enfim, um ser com competências, saberes e características culturais e sociais. Por isso, sem haver compreensão do contexto social no qual ocorre a interação dos meios de comunicação com o indivíduo não há como entender corretamente o processo comunicativo, acreditam integrantes dos Estudos Culturais e esta pesquisa.

Se a Teoria Crítica expurgou de seu ideário a expressão cultura de massa e a substituiu por indústria cultural como forma de não corroborar com a idéia de que o veículado nos meios de comunicação é algo próprio da audiência, os Estudos Culturais tem a mesma atitude, mas por razões um pouco diferentes.

O primeiro motivo diz respeito a um certo tom preconceituoso, identificado por Williams no uso do termo, que colocaria os trabalhadores, a quem, no final das contas, o conceito se referiria, como pessoas de menor valor. O outro foi o apagamento que a palavra massa fazia das estruturas sociais, o que impede qualquer compreensão do processo comunicativo. É necessário dar espaço para conhecer subgrupos, subculturas, bases definidoras do processo de interpretação/interação das mensagens.

Acredita-se que os membros de certas subculturas tenderão a compartilhar uma orientação cultural, a decodificar uma mensagem de um modo particular e que suas leituras individuais estarão marcadas por formações e práticas culturais compartilhadas, que, por sua vez, estarão determinadas pela posição objetiva que o indivíduo ocupa na estrutura social. Os contextos sociais, desse modo, administram os recursos e estabelecem os limites dentro dos quais os indivíduos operam. (GOMES, 2004, p. 182)

E qual termo seria o correto? Por influência do marxismo, corrente de destacados integrantes do centro de comunicação de Birmingham, usa-se cultura popular, que admite a presença da tecnologia e da informação provida pelos meios de comunicação. Falava-se de um todo e sem ligação direta a uma cultura tradicional ou não inserida em um ambiente comunicacional como poderia parecer.

A respeito dos meios de comunicação, os estudiosos de Birmingham os vêem como forças sociais que propagam ideologias dominantes e com poder de influência que não faz lembrar em nada o esquema estímulo-resposta. A visão é de que a atuação deles na mudança de pensamentos se dá de forma indireta e talvez até imperceptível.

Outra importante pesquisa que formou os alicerces dos Estudos Culturais foi um estudo de audiência do programa *Nationwide*, da emissora inglesa BBC. Charlote Brunsdon e David Morley publicaram, em 1978, uma análise textual do programa. Motivado pelas propostas de Hall, que já tinha ganho significativa repercussão nessa época, Morley seguiu com a pesquisa, mas, aí,

realizando um levantamento qualitativo sobre as interpretações dos espectadores da mesma atração televisiva.

Seguindo a definição de sujeito social, Morley entrevistou pessoas de acordo com o nível de escolaridade de diversas profissões. Seu objetivo era claro: conhecer as interpretações dos telespectadores classificados de acordo com critérios de pertencimento a grupos sociais aplicando os conceitos, vindos de Hall, de posição dominante (quando há concordância da audiência com o sentido da mensagem proposto pelo emissor), oposicional (quando há rechaço ao que foi intencionado como reação pelo emissor) e negociada, um misto entre as duas anteriores. Ao fim, se conheceria como variantes sociais influenciavam a decodificação das mensagens.

O resultado não foi o esperado. Pessoas com um mesmo nível social e de mesma profissão tiveram interpretações diferentes. Matou-se quase no nascedouro as idéias de Hall? A resposta é não. A sugestão do autor de *Encoding and Decoding...* de lidar com um sujeito e suas relação sociais para ser válida deveria ser complexificada. O próprio Morley “argumenta que superenfatizou o papel da classe social na produção diferenciada de sentidos e subestimou a variedade de leituras determinantes” (PAULA, 1989, p. 136)

De toda forma, a pesquisa de Morley teve grandes méritos. O primeiro foi de concretizar a proposta de Hall de ir, empiricamente, à audiência com olhos sociais para conhecer a decodificação. A outra foi de ter retomado a metodologia etnográfica e qualitativa como válida nos estudos de recepção, área que se expandiu nos Estudos Culturais a partir dos anos 1980.

Com estudos realizados nos anos 1990, os Estudos Culturais têm conhecido discussões muito enriquecedoras. Uma delas faz o combate ao uso do termo decodificação para denominar a atividade do receptor de comunicação. Propõe-se “consumo cultural”, uma forma de se referir à diversidade de práticas sociais que envolvem produtos tão diversos como ida a shopping centers, consumo de televisão ou influência da cantora Madonna em adolescentes do sexo feminino. (GOMES, 2004, p. 189)

Paula (1989) registra diversas críticas sobre os Estudos Culturais. É ponto para crítica o fato de os Estudos Culturais terem abandonado o engajamento crítico que os caracterizou no início, quando seus principais teóricos queriam fazer do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos um espaço para ampliar o discurso de setores marginais da sociedade.

A mudança que causa tantos arrepios em alguns é a visão mais recente dos filiados aos Estudos Culturais de aceitar a possibilidade de produtos midiáticos terem efeito positivo em grupos sociais.

Junto a isso, também seria prova de alienação, de acordo com alguns, o trabalho com temas tais quais corporalidade, afeto e desejo. Acusam as fases mais recentes dos Estudos Culturais, de

terem “um pensamento que prioriza a idéia do prazer sobre o sentido e do cotidiano do receptor sobre o controle ideológico dos produtores” (PAULA, 1989, p. 131).

Estranho ver um estudioso ter como critério de avaliação de pesquisas uma postura ideológica que só conhece extremos, no caso, em relação aos meios de comunicação. Ou os produtos culturais vindos da mídia são sempre bons ou sempre são ruins. Ou são apenas o que o público deseja ou servem, todos, para dominar pessoas e aliená-las.

Ter crenças políticas que respeitem a vida humana é salutar para o desenvolvimento da cidadania e deveria ser direito de todos. No entanto, é de se lamentar quando ideologias chegam ao universo da pesquisa científica não para motivá-la apenas, o que é válido (e praticado inclusive por nós), mas para moldá-la.

Os produtos desse tipo de pensamento não beneficiam nenhum campo de estudo. Para não contrariar ideologias, pode-se, nos trabalhos de cunho teórico, ignorar fatos, e nos de caráter empírico, manipular instrumentais, procedimentos ou conclusões. E outro fruto indesejado: desqualificar estudos não por sua técnica, mas por suas conclusões. A reprovação a temas, aí cabe a pluralidade de opiniões. A crítica aos Estudos Culturais por eles abrigarem pesquisas que não figurariam no grupo de demonização ou de ressalvas à mídia inclui-se nos casos negativos citados.

Pelo contrário, o que há é avanço na postura dos mais recentes estudiosos influenciados pelo centro de Birmingham, que já foi adepto da contaminação ideológica que acima criticamos. Como Paula (1998) considera, os Estudos Culturais chegaram a utilizar de forma majoritária as pesquisas qualitativas para que não existisse uma objetividade impeditiva à reverberação da voz dos marginalizados. Uma infeliz confluência entre ideologia e ciência que, pelo bem de ambas, perdeu fôlego.

A Teoria das Mediações e as multimediasções

Dentre tantas noções teóricas sobre o processo de comunicação, devem se destacadas também as produzidas na América Latina de forma a conhecer as importantes contribuições que elas dão aos estudos dessa área do campo de comunicação e a este estudo principalmente.

Como registra Escosteguy e Jacks (2005), no final dos anos 1960, por conta do cenário econômico e político, havia uma forte ideologia nos países latino-americanos contrária aos EUA, que envolvia a acusação de apoio do país mais poderoso do mundo à instalação e manutenção de regimes ditatoriais nos países da região.

No campo da comunicação, a corrente ideológica ligada a essa visão sócio-política ficou conhecida como Teoria da Dependência Cultural. A tevê, nesse bojo, era vista tal como tanques de guerra ou aviões. Todos seriam armas de um império aplicadas na subjugação de povos. Diplomacia, economia e cultura faziam parte das diversas trincheiras.

Os dominados não eram oprimidos apenas nas relações políticas, mas também no sofá, vendo tevê. Era assim que aquela perspectiva teórica colocava os receptores de comunicação: passivos, cooptados por símbolos culturais que lhe aculturavam e alienavam. Está aí uma das origens da demonização da tevê no Brasil.

Dentre outros fatores, a redemocratização de todos os países latino-americanos na década de 1980 fez essa avaliação teórica alimentada pelos escritos frankfurtianos se esgotasse. Como registram as autoras, o movimento a partir daí foi a desideologização dos estudos sobre comunicação. A realização de estudos empíricos, nos quais se constatava o papel ativo (inclusive de resistência) corroboraram para a mudança.

Em 1987, veio o novo. O estudioso Jesús Martín-Barbero, espanhol morador da Colômbia, publicou o livro *Dos meios às mediações* propondo uma nova forma de pensar a comunicação em geral e a recepção especificamente. Com isso, o teórico colocou a região de forma mais propositiva no debate sobre a área em nível mundial. Martín-Barbero propôs a Teoria das Mediações.

Com influências da Teoria Crítica e dos Estudos Culturais, a visão teórica do autor se aproxima mais desta por duas razões principais. A primeira pelo combate à centralidade do texto na relação comunicativa, e a segunda por colocar como fundamental o entendimento das relações sociais e a cultura para compreender como se dá o processo comunicativo.

A idéia-chave desta perspectiva é levar em conta as mediações que são “as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais”. (Martín-Barbero, 1997, p.270), enfim, um dos principais paradigmas dos Estudos Culturais. A consequência dessa visão muda a forma de conceber a comunicação. Como fala Bastos (2008, p. 86), “o efeito imediato dessa noção teórica é envolver os elementos da liturgia informacional: emissor, receptor, canal e mensagem em contextos culturais”.

Exemplifica Martino esse mecanismo no qual o sujeito faz interpretações de acordo com o contexto em que está imerso:

Diante da tela, a pessoa está carregada de seus valores, idéias e gostos. Tem expectativas a respeito do que vai ver, já viu outros programas. Está feliz, triste, com sono, preocupada, sozinha ou em família, no campo ou na cidade. Essas diferenças são mediações, estão no meio do espaço entre o indivíduo e a tela. [...] Não se trata apenas de “receber” uma mensagem, mas reconstruí-la a partir das mediações (2009, p. 180)

A partir da Teoria das Mediações, o estudioso Guillermo Orozco Gómez apresenta o modelo das multimediasções, cujos conceitos são respostas à pergunta “como se realiza a interação entre TV e telespectador?” (GOMEZ, 2005, 28).

É premissa pensar o sujeito em situação, ou seja, condicionado individual e coletivamente. “Trata-se de considerar, portanto, a recepção em processo, resultante da interação receptor/televisão/mediações, em que as últimas entram no jogo contínuo do ato de ver TV, mas que ao mesmo tempo o extrapolam” (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p. 69).

Ratifica-se, portanto, o pensar a recepção como processo e não apenas como momento em frente à tevê, de contato auditivo com o rádio ou de leitura do jornal. O indivíduo leva para esse instante aprendizagens e condicionamentos, é afetado por outros elementos durante esse momento e, nele, colhe elementos que voltarão a suas redes, onde ocorrerão reelaborações.

Metodologicamente, como se verá, o modelo das multimediasções é muito usual na aplicação e têm condições de ser importante guia na feitura de instrumentos de pesquisa ou de delineamento de processos de investigação, qualidades que foram aplicadas neste estudo.

As várias mediações são, para Goméz, cinco. As duas primeiras a seguir são as chamadas pelo teórico de individuais (ibid., p. 69). A primeira é a cognitiva, tem a ver com fatores ligados à aquisição de conhecimento pelo receptor (informações, valores, crenças, emoções etc). A outra é a mediação de referência, que diz respeito a elementos identitários como etnia, sexo, religião, escolaridade e classe sócio-econômica. Sobre sua importância, Gomez reforça com um exemplo do quanto uma dessas categorias pode mudar o processo receptivo.

O ser homem ou mulher, o gênero constitui uma mediação de referência importante na interação com a TV. Distintos estudos têm mostrado como o sexo do telespectador incide desde seus gostos televisivos e o horário para ver TV, até a forma de apropriação do que é visto (GÓMEZ, 2005, p. 35)

Por terem grande importância na formação cultural, social e de valores do indivíduo, organizações sociais como escola, família, lugar onde ele trabalha, partido político ao qual é filiado, dentre outras, são tidas como mediações, nomeadas institucionais.

Também é considerada uma mediação, a videotecnológica, que trata das características próprias da criação voltada ao meio técnico televisivo que configuram seu discurso: a programação, os gêneros, a publicidade etc.

Completando o quadro das multimediasções, existe a situacional, que diz respeito ao momento específico de assistência à tevê. O local, se em um barraco ou em uma mansão, a companhia, se só ou com parentes, e a dedicação, se apenas vendo tevê ou verificando os e-mails no sofá também.

Tais conceitos voltarão a ser trabalhado neste estudo, aí embasando um questionário aplicado a telespectadores e na análise dos dados.

Capítulo 5

Audiência de personagens LGBTs: perfil e efeitos

A seguinte pesquisa foi aplicada a 260 moradores do Distrito Federal, heterossexuais, com 16 anos ou mais de idade e que assistiram a pelo menos uma das seis novelas selecionadas pelo estudo: *Senhora do Destino* (2004 e 2009), *América*(2005), *Páginas da Vida* (2006), *Paraíso Tropical* (2007), *Duas Caras* (2007) e *A Favorita* (2008).

As proporções de sexo, idade e classe social foram feitas exatamente de acordo com o perfil da audiência da novela das 21h em exibição em novembro de 2009 no Distrito Federal (a trama *Viver a Vida*, que alcançou no mês citado, 40 pontos de audiência de média na região, sendo assistida por 487.018 espectadores). Os dados foram obtido junto ao Departamento Comercial da Rede Globo Brasília.

Portanto, não se afirma neste estudo que o perfil de sexo, idade e classe social da audiência das novelas dadas para escolha aos respondentes é o apresentado aqui. Usou-se esses números apenas como referência de feitura deste levantamento.

Antes de aplicar a questionário, era perguntado se o potencial respondente era heterossexual. A pesquisa teria início apenas depois de uma resposta positiva a essa pergunta. LGBTs não foram inclusos nesse estudo por sua presença não colaborar com o intuito da pesquisa, que é de conhecer os efeitos de personagens LGBTs e suas histórias na mentalidade/opinião de heterossexuais sobre a homossexualidade.

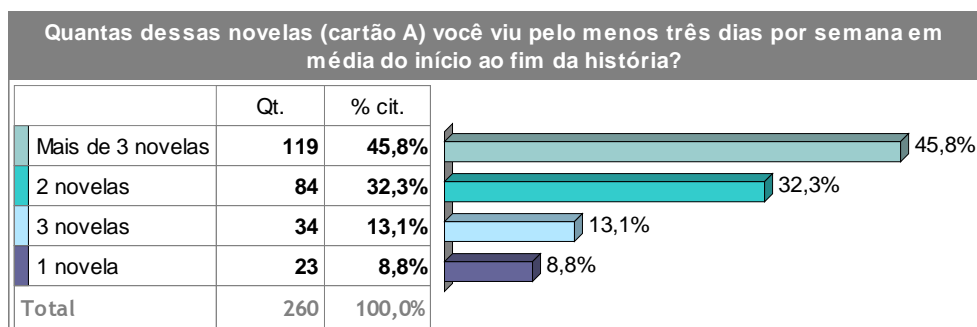
O objetivo do estudo não foi mensurar quantas novelas com personagens LGBTs os respondentes assistiram na vida ou no período selecionado, mas sim ter certeza de que pelo menos uma trama com essa característica foi acompanhada (média de três capítulos assistidos por semana) pelo telespectador. Essa já é uma condição suficiente para que os valores do assistente fossem colocados em contato com as mensagens sobre LGBTs, o que o tornou apto a ter o comportamento e reações estudadas pelo prisma desta pesquisa.

O número de 260 entrevistados foi considerado ideal por cálculos de proporcionalidade ao universo acima citado. O intervalo de confiança é de 95% e a margem de erro, de 2 pontos percentuais. A aplicação dos questionários foi realizada entre 22 de janeiro e 17 de fevereiro de 2010 em pontos de fluxo de Brasília, Taguatinga, Gama, Guará, São Sebastião e Santa Maria, cidades do Distrito Federal por três aplicadoras.

A pesquisa (fortemente influenciada pela teoria das multimediasções de Orozco) foi dividida em quatro partes: perfil do respondente, a relação com LGBTs e a causa arco-íris, consumo de tevê e novela, e relações com personagens homossexuais e efeitos. As tabelas e gráficos a seguir

cumprem a função de mostrar um dado novo pesquisado ou de demonstrar um cruzamento dentre categorias já exibidas ou ainda de fazer as duas funções ao mesmo tempo.

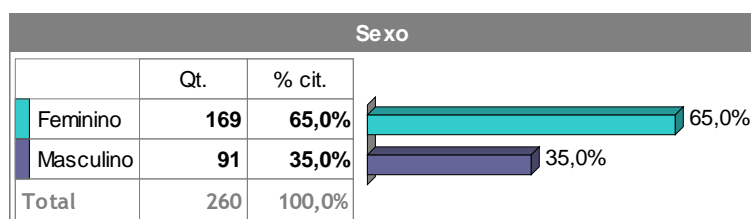
Perfil dos respondentes



Essa questão foi uma pergunta-filtro. Seu primeiro objetivo foi ter a certeza que somente pessoas que assistiram a pelo menos uma das cinco novelas das 21h selecionadas no estudo respondessem o questionário. A caracterização do potencial respondente como um telespectador de alguma das produções era imprescindível. Apenas assim seria possível analisar os efeitos de personagens LGBTs de novelas no respondente..

O número de dias por semana em média para caracterizar uma assistência (três) foi escolhido como forma de descartar médias de um ou dois capítulos, o que poderia indicar interesse ou capacidade de garantia de audiência ocasionais ou irregulares. Avaliamos que, nesses casos, mesmo com a característica da telenovela de retomar a história frequentemente a cada conjunto significativo de avanços na narrativa, a chance de ocorrer pouca assistência de situações vividas pelas personagens LGBTs seria maior, o que significaria um baixo número de vezes em que foram exigidos do telespectador o acionamento de seus valores e opiniões a respeito do tema. Interessamos lidar com assistentes que tenham muitas vezes se posto em relação com as personagens LGBTs, mobilizando processos de informação ou de reforço ou mudança de opiniões sobre a homossexualidade, foco de nosso estudo.

O segundo objetivo da questão foi mensurar a quantidade de tramas assistidas por cada respondente. É nessa base que verificamos o fato de quase metade dos pesquisados (45,8%) terem visto mais de 3 novelas. Levando em conta também as outras duas respostas mais citadas (2 novelas – 32,3% e 3 novelas – 13,1%), vê-se que a população do DF que assiste às novelas das 21h são heavy users (usuários de alta frequência) das tramas desse horário.



As porcentagens aqui obtidas são rigorosamente iguais às do universo pesquisado. Comparando as porcentagens do sexo da audiência da novela das 21h com os dados sobre o mesmo aspecto da população do DF vê-se o quanto esse programa atrai maciçamente o público feminino. O DF, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio de 2008 (Pnad 2008), é formado por 55,01% de homens e por 44,99% de mulheres acima de 10 anos de idade.

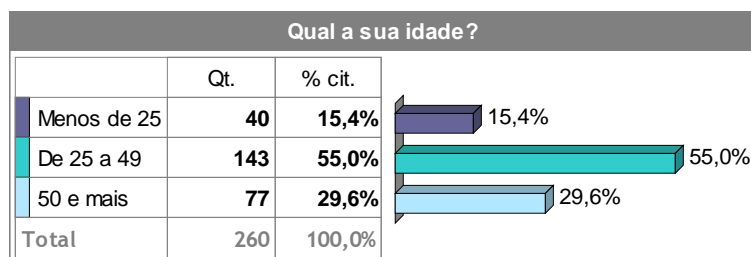
Tendo em vista que a atual pesquisa entrevistou pessoas apenas com 16 anos e mais, a comparação direta com os dados do Pnad não é possível, mas eles servem como um parâmetro livre. Constatar que os homens de mais da metade da população se torna apenas um terço do universo de assistentes da referida telenovela e que as mulheres de 44,99% na composição de moradores da capital federal saltam para 65% no grupo de assistência, não deixa dúvidas que desde a chegada da telenovela no Brasil, as mulheres continuam sendo, 59 anos depois, o público majoritário desse tipo de atração.

Os reflexos desses dados podem ser vistos em várias características das telenovelas, como as tramas mostradas, o tom das histórias, os valores e as aspirações evidenciados. Para fazer tudo isso, as emissoras e os autores ouvirão quem mais consome as telenovelas, portanto, o segmento feminino. Os homens têm participação significativa, mas secundária.

Sexo						
Quantas dessas novelas (cartão A) você viu pelo menos três dias por semana em média do início ao fim da história?						
	Feminino		Masculino		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Mais de 3 novelas	87	51,5%	32	35,2%	119	45,8%
2 novelas	42	24,9%	42	46,2%	84	32,3%
3 novelas	28	16,6%	6	6,6%	34	13,1%
1 novela	12	7,1%	11	12,1%	23	8,8%
Total	169	100,0%	91	100,0%	260	100,0%

Além de mulheres serem o segmento de gênero que mais assiste à novela das 21h, elas, como demonstra esse cruzamento, são as que mais prestigiam o horário mesmo com as trocas de produções. Entretanto, é representativo também o quanto o percentual de homens que assistiram mais de três novelas (35,52%), a segunda resposta mais citada por eles.

A continuidade da assistência às novelas nesse horário ao longo do tempo mostra que essa prática não é apenas uma forma de entretenimento casual, pelo contrário, o horário da novela faz parte do planejamento da rotina diária do telespectador. O momento de assistência está inserido de forma intrínseca no dia-a-dia dos respondentes ao ponto de poder colocá-la na lista de hábitos de maior frequência, onde figuram ações básicas como escovar os dentes pela manhã (de forma ideal, sete vezes por semana) ou ir para escola ou trabalho (cinco vezes por semana em média).



Com porcentagens de participação de cada grupo etário diferentes apenas por décimos dos fornecidos pelo Departamento Comercial da Rede Globo (15%, 55% e 30% em ordem ascendente de faixa de idade), a quantidade de participação deve ser comparada com a quantidade de pessoas residentes no Distrito Federal divididas nas mesmas faixas etárias. Por esta pesquisa ter aceito respondentes apenas de 16 anos de idade e mais e a faixa etária tratada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) lidar apenas com o intervalo entre 15 e 19 anos, o que teremos aqui é um cálculo de aproximação, mas o suficiente para ter noção do quadro geral do ponto analisado.

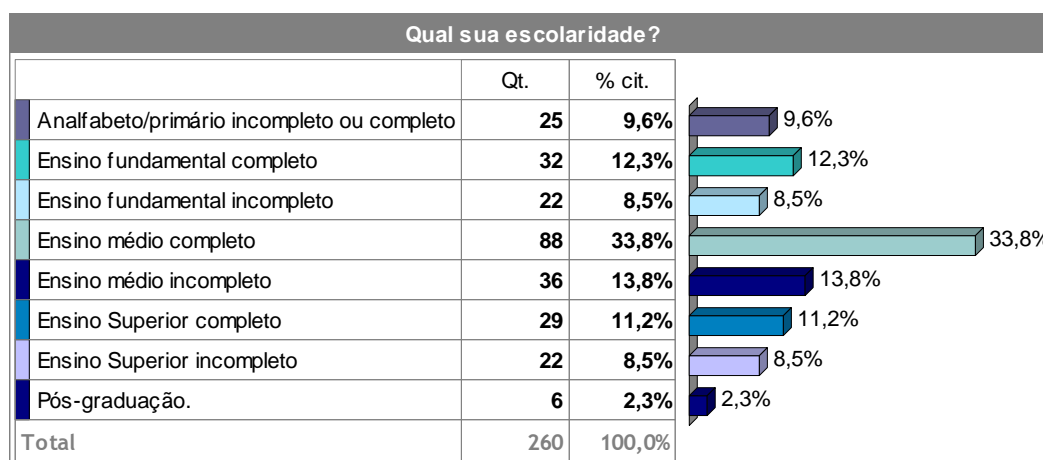
Tendo como universo apenas os grupos de idade pesquisados (16 anos e mais) e não todos os moradores e de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio de 2008 (Pnad 2008), o grupo de menos de 25 de idade na população do DF são 23,3%, o de 25 a 49, 54,4% e os de 50 e mais, 22,1%.

O que se obtém a partir da leitura dos dois grupos de índices é o fato de jovens não aderirem à assistência das novelas de forma tão representativa. Por outro lado, levando em conta que o número de idosos que assistem à novela das 21h é 7,5% maior do que a participação percentual desse grupo na população do DF, fica caracterizado o interesse maior desse grupo pela novela em relação aos outros dois.

Cruzamento - Quantidade de novelas de acordo com a idade do entrevistado								
	Menos de 25		De 25 a 49		50 e mais		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Mais de 3 novelas	23	57,5%	67	46,9%	29	37,7%	119	45,8%
2 novelas	9	22,5%	53	37,1%	22	28,6%	84	32,3%
3 novelas	7	17,5%	15	10,5%	12	15,6%	34	13,1%
1 novela	1	2,5%	8	5,6%	14	18,2%	23	8,8%
Total	40	100,0%	143	100,0%	77	100,0%	260	100,0%

Em todos os grupos etários, a opção “mais de três novelas” foi a mais citada. Destaque para aqueles com menos de 25 anos. Proporcionalmente, os jovens assistem pouco novelas em relação aos outros grupos, mas aqueles que assistem possuem frequência muito alta (57,5%) de acompanhamento de tramas.

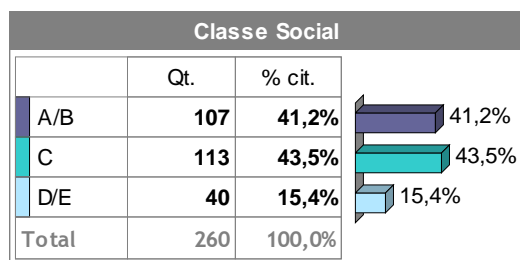
No mais, a faixa de 25 a 49 anos, além de ser o grupo majoritário, possui frequência para mais de três novelas de 46,9%, que é muito expressiva. A distribuição de porcentagens foi mais equilibrada na faixa de 50 anos e mais, o que demonstra que a frequência de acompanhamento dos idosos não é tão alta à medida em que as tramas se sucedem.



A tabela mostra grande participação de quem tem ensino médio completo na audiência das novelas selecionadas (33,8%). O cruzamento entre nível de escolaridade e número de novelas acompanhadas (tabela não inserida aqui), mostra que, percentualmente, dentre os grupos que tem na opção mais de 3 novelas seus maiores índices estão o de ensino médio incompleto (66,7%) e completo (42%), de ensino fundamental completo (46,9%) e incompleto (50%) e analfabeto/primário incompleto ou completo (48%) e com pós-graduação (50%).

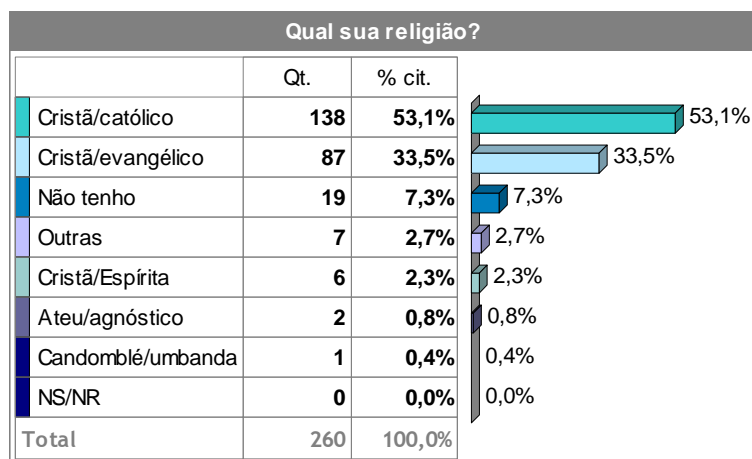
Dentre os que possuem nível superior completo, a opção 2 novelas é que foi a mais escolhida (41,4%). Os respondentes com ensino superior incompleto e com pós-graduação tiveram empate entre a opção mais de três novelas e duas novelas (40,9% e 50%) respectivamente.

O mostrado indica, de forma geral, uma assistência um pouco maior de pessoas de escolaridade média e baixa das novelas em relação a de pessoas com escolaridade superior.

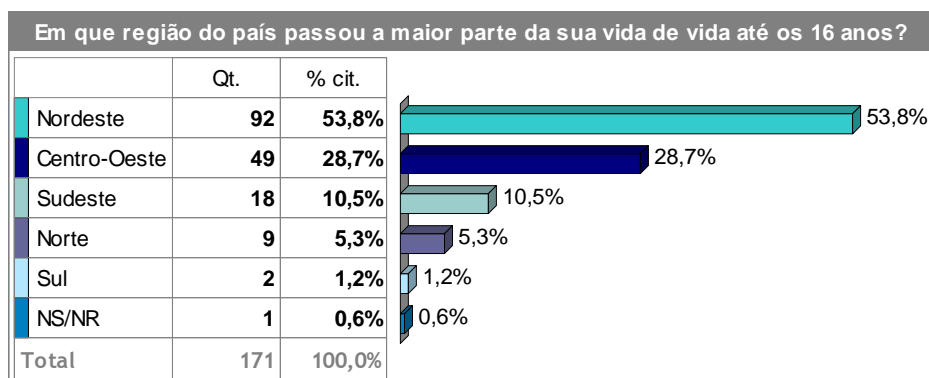
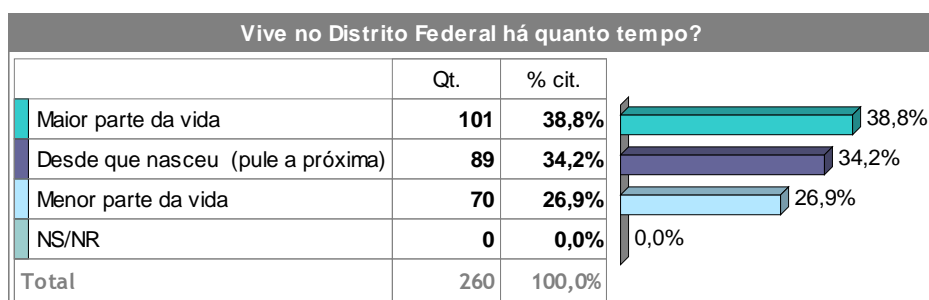


A participação de cada grupo de classes sociais nesta pesquisa foi determinada de acordo com a proporção que compõe o universo de telespectadores da novela das 21h, dado fornecido pela Departamento Comercial da Rede Globo.

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) mostra que o DF possuía, em 2008, 26,48% de sua população nas classes A e B, 45,94% na classe C e 27,58% na D/E. Realizando a comparação desses dados com os da participação de cada classe sócio-econômica na audiência da novela evidencia-se que a novela tem mais poder de atração junto às pessoas das classes altas, e o contrário em relação às das classes mais baixas.



Os assistentes pesquisados são em sua grande maioria ligados a religiões cristãs (total de 88,9%) Os sem religião e os ateus perfazem 8,1%.



Mais da metade da audiência da novela das 21h que não nasceu no DF se mudou da região Nordeste (53,8%) para a capital federal. A segunda origem mais citada é o Centro-Oeste, a mesma do DF (28,7%).

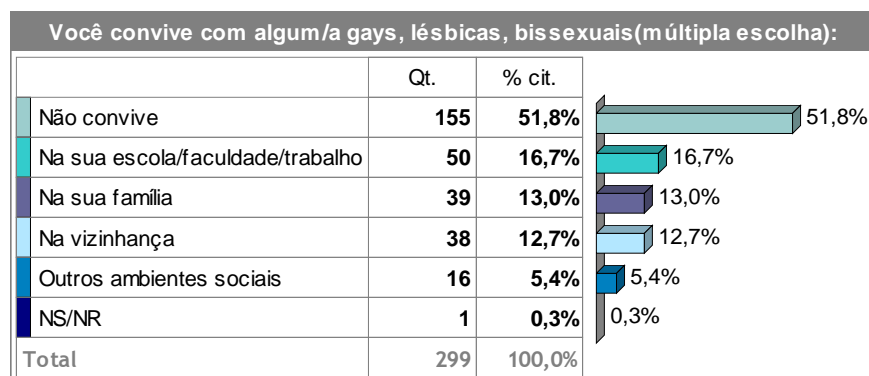
Sexo
A maior parte dos valores morais que você possui foram mais influenciados por qual dos grupos abaixo? (mostrar cartão B):

	Feminino		Masculino		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Sua família	115	68,0%	73	80,2%	188	72,3%
Sua religião	18	10,7%	8	8,8%	26	10,0%
Por amigos/as	8	4,7%	2	2,2%	10	3,8%
Escola/faculdade	5	3,0%	1	1,1%	6	2,3%
Meios de comunicação	3	1,8%	2	2,2%	5	1,9%
Pela cultura do local em que você vive/viveu	1	0,6%	1	1,1%	2	0,8%
Por você mesmo/a	19	11,2%	4	4,4%	23	8,8%
Outros	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
NS/NR	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	169	100,0%	91	100,0%	260	100,0%

Como primeira análise, vê-se a importância que a família possui na formação dos valores de quem assiste as telenovelas. É, destacadamente, a mais citada. Destaque também para o segundo lugar da religião (10%). No mais, há a visão de uma influência vinda do próprio indivíduo (8,8%). Vê-se ainda que homens citam mais a família (80,2%) do que mulheres (68%). Estas, por sua vez, se referem mais a si próprias como fonte de influência (11,2%) do que os homens (4,4%), e também

são o segmento que mais cita outras fontes, com exceção dos meios de comunicação, cultura de onde se viveu e família, esses mais escolhidos pelos homens.

Relação com LGBTs e a causa arco-íris



Antes de sabermos da relação dos telespectadores das novelas selecionadas com os personagens LGBTs, quisemos ter conhecimento de como isso se dá na chamada vida real. O número encontrado de pessoas que não convivem com homossexuais e bissexuais (51,8%) nos dá um dado muito revelador.

Por estar repondendo a pesquisa, é certo afirmar que 100% dos respondentes por pelo menos seis, sete meses, a duração de uma novela, acabou “tendo” de lidar com personagens LGBTs, mesmo que seja tendo de negligenciá-los na tela, o que não deixa de ser um tipo de relação.

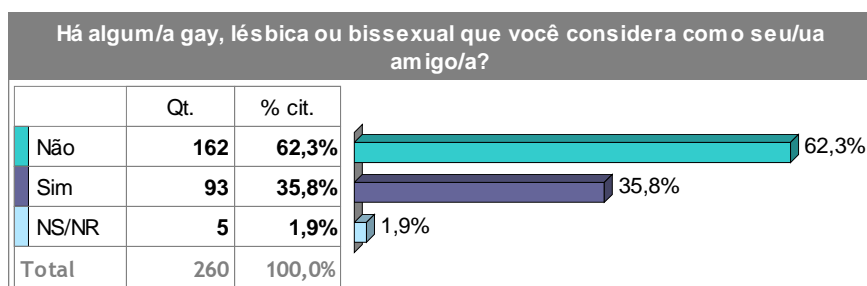
Assim, pode-se afirmar que as telenovelas fizeram mais da metade de seus assistentes terem contato com algo que, no dia-a-dia não é realizado pelo menos de forma tão direta. É de julgar, portanto, que apenas na telenovela muitos dos telespectadores ouvem relatos de homossexuais sobre violência, medos, dúvidas e paixões, e conseguem visualizar, mesmo em uma ficção, homossexuais sendo filhos, pais e amigos, por exemplo.

A telenovela coloca o telespectador em um universo que extrapola o seu cotidiano, trazendo-lhe novas questões para lidar. E conhecendo-as, deixando de estranhá-las, mas não pela vivência real, mas sim por meio da tela da tevê.

Classe Social
Você convive com algum/a gays, lésbicas, bissexuais(múltipla escolha):

	A/B		C		D/E		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Não convive	51	37,0%	81	66,9%	23	57,5%	155	51,8%
Na sua escola/faculdade/trabalho	28	20,3%	18	14,9%	4	10,0%	50	16,7%
Na sua família	20	14,5%	13	10,7%	6	15,0%	39	13,0%
Na vizinhança	26	18,8%	7	5,8%	5	12,5%	38	12,7%
Outros ambientes sociais	13	9,4%	2	1,7%	1	2,5%	16	5,4%
NS/NR	0	0,0%	0	0,0%	1	2,5%	1	0,3%
Total	138	100,0%	121	100,0%	40	100,0%	299	100,0%

Chama a atenção também o quanto a não convivência com homossexual varia conforme a classe social. Enquanto mais de dois terços dos pertencentes à classe C citaram essa opção (66,9%), dentre os de classes A e B, dá-se o inverso praticamente (37%). Portanto, a novela serve muito mais como essa janela para a homossexualidade para os de baixa e média renda do que para os de alta renda.



A diferença percentual entre quem não tem um/a amigo/a homossexual ou bissexual é maior (62,3%) do que os que não convivem (35,8%), o que indica que apenas 10,5% dos respondentes convive com aquele segmento.

Nos itens a seguir, diga se você discorda totalmente, discorda em parte, concorda em parte ou concorda totalmente:

	DT		DP		CT		CP		NS/NR	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
União civil entre pessoas do mesmo sexo	123	47,3%	15	5,8%	71	27,3%	45	17,3%	6	2,3%
Realização de paradas gays	122	46,9%	16	6,2%	59	22,7%	53	20,4%	10	3,8%
Adoção de crianças por homossexuais	112	43,1%	17	6,5%	68	26,2%	54	20,8%	9	3,5%
Governo fazer propaganda na TV a favor	80	30,8%	27	10,4%	85	32,7%	61	23,5%	7	2,7%
Apoio do governo à causa homossexual	63	24,2%	24	9,2%	72	27,7%	86	33,1%	15	5,8%
Um homossexual deixar pensão do INSS pa	62	23,8%	13	5,0%	92	35,4%	86	33,1%	7	2,7%
Casais homossexuais ter plano de saúde	42	16,2%	15	5,8%	108	41,5%	84	32,3%	11	4,2%
Total	604	33,2%	127	7,0%	555	30,5%	469	25,8%	65	3,6%

Essa seção de questões¹⁵ foi incluída no levantamento para conhecer o que pensam os telespectadores das novelas sobre importantes bandeiras do movimento LGBT. A união civil entre pessoas do mesmo sexo recebeu 47,3% de rejeição total dos telespectadores. O maior índice apurado. Nota-se também alta rejeição da amostra contra as paradas do orgulho LGBT.

Interessante constatar que, para a adoção, tema mais polêmico do que a união civil em muitos países, a divisão entre a aprovação e o rechaço por parte dos respondentes é quase feita ao meio.

¹⁵ DT: discordo totalmente, DP: discordo parcialmente, CT: concordo totalmente e CP: concordo parcialmente.

Quanto à tevê não como espaço ficcional, mas como locus de ação governamental a favor dos direitos LGBTs, vê-se uma aprovação expressiva (56,2% concordam totalmente ou parcialmente). Analisando esse dado com os anteriores da mesma questão, vê-se que o grupo é contra a concessão de dois importantes direitos reivindicados por LGBTs (união civil e adoção), mas não vêem problemas em o governo realizar ações em prol justamente dessas causas. Infere-se daí uma posição democrática no sentido de fazer a coisa pública não necessariamente combinar o que o se pensa, algo de âmbito privado.

Por último, há uma clara autocontradição dos pesquisados. De forma significativa, eles aprovam a idéia de homossexuais terem planos de saúde junto com o companheiro e usufruírem dos benefícios do INSS, dois dos principais pontos que a união civil asseguraria, algo que divide a opinião dos pesquisados. O que se conclui é que o rechaço está mais na idéia da união civil do que no campo prático de direitos que ela representa.

Aqui não serão mostrados, pormenorizadamente, os cruzamentos feitos entre as respostas a essas perguntas e o sexo dos respondentes, mas o resultado é que mulheres são muito mais favoráveis aos direitos de homossexuais do que os homens em todos os quesitos, sem exceção. O que mostra o quanto o gênero e a cultura ligada a essa característica é definidora de posições sobre o tema em debate.

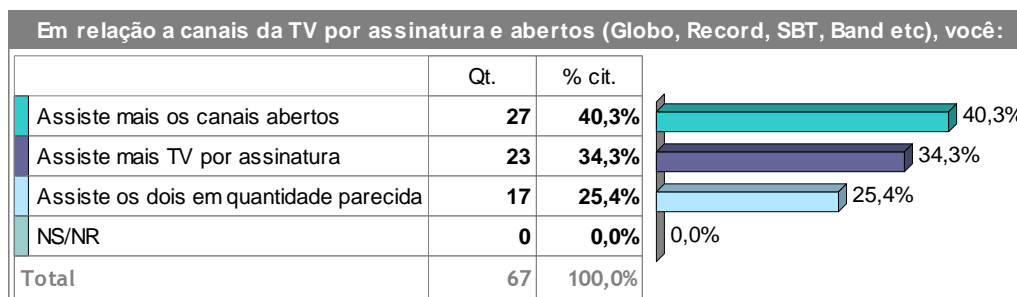
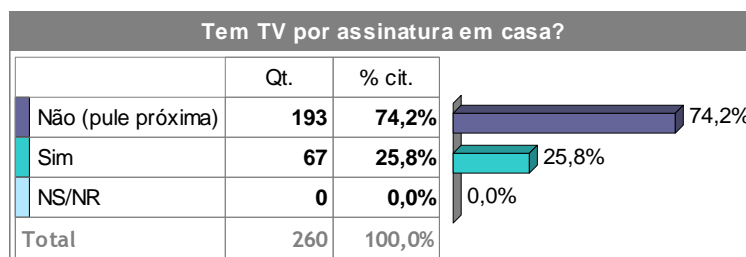
Quando se insere o parâmetro da religião, outra posição bem marcada: cristãos/evangélicos são os que mais se opõem aos direitos LGBT e a ações positivas neste sentido. Há índices de discordância total entre evangélicos superiores até cinco vezes a porcentagem apurada entre cristãos católicos. Abaixo um exemplo:

Um homossexual deixar pensão do INSS para o companheiro												
Qual sua religião?												
	DT		DP		CT		CP		NS/NR		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Cristã/católico	19	13,8%	6	4,3%	54	39,1%	56	40,6%	3	2,2%	138	100,0%
Cristã/evangélico	37	42,5%	7	8,0%	20	23,0%	21	24,1%	2	2,3%	87	100,0%
Não tenho	3	15,8%	0	0,0%	8	42,1%	8	42,1%	0	0,0%	19	100,0%
Outras	2	28,6%	0	0,0%	3	42,9%	0	0,0%	2	28,6%	7	100,0%
Cristã/Espírita	1	16,7%	0	0,0%	5	83,3%	0	0,0%	0	0,0%	6	100,0%
Ateu/agnóstico	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	1	50,0%	0	0,0%	2	100,0%
Candomblé/umbanda	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%
NS/NR	0		0		0		0		0		0	100,0%
Total	62	23,8%	13	5,0%	92	35,4%	86	33,1%	7	2,7%	260	100,0%

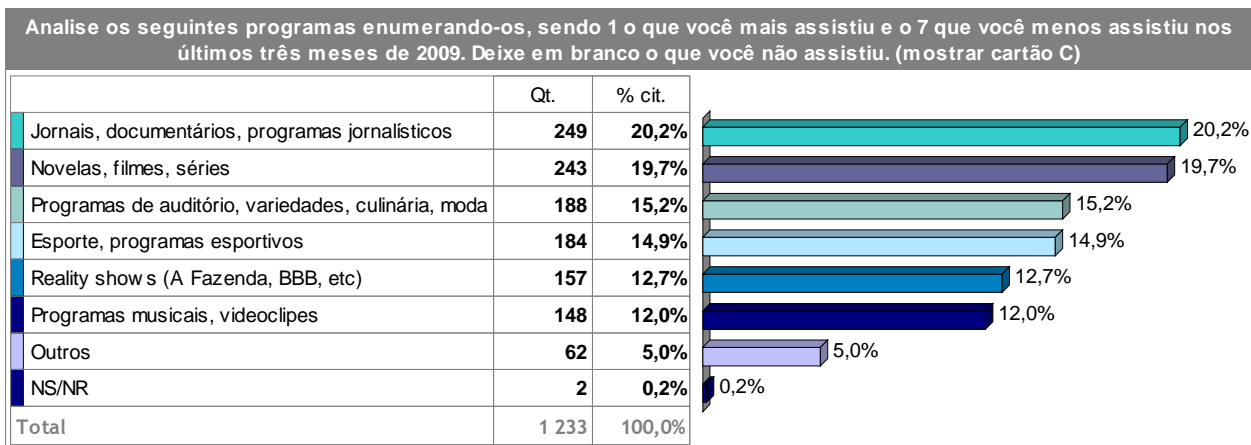
Consumo de tevê e novela

Classe Social								
Em média, quantas horas por dia você assiste TV?								
	A/B		C		D/E		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
3 horas ou mais	37	34,6%	35	31,0%	9	22,5%	81	31,2%
De 2 a menos de 3 horas	33	30,8%	34	30,1%	16	40,0%	83	31,9%
Menos de 2 horas	37	34,6%	44	38,9%	15	37,5%	96	36,9%
NS/NR	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	107	100,0%	113	100,0%	40	100,0%	260	100,0%

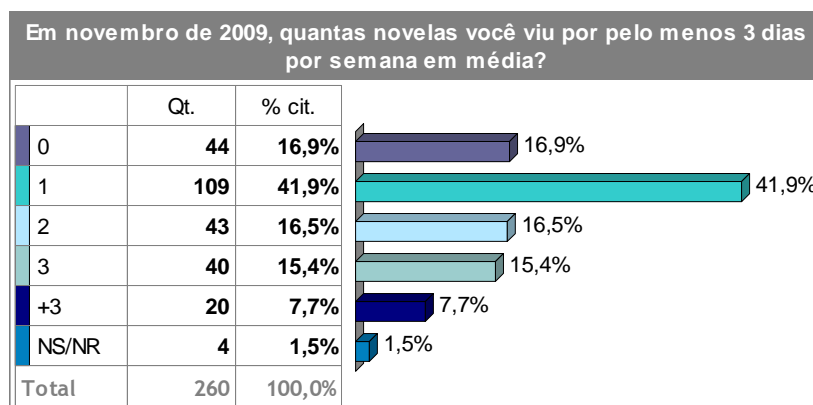
O grupo que já tinha se mostrado como heavy user da novela das 21h, agora se revela como consumidor significativo de tevê de forma geral. Com 31,2% com 3 horas ou mais de consumo diário. Vê-se uma distribuição equilibrada de horas tanto dentro das classes A/B quanto da C. Deve ser destacado o baixo índice de assistências das classes D/E, as mesmas que já tinham dito que não assistiam tanto telenovelas das 21h.



Muito se fala das possibilidades que as tevês por assinatura proporcionam pela variedade de canais que possui. Entretanto, a pesquisa demonstra que essa potencialidade não é tão utilizada pelos telespectadores pesquisados. O maior índice de citação é dos que assistem mais aos canais abertos (40,3%) do que os fechados. No mais, cerca de um quarto (25,4%) assiste aos dois em quantidade igual. Assim, constata-se o poder de atração que os canais abertos (únicos no Brasil a exibir novelas), muito criticados pela qualidade da programação, ainda possuem.



Quanto ao consumo de programação televisiva, os de cunho jornalístico (20,2%) e vários tipos de ficção (novelas, filmes e séries) (19,7%) são os preferidos. Para este estudo, ter conhecimento dessa predileção fundamenta o parecer do quanto os produtos ficcionais têm a capacidade de mobilizar telespectadores.



A respeito do consumo diário de novelas em um período próximo à data de realização da pesquisa, o percentual que assiste a apenas uma foi expressivo (41,9%). Uma das possibilidades para tal percentagem pode ser a assistência apenas às novelas das 21h, que pode não coincidir com o horário do pesquisado de chegada do trabalho em casa, como ocorre com as tramas das 18h e das 19h.

Relação com personagens e efeitos

Sexo						
Você discorda ou concorda com novelas terem personagens homossexuais efeminados?						
	Feminino		Masculino		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Discorda totalmente	52	30,8%	39	42,9%	91	35,0%
Discorda em parte	17	10,1%	10	11,0%	27	10,4%
Concorda em parte	45	26,6%	18	19,8%	63	24,2%
Concorda totalmente	52	30,8%	20	22,0%	72	27,7%
NS/NR	3	1,8%	4	4,4%	7	2,7%
Total	169	100,0%	91	100,0%	260	100,0%

Agora entrando especificamente na relação dos telespectadores com os personagens LGBTs, chama a atenção 35% dos respondentes serem totalmente contra a presença de homossexuais em novelas. A literatura sobre telenovela tem como idéia quase inquestionável que é o prazer, a satisfação que esse produto proporciona que seria o responsável pela grande relação observada entre público e o folhetim eletrônico.

Entretanto, o número aqui encontrado mostra que não é errado pensar em uma assistência contrariada de parte significativa dos telespectadores. Como o acompanhamento das novelas continua, há de supor que as sensações negativas ocasionadas pela simples existência de personagens homossexuais sejam menores que as positivas proporcionadas pelo restante ou parte da miríade de outras histórias que compõem a trama.

Sexo						
Você discorda ou concorda com novelas terem personagens homossexuais não-efeminados?						
	Feminino		Masculino		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Discorda totalmente	48	28,4%	35	38,5%	83	31,9%
Discorda em parte	15	8,9%	10	11,0%	25	9,6%
Concorda em parte	52	30,8%	20	22,0%	72	27,7%
Concorda totalmente	50	29,6%	22	24,2%	72	27,7%
NS/NR	4	2,4%	4	4,4%	8	3,1%
Total	169	100,0%	91	100,0%	260	100,0%

Aqui, o conceito de assistência contrariada continua, mas essa questão nos fornece outro dado. Entre personagens não-efeminados e efeminados, a audiência prefere, por uma estreita diferença, os primeiros. Portanto, não é possível afirmar que ser ou não efeminado tenha algum impacto significativo na aceitação ou rejeição pela audiência. Em ambos os casos, nota-se o quanto homens se opõem mais a personagens homossexuais do que mulheres.

No geral, qual sua reação no momento em que aparece cenas com personagens homossexuais na novela? Qual sua religião?														
	continua assistindo à TV normalmente		troca de canal/sai de frente da TV		presta menos atenção na história, mas continua em frente à TV		presta mais atenção à novela		Nenhuma das anteriores		NS/NR		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Cristã/católico	88	63,8%	24	17,4%	15	10,9%	6	4,3%	5	3,6%	0	0,0%	138	100,0%
Cristã/evangélico	38	43,7%	34	39,1%	8	9,2%	5	5,7%	2	2,3%	0	0,0%	87	100,0%
Não tenho	14	73,7%	1	5,3%	0	0,0%	4	21,1%	0	0,0%	0	0,0%	19	100,0%
Outras	4	57,1%	0	0,0%	2	28,6%	0	0,0%	0	0,0%	1	14,3%	7	100,0%
Cristã/Espírita	5	83,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	16,7%	0	0,0%	0	0,0%	6	100,0%
Ateu/agnóstico	1	50,0%	1	50,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	100,0%
Candomblé/umbanda	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%
NS/NR	0		0		0		0		0		0		0	100,0%
Total	151	58,1%	60	23,1%	25	9,6%	16	6,2%	7	2,7%	1	0,4%	260	100,0%

Nessa questão objetivou-se, inspirado no conceito de mediação situacional de Orozco (que diz respeito às características ambientais do lugar de assistência e ao comportamento do telespectador nesse momento em específico), saber a reação física do receptor quando os personagens LGBTs aparecerem na tela.

Vê-se que, na maioria dos casos (58,1%), o telespectador continua assistindo à tevê normalmente após o personagem LGBT aparecer. Outras reações são prestar mais atenção à trama (6,2%) e diminuir o interesse no ocorre na tela (9,6%).

De todos os índices, é notável 23,1% (cerca de um quarto) dos respondentes evitarem a “convivência” com os personagens acionando o controle remoto ou até se deslocando para longe da tevê pelo simples fato de homossexuais estarem na tela.

A resposta à questão foi aqui exibida já como um cruzamento com a religião dos respondentes. É chamativo o dado de cristãos/evangélicos rechaçarem tanto (39,1%) a “convivência” com aqueles personagens em relação aos assistentes que professam outra linha religiosa.

A pesquisa não possui índices específicos dos que trocam de canal e dos que simplesmente saem da frente da tevê. Apenas com esses dados seria possível dar mais certeza da perda de audiência da telenovela, que se dá com apenas com a mudança de sintonia do aparelho, nos momentos de aparição dos personagens LGBTs.

Um cruzamento, entretanto, pode ajudar a compreender o possível impacto desse comportamento na audiência das telenovelas é o abaixo, em que se relaciona essa questão com o número de obras acompanhadas pelos respondentes.

Quantas dessas novelas (cartão A) você viu pelo menos três dias por semana em média do início ao fim da história? No geral, qual sua reação no momento em que aparece cenas com personagens homossexuais na novela?										
	Mais de 3 novelas		2 novelas		3 novelas		1 novela		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
continua assistindo à TV normalmente	76	63,9%	45	53,6%	21	61,8%	9	39,1%	151	58,1%
troca de canal/sai de frente da TV	25	21,0%	19	22,6%	6	17,6%	10	43,5%	60	23,1%
presta menos atenção na história, mas continua em frente à TV	9	7,6%	10	11,9%	3	8,8%	3	13,0%	25	9,6%
presta mais atenção à novela	8	6,7%	4	4,8%	4	11,8%	0	0,0%	16	6,2%
Nenhuma das anteriores	0	0,0%	6	7,1%	0	0,0%	1	4,3%	7	2,7%
NS/NR	1	0,8%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,4%
Total	119	100,0%	84	100,0%	34	100,0%	23	100,0%	260	100,0%

A relação, alguns poderiam dizer, até seria esperada: quem mais troca de canal/sai da frente da tevê quando aparecem personagens LGBTs são os que menos assistiram as novelas selecionadas. Dos que disseram ter aquela reação, 43,5% só viram uma obra. Assim, a oscilação de audiência durante um capítulo das novelas focadas não teria sido tão grande, já que os telespectadores que têm aquele comportamento não as assistiram de forma tão assídua, talvez, pode-se arriscar a dizer, também por conta de as tramas mostrarem LGBTs.

Na maioria das vezes, qual foi seu comportamento em relação às histórias dos personagens que formavam casais homossexuais das novelas do cartão A?			
	Qt.	% cit.	
acompanhava as histórias sem torcer por um final específico	91	35,0%	35,0%
não acompanhava as histórias deles	85	32,7%	32,7%
acompanhava as histórias e torcia para que os casais ficassem juntos	59	22,7%	22,7%
acompanhava as histórias e torcia para que os casais não ficassem juntos	16	6,2%	6,2%
outros	5	1,9%	1,9%
NS/NR	4	1,5%	1,5%
Total	260	100,0%	

Aqueles que acompanha as histórias dos personagens LGBTs são maioria. O envolvimento maior é dos que “torciam” para um final específico, aí, os que desejavam um final feliz para o casal são significativos 22,7%. O índice dos que não acompanhavam (32,7%) é compatível com o número dos pesquisados da questão anterior que mudavam de canal/saíam de frente da tevê ou prestavam menos atenção à trama.

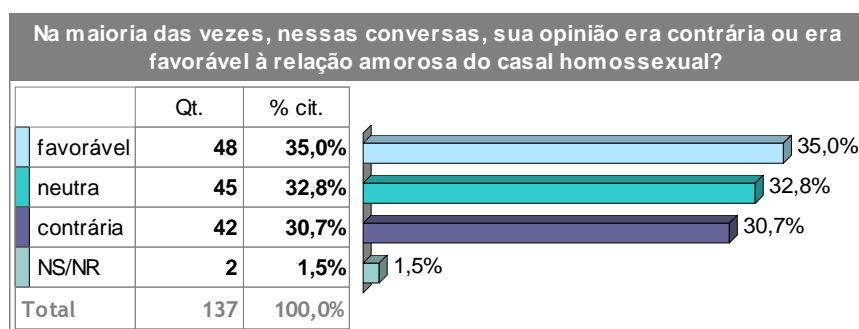
Você já participou ou não participou de conversas em casa, no trabalho ou entre amigos/conhecidos sobre personagens homossexuais de novelas?			
	Qt.	% cit.	
Sim	137	52,7%	52,7%
Não (vá para a 42)	120	46,2%	46,2%
NS/NR (vá para a 42)	3	1,2%	1,2%
Total	260	100,0%	

Essa pergunta foi realizada para aferir qual a capacidade de a novela teria de suscitar assuntos para debates que extrapolassem o momento específico da assistência e integrassem a

“pauta” do telespectador na interação com suas redes sociais. Pelo que se tem, portanto, é uma capacidade significativa (52,7%) de os personagens homossexuais gerarem discussões em casa, no trabalho ou entre amigos dos telespectadores.

Você já participou ou não participou de conversas em casa, no trabalho ou entre amigos/conhecidos sobre personagens homossexuais de novelas?								
Você convive com algum/a gays, lésbicas, bissexuais(múltipla escolha):								
	Sim		Não (vá para a 42)		NS/NR (vá para a 42)		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Não convive	63	40,6%	91	58,7%	1	0,6%	155	100,0%
Na sua escola/faculdade/trabalho	37	74,0%	12	24,0%	1	2,0%	50	100,0%
Na sua família	27	69,2%	11	28,2%	1	2,6%	39	100,0%
Na vizinhança	28	73,7%	9	23,7%	1	2,6%	38	100,0%
Outros ambientes sociais	12	75,0%	3	18,8%	1	6,3%	16	100,0%
NS/NR	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
Total	167	55,9%	127	42,5%	5	1,7%	299	100,0%

A análise do cruzamento mostra a alta porcentagem (40,6%) de pessoas que não convivem com LGBTs, mas que já participaram de conversas sobre personagens arco-íris. Tal fato prova a capacidade de as novelas pautarem conversas sobre temas com os quais, na “vida real”, os respondentes não possuem contato. Não se trata de ver na tevê algo que está em suas relações sociais e “voltar” a essa realidade com informações “a mais”, mas sim ter a “demanda” ou “impulsão” para esse debate vinda apenas por meio da telenovela.

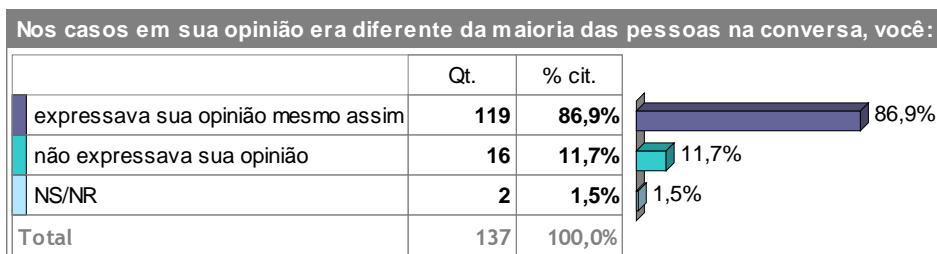


Os percentuais quase equivalentes que cada tipo de posição tomada pelos telespectadores alcançou ensejam um rico debate sobre a teoria do Agenda Setting. De acordo com essa perspectiva, a mídia não teria condições de persuadir as pessoas para que elas tenham uma determinada posição sobre um assunto, mas possuiria a força de dizer a esses mesmos indivíduos a respeito do que fariam. (WOLF, 2008, 144).

Realmente, dos que foram pautados pela telenovela sobre o tema em estudo, as posições foram múltiplas e a maioria não coincide com o que foi intentado passar pela telenovela (majoritariamente favoráveis aos casais homossexuais). Entretanto, a aplicabilidade de forma

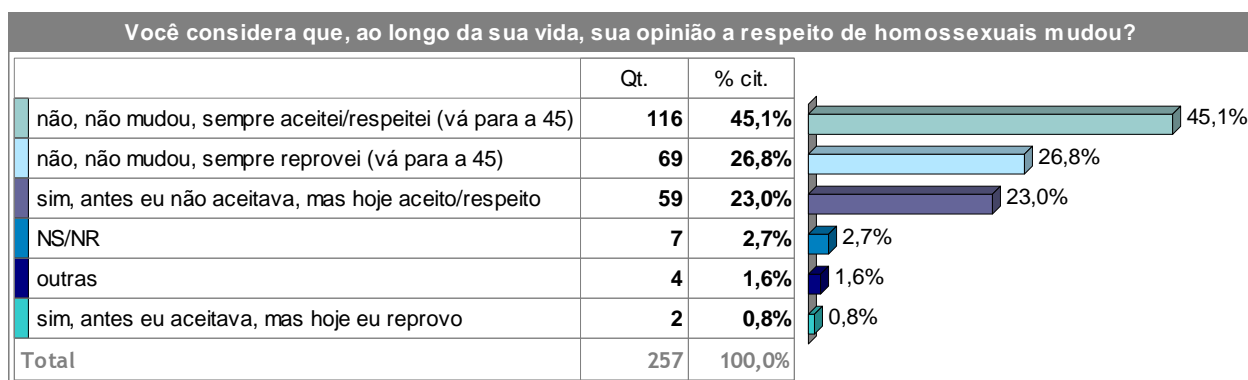
perfeita não se faz porque quase metade da audiência (46,2%) não participou de conversa a esse respeito.

Seria enriquecedora uma investigação mais profunda sobre essa perspectiva levando inclusive em conta o dado aqui encontrado de alto poder de agendamento que a telenovela teve sobre pessoas que não lidam com assunto no dia-a-dia.



Parece nítido e é real o quanto a teoria da Espiral do Silêncio influenciou a inclusão desta pergunta no levantamento. Essa noção teórica defende a existência de um grau tamanho de necessidade de socialização das pessoas que, para consegui-lo, muitas omitiriam suas opiniões em um debate quando seus pareceres fossem minoritários em concordância dentro de um grupo social. Aqui ficou provado o contrário. A grande maioria (86,9%) expressou a opinião mesmo ela sendo divergente da maioria.

O que pode ser uma variável a ser levada em conta no que foi suscitado aqui é se o tema influi de forma direta no silenciamento ou expressão do que cada telespectador pensa. Quem sabe temas mais controversos, como é a diversidade de orientação sexual e identidade de gênero, tenha a capacidade de gerar mais motivação para o debate aberto mesmo que haja uma pressão social que impregne o assunto de uma postura politicamente correta?



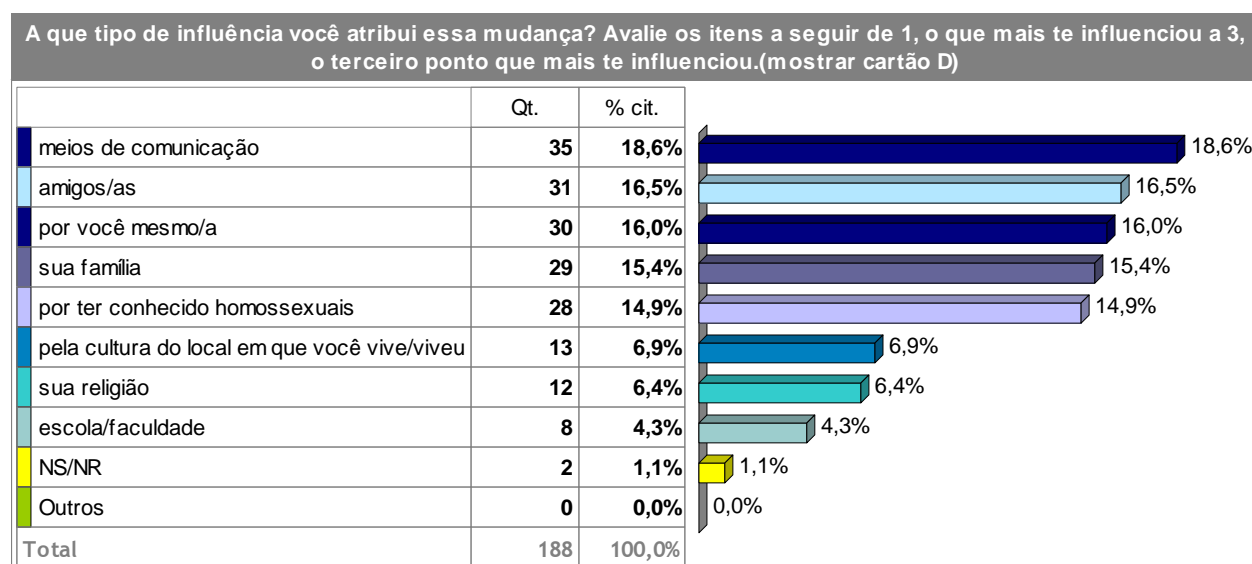
Sendo este estudo uma análise na formação de opinião, esta questão é de grande significado. Como foi mostrado, a questão LGBT tem sido tratada cada vez mais frequentemente na mídia em geral, na sociedade por meio dos movimentos sociais e na ficção televisiva. Mesmo assim, a permanência de opinião sobre homossexuais é maioria, seja a favor (45,1%), seja contra (26,8%) o segmento.

De toda forma, é significativo constatar que quase um quarto dos telespectadores (23,8%) admitiram ter havido uma mudança, sendo 23% do total de uma posição contrária para uma favorável a homossexuais.

Em nossa opinião, esse fato se torna ainda mais interessante quando se observa o quadro abaixo, onde se pode ler os dados pelo viés do sexo dos respondentes:

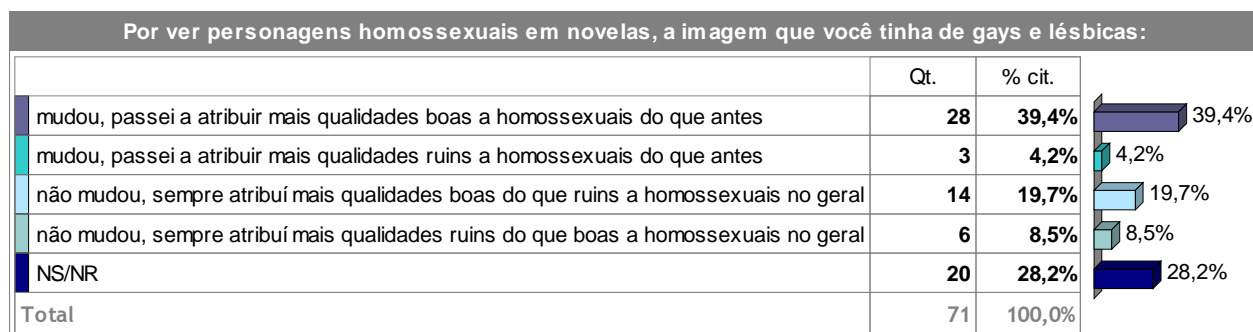
Sexo						
Você considera que, ao longo da sua vida, sua opinião a respeito de homossexuais mudou?						
	Feminino		Masculino		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
não, não mudou, sempre aceitei/respeitei (vá para a 35)	91	54,8%	25	27,5%	116	45,1%
não, não mudou, sempre reprovei (vá para a 35)	38	22,9%	31	34,1%	69	26,8%
sim, antes eu não aceitava, mas hoje aceito/respeito	30	18,1%	29	31,9%	59	23,0%
NS/NR	5	3,0%	2	2,2%	7	2,7%
outras	1	0,6%	3	3,3%	4	1,6%
sim, antes eu aceitava, mas hoje eu reprovo	1	0,6%	1	1,1%	2	0,8%
Total	166	100,0%	91	100,0%	257	100,0%

Inicialmente, o que se vê é a reafirmação da posição mais favorável de mulheres aos homossexuais do que a de homens. Se isso não é novidade, é algo de impressionar o fato de o maior percentual de mudança de uma postura de não aceitação de homossexuais para outra de respeito ao segmento ter se dado justamente na parcela masculina dos telespectadores (31,9%), a mais contrária ao tema. Assim, o quase um quarto de mudança verificado no conjunto total dos assistentes passa a ser de quase um terço dentre homens.

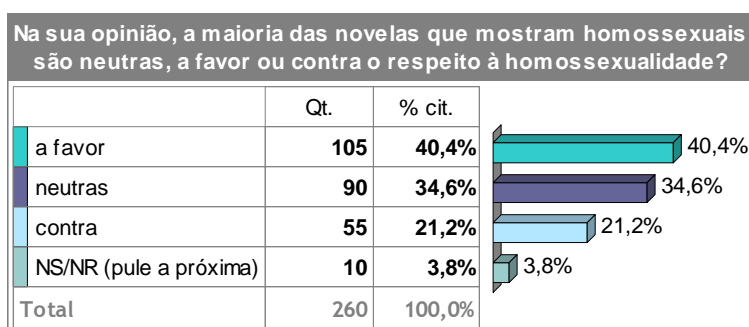


Dentre os que mudaram de opinião, os meios de comunicação é o mais citado como causa desse processo (18,6%). As posições seguintes mostram a força de grupos sociais tais como amigos/as (16,5%) e família (15,4%). Tem destaque também a atribuição a si mesmo para a mudança, anulando a idéia de que não seria possível realizar a mudança de opinião sem nenhuma

influência externa (16%). Os percentuais mostrados já são resultado do cálculo ponderado das notas de 1 a 3 dadas a cada item.



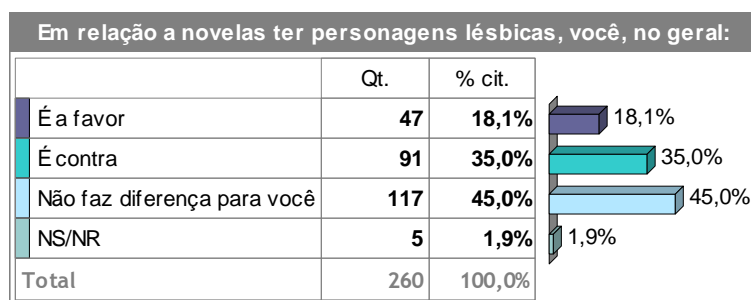
Depois de perguntar o quinhão de responsabilidade que os meios de comunicação tiveram na mudança de postura dos telespectadores, quisemos saber o quanto as telenovelas especificamente participarem desse processo. Merece destaque o fato de 39,4% terem passado a atribuir mais qualidades boas ao segmento por influência justamente dos folhetins, um índice que pode ser considerado de significativa expressão.



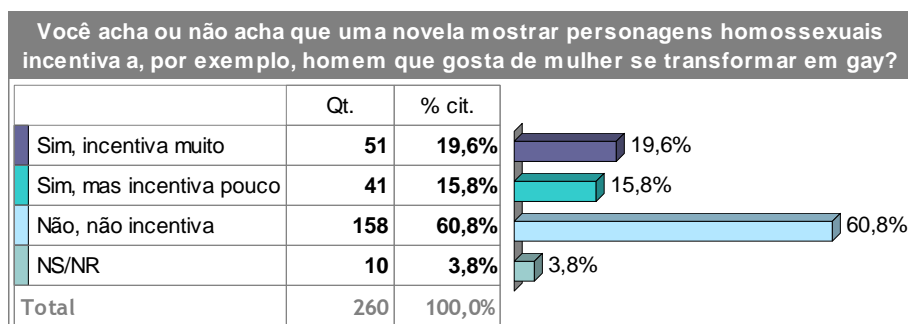
Em nossa avaliação, fundamentada no capítulo anterior, as mensagens e a imagem de LGBTs passadas pelas telenovelas eram marcadamente favoráveis ao avanço do respeito a eles. Deparar-se com o número encontrado nesta questão, de 21,2% que avaliam as obras como opositoras a um tratamento respeitoso a homossexuais, mostra, como coloca os Estudos Culturais, quão polissêmica pode ser uma mensagem. Autores, emissora e atores juntam-se como um emissor coletivo para passar mensagens em prol de homossexuais, mas há compreensões no sentido oposto.

Na sua opinião, a maioria das novelas que mostram homossexuais são neutras, a favor ou contra o respeito à homossexualidade?										
Qual é sua opinião a respeito de uma novela ter essa postura? Você:										
	a favor		neutras		contra		NS/NR (pule a próxima)		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Discorda totalmente	21	20,0%	12	13,3%	40	72,7%	1	100,0%	74	29,5%
Discorda em parte	10	9,5%	15	16,7%	8	14,5%	0	0,0%	33	13,1%
Concorda em parte	21	20,0%	34	37,8%	2	3,6%	0	0,0%	57	22,7%
Concorda totalmente	51	48,6%	18	20,0%	4	7,3%	0	0,0%	73	29,1%
NS/NR	2	1,9%	11	12,2%	1	1,8%	0	0,0%	14	5,6%
Total	105	100,0%	90	100,0%	55	100,0%	1	100,0%	251	100,0%

Também foi perguntado se os respondentes discordavam ou concordavam total ou parcialmente da posição que as novelas tinham em relação à homossexualidade segundo os próprios telespectadores pesquisados. Interessante notar que o maior índice de discordância está dentro os que avaliam ser as novelas contrárias ao respeito a homossexuais (72,7%).



Depois de ter inquirido os telespectadores sobre a concordância ou discordância com personagens homossexuais masculinos e ter respostas que dividiram em partes muito parecidas os contrários e os favoráveis, vê-se que, no caso de personagens lésbicas, a postura contrária é a segunda mais citada (35%). Entretanto, menor que a soma das respostas favoráveis (18,1%) com as de quem não vê diferença na existência ou não dessas personagens nas telenovelas (45%).

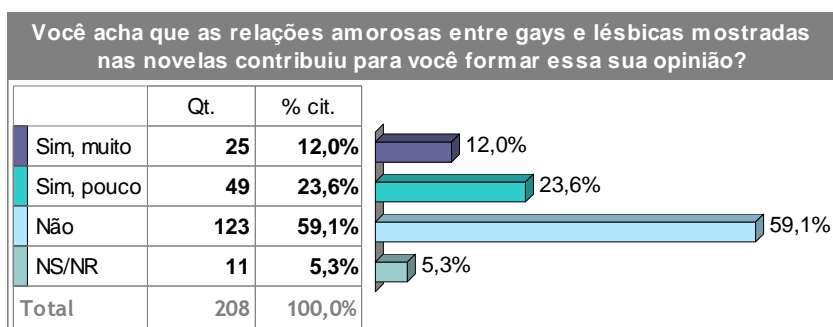
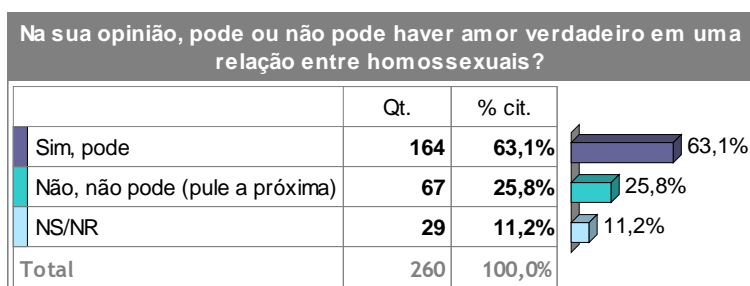


Um de cada cinco (19,6%) respondentes disse que uma novela tem poder de influência alto de transformar um heterossexual em gay. Outros 15,8% ainda acreditam nessa possibilidade, mesmo considerando a novela sem tanta força.

Interessante ver o poder atribuído à telenovela por mais de um terço dos telespectadores. Muito se fala, em mesas de bar ou em defesas de mestrado, da influência de folhetins na moda de rua, nas gírias, no temas em debate na sociedade... Talvez temas comezinhos. E aí, vem esse dado.

Significativa parte da ciência rejeita a possibilidade de influências externas sociais mudarem a orientação sexual de uma pessoa. Mais do que discutir esse tema em si, entretanto, dá-se registro aqui do quanto o poder de influência das telenovelas faz parte do imaginário de parte da população.

Aqui começa uma bateria de perguntas que, de forma direta, tenta conhecer o nível de influência em temas que consideramos chaves tendo em vista o quanto são recorrentes nas tramas com envolvem personagens LGBTs. Aqui mais intessados do que saber a respostas sobre a opinião dos respondentes, é conhecer em que nível as personagens contribuíram para formação deste conceito.

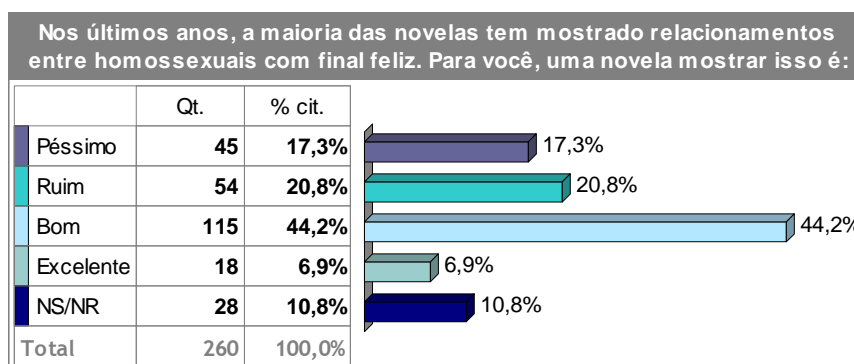


Considerável haver 35,6% de telespectadores que admitem ter a novelas lhe influenciado para a elaboração da opinião que eles possuem hoje.

Quantas dessas novelas (cartão A) você viu pelo menos três dias por semana em média do início ao fim da história? Você acha que as relações amorosas entre gays e lésbicas mostradas nas novelas contribuiu para você formar essa sua opinião?										
	1 novela		2 novelas		3 novelas		Mais de 3 novelas		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Não	11	100,0%	41	58,6%	13	54,2%	58	56,3%	123	59,1%
NS/NR	0	0,0%	6	8,6%	0	0,0%	5	4,9%	11	5,3%
Sim, muito	0	0,0%	7	10,0%	4	16,7%	14	13,6%	25	12,0%
Sim, pouco	0	0,0%	16	22,9%	7	29,2%	26	25,2%	49	23,6%
Total	11	100,0%	70	100,0%	24	100,0%	103	100,0%	208	100,0%

Cruzando o número de novelas assistidas das seis selecionadas na pesquisa com a atribuição dada à novela pela mudança ou não de postura sobre as relações amorosas homossexuais, vê-se que dos que viram apenas uma novela, 100% se disseram não influenciados pela obra. Entretanto, aumentando o número de folhetins vistos, a média fica em cerca de 55% de quem não mudou de opinião.

Comparando quem viu duas novelas com quem assistiu a três ou mais tramas, tem-se um aumento de influência, seja em pouca ou muita quantidade. Esse percentual é de 32,9% dentre quem assistiu a duas tramas, 45,9% entre quem viu três e 38,8% entre quem acompanhou mais de três.



Aqui se pede que o telespectador avalie o fato de as novelas mais do que mostrarem homossexuais, darem finais felizes para eles. É uma chance de os telespectadores expressarem sua opinião sobre o que lhe é mostrado cada dia de forma massiva, sem chance direta de resposta no momento da emissão. Interessante ver a aprovação ser maioria, mas sem que isso aplaque votos contrários. Mais um reforço do que chamamos de assistência contrariada.

Vive no Distrito Federal há quanto tempo?
Nos últimos anos, a maioria das novelas tem mostrado relacionamentos entre homossexuais com final feliz. Para você, uma novela mostrar isso é:

	Desde que nasceu (pule a próxima)		Maior parte da vida		Menor parte da vida		NS/NR		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Bom	49	55,1%	41	40,6%	25	35,7%	0		115	44,2%
Excelente	8	9,0%	4	4,0%	6	8,6%	0		18	6,9%
NS/NR	11	12,4%	10	9,9%	7	10,0%	0		28	10,8%
Péssimo	10	11,2%	18	17,8%	17	24,3%	0		45	17,3%
Ruim	11	12,4%	28	27,7%	15	21,4%	0		54	20,8%
Total	89	100,0%	101	100,0%	70	100,0%	0	100,0%	260	100,0%

Aqui se tem um cruzamento entre o tempo de vida no Distrito Federal e a opinião a respeito dos finais felizes de relacionamentos homossexuais nas novelas. Vê-se quem mora no Distrito Federal desde o nascimento tem avaliação muito mais positiva do que foi perguntado (maiores percentuais de bom e excelente e menores de péssimo e ruim) do que aqueles que não nasceram na capital federal. O que tem aqui é a variável local de nascimento como elemento de mediação das mensagens televisivas.

Você acha que as relações amorosas entre gays e lésbicas mostradas nas novelas contribuiu para você formar essa sua opinião?
Nos últimos anos, a maioria das novelas tem mostrado relacionamentos entre homossexuais com final feliz. Para você, uma novela mostrar isso é:

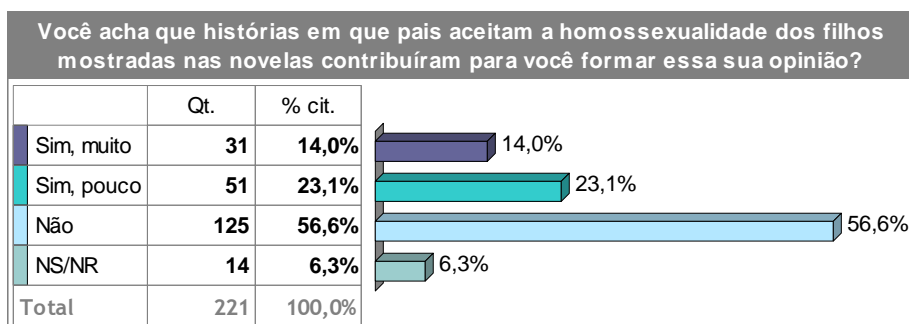
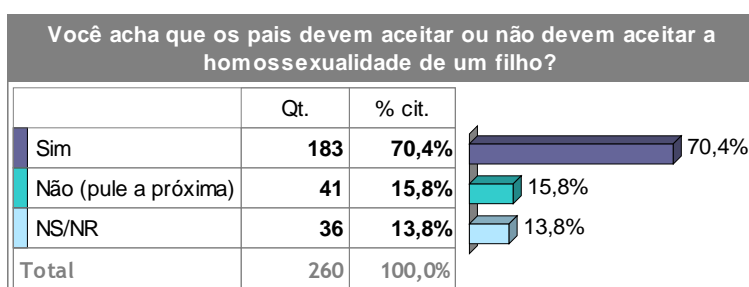
	Sim, muito		Sim, pouco		Não		NS/NR		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Péssimo	2	8,0%	4	8,2%	17	13,8%	0	0,0%	23	11,1%
Ruim	2	8,0%	5	10,2%	22	17,9%	4	36,4%	33	15,9%
Bom	16	64,0%	33	67,3%	58	47,2%	3	27,3%	110	52,9%
Excelente	5	20,0%	3	6,1%	10	8,1%	0	0,0%	18	8,7%
NS/NR	0	0,0%	4	8,2%	16	13,0%	4	36,4%	24	11,5%
Total	25	100,0%	49	100,0%	123	100,0%	11	100,0%	208	100,0%

Para mensurar o quanto pessoas que tiveram a opinião mudada pelas telenovelas passam a avaliar personagens homossexuais, foi feito o cruzamento acima. Lembrando, a opinião deles é a mesma. Nos três casos (sim, muito; sim, pouco e não influenciados pelas novelas), todo concordam que pode haver amor verdadeiro entre pessoas do mesmo sexo. Mas as semelhanças acabam aí. Quem construiu essa opinião por influência da novela é mais favorável a tramas possuírem finais felizes para casais homossexuais.

Os maiores índices de péssimo (13,8%) e ruim (17,9%) para final feliz de casais do mesmo sexo estão entre os que não sofreram efeito das telenovelas no que diz respeito à crença de que existe amor verdadeiro entre gays e lésbicas.

O oposto ocorre entre aqueles que também acham que pode haver amor entre duas pessoas do mesmo sexo, mas que sofreram efeitos das personagens LGBTs para elaborarem essa opinião. Está nesse grupo os maiores índices de bom (67,3%) e excelente (20%) para o fato de novelas darem desenlaces cheios de felicidades aos casais homossexuais.

As duas questões versam sobre aspectos diferentes dos relacionamentos homossexuais. Averiguar que os influenciados pela novela são mais simpatizantes nos dois aspectos pode indicar que essas obras conseguem passar uma visão ampla da homossexualidade angariando mais compreensão dos telespectadores sobre o respeito integral a LGBTs.



De novo, um percentual importante de telespectadores (37,1%) que disseram ter mudado de opinião sobre um tema por conta das novelas (ainda estamos avaliando apenas a mudança de opinião).

Quantas dessas novelas (cartão A) você viu pelo menos três dias por semana em média do início ao fim da história?

Você acha que histórias em que pais aceitam a homossexualidade dos filhos mostradas nas novelas contribuíram para você formar essa sua opinião?

	Mais de 3 novelas		2 novelas		3 novelas		1 novela		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Sim, muito	21	20,4%	5	6,7%	5	17,2%	0	0,0%	31	14,0%
Sim, pouco	21	20,4%	24	32,0%	5	17,2%	1	7,1%	51	23,1%
Não	54	52,4%	41	54,7%	17	58,6%	13	92,9%	125	56,6%
NS/NR	7	6,8%	5	6,7%	2	6,9%	0	0,0%	14	6,3%
Total	103	100,0%	75	100,0%	29	100,0%	14	100,0%	221	100,0%

Novamente, os que menos se sentiram influenciados pelas novelas foram os que menos as assistiram. E os que mais assistiram se declaram muito influenciados à medida em que no número de novelas aumentou.

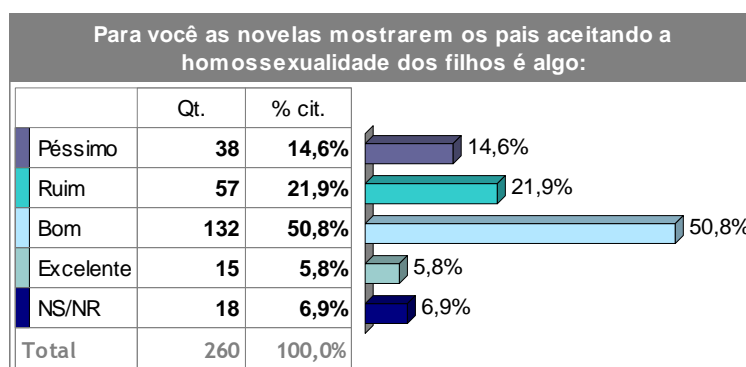
Dos que acompanharam uma novela, o índice de declarações de não influência foi de 92,9%. Os que afirmaram ter sido muito influenciados foram 6,7% dentre quem viu duas novelas, 17,2% dentre quem viu três novelas e 20,4% dentre quem viu mais de três obras.

Você acha que histórias em que pais ace Você acha que as relações amorosas entr	Não res posta	Sim, muito	Sim, pouco	Não	NS/NR	TOTAL
Não resposta	51,3%	6,5%	3,9%	20,0%	21,4%	20,0%
Sim, muito	0,0%	35,5%	11,8%	5,6%	7,1%	9,6%
Sim, pouco	12,8%	25,8%	45,1%	10,4%	0,0%	18,8%
Não	35,9%	29,0%	29,4%	63,2%	42,9%	47,3%
NS/NR	0,0%	3,2%	9,8%	0,8%	28,6%	4,2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

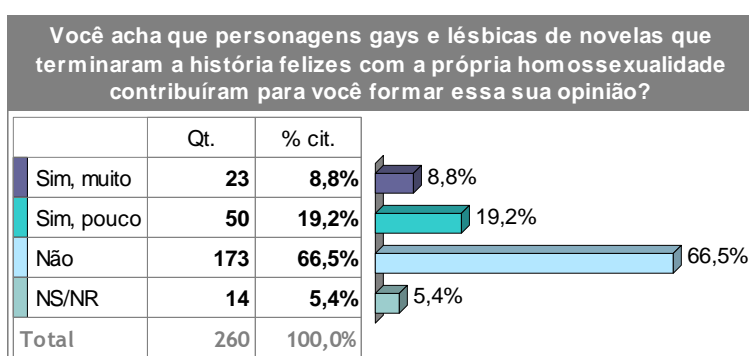
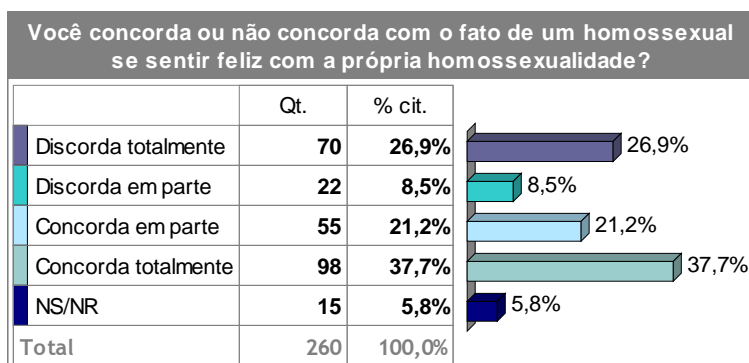
O cruzamento acima coloca na coluna as respostas e não-respostas sobre a influência sofrida nas opiniões a respeito de pais aceitarem filhos homossexuais. Nas linhas, as respostas sobre a influência sofrida nas opiniões sobre relações amorosas.

O cruzamento é feito para saber se as pessoas que disseram ter mudado de opinião sobre o primeiro assunto, o fizeram também no segundo. O que se vê é que o nível de influência em cada assunto divergiu e que as pessoas que, por exemplo, disseram “não” em uma das questões não necessariamente disseram “não” para a outra pergunta.

O acima posto é válido mesmo constatando que os maiores percentuais obtidos foram na repetição da resposta (quando a opção da coluna cruza com a mesma opção da linha). Por exemplo: 45,1% de quem disse “sim, pouco” para a primeira questão também deu a mesma resposta para segunda, cuja opção foi a mais citada.



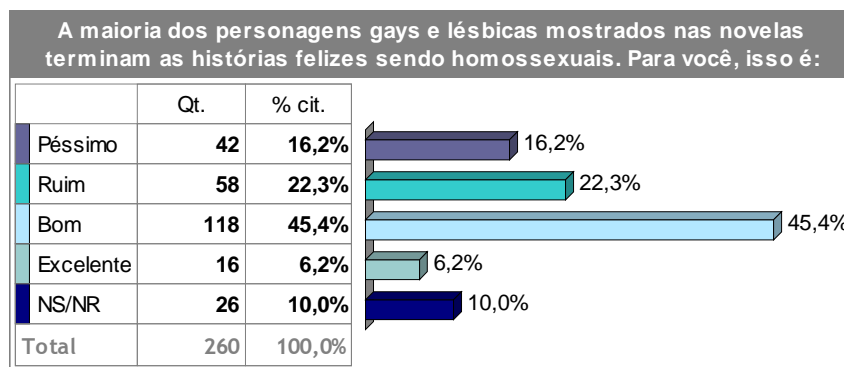
De novo uma questão sobre como os telespectadores avaliam as “atitudes” e “posições ideológicas” propagada pelas novelas. O conceito de assistência contrariada se aplica para quem respondeu péssimo (14,6%) e ruim (21,9%).



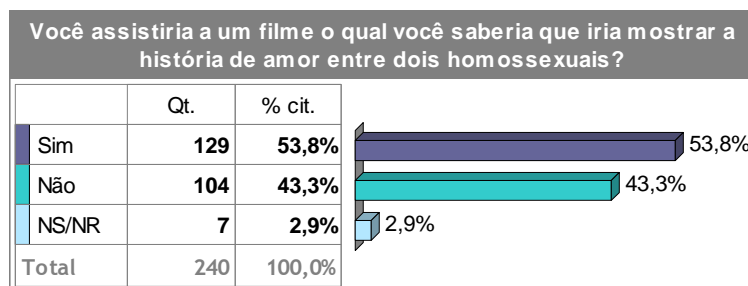
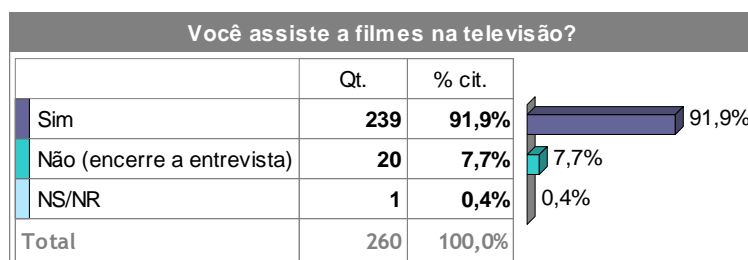
Você acha que personagens gays e lésbicas de novelas que terminaram a história felizes com a própria homossexualidade contribuíram para você formar essa sua opinião?
Você concorda ou não concorda com o fato de um homossexual se sentir feliz com a própria homossexualidade?

	Sim, muito		Sim, pouco		Não		NS/NR		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Discorda totalmente	5	21,7%	7	14,0%	54	31,2%	4	28,6%	70	26,9%
Discorda em parte	1	4,3%	2	4,0%	17	9,8%	2	14,3%	22	8,5%
Concorda em parte	2	8,7%	20	40,0%	33	19,1%	0	0,0%	55	21,2%
Concorda totalmente	15	65,2%	21	42,0%	60	34,7%	2	14,3%	98	37,7%
NS/NR	0	0,0%	0	0,0%	9	5,2%	6	42,9%	15	5,8%
Total	23	100,0%	50	100,0%	173	100,0%	14	100,0%	260	100,0%

A leitura da tabela acima indica, novamente, que quanto menos influenciado pelas telenovelas, mais o telespectador é contrário a idéias positivas em relação a homossexuais e à homossexualidade. Dos que relataram ter sido muito influenciado pela telenovela é que veio o maior índice de concordância total com um homossexual ser feliz com a própria orientação sexual (65,2%). E é dos que não foram influenciados pelas obras folhetinescas o percentual maior de quem discorda dessa pergunta (31,2%).



As respostas a essa questão reafirmam a postura mais aberta da audiência das novelas a respeito das tramas que mostram homossexuais em situações de alegria, bem-estar e respeito. Nesse caso, por exemplo, 61,6% (excelente com bom) aprovam os finais felizes de personagens homossexuais e 38,5% (ruim e péssimo) reprovam. Importante não deixar despercebido que as posições extremadas (péssimo e excelente) são as menos citadas. O apoio ou a reprovação da audiência estudada não são movidos por um engajamento ou intenção absoluta.



O fato de personagens LGBTs estarem em uma novela representa algum diferencial positivo para a maior visibilidade das histórias junto a pessoas sem interesse em ficção envolvendo homossexuais? As duas últimas perguntas do questionário foram elaboradas justamente para ter essa resposta.

Interessante ver que 43,3% dos respondentes, ou seja, pessoas que já assistiram a pelo menos uma novela com personagens LGBTs, se recusariam a ver um filme com uma história de amor entre homossexuais.

A razão disso é simples. Um filme tem como estrutura principal uma ou poucas histórias que, em grande parte das vezes, se unem. Devido a sua característica temporal - em média possuem

durações de uma hora e meia - é contraproducente ter muitos personagens. Dificilmente haveria tempo para o desenvolvimento de todas as histórias. E como é uma novela? Tempo que alcança meses e grande necessidade de muitos personagens para se sustentar durante todo esse período.

Assim, um casal homossexual em uma novela, até mesmo com uma certa importância na trama, está diluído dentre vários núcleos de personagens e variações nos ritmos das histórias. Portanto, aí é possível contar uma história romântica entre pessoas do mesmo sexo sem torná-la ostensiva para o telespectador. Em um filme, pode-se até dizer que só histórias ostensivas são bem desenvolvidas.

Por essa capacidade da novela, podemos chamá-la de obra cavalo-de-tróia. O telespectador se motiva a acompanhar uma história principal que lhe agrada ou que lhe chamou atenção, mas, quando ele menos nota uma ou outra trama ali pode não ser do gosto dele. Dentre as possibilidades, podem estar personagens homossexuais. Se o acompanhamento da história vai continuar? Bom, fica na mão do telespectador fazer o saldo entre o que lhe agrada ou não.

Vendo números expressivos de telespectadores que reprovam posturas das novelas estudadas (assistência contrariada), mas que não ainda assim a acompanham, conclui-se que a estratégia involuntária, mas eficaz dessas produções é positiva para a divulgação do respeito a LGBTs.

Conclusão

A pesquisa aqui empreendida com o objetivo de conhecer os efeitos de personagens LGBT de novelas na formação de opinião de telespectadores heterossexuais forneceu dados numéricos reveladores sobre o poder mudança de posturas por parte dos telespectadores. Com base em toda a análise realizada no capítulo anterior, vê-se que o lugar não é de extremos ao se concluir este estudo. A telenovela se configura como uma provocadora de debates, sem poderes demais nem poderes de menos, mas com influência significativa.

Entendemos que o desafio metodológico posto a esta pesquisa, de realizar um estudo de recepção e de efeitos por meio de uma pesquisa quantitativa foi enriquecedor para nós e propositores concretos de um debate nesta área específica da Comunicação.

Mais do que indicar tendências ou possibilidades, como é característico das pesquisas qualitativas, por meio do esforço de realização de um questionário com 260 pessoas conseguiu-se analisar como um grupo significativo e representativo do universo estudado se porta e se insere no processo de recepção e ressemantização de mensagens e mediação da comunicação.

Um das grandes provas de alcance desse intuito foi poder aplicar a Teoria das Mediações, de Martín-Barbero e a perspectiva das multimedias de Guillermo Orózco neste estudo desde a concepção do instrumento de pesquisa, que foi pensada para levantar elementos de análise de acordo com as idéias desses dois teóricos e, após, claro, uma leitura compreensiva do que foi coletado pelo prisma escolhido.

A busca pelo sujeito imerso no cultural e nos social deu a possibilidade de fazer conexões entre diversas características dos integrantes da audiência, seus valores, práticas e pensamentos.

A pluralidade de informações à disposição de análise possibilitou estudar de forma muito satisfatória as relações entre a recepção dos personagens LGBTs de telenovelas e seus efeitos nos telespectadores, fazendo inclusive cruzamentos para averiguar como uma mudança ou permanência de algum valor ou idéia estava diretamente ligadas a características como consumo de folhetins, local de nascimento ou reação física diante da tela da tevê.

Acreditamos também que esta pesquisa dá uma contribuição aos estudos de comunicação no Brasil ao incluir a parcela masculina das audiências das telenovelas. Hamburger (2005) registra uma grande falta de trabalhos na área de recepção que tratassem deles. “Embora os homens supostamente tenham constituído 40% da audiência durante cerca de 20 anos e ainda constituam

cerca de 30% dela, não existem trabalhos sobre sua relação com o seriado mais popular da televisão brasileira (p. 66).

Aliás, a característica da novela de ser, ao mesmo tempo, espaço tanto para a visibilidade de valores e morais mais sedimentadas na sociedade quanto de atitudes e pensamentos tidos como contrários à norma social mais “correta” não passou despercebida pelos estudiosos. Essa combinação de elementos opostos moralmente é dada como algo de uma modernidade tardia propagada por essas produções ficcionais.

Hamburger (2005) cita o estudioso Joshua Meyrowitz e a idéia desse autor sobre a capacidade que a novela tem de fazer um “deslocamento temático”, tirando assuntos restritos a determinados grupos sociais (escola, igreja, família) e suas hierarquias e colocando-os em contato com o grande público. Meyrowitz foca a contribuição que as tramas televisivas tiveram na formação do feminismo e na entrada da mulher na força de trabalho.

Acreditamos que esse deslocamento temático, no caso de LGBTs, se deu de um locus social de marginalização que cada vez mais se coloca de forma integrada na sociedade. E a telenovela, por todas as análises feitas nesta pesquisa, se coloca como agente de grande valia nesse processo que é cada vez maior.

O cenário social, político, governamental e econômico de forma pormenorizada delineado no primeiro capítulo teve como objetivo localizar o ambiente e a história ligados ao objeto principal desta pesquisa, jamais tentar dar base a uma nomeação às telenovelas como causa ou consequência da revolução arco-íris.

Expressivo o fato de a telenovela colocar a questão da homossexualidade na agenda de debates de heterossexuais que não convivem com LGBTs na “vida real”. Também é merecedor de destaque conferir que caso não fosse a telenovela, muitos dos telespectadores que hoje já se “relacionaram” com personagens LGBTs não teriam tido essa experiência, já que rejeitariam assistir a um filme de temática homossexual.

De toda forma, não se perseguiu aqui colocar a mídia e a telenovela como iniciadores ou produtos dos passos firmes que a cidadania LGBT tem tomado nos últimos anos no País. Esta pesquisa demonstrou, cremos, que o trabalho dos autores engajados, que precisam atuar tanto na construção de um emissor coletivo que é o da telenovela quanto entrar no jogo de valores e expectativas com o telespectador, que eles têm contribuído para a evolução positiva dos direitos humanos de LGBTs.

Entendemos, por tudo o que aqui foi exposto, termos comprovado o papel social e de desenvolvimento humano que a televisão tem desempenhado, algo que vem resgatar a auto-estima de seus produtores e apreciadores, que enfrentam preconceitos da academia e de parte da classe artística e intelectual do País.

Essa fala só foi possível agora. Não perpassou a feitura da pesquisa. Caso o contrário se desse, o discurso aqui seria também de reconhecimento integral do que teria sido encontrado.

Os tempos de conclusão deste trabalho são de dúvidas sobre o futuro da televisão, sobre potencialidades nunca vistas antes, enfim de grandes desafios. A academia, essa foi uma missão que nos moveu, precisa se integrar a este momento de forma respeitosa com que faz a mídia e dela faz um importante meio de integração, entretenimento e expansão do conhecimento (aqui sem nenhum juízo de valor).

Bibliografia

- 10,8% DOS HOMENS e 5,1% das mulheres do DF são homo ou bi. **Paroutudo**, Brasília, 13 mar. 2009. Disponível em <<http://paroutudo.com/estruturacao/2009/03/13/mosaico/>>. Acesso em: 20 nov. 2009
- A FAVORITA É FENÔMENO DE AUDIÊNCIA NO SUL, DIZ DANIEL CASTRO. **Folha On Line**, São Paulo, 14 jul. 2008. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u422076.shtml>> Acesso em 18 fev. 2010
- ABGLT, Curitiba. Disponível em <www.abglt.org.br>. Acesso em: 23 nov. 2009.
- ANAZ, S. Breve história das novelas no Brasil. **How Stuff Works**. Disponível em <<http://lazer.hsw.uol.com.br/telenovelas1.htm>> Acesso em 21 mar. 2010.
- ANDRADE, A. Depoimento [nov. 2009]. Entrevistador: Welton Trindade. Brasília.
- ANDRADE, R. e LEANDRO, A. **Uma análise do merchandizing social das telenovelas brasileiras**: em destaque “Laços de Família”. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1043-1.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2010.
- ANTUNES, E. Público quer saber onde comprar cadeira de rodas igual à de Luciana. **O Globo**, Cultura, patriciakogut.com, Rio de Janeiro, 18 fev. 2010. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/kogut/posts/2010/02/18/publico-quer-saber-onde-comprar-cadeira-de-rodas-igual-de-luciana-267169.asp>> Acesso em 25 fev. 2010.
- ARAÚJO, A. C. **A pesquisa norte-americana**. In: HOHLFEDLDT, A., MARTINO, L. C., FRANÇA, V.V. (orgs). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2008.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE GAYS, LÉSBICAS, BISEXUAIS, TRAVESTIS E TRANSEXUAIS (ABGLT). **Proposições de interesse LGBT**. Curitiba. Disponível em <<http://www.abglt.org.br/port/projetosleis.php>>. Acesso em: 05 jan 2010.
- _____. **Manual de Comunicação LGBT**.
- ASSOCIAÇÃO DA PARADA DO ORGLHO LGBT DE BRASÍLIA. **Parada de Brasília continua a crescer** (press release). Brasília, 15 jan. 2010.
- AUDIÊNCIA DAS NOVELAS DA GLOBO. **Veja**. São Paulo, nov. 2008. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/perguntas_respostas/audiencia-novelas-globo/tv-televisao-ibope-indices-queda-emissora.shtml> Acesso em: 16 fev. 2010.
- AUTORES: histórias da teledramaturgia, livros 1 e 2. São Paulo: Editora Globo, 2008.
- BARBOSA, M. Paradigmas de construção do campo comunicacional. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, I.; HOHLFELDT, A. (orgs.). **Tensões e objetos: da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- BASTOS, M. T. de A. Do sentido da mediação: às margens do pensamento de Jesús Martín-Barbero. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, abr. 2008, n° 35.
- BELA, A FEIA: ESTREA COM AUDIÊNCIA ABAIXO DO ESPERADO PELA RECORD. **Na Telinha**, mai. 2008. Disponível em <http://natelinha.uol.com.br/2009/08/05/not_24385.php> Acesso em: 20 jan. 2010.
- BERGER, C. Teoria da Comunicação: apontamentos de sala de aula. In **Tendências na Comunicação**. Porto Alegre: L&PM, 1998.
- BERLO, D. K. **El proceso de la comunicación**. Introducción a la teoría y a la práctica. Buenos Aires: Editorial El Ateneo, 1980.
- BERNARDO, A. “Roque Santeiro” mantém-se atual após 18 anos. **Terra**, São Paulo, 23 jul. 2003. Disponível em <<http://noticias.terra.com.br/imprime/0,,OI123145-EI1118,00.html>>. Acesso em: 13 fev. 2010.
- BORELLI F.. **A doce epidemia das novelas**. Revista do Rádio, 12 set. 1964.
- BORGES, I. F. Maioria dos entrevistados do Datasenado quer criminalização da homofobia. **Site do Senado Federal**, Brasília, 23 jun. 2008. Disponível em <<http://www.senado.gov.br/agencia/verNoticia.spx?codNoticia=76143&codAplicativo=2¶metros=pesquisa+homofobia>>. Acesso

em: 12 jan. 2010.

BRASIL supera EUA em número de eventos LGBT. **Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Transgêneros**, Curitiba, 23 de agosto de 2007. Disponível em: <www.abglt.org.br>. Acesso em: 1º out. 2007.

BUCCI, E. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Boitempo, 1997.

CAMPEDELLI, S. Y. **A telenovela**. São Paulo: Editora Ática, 1987.

CARDIA, J: Depoimento. [nov. 2009]. Entrevistador: Welton Trindade. Brasília.

CARPENTER, E.; McLUHAN, M. *Revolução na Comunicação*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

CARRARA, Sérgio et al. **Política, direitos, violência e homossexualidade: Pesquisa 9º Parada do Orgulho GLBT – São Paulo 2005**. Rio de Janeiro: Cepesc, 2006.

CASTRO, M. G.; ABROMAVAY, M. e SILVA, L. B. da. **Juventudes e sexualidade**. Brasília: Unesco Brasil, 2004.

CLAESSEN, M. Entenda a diferença entre GLBT, LGBT e GLS. **Paroutudo**, Brasília, 20 jan. 2010. Disponível em <<http://www.paroutudo.com/materias/redacao/100121.php>>. Acesso em: 25 jan. 2010.

COELHO, M. A família arruma a cama. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 07 out. 2007.

COM REVIRAVOLTAS, A FAVORITA PASSOU DE FRACASSO A FENÔMENO. **Folha On Line**, São Paulo, 30 dez. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/foha/ilustrada/ult90u480638.shtml>> Acesso em 17 fev. 2010.

COPA do mundo deve triplicar número de telespectadores do Brasil com TV digital. Disponível em: <http://www.tvglobodigital.com/noticias/ler/telespectadores/copa_do_mundo_deve_triplicar_numero_de_tespectadores_no_brasil_com_tv_digital/158> Acesso em 20 mar. 2010.

COSTA, B. Qual o preço da sua atenção? **Meio & Mensagem**, Especial Mídia e Mercado, p. 4 e 5, 5 out. 2009.

DeFLEUR, M.; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

EM 2009 TV por assinatura registrou crescimento. **M&M On line**. São Paulo, 27 jan. 2010. Disponível em: <http://www.mmonline.com.br/noticias/mm?url=Em_2009_TV_por_assinatura_registrou_crescimento> Acesso em: 14 fev. 2010.

EM UM ano, acesso a web crescer 10%. **M&M On line**. São Paulo, 12 jan. 2010. Disponível em: <http://www.mmonline.com.br/noticias/mm?url=Em_um_ano,_acesso_a_web_cresceu_10_porcento> Acesso em: 13 fev. 2010.

ESCOSTEGUY, A.; JACKS, N. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

ESTRONIOLI, E. Mais da metade dos moradores de Roraima e do Distrito Federal são imigrantes. **UOL Notícias**, São Paulo, 18 set. 2008. Disponível em <http://noticias.uol.com.br/especiais/pnad/ultnot/2008/09/18/ult6843u6.jhtm>. Acesso em: 12 jan. 2010.

ESTRUTURAÇÃO – GRUPO LGBT DE BRASÍLIA. **Cidadania LGBT e violência**. Brasília, 2008.

_____. **I levantamento nacional de entidades do movimento GLT**. Brasília, 2007.

_____. **Memória EBGLT: Encontros que marcam e constroem a trajetória do ativismo GLT no Brasil**. Brasília, 2005.

_____. **Perfil das transgêneros profissionais do sexo que trabalham em espaços públicos do Distrito Federal**. Brasília, 2005.

_____. **Pesquisa 12º parada do orgulho LGBTs de Brasília**. Brasília, 2009.

_____. **Pesquisa Heterossexuais do DF e o que pensam sobre LGBTs**. Brasília, 2008.

_____. **Pesquisa Os heterossexuais do DF e a cidadania LGBT**. Acessada em <http://paroutudo.com/estruturacao/2008/06/05/o-que-pensam/> em 20 de agosto de 2009 às 14h50.

_____. **Pesquisa saúde integral e cidadania de lésbicas e mulheres bissexuais do DF**. Brasília, 2009.

_____. **Relatório Indicador Cinza 2008-2009**. Brasília, 2009.

FELTRIN, R. Ibope das novelas desaba na Globo; veja a queda. **UOL**. São Paulo, 18 set. 2008. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/oops/ultnot/2008/09/18/ult254_8u604.jhtm> Acesso em: 1 mar. 2010

FOGOLARI, E. **O visível e o invisível no ver e no olhar a telenovela. Recepção, mediação e imagem**. São Paulo: Paulinas, 2002.

FURTADO, J. Malhação coloca a Globo na era da transmídia. **Meio & Mensagem**. São Paulo, p. 14, 16 nov. 2009.

GLOBOSAT lançará canal Viva com reprise de novelas em março. 15 fev. 2010. Disponível em: <<http://novelason-line.blogspot.com/2010/02/globosat-lancara-canal-viva-com-reprise.html>> Acesso em: 22 mar. 2010

GLÓRIA Perez não terá gays em Caminho da Índias. **Cultureba**, 24 fev. 2009. Disponível em: <<http://cultureba.com.br/2009/02/24/ gloria-perez-nao-tera-gays-em-“caminho-das-indias”/>> Acessado em: 13 mar. 2010

GOMES, I. **Efeito e recepção**. A interpretação de processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004

GÓMEZ, G. O. O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva. In: São Paulo, **Communicare**, vol. 5. n° 1, 2005.

GUEDES, O. Os estudos da recepção, etnografia e globalização. In: RUBIM, A. A. C. BENTS, I. M.; PINTO, M. J. (orgs.) **Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

HABERT, A. **Fotonovela e indústria cultural**: estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões. Petrópolis: Editora Vozes, 1974.

HAMBURGER, E. **O Brasil Antenado**: A Sociedade da Novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira 2009**. Estudos & Pesquisas 26. Rio de Janeiro, 2009.

INSTITUTO DE PESQUISAS DATAFOLHA. **Para 79% dos paulistanos, homossexualismo não faz diferença quando se trata de jogar futebol**. São Paulo, 19 ago. 2007. Disponível em <http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=493>. Acesso em: 12 fev. 2010.

JIMENEZ, K. 1h a menos no sofá. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, Caderno 2, p. 7. 1º mar. 2010

LASSWELL, H. D. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, G. **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo, Companhia Editora Nacional e Editora da USP, 1971.

LAZARFELD, P.; MERTON, R. Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada. In: COHN, G. **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo, Companhia Editora Nacional e Editora da USP, 1971.

LEAL, O. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis: Editora Vozes, 1986.

LETIERE, G. Belos e Sarados: casal gay será sensação de novo folhetim global. Rio de Janeiro, 04 mar. 2007. Disponível em: <http://www.farofadigital.com.br/pano_rama_paraiso.htm>. Acesso em: 09 fev. 2010.

LIMA, C. de C. **Linha do Tempo**: uma viagem pela história da humanidade. São Paulo: Panda Books, 2008.

LOPES, M.; BORELLI, S.; RESENDE, V. **Vivendo com a Telenovela: Mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

MADONNA ASSISTE AOS DESFILES NA SAPUCAÍ. **Jornal Nacional**. 15 FEV. 2010. Disponível em: <http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL1492175_-10406,00-MADONNA+ASSISTE+AOS+DESFILES+NA+SAPUCAI.html> Acesso em 19 mar. 2010.

MAGALHÃES, W. Ativista gay Beto de Jesus critica falta de ações do Brasil sem Homofobia. **A Capa**, São Paulo, 09 set. 2009. Disponível em <<http://acapa.virgula.uol.com.br/site/noticia.asp?codigo=9208>>. Acesso em: 12 jan. 2010.

MAIOR PARADA LGBT do mundo chega à 13ª edição em São Paulo. **Site oficial de turismo da cidade de São Paulo**, São Paulo, 1º jun. 2009. Disponível em <<http://www.cidadedesapaulo.com/sp/br/destaques/338-maior-parada-lgbt-do-mundo-chega-a-13o-edicao-em-sao-paulo>>. Acesso em: 26 dez. 2009.

MARTÍN-BARBEIRO, J.; REY, G. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MATTELART, M., MATTELART, A. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

MINUTTI, M. Globo e Record perdem audiência para internet e TV paga. 13 dez. 2009. Disponível em <<http://colunistas.ig.com.br/tecnozilla/2009/12/13/tv-globo-e-tv-aberta-perdem-audiencia-para-internet-e-tv-paga/>> Acesso em 10 fev. 2010.

MYLLA CHRISTIE GOSTA DE PAPÉIS QUE PROVOCAM DEBATE NO TELESPECTADOR. **Paraná on Line**, Curitiba, 9 de jan. 2005. Disponível em: < <http://www.parana-online.com.br/editoria/almanaque/news/107376/?noticia=MYLLA+CHRISTIE+GOSTA+DE+PAPEIS+QUE+PROVOCAM+DEBATES+NO+TELESPECTADOR>> Acesso em: 12 mar 2010.

NASSIF, L. A audiência das novelas. **Luis Nassif On Line**. São Paulo, 9 ago. 2009. Disponível em: <<http://colunistas.ig.com.br/luisnassif/2009/08/09/a-audiencia-das-novelas/>> Acesso em: 14 fev. 2010

NETO, L. Um casal gay sem polêmica. **Diário de São Paulo**, São Paulo, 20 jan. 2005. Disponível em: < <http://www.sistemas.aids.gov.br/imprensa/Noticias.asp?NOTCod=62481>> Acesso em: 12 mar. 2010.

NOVELA TRANSMITIDA HÁ 54 ANOS NOS EUA TERÁ ÚLTIMO CAPÍTULO EM 2010. G1, 8 dez. 2009. Disponível em <<http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1408070-7084,00.html>> Acesso em 22 fev. 2010.

NOVO FORMATO ELEVA AUDIÊNCIA DAS NOVELAS DA GLOBO. **Clique RBS**, Florianópolis, 26 out. 2009. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer,getBlog&uf=2&local=18&template=3948.dwt§ion=Blogs&post=240981&blog=378&coldir=1&topo=3994.dwt>> Acesso em: 23 fev. 2010

O MUNDO GAY NAS NOVELAS. **Mix Brasil**, São Paulo, 27 ago. 2002. Disponível em <http://mixbrasil.uol.com.br/upload/noticia/3_45_53975.shtml> Acesso em 23 fev. 2010.

O SONHO de Dom Bosco. **Infobrasília**, Brasília. Disponível em <http://www.infobrasilia.com.br/bsb_h5p.htm>. Acesso em: 12 jan. 2010.

ORTIZ, R.; RAMOS, J.; BORELLI, S. **Telenovela. História e produção**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

PAULA, S. de, Estudos culturais e receptor ativo. In: RUBIM, A. A. C. BENTS, I. M.; PINTO, M. J. (orgs.) **Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PLATINI, M. Depoimento [nov. 2009]. Entrevistador: Welton Trindade. Brasília.

PRADO, M. Juma dá tiro, piranhas comem Levi e “Pantanal” sobe no Ibope. **Folha On Line**, São Paulo, 1º ago. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/foha/ilustrada/ult90u428627.shtml>> Acesso em: 14 fev. 2010.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Brasil sem Homofobia: Programa de Combate à Violência e à Discriminação de GLBT e de Promoção da Cidadania Homossexual**. Brasília, 2004.

_____. **Programa nacional de direitos humanos II**. Brasília, 2002.

_____. **Programa nacional de direitos humanos**. Brasília, 1996.

REDE RECORD ADOTA NOVO SLOGAN. **Ribeirão Preto On Line**. Ribeirão Preto (SP), 30 set. 2004. Disponível em: <<http://www.ribeiraopretoonline.com.br/noticia.php?id=7613&secao=&titulo=rede-record-adota-novo-slogan>> Acesso em: 15 fev. 2010.

REINAUDO, F.; BACELLAR, L. **O mercado GLS: como obter sucesso com o segmento de maior potencial da atualidade**. São Paulo: Idéia & Ação, 2008.

REIS, T. Toni Reis: antes, um jovem gay desejando se “curar”. Hoje, líder nacional do movimento LGBT. **Paroutudo**, Brasília, 03 out. 2009. Disponível em <<http://paroutudo.com/noticias/2009/10/03/5-44/>>. Acesso em: 20 nov. 2009.

ROQUE SANTEIRO SERÁ PRIMEIRA NOVELA LANÇADA EM DVD. **Extra On line**. Rio de Janeiro, 12 set. 2009. Disponível em: <<http://extra.globo.com/blogs/telinha/posts/2009/09/12/roque-santeiro-sera-primeira-novela-lancada-em-dvd-222224>. asp> Acesso em: 16 fev. 2010

SÁ, A. (org.). **Fundamentos científicos da comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 1973.

SARMATZ, Leandro. Poder Gay. **Super**, São Paulo. Disponível em: < <http://super.abril.com.br/cotidiano/poder-gay-442354.shtml>> Acesso em: 14 mar. 2010.

SILVA, C. **Muito além do Jardim Botânico**: Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. São Paulo: Summus Editorial,

SILVA, A. No ar, 16 campeões de audiência. **Blog do Aginaldo Silva**. Mar. 2009. Disponível em: <<http://bloglog.globo.com/blog/blog.do?act=loadSite&id=201&mes=3&ano=2009>> Acesso em: 13 fev. 2010.

SILVEIRA, Fabrício. Recepção dos meios, hibridações e identidades culturais na periferia de Porto Alegre. Um ensaio etnográfico. In **Contemporânea**. Revista de Comunicação e Cultura. Salvador: EduFBA, 2003.

SIMÕES, J. A. e FACCHINI, R. **Na trilha do arco-íris**: Do movimento homossexual ao LGBT. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.

SOMOS a maior do mundo há três anos. **Associação da Parada do Orgulho GLBT de São Paulo**, São Paulo, 12 jul. 2007. Disponível em: <www.paradasp.org.br/modules/articles/article.php?id=6>. Acesso em 1º out 2007.

SOUSA, M. (org.). **Sujeito, o Lado Oculto do Receptor**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2002.

TELEDRAMATURGIA. Disponível em: <<http://www.teledramaturgia.com.br/cronologia.htm>> Acesso em: 14 fev. 2010.

TRINDADE, W. Aumenta rejeição do Congresso à união civil homo. **Paroutudo**, Brasília, 20 out. 2009. Disponível em <<http://www.paroutudo.com/materias/redacao/091020.php>>. Acesso em: 26 dez. 2009.

_____, W. Governo federal adia realização de conferência LGBT. **Paroutudo**, Brasília, 04 fev. 2010. Disponível em < <http://paroutudo.com/materias/redacao/100204.php>>. Acesso em: 12 fev. 2010.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares Núcleo de Estudos de Saúde Pública. **Comportamento sexual e cidadania junto à população de homens que fazem sexo com homens do Distrito Federal**. Brasília: Universidade de Brasília, 2005.

VENTURA, G. Diversidade sexual e Homofobia no Brasil. Intolerância e respeito às diferenças sexuais. **Site da Fundação Perseu Abramo**, São Paulo, 12 fev. 2009. Disponível em < <http://www2.fpa.org.br/node/5393>> Acesso em: 1º mar. 2010.

VERÓN, E. **Ideologia, estrutura e comunicação**. São Paulo: Editora Cultrix, 1970.

VIA, S. **Televisão e consciência de classe**. Petrópolis: Vozes, 1977.

XAVIER, N. **Almanaque da telenovela brasileira**. São Paulo: Panda Books, 2007.

XAVIER, R.; e SACCHI, R. **Almanaque da TV. 50 anos de memória e informação**. São Paulo: Objetiva, 2000.

YURI, D. Someone over ther rainbow. **Proxima**. São Paulo, jan/fev, N° 15, p. 50-55.

ANEXO I

DICIONÁRIO DE TERMOS¹

¹ ASSOCIAÇÃO Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais. **Manual de Comunicação LGBT.**

Orientação sexual:

Refere-se à capacidade de cada pessoa de ter uma profunda atração emocional, afetiva ou sexual por indivíduos de gênero diferente, do mesmo gênero ou de mais de um gênero, assim como ter relações íntimas e sexuais com essas pessoas. Basicamente, há três orientações sexuais preponderantes: pelo mesmo sexo/gênero (homossexualidade), pelo sexo/gênero oposto (heterossexualidade) ou pelos dois sexos/gêneros (bissexualidade). Estudos demonstram que as características da orientação sexual variam de pessoa a pessoa.

Bissexual:

É a pessoa que se relaciona [de forma potencial] afetiva e sexualmente com pessoas de ambos os sexos/gêneros. Bi é uma forma reduzida de falar de pessoas bissexuais.

Heterossexual:

Indivíduo amorosamente, fisicamente e afetivamente atraído por pessoas do sexo/gênero oposto. Heterossexuais não precisam, necessariamente, terem tido experiências sexuais com pessoas do outro sexo/gênero para se identificarem como tal.

Homossexual:

É a pessoa que se sente atraída sexual, emocional ou afetivamente por pessoas do mesmo sexo/gênero.

Identidade de gênero:

É uma experiência interna e individual do gênero de cada pessoa, que pode ou não corresponder ao sexo atribuído no nascimento, incluindo o senso pessoal do corpo (que pode envolver, por livre escolha, modificação da aparência ou função corporal por meios médicos, cirúrgicos e outros) e outras expressões de gênero, inclusive vestimenta, modo de falar e maneirismos. Identidade de gênero é a percepção que uma pessoa tem de si como sendo do gênero masculino, feminino ou de alguma combinação dos dois, independente de sexo biológico. Trata-se da convicção íntima de uma pessoa de ser do gênero masculino (homem) ou do gênero feminino (mulher).

Transexual:

Pessoa que possui uma identidade de gênero diferente do sexo designado no nascimento. Homens e mulheres transexuais podem manifestar o desejo de se submeterem a intervenções médico-cirúrgicas para realizarem a adequação dos seus atributos físicos de nascença (inclusive genitais) a sua identidade de gênero constituída.

Travesti:

Pessoa que nasce do sexo masculino ou feminino, mas que tem sua identidade de gênero oposta ao seu sexo biológico, assumindo papéis de gênero diferentes daquele imposto pela sociedade. Muitas travestis modificam seus corpos por meio de hormonioterapias, aplicações de silicone e/ou cirurgias plásticas, porém, vale ressaltar que isso não é regra para todas (definição adotada pela Conferência Nacional LGBT em 2008). Diferentemente das transexuais, as travestis não desejam realizar a cirurgia de redesignação sexual (mudança de órgão genital).³ Utiliza-se o artigo definido feminino “A” para falar da Travesti (aquela que possui seios, corpo, vestimentas, cabelos, e formas femininas). É incorreto usar o artigo masculino, por exemplo, “O” travesti Maria, pois está se referindo a uma pessoa do gênero feminino.

ANEXO II
CARTÕES – QUESTIONÁRIO

CARTÃO A

SENHORA DO DESTINO

PARAÍSO TROPICAL

DUAS CARAS

PÁGINAS DA VIDA

AMÉRICA

A FAVORITA

CARTÃO B

família

religião amigos/as

escola/faculdade

meios de comunicação

cultura do local em que você vive/viveu

você mesmo/a

CARTÃO C

- >novelas, filmes, séries
- >jornais, documentários, programas jornalísticos
- >esporte, programas esportivos
- >programas de auditório, variedades, culinária,
- >moda
- >programas musicais, videoclipes
- >reality shows (A Fazenda, etc)

Cartão D

família

religião

por ter conhecido homossexuais

amigos/as

escola/faculdade

meios de comunicação

pela cultura do local em que você vive/viveu

por você mesmo/a

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)