

**A Folkcomunicação nos Estudos de Recepção:
um estudo comparado sobre a representação da identidade
homoafetiva nas telenovelas da TV Globo¹**

Guilherme Moreira FERNANDES²
Maria Cristina Brandão de FARIA³

Resumo

Este trabalho – a partir dos pressupostos teóricos da Folkcomunicação – busca analisar os diferentes modos de receber a mensagem midiática por parte de grupos massivos e de audiências específicas, em questões relativas à identidade homoafetiva projetada pelas telenovelas. Com base numa pesquisa de opinião sobre a homossexualidade (para um grupo massivo) e num grupo focal (constituído homossexuais e realizado após a exibição de cenas de telenovelas envolvendo personagens *gays*), procura-se entender de que modo a representação da homoafetividade na televisão impacta a construção das identidades e dos valores destes grupos. Nessas pesquisas, aponta-se que há uma dicotomia na recepção: enquanto o grupo de cultura contra-hegemônica formado pelos homossexuais enfatiza a não afetividade entre os casais das diversas tramas da rede Globo, o grupo massivo, apesar de aprovar os personagens na trama, majoritariamente se coloca contra formas explícitas de afeto, como o beijo entre personagens de mesmo sexo. Assim, pretende-se mostrar uma nova especificidade no estudo tanto da Folkcomunicação como nos Estudos de Recepção.

Palavras-chaves: Folkcomunicação. Estudos da Recepção. Telenovela. Identidade. Homoafetividade.

¹ Versão modificada dos artigos “A percepção da identidade homoafetiva em telenovelas: as recepções massiva e da audiência folk em perspectivas comparadas” apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 2009) e “A Folkcomunicação como possibilidade dos Estudos de Recepção: um estudo da identidade homoafetiva nas telenovelas da Globo” apresentado na XII Conferência Brasileira de Folkcomunicação (Folkcom 2009).

² Mestrando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Bolsista Capes. E-mail: gui_facom@hotmail.com

³ Professora da Faculdade de Comunicação Social (Facom) e do PPGCOM da UFJF. Doutora em Teatro pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNI-RIO). E-mail: cristinabrandao49@yahoo.com.br.

Abstract

This work - from the theoretical assumptions of Folkcommunication - analyzes the different ways to receive the media message by massive groups and target audiences on issues of identity gay designed by soap operas. Based on a survey about homosexuality (for a massive group) and a focus group (composed and performed homosexuals after viewing scenes of soap operas involving gay characters), it aims to understand how the representation of homo television impacts the construction of identities and values of these groups. In these surveys, indicates that there is a dichotomy at the reception: while the group of counter-hegemonic culture formed by homosexuals does not emphasize the affection between couples of different plots of the Globo TV network, the group mass, while approving the characters in the plot, mainly arises from explicit forms of affection, like the kiss between characters of the same sex. We intend to show a new specificity in the study of both Folkcomunicação and studies of reception.

Key-word: Folkcommunication. Studies of Reception. Identity gay.

Introdução

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

Todas as disputas sociais passam, hoje, pela batalha por corações e mentes que se processam no espaço midiático. Não seria diferente para as questões relacionadas aos grupos minoritários: a luta por representações não estereotipadas desses grupos nos meios de comunicação de massa e o desenvolvimento de outros espaços comunicativos alternativos são processos cruciais para estes segmentos sociais.

Quais são os efeitos dos meios comunicacionais sobre as audiências? Esta é uma das grandes questões de pesquisa na área de comunicação e, segundo a classificação proposta por Jensen e Rosengren e adotada pelas autoras Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy

(2005), um dos primeiros esteios teóricos a tratar da questão é a chamada Pesquisa dos Efeitos. Para esta, a audiência é composta por pessoas em contato com uma mensagem e a mídia afeta o público pelos conteúdos que dissemina, produzindo efeitos que equivalem a reações manifestadas pelos receptores (atenção, compreensão, fruição, avaliação e ação). Outra abordagem sobre a recepção é da hipótese dos Usos e Gratificações, que, a partir da década de 1940, com os estudos de Paul Lazarsfeld, busca responder quais são os benefícios, usos concretos e satisfações obtidas através da experiência com os meios, numa inversão da questão da teoria dos Efeitos.

Na busca por compreender a experiência cognitiva e estética do receptor, os Estudos Literários dão um passo adiante: relacionam-se à estética da recepção e, ao aplicar uma exegese do texto, propõem uma metáfora para o sentido da textualidade que transcende os limites da escrita. Já os Estudos Culturais, na década de 1970, pretendem ir além do modelo reducionista dos efeitos, analisando produção e recepção da mensagem com inspiração no marxismo. Entendendo a recepção como prática complexa de construção social de sentido, essa linha de pesquisa considera a estrutura de indivíduos em classes, grupos ou subculturas na qual cada formação social tem sua própria identidade e seus próprios códigos culturais.

Por fim, os estudos de recepção na América Latina, a partir dos anos 1980, consistem numa teoria complexa e multifacetada que aborda, entre outros assuntos, a transposição dos “meios às mediações” – conforme aponta Martín-Barbero – e os processos de “hibridização cultural” indicados por Néstor García Canclini. Logo, a recepção é vista como um contexto multidimensional em que as pessoas vivem o seu cotidiano e se inscrevem em relações de poder estruturais e históricas.

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

eminentemente brasileira muitas vezes negligenciada ou subaproveitada: a Folkcomunicação, desenvolvida pelo pernambucano Luiz Beltrão.

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

A partir desse ponto, o estudioso passa a analisar os efeitos que os meios massivos causam em seus receptores. Beltrão detecta que “a simples aquisição de dados estatísticos é insuficiente para apurar os efeitos das suas mensagens e reaproveitar a reação dos receptores para as novas e atualizadas comunicações” (p. 56).

Outro diagnóstico de Beltrão que o levou a definir a Folkcomunicação foi a dicotomia ético-cultural entre as elites e a massa, que utilizam veículos e linguagens diferentes para exprimir seus ideais. Assim, o povo, costumeiramente, não tem nos veículos ortodoxos de comunicação meios de expressar suas opiniões e ideais - o que leva à utilização de veículos não tradicionais. Nesse ínterim, aparece a figura do líder de opinião⁴, como personagem quase sempre do mesmo nível social e de franco convívio com seus pares, tendo sobre eles uma vantagem: tem mais acesso aos meios de comunicação do que seus liderados.

Treze anos mais tarde, Beltrão continua sua investigação acerca da Folkcomunicação e lança o livro “Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados”. Beltrão percebe que o usuário do sistema da folkcomunicação é um indivíduo frequentemente marginalizado, ou seja, vive à margem de duas culturas: a hegemônica e aquela específica de seu grupo. Deste modo, sofre influência de ambas, constituindo um

⁴ Em uma tentativa de atualizar a obra de Beltrão, Trigueiro (2008), com influência dos Estudos Culturais britânicos e latino-americanos traz o conceito de “Ativista Midiático”. Essa contribuição é de suma importância para a passagem do funcionalismo para o culturalismo, que é a nova abordagem dados os estudos contemporâneos dessa teoria.

híbrido cultural. O marginal “é um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetram e fundiram totalmente” (BELTRÃO, 1980, p. 39).

Seguindo os passos de Beltrão, Roberto Benjamin (2000) apresenta a nova abrangência da Folkcomunicação. Chamamos atenção para o ponto “a recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massa”. De acordo com Benjamin esse é o ponto que sofre mais carência de estudos. Ao explicá-lo, o professor narra um estudo realizado em 1995 na cidade de Tracunhaém (PE). Foi verificado que graças à novela “Coração Alado” (Janete Clair/1980) houve uma mudança no artesanato local. Na ficção existiam personagens oriundos dessa localidade que comercializavam produtos de artesanato, porém as peças não eram típicas daquela região.

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

Esse caso serve como um importante exemplo. Mas ainda não é o suficiente para mostrar que detentores de uma identidade marginal decodificam de forma diferente seus costumes dos não portadores, constituindo um novo campo ao se trabalhar os estudos de recepção. Para tentar dar conta dessa afirmação utilizamos duas técnicas de pesquisa, uma voltada para a audiência massiva e outra para a folk.

Metodologia na Folkcomunicação e o objeto telenovela

A Folkcomunicação foca os “culturalmente marginalizados”. Assim, de acordo com Marques de Melo (2008), investigar fenômenos relativos a esses grupos constitui um desafio metodológico para a nova geração de pesquisadores. Quando Beltrão (1980, 2001) expôs sua nova teoria não se preocupou em sistematizar metodologias. Samantha Castelo Branco (2006) afirma que a folkcomunicação, ao abordar as manifestações de cultura popular e seus aspectos comunicacionais, emprega uma diversidade de métodos que se adaptam e se moldam a cada situação de pesquisa.

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

Assim, com base nos pressupostos dos Estudos da Recepção, utilizamos no presente trabalho duas técnicas de pesquisa com a intenção de dar conta das hipóteses folkcomunicacional aplicadas a um segmento historicamente marginalizado – o dos homossexuais. A primeira foi uma pesquisa de opinião, feita com um grupo generalista, selecionado aleatoriamente, para dar conta de qual a imagem que este universo tinha da homoafetividade. Deste modo, foram aplicados 152 questionários⁵, nos dias 19, 20 e 21 de maio de 2009, no período de 11h às 14h, no calçadão da rua Halfeld em Juiz de Fora, local de passagem de muitos juizforanos de diversos segmentos sociais.

Já a outra técnica utilizada, agora de caráter qualitativo, foi o grupo focal com homossexuais militantes, que teve como objetivo, como todo grupo focal, de perceber os aspectos valorativos e normativos que são referências de um grupo em particular.

A escolha do objeto de trabalho ‘telenovela’ para envolver a folkcomunicação já foi utilizada por pesquisadores como Benjamin (2000) e Trigueiro (2008). Inegavelmente, a televisão no Brasil influencia a vida cotidiana da sociedade, por vezes reforçando ou alterando padrões de comportamento (no âmbito social) e inspirando modismos (no plano cultural).

Em relação aos personagens homossexuais nas telenovelas nota-se uma grande evolução durante os anos. Vê-se que eles têm ganhado mais destaque e recebido um tratamento menos estereotipado. Convém ressaltar alguns avanços e discussões. A trama “Vale Tudo” (Gilberto Braga/ 1988) trabalhou com a questão do direito a herança, em que a

⁵ A pesquisa não objetivou constituir uma amostra estatisticamente representativa de toda a população, mas sim ofertar indícios de valores socialmente arraigados entre o público em geral

personagem Laís (Cristina Prochaska) teve direito aos bens da companheira Cecília (Lala Deheinzelin). Já “A Próxima Vítima” (Sílvio de Abreu/1995) estava presente um casal homoafetivo e interracial, que lutou contra o preconceito familiar até conseguir morar juntos no final da telenovela.

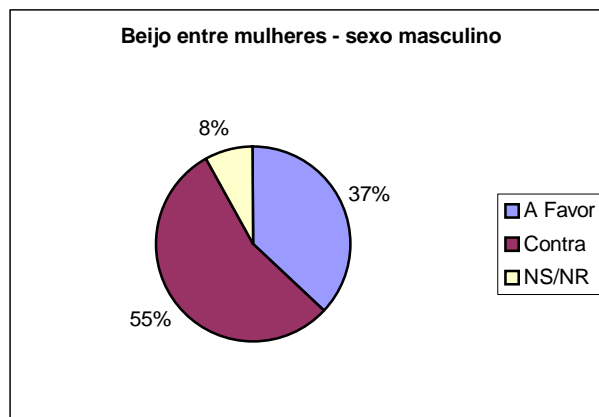
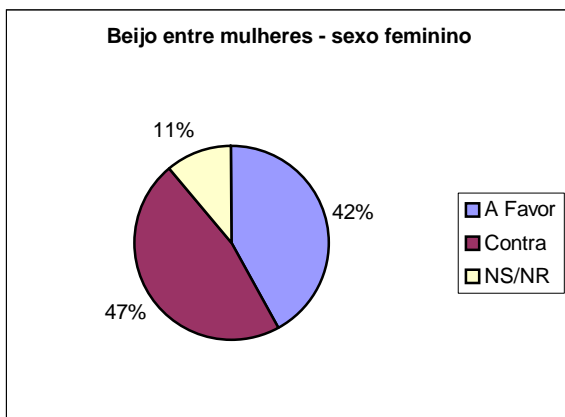
“Torre de Babel” (Sílvio de Abreu/1998) também pode ser considerado um marco. Foi mostrado um casal de lésbicas maduras, bem sucedidas, lindas. Além disso eram interpretados por atrizes famosas e sensuais. Por causa disso Rafaela (Christiane Torlone) e Leila (Silva Pfeifer) foram explodidas em um *shopping center*. O ano de 2003 e a telenovela “Mulheres Apaixonadas” (Manoel Carlos) teve pela primeira vez um casal que ficou no ar durante todo o tempo. As adolescentes Clara (Alinne Moraes) e Rafaela (Paula Picarelli) trocaram carinho e afeto durante vários capítulos.

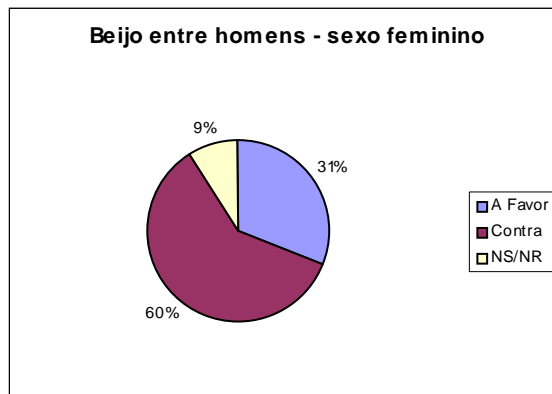
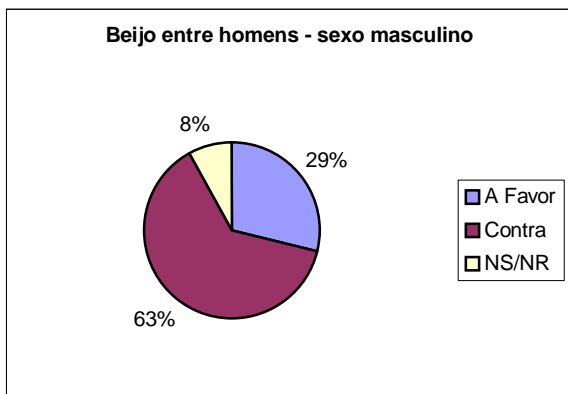
O mesmo pode ser visto em “Senhora do Destino” (Aguinaldo Silva/2004) e “América” (Glória Peres/2005) em que havia casais homoafetivos que tinham grande destaque na trama, contracenando com os personagens protagonistas. “Páginas da Vida” (Manoel Carlos/2006) e “Paraíso Tropical” (Gilberto Braga/2007) também foram importantes, ao momento em que o casal gay já é colocado na trama sem passar pelo dilema de ‘ser gay’, porém poucas cenas de afetividade foram mostradas. O destaque fica para o direito à adoção por casais homossexuais debatido na trama de Manoel Carlos.

As tramas seguintes apresentam problemas. “Duas Caras” (Aguinaldo Silva/2007) força um relacionamento entre Bernadinho (Thiago Mendonça) e Carlão (Lugui Palhares) de forma duvidosa. Além dos personagens serem estereotipados, Carlão aplicou diversos golpes em Bernadinho e em momento nenhum justificou um motivo para haver um contrato de união estável no último capítulo. Já “A Favorita” (João Emanuel Carneiro/2008) converte um homossexual em heterossexual, como se fosse uma doença a ser curada. Todavia a trama ainda coloca uma lésbica sensível e delicada, a Stela de Paula Bularmarqui. “Viver a Vida” (Manoel Carlos/2009) mostrou, no último mês da telenovela, que Osmar (Marcelo Valle) é bissexual. Ele termina a novela em junto a Narciso (Lorenzo Martin) e Alice (Maria Luiza Mendonça).

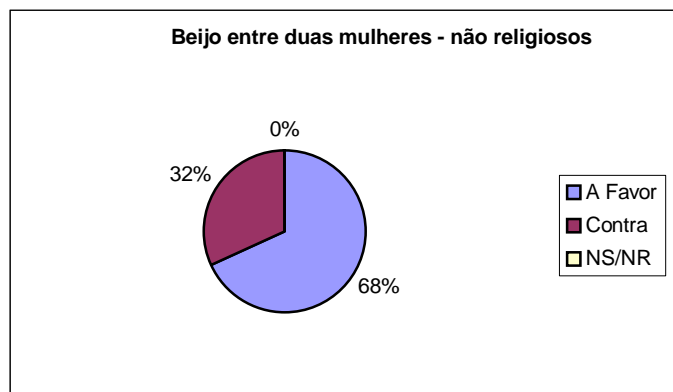
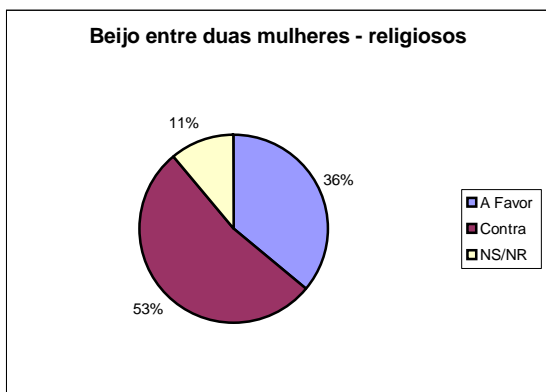
A recepção da representação da homossexualidade em telenovelas: públicos distintos, decodificações distintas

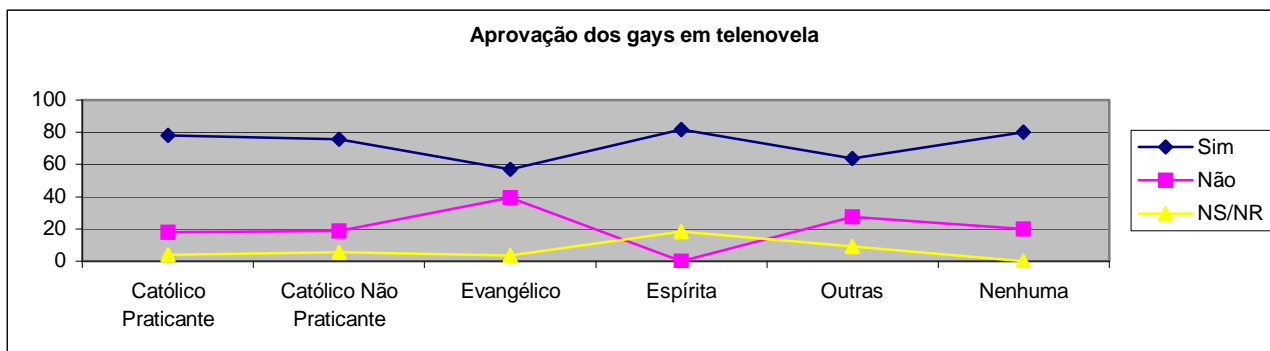
Dos 152 questionários aplicados no calçadão da rua Halfeld em Juiz de Fora 40,8% pesquisados eram do sexo masculino e 59,2% eram do feminino. Como forma de demonstrar a opinião dos entrevistados sobre o afeto entre homossexuais retratado na mídia, consideramos o beijo em telenovela uma evidência ímpar.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



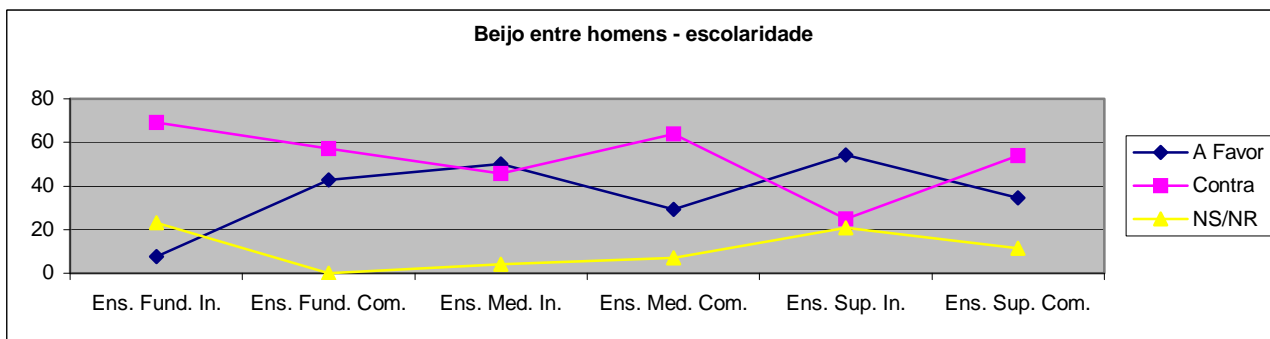


Já no que se refere à religiosidade, percebe-se que ela está diretamente influenciada na aceitação, uma vez que, entre os não-religiosos, 63,6% são a favor do beijo e, entre religiosos, esse número cai para 31,2%. Ao fazer uma análise por religião em específico, envolvendo a aceitação dos personagens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

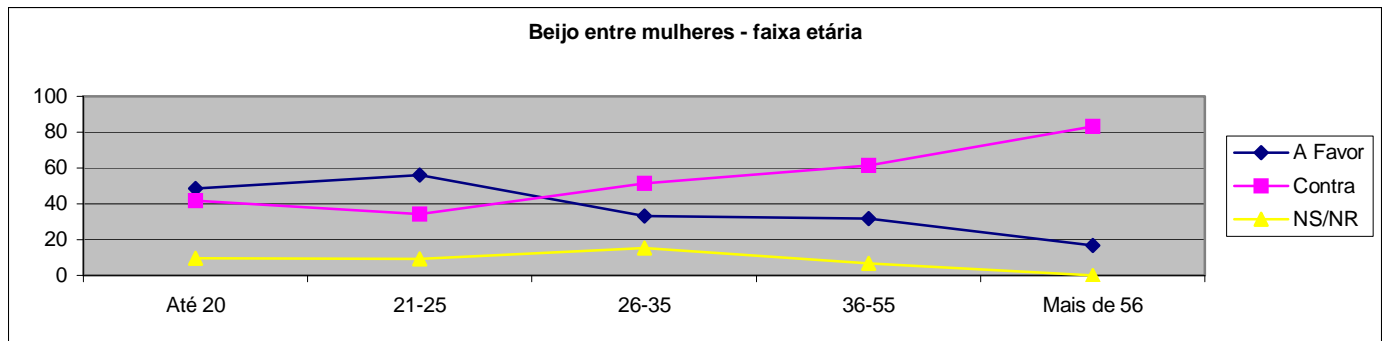




No cruzamento das respostas com a variável escolaridade, verifica-se que o percentual mais baixo em relação à aprovação do beijo está nos que possuem o ensino fundamental incompleto, 7,7%. Já o índice de rejeição menor, encontra-se nos que estão cursando o ensino superior, 25%.



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



A pesquisa também buscou verificar se as pessoas já se identificaram com algum personagem de telenovela. Para a nossa surpresa, somente 27% dos entrevistados declaram que sim, 71,7% disseram que nunca se identificaram e 1,3% não soube ou não quis responder. Porém, quando questionamos se a telenovela tem o poder de influenciar o comportamento das pessoas os dados se modificam: 78,9% apontam que sim (sendo que 66,7% deles ganham até cinco salários mínimos). Outro dado surpreendente é que 76,3% dos entrevistados acham que a constante exibição de personagens *gays* em telenovelas pode diminuir o preconceito para com o grupo LGBTTTT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros)⁶.

Na prática, essas dissonâncias apontam o como o processo de decodificação do discurso televisivo é diferenciado. Portanto, supõe-se que públicos portadores de determinados repertórios culturais específicos tendem a reagir ao discurso midiático de modo também específico. Para verificar se um grupo portador da identidade homoafetiva reagiria de modo bastante diferente dos resultados já apresentados sobre as opiniões de um público generalista, procedemos à segunda etapa da pesquisa: a verificação de como um grupo folk – no caso, homossexuais -, decodificava a sua representação nas telenovelas.

O Grupo Focal⁷, realizado no dia 05 de junho de 2009, contou com sete presentes. Destes, quatro de declararam *gay* e três se afirmaram como lésbicas. Deste público, três não veem telenovela, dois as assistem todos os dias, um três vezes por semana e outro uma vez

⁶ Sigla definida na Conferência Nacional LGBTTTT que aconteceu em Brasília-DF em junho de 2008.

⁷ Os membros do Grupo Focal foram convidados pelo presidente do Movimento Gay de Minas (MGM), Marcos Trajano. Foi exibido um DVD com cenas de algumas telenovelas antes do debate. Os integrantes foram identificados por uma numeração.

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

As análises que eu faço, que eu tenho percebido nos últimos tempos, é que essa questão da temática homossexual tem se tornado mais presente. Se antes a gente tinha esse tema de tempos em tempos, de umas novelas pra cá, praticamente em todas elas a gente aparece. Eu acho que tem uma evolução na discussão do tema, quando você pega “A Próxima Vítima”, que você tinha dois tabus, primeiro era a questão do casal homossexual e, segundo, de um casal interracial. A estratégia foi fazer com que o público aceitasse aquele casal e só no final da novela a questão da afetividade vem a público. Na “Torre de Babel”, houve uma rejeição muito grande. As pessoas tendem a considerar as relações homossexuais como relações promiscuas e desprovidas daquilo que seria legal. Então, a “Torre de Babel”, elas (as lésbicas) são literalmente explodidas. Elas eram mulheres ricas, bem sucedidas, que possuíam uma situação legal e isso aos olhos dos conservadores não pode ser, porque se você é gay a relação tem que ser complicada. (Participante número 4, 49 anos).

Outro ponto que gerou discussão no grupo foi a identificação com os personagens gays das novelas. Mesmos aqueles que não se identificaram com os personagens acharam válida sua permanência no ar ao suscitar o debate. Verificou-se que a idade de cada um dos entrevistados foi o determinante para suas reflexões.

Depende da fase. São várias as que eu passei e cada uma retratava um pouco, a questão da família, da auto-aceitação, em primeiro lugar, depois a aceitação da família, da sociedade e aonde eu me enquadrava nela. Eu passei um pouco por todas elas. A telenovela contribuiu para a minha identidade lésbica, no momento da auto-aceitação. (Participante número 1, 27anos)

Para mim foi a telenovela *Mulheres Apaixonadas*. Eu acho que pela faixa etária. A mesma idade que eu tinha elas estavam retratando na telenovela. Tinha um reconhecimento de escola e tal. Não passei pelos mesmos conflitos delas, mas ajudou muito na própria aceitação. No período também da adolescência, eu pude ver como uma coisa normal, por causa da novela. E o carisma também que as pessoas pegaram pelas duas personagens. (Participante número 2, 22 anos)

Eu me identifiquei com o casal de América. Foi na parte de aceitação. Assim, meu primeiro momento com a homossexualidade, eu achei que era algo de tesão mesmo, acontecer e pronto. Com o passar de alguns anos, apesar de não ter tanta experiência prática com frequência sexual, mas eu vi que eu passava a gostar da pessoa, do outro. E teve um terceiro momento mais difícil, que foi como eu poderia adaptar meus princípios e meus valores ao tipo de vida gay. Foi muito confuso, por isso me identifiquei muito com o personagem da telenovela América. (Participante número 3, 24 anos)

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

Conclusão

Percebe-se que os Estudos da Recepção podem focar grupos marginalizados e diagnosticar como eles sentem-se representados e como constroem identidades a partir das projeções midiáticas. Afinal, este trabalho permitiu constatar a diferença de recepção existente entre a cultura hegemônica e a audiência folk analisada, observando, por exemplo, a multiplicidade semântica da noção de identidade e a articulação de aspectos sociais dos pesquisados à sua opinião sobre a difusão através dos *mass media* da prática homoafetiva.

Logo, os estudos de Beltrão e de seus seguidores atestam a importância da Folkcomunicação como possibilidade de discurso capaz de fortalecer identidades tribais e, assim, fazer com que esses grupos marginalizados emirjam do submundo em que vivem para, ao menos, conquistarem voz nos debates contemporâneos.

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

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

Ao focar personagens bem estruturados e não estereotipados, a telenovela pode contribuir para que haja uma mudança de pensamento acerca da homoafetividade por parte de quem hoje a rejeita – e pode também contribuir para que a representação dessa identidade seja, cada vez menos, estigmatizada como marginal.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Folkcomunicação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Ed. UFPB, 2000.

CASTELO BRANCO, S. “Folkcomunicação: metodologias possíveis”. In: SCHMIDT. **Folkcomunicação na arena global**. São Paulo: Ductor, 2006. p. 101-115.

GOMES, Itania. **Efeito e Recepção**. Rio de Janeiro e-papers, 2004.

JACKS, Nilda e ESCOSTEGUY, A. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

MARQUES DE MELO, José **Mídia e cultura popular**. São Paulo: Paulus, 2008.

TRIGUEIRO, Osvaldo. **Folkcomunicação & ativismo midiático**. João Pessoa: Ed UFPB, 2008.