



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA
DOUTORADO EM SOCIOLOGIA

RICARDO AUGUSTO DE SABÓIA FEITOSA

**LINHAS E ENTRELINHAS: HOMOSSEXUALIDADES, CATEGORIAS E
POLÍTICAS SEXUAIS E DE GÊNERO NOS DISCURSOS DA IMPRENSA GAY
BRASILEIRA**

FORTALEZA

2014

RICARDO AUGUSTO DE SABÓIA FEITOSA

**LINHAS E ENTRELINHAS: HOMOSSEXUALIDADES, CATEGORIAS E
POLÍTICAS SEXUAIS E DE GÊNERO NOS DISCURSOS DA IMPRENSA GAY
BRASILEIRA**

**Tese apresentada ao Curso de Doutorado
em Sociologia do Programa de Pós-
Graduação em Sociologia da Universidade
Federal do Ceará, como parte dos requisitos
para obtenção do título de Doutor em
Sociologia**

**Orientadora: Profa Dra. Andréa Borges
Leão**

FORTALEZA

2014

RICARDO AUGUSTO DE SABÓIA FEITOSA

**LINHAS E ENTRELINHAS: HOMOSSEXUALIDADES, CATEGORIAS E
POLÍTICAS SEXUAIS E DE GÊNERO NOS DISCURSOS DA IMPRENSA GAY
BRASILEIRA**

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Sociologia do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Sociologia

Orientadora: Profa Dra. Andréa Borges Leão

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Andréa Borges Leão (Orientadora)

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Alexandre Bergamo Idargo

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof. Dr. Antônio Cristian Saraiva Paiva

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dr^ª. Glória Maria dos Santos Diógenes

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dr^ª. Roberta Manuela Barros de Andrade

Universidade Estadual do Ceará (UECE)

Agradecimentos

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pelo financiamento integral da pesquisa;

À Capes, pela bolsa para realização do doutorado-sanduíche;

À Profa. Dra Andréa Borges Leão, orientadora, pela condução serena e ao mesmo tempo estimulante da pesquisa;

Ao Prof. Dr. Miguel Vale de Almeida, pela acolhida generosa no ISCTE-IUL, em Lisboa;

Aos professores Dr. Alexandre Bergamo, Dr. Cristian Paiva, Dr^a Glória Diógenes e Dr^a Roberta Manuela Barros, pela avaliação da tese.

Ao Prof. Dr Cristian Paiva, pela interlocução ao longo dos anos e pelo modo sempre atencioso com que tratou, como coordenador, das dificuldades de natureza acadêmica.

Aos professores do PPGS (UFC), em particular, aos professores Dr^a Alba Pinho, Dr^a Irllys Barreira, Dr. César Barreira e Dr^a Rejane Accioly. Ao Prof. Dr. Marcelo Natividade, por ter participado do exame de qualificação.

Ao Aimberê e a Socorro, funcionários sempre solícitos;

Aos funcionários do Arquivo Edgard Leuenroth (Unicamp);

Aos meus pais, Amaury e Selma, pelo amor incondicional e pelos anos investidos na minha formação;

Aos meus familiares, Eva, Amaury Jr, Paulo e Luzia, presentes mesmo quando eu estava longe;

A Carla Sabóia (*in memoriam*), pelo exemplo.

A Simone Oliveira Lima, pela acolhida em casa e pela amizade de tantos anos;

A Manu, pelo otimismo quando se pedia um respiro;

Ao Amauri Arrais, gato e jornalista, pelo pedaço de Santana em Higienópolis;

Ao Márcio Pinheiro, pam pam, “o mundo pode ser seu”;

A Carla Freire, Gilberto Guimarães e Rafaela, minha família “tuga”;

A Edma Góis, por ter ajudado a fazer de Lisboa algo possível e pelo afeto na reta final;

A Natércia e ao Wilson, pelo lar em “Perdidos”;

Ao Alexandre Joca, companhia de todo dia no ISCTE, nos primeiros passos da escrita, no

Bairro Alto e no Príncipe Real: “Mira, nosso tempo não passou”;

Ao Murilo Guimarães, “divididor” querido, da Carvalho Araújo ao Cromeleque e aos filmes no Medéia.

Ao Adílson Barcelos, pelos conselhos quando se duvidava;

Ao Gustavo Monzeli, cuja passagem por Lisboa foi um foguete;

A Erotilde Honório, sempre “chefa” e amiga;

A Bruna Marreiro, pelos conselhos, pela torcida;

A Márcia Pimentel e a Alice, pelo cuidado;

A Adriano Caetano e a Vera Caetano;

A Elisa Dias e a Monalisa Dias;

A Flávia Marreiro, melhor jornalista que conheço;

A Tereza Cândida, ao Vladimir Goitia e a Anita, pelos almoços, pelo carinho;

Ao Tiago Guimarães, pelo balancê;

A Meize Lucas e a Mônica Lucas;

Ao Luiz Antônio, pelo incentivo;

A Sheyla Freire;

Ao Rui Reis, “ê pá, essa cidade foi invadida por gajos giros”;

Ao Beto Holanda;

A Zita Queirós, pela acolhida no Porto;

A Márcia Oliveira, pelo afeto e pelas francesinhas.

Ao Arthur Braganti e ao André Bezerra, pelas estadias em Copacabana.

A todos os jornalistas e colaboradores desta pesquisa, pela disposição e generosidade com o trabalho.

“Se você mete um prego na madeira, a madeira resiste diferentemente conforme o lugar em que é atacada: diz-se que a madeira não é isotrópica. O texto tampouco é isotrópico: as margens, a fenda, são imprevisíveis” (Roland Barthes)

“Mas, o que há, enfim, de tão perigoso no fato de as pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente? Onde, afinal, está o perigo?” (Michel Foucault)

RESUMO

A pesquisa investiga o universo de publicações impressas situado como “imprensa gay” no Brasil, tomando-as como instâncias relevantes de criação e reelaboração de categorias e identidades sexuais e de gênero e de políticas de visibilidade e vivências das homossexualidades no Brasil a partir da segunda metade do século XX. Privilegiando como recorte jornais e revistas endereçados majoritariamente a um público leitor homossexual masculino, publicados nos anos 1960 (*O Snob*), 1970 (*Gente Gay* e *Lampião da Esquina*), 1990 (*Sui Generis*) e 2000 (*Junior*), analisa-se como estes periódicos forjam e ao mesmo tempo se inserem no jogo das identificações que ora reiteram, ora tensionam, deslocam ou põem em xeque essas categorias e seus potenciais de classificação. Do mesmo modo, interrogam-se criticamente as temáticas que esses veículos privilegiam simultaneamente como de interesse de sua audiência leitora e de interesse “público”. Investiga-se, fundamentalmente, a própria construção e a busca por legitimidade de um segmento jornalístico que se reivindica como “imprensa gay”, tomando-o assim como campo social de interseção de subjetividades, práticas e saberes, produtor de discursos acerca de experiências de sujeitos e modos de ser. Também se analisa como a demarcação destas publicações como *gays* envolve processos complexos de negociação acerca de dinâmicas que circunscrevem e excedem as (re)construções das categorias agenciadas nos discursos desses veículos, associados à construção de um leitorado projetado em homossexualidades historicamente atravessadas por multiplicidades, disputas e estratégias contraditórias de afirmação e legitimação social. Além do diálogo com os estudos de sexualidade e gênero e com as investigações socioantropológicas que abordam o jornalismo como campo de produção simbólica, adota-se como metodologia a análise dos discursos veiculados nas publicações citadas e a realização de entrevistas com jornalistas e colaboradores que atuam ou exerceram parte da vida profissional neste segmento de imprensa, construindo uma reflexão dialógica partilhada entre o pesquisador e os jornalistas tanto de suas práticas como da produção discursiva que se elegeu como terreno analítico.

Palavras-chave: Imprensa gay. Homossexualidades. Jornalismo. Gênero e sexualidade.

ABSTRACT

This research investigates the field of print publications conceived as "gay press" in Brazil, taking them as relevant instances of the creation and re-elaboration of sexual and gender categories and identities, and of the political visibility and experiences of homosexualities in Brazil from the second half of the twentieth century. Focusing on newspapers and magazines mostly addressed to a homosexual male reader, published in the 1960s (*O Snob*), 1970s (*Gente Gay e Lampião da Esquina*), 1990s (*Sui Generis*) and 2000s (*Junior*), the thesis analyzes how these publications at the same time forge and are immersed within the processes of identifications that reiterate, displace or pose a risk to these categories and their classification potential. It critically questions the themes privileged by these vehicles for being in the interest of its audience and in the "public interest". It investigates, fundamentally, the construction and the search for legitimacy of a journalistic field that is claimed as "gay press", taking it as a social field of intersection between social subjectivities, practices and knowledge which produces discourses about the experiences of subjects and ways of being. It also examines how the demarcation of these publications as gay involve complex processes of negotiation about dynamics that circumscribe and exceed the (re)constructions of categories in these vehicles, associated with the processes of construction of a lectureship shaped in homosexualities that are historically crossed by multiplicities, disputes and contradictory strategies of affirmation and social legitimacy. Beyond dialogue with sexuality and gender studies and socio-anthropological research addressing journalism as a field of symbolic production, the methodology involves the analysis of discourses circulated in the cited publications, and interviews with journalists and employees currently working or formerly employed by this segment of the press. The aim is to construct a dialogic reflection between the researcher and journalists about both their practices and this discursive production.

Keywords: Gay Press. Homosexualities. Journalism. Gender and sexuality.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 - <i>O Snob</i> , n. 1 (capa)	62
Imagem 2 - <i>Gente Gay</i> , n. 6 (capa)	72
Imagem 3 - <i>Lampião da Esquina</i> , n.10 (capa)	87
Imagem 4 - <i>Lampião da Esquina</i> , n. 10 (p. 9)	89
Imagem 5 - <i>Lampião da Esquina</i> , n. 12 (capa)	104
Imagem 6 - <i>Sui Generis</i> , n. 1 (capa)	119
Imagem 7 - <i>Sui Generis</i> , n. 13 (capa)	139
Imagem 8 - <i>Sui Generis</i> , n. 6 (p. 33)	146
Imagem 9 - <i>Sui Generis</i> , n. 6 (capa)	146
Imagem 10 - <i>Sui Generis</i> , n. 48 (capa)	152
Imagem 11 - <i>Sui Generis</i> , n.20 (capa).....	163
Imagem 12 - <i>Sui Generis</i> , n. 20 (p. 27)	163
Imagem 13 - <i>Junior</i> , n. 49 (capa)	171
Imagem 14 - <i>Junior</i> , n.49 (p. 26-27)	174
Imagem 15 - <i>Junior</i> , n. 49 (p. 28-29)	174
Imagem 16 - <i>Junior</i> , n. 49 (p. 32-33)	175
Imagem 17 - <i>Junior</i> , n. 49 (capa 2)	177
Imagem 18 - <i>Junior</i> , n. 48 (p. 45)	200
Imagem 19 - <i>Junior</i> , n.48 (p. 75-76)	202
Imagem 20 - <i>Junior</i> , n. 48 (p. 84-85)	202

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 DA IMPRENSA GAY COMO UNIVERSO DE PESQUISA	17
1.1 Da imprensa como universo de investigação sociológica	18
1.2 Uma antropologia dos meios de comunicação	23
1.3 Da construção do <i>corpus</i> e das escolhas “teórico-metodológicas”	29
1.3.1 Das seções e da periodicidade analisadas e das entrevistas com jornalistas	35
1.3.2 Um perfil de <i>Sui Generis</i>	41
1.3.3 Um perfil de <i>Junior</i>	50
CAPÍTULO 2 ENTRE BICHAS, GAYS E HOMOSSEXUAIS: “JORNALISMO ENTENDIDO”/“GAY” NOS ANOS 1960 E 1970	60
2.1 “Bichas”, “bonecas”, “bofes”, “maridos”	61
2.2 “Jornalismo entendido”	68
2.3 <i>Lampião da Esquina</i> : o mundo “guei” nas bancas de revista	73
2.3.1 “Em defesa do gueto”, “não ao gueto” e os homossexuais como “minorias sociais”	74
2.3.2 “Seriiedade”. “frescura”, “gay”, “guei”, “bichas”, “trichas”	94
2.3.3 Lésbicas, mulheres, travestis	103
2.3.4 “Imprensa alternativa” e o ocaso do <i>Lampião</i>	108
CAPÍTULO 3 SUI GENERIS: OUTING, “CULTURA” E “IDENTIDADE” GAYS, O NU	115
3.1 O “outing como questão” na política editorial de <i>Sui Generis</i>	115
3.2 “Identidade”, “cultura gay”	138
3.3 O nu, o “vulgar” e o “bom jornalismo”	154
CAPÍTULO 4 JUNIOR: GAROTOS DA CAPA, “DIREITOS” E O JORNALISMO GAY CONTEMPORÂNEO	166
4.1 Uma edição, duas capas: <i>coverboy</i> , “verdadeira beleza”	169
4.1.1 “Um galã completo”	171
4.1.2 “Brasil de todas as belezas”	177
4.2 “Igualdade de direitos”, “cenas de um casamento”	183
4.2.1 “Direitos sexuais” e “direitos humanos” nos discursos “modernizadores” de <i>Junior</i>	186
4.2.2 “Já pode casar”: união civil e casamento	190
4.3 “Test Drive”, “carão” e o “novo pajubá”: explorando a “linguagem jornalística gay”	205
CONSIDERAÇÕES FINAIS	219
REFERÊNCIAS	225
ANEXOS	241

INTRODUÇÃO

É um exercício tentador, para um jornalista de formação, iniciar uma tese tentando circunscrever sociologicamente, de modo mais direto possível, sua temática, seus “objetivos” ou aquilo que constitui o “objeto” de pesquisa. Existe uma fórmula consagrada há pelo menos meio século, nas escolas de jornalismo e nas redações de jornais, que pressupõe que uma notícia, como relato de algo a se anunciar, deve responder, de saída, a seis questões, compondo o que se convencionou chamar de *lide*: quem, o quê, quando, como, onde e por quê.

Tentemos, num primeiro momento, escapar a tentação de transpô-la. “Este trabalho é uma análise da imprensa gay brasileira, a partir de um recorte constituído por publicações que estabelecem como linha editorial a não veiculação de ensaios de nu, endereçadas majoritariamente a uma audiência situada como homossexual ou gay masculina no Brasil...” ou ainda “A presente tese tem como proposta analisar a imprensa gay brasileira como terreno de construção e reconstrução discursiva de categorias e marcadores de identificações de sexualidade e gênero e de políticas de visibilidade correlatas em seus agenciamentos...” – poderíamos seguir aqui explorando, como exercício, os modos possíveis de atender àquelas seis interrogações. Mas se começarmos pelas margens, reconstituindo parte dos (muitos) percursos que levam à construção da pesquisa, até a forma de texto final que se apresenta nas páginas seguintes?

Quando da apresentação do projeto de pesquisa na seleção de ingresso no Programa de Pós-Graduação em Sociologia (UFC), a intenção anunciava-se nos seguintes termos: “O projeto de pesquisa tem como proposta analisar a construção das representações das identidades sexuais e de gênero nas revistas endereçadas a uma audiência gay masculina no Brasil, a partir de uma análise comparativa de dois títulos: *Sui Generis*, publicada no período de 1995 a 2000, e *Junior*, em circulação desde 2007. O pressuposto inicial é de que estas publicações jornalísticas, posicionadas em um campo discursivo não-homogêneo, referenciado tradicionalmente como *imprensa gay*, são um significativo recorte para uma análise dos processos de apropriação e de construção de referenciais identitários que atravessam e dão visibilidade à cultura homossexual no Brasil das duas últimas décadas”. Poderíamos apontar alguns dos problemas com o que tínhamos enunciado originalmente, como por exemplo, a menção a uma “cultura homossexual” no singular num contexto marcado, justamente nas décadas sugeridas pelo recorte e bem sintetizado por Simões (2011, p. 244), por rearranjos sociais em que simultaneamente “o movimento LGBT lança campanhas pelo reconhecimento legal dos relacionamentos homossexuais e pelo combate à

discriminação e à violência contra homossexuais” e testemunhamos a “emergência e consagração das Paradas do Orgulho LGBT, paralelamente ao crescimento de um mercado segmentado e à proliferação de diversos estilos de vida associados à homossexualidade, que acaba por refratar em múltiplas categorias e identidades”. Em que medida uma imprensa que se situa e é situada (por jornalistas e colaboradores que atuam em algumas dessas publicações, por leitores e, também por nós, acadêmicos ao elaborarmos nossas investigações) como *gay* vê-se interpelada por esses novos “estilos” e por essa “multiplicidade de categorias e identidades”, estilos, categorias e identidades que ela não só apreende como também ajuda a construir por meio de seus discursos e práticas jornalísticas?

Na medida em que os meses transcorriam e avançávamos nas leituras de alguns jornais e revistas “gays”, reinscreviam-se também os modos de pensar a investigação e aquele “objetivo” inicial. Na disciplina “Tópicos Avançados em Sociologia”, quando interpelado a refazer o projeto inicial, o seguinte registro, acerca da transposição do que era uma “nota de rodapé” para algo que parecia cada vez mais constituir-se no “centro da reflexão metodológica que estrutura a pesquisa”: os usos do referente “imprensa gay”, os achados que ele permite operar, mas também os limites para circunscrever um universo historicamente marcado pela diversidade de publicações, com públicos, propostas e linhas editoriais distintas: “No projeto, a nota registrava: 'O campo definido como imprensa gay é considerado aqui não-homogêneo por comportar publicações de perfis distintos para segmentos diferenciados, com revistas de ensaios fotográficos eróticos ou específicas para o público homossexual feminino. O termo imprensa gay envolve reflexões sobre os limites que abrangem o mercado editorial destas publicações, pontuado pelo aparecimento e extinção de títulos e sua viabilidade econômica como nicho especializado'. Essas ponderações, em linhas gerais, permanecem válidas. Na ocasião, creio que buscavam sinalizar de modo sintético aspectos que passaram a exigir, porém, uma reflexão mais sistemática. Quando mencionei, por exemplo, que a imprensa gay incluía o reconhecimento de revistas para mulheres, tinha a intenção de registrar que, no restrito e inconstante mercado brasileiro de publicações não-heterossexuais, os títulos lésbicos, significativamente mais escassos, têm apresentado historicamente um alcance menor do que aqueles direcionadas aos homossexuais masculinos. E, se passíveis de exclusão numa eventual elaboração do *corpus* analítico, esse fato em si não deve ser ignorado, sob risco de perdermos uma dimensão importante do processo histórico de constituição do próprio campo e de suas atuais características”.

Transcrevemos aqui tanto para expormos como chegamos a um recorte mais específico e também para evidenciar que, mesmo quando se manteve a preocupação em torno

de uma análise discursiva das categorias e marcadores sexuais e de gênero¹ numa perspectiva de sua construção neste segmento jornalístico específico, o eixo de nossa investigação passa a tomá-las não como um *fim* dos discursos selecionados para nossa leitura, mas dos *processos* indissociáveis, no âmbito dessa imprensa que se anuncia ou se reivindica como “gay”, de construção interdependente entre um *endereçamento* das publicações como e para *gays* (em suas potencialidades e também seus limites) e das construções performativas dessas mesmas categorias sexuais e de gênero.

Uma observação se faz necessária: entendemos que a categoria *gay* agencia estratégias de (auto)identificações diversas, que ora tentam ampliar seu potencial para além de homossexuais masculinos, ora se vê tensionada por sujeitos que reivindicam maior visibilidade a suas especificidades (caso de lésbicas, bissexuais, transexuais, travestis, entre outros). Não queremos – nem acreditamos ser possível – estender aqui todas as contradições envolvidas nessas estratégias, mas propomos explorar algumas delas a partir dos discursos dos jornais e revistas analisados, de como *gay* passa a ser uma categoria ou um referencial a ser elaborado, ora valorizado, ora interrogado, nas páginas dessas publicações. De todo modo, pensar nos limites do *gay* como referencial de identificação no campo da sexualidade e gênero é tanto reconhecer os seus limites em cenários mais complexos e segmentados como por em perspectiva, também, seu potencial de permanência ao longo das últimas décadas. Nesse sentido, compartilhamos com Eribon (2008, p. 23) uma leitura que esteja mais no horizonte de uma “questão gay” como “um conjunto articulado de reflexões, no que elas têm, às vezes, de incompleto, provisório, hipotético” do que de “tentativas de teorizar uma homossexualidade”.

Nesse processo, a pesquisa passa fundamentalmente a interrogar, a partir dos discursos veiculados nas próprias publicações e de entrevistas realizadas com jornalistas (estagiários, repórteres, colunistas e editores), na reflexão sobre os processos dessa produção jornalística e de seus contextos, como são elaboradas neste segmento editorial modos de ser “gay”, mas também “homossexual”, “guei”, “entendido”, “bicha” e, em menor escala, “lésbica”, “travesti” etc, numa articulação que envolve, em suas elaborações como publicações jornalísticas *gays*, saberes, subjetividades, apropriações e deslocamentos de

¹ Concordamos com Butler (2010, p. 335) quando esta afirma ser “inaceitável separar radicalmente as formas de sexualidade dos efeitos das normas de gênero”, exigindo-se “conceber os dois termos numa relação dinâmica e recíproca”, tanto para escapar de uma abordagem em que os dois termos seriam situados numa “relação determinada estruturalmente” como meio de “poder desestabilizar o suposto heterossexual desse estruturalismo” (BUTLER, 2010, p. 335). Informamos ainda que todas as traduções de citações em língua estrangeira presentes neste trabalho foram realizadas por nós.

categorias e marcadores e de políticas por visibilidade e reconhecimento público² de sujeitos “gays” ou LGBTs. Políticas que ora recorrem ao potencial dos jogos das identificações agenciadas nessas categorias, ora as tensionam, deslocam ou as põem em xeque no interior das dinâmicas que atravessam o domínio da sexualidade e gênero no Brasil a partir da segunda metade do século XX.

Além de *Sui Generis* e *Junior*, constatamos a necessidade de uma análise de publicações de referência veiculadas entre os anos 1960 e o final da década de 1970 (*O Snob*, *Gente Gay* e *Lampião da Esquina*), de modo a situar historicamente tanto os modos como essas categorias e identidades eram forjadas como pensá-las no interior da própria reivindicação social de uma “imprensa” ou “jornalismo gay” em nosso país.

Optamos por concentrar nossa análise em publicações que embora não excluam do seu conteúdo lésbicas, bissexuais, travestis, transexuais ou outras identidades/identificações sexuais e de gênero, são majoritariamente endereçadas a homossexuais masculinos. Mais especificamente, títulos como *Sui Generis* e *Junior*, mesmo quando se apresentam como revistas para “gays e lésbicas” – caso da primeira – ou para o “gay brasileiro, onde mulheres e homens de corações e mente abertos, independente da orientação sexual”³ – caso da segunda –, priorizam em suas pautas um leitor “gay” que é pensado prioritariamente como masculino, de poder aquisitivo considerável para consumir os produtos e os estilos de vida que elas dão visibilidade, “sofisticados” e, no caso de *Junior*, também notadamente “jovem”. Ao fazer este recorte, reconhecemos a limitação de explorar títulos endereçados a públicos mais específicos – a própria ausência de títulos de circulação nacional endereçadas a estas categorias sinaliza muitas das dinâmicas e das reivindicações legítimas de lésbicas, travestis, bissexuais e transexuais quando interrogam sua (esparsa) presença no conteúdo editorial destas revistas, bem como de sua inclusão no referente “gay”. Isso fica evidente, por exemplo, numa análise de uma revista como *Sui Generis*, que surge nos anos 1990 com um discurso fortemente pontuado na reivindicação de uma identidade e cultura “gay” “assumida”, inclusiva e, em certo sentido, assimilacionista, mas que, no dia a dia da produção da revista, via os mesmos discursos que elaborava ser atravessado por tensões acerca do que era – ou do que poderia ser – tal “identidade” ou “cultura”, sobre quais homens e mulheres ela era capaz de abarcar.

² Situamos aqui a ideia de *reconhecimento* na perspectiva sugerida por Honneth, como “um ato expressivo pelo qual certo conhecimento é conferido com um senso positivo de uma afirmação”. Ele ressalta ainda para a dimensão de que “o reconhecimento depende de meios de comunicação que expressem o fato de que outra pessoa é suposta de ter um ‘valor’ social” (2004).

³ “Chegou a hora”, Editorial, *Junior*, ano 1, n. 1, set 2007, p. 11.

Também optamos em analisar publicações que se posicionam, no interior deste segmento, como títulos informativos que reiteram uma posição editorial no mercado (“gay” e jornalístico em geral) como títulos não centrados na exibição de ensaios de nu e, como no caso de *Lampião da Esquina*, *Sui Generis* e *Junior*, de circulação nacional em bancas de revista ou disponibilizados aos seus leitores por assinatura⁴. Nossa ideia aqui não é tomar essas características como uma distinção “dada” mas de, a partir deste recorte, problematizar como a reivindicação como título “jornalístico”, em detrimento a associações a referentes como “revista erótica” ou “pornográfica”, envolve estratégias e discursos relevantes acerca do mercado editorial “gay”, decisões comerciais, de busca por legitimidade, dos modos como seus jornalistas valorizam seus ofícios etc. Também mostramos que, mesmo como estratégia editorial enfatizada por seus jornalistas, tal política de “não exibição do nu” é atravessada por nuances, negociações de fronteira entre o que é considerado “jornalístico” e o que é “erótico”.

Com esses dois recortes, e as implicações epistemológicas que uma redução dessa natureza não sem razão vão sempre levantar, buscamos reconhecer que, mais viável do que abarcar um maior número ou perfil de publicações que compõem o universo da “imprensa gay brasileira” nas últimas cinco décadas, exploramos com mais profundidade, a partir dos títulos selecionados, categorias sexuais e de gênero ou modos de ser e de viver que interrogam o interior e para além de um “gay” que, mesmo quando não “pensado” exclusivamente, é privilegiado editorial e politicamente como homossexual masculino. É um lugar situado de análise, enfim, centrado em investigar que modelos de (ser) gay é valorizado nas páginas de alguns desses jornais e revistas e das principais pautas e temáticas que são apresentadas por esses veículos como de interesse jornalístico para seu público leitor. Acreditarmos que, ao fazê-lo, também estamos oferecendo subsídios para, desse lugar, pensarmos sujeitos, modos, “estilos”, experiências, subjetividades e reivindicações que são reiteradas “à margem” quando essas mesmas publicações constroem sua audiência como *gay* (masculina, consumidora de informações, bens e serviços, “moderna”, “sofisticada”, “viajada”, jovem). Reconhecemos a necessidade de abordar tais processos em relação a reivindicações historicamente constituídas, no que se costumava definir, como sugerem leituras como a de MacRae (1990) desde o início dos anos 1980, de uma “comunidade gay” como construção não-homogênea e atravessada por contradições, no Brasil de décadas recentes.

No primeiro capítulo, buscamos inserir nossa pesquisa no interior de uma reflexão

⁴ Ainda que não componham diretamente o *corpus* da análise discursiva, a pesquisa inclui ainda a leitura ocasional de títulos como *G Magazine*, *Homens* e *H* (as duas últimas publicadas respectivamente pelas editoras de *Sui Generis* e *Junior*). Tais revistas são mencionadas quando buscamos demarcar o lugar editorial reivindicado por *Sui Generis* e *Junior*, respectivamente nos capítulos 3 e 4.

sobre uma sociologia da imprensa e das notícias, nos moldes sugeridos por Weber (2012) e Park (2008) no início do século XX. Destacamos as contribuições (e algumas das limitações) da construção, também ao longo do século passado, de uma “antropologia da comunicação”. Apresentamos ainda as escolhas teórico-metodológicas que guiaram a investigação e detalhamos a construção do *corpus* que compõe a análise discursiva da pesquisa.

No segundo capítulo, analisamos, numa proposta de leitura genealógica, publicações gays emergentes num período que abrange da década de 1960 ao final dos anos 1970. Buscamos relacionar como a visibilidade, nas páginas desses periódicos, a categorias como *bicha*, *boneca*, *entendido*, *homossexual* e *gay* interrelaciona-se com os esforços de também construir, em nosso país, um lugar para um “jornalismo entendido”, “gay”/“guei” ou “jornalismo homossexual”.

No terceiro, concentramos nossa análise na revista *Sui Generis*. A partir de uma primeira leitura do *corpus*, optamos por não dividir a análise discursiva nas seções editoriais selecionadas, mas de fazer uma leitura que atravessasse as matérias de capa, os editoriais e as cartas dos leitores, combinando-as aos dados obtidos nas entrevistas realizadas com os jornalistas desta publicação. Disso, três seções correlacionadas emergem: uma discussão sobre a valorização do *outing*, do “assumir-se” ou de uma “saída do armário” como política editorial da revista para construção de uma visibilidade “gay e lésbica”; a reivindicação – não sem contradições e tensões – de uma “identidade” e “cultura” situadas como “gay”; e a valorização de um modelo de jornalismo (“gay”), enfatizado seja nas páginas da revista, seja nas falas dos seus atores, como distanciado de qualquer associação ao “pornográfico” ou ao “vulgar” – mas que, como demonstraremos, negocia as fronteiras entre o “jornalístico” e o “erótico” e busca se adequar às distintas demandas editoriais e dos leitores.

No quarto capítulo, adotamos estratégia semelhante para analisar a revista *Junior*. Os eixos concentram-se na leitura da seção *coverboy*, ensaios fotográficos com os modelos que tradicionalmente ilustram as capas da publicação; nos textos que buscam tratar de temas situados discursivamente como da esfera dos “direitos sexuais” e/ou “humanos”, com particular destaque para as matérias que tratam do que se convencionou chamar de “casamento gay”, “casamento igualitário” ou “casamento entre pessoas do mesmo sexo”; um terceiro conjunto permite-nos explorar as possibilidades e os limites de elaboração, no sentido conferido pelos colaboradores da pesquisa, de uma “linguagem” ou “ponto de vista” gay nas suas produções jornalísticas.

Convidamo-los, assim, a explorar uma parte desse universo editorial jornalístico situado como “imprensa gay brasileira”, sem perder de vista que os próximos capítulos

também são tentativas de continuamente por em perspectiva crítica, sem desmerecer os esforços dos jornalistas e colaboradores que atuaram ou atuam nesses jornais e revistas, as principais características e contradições que atravessam sua existência, ou melhor dizendo, das lutas em se fazer “reconhecida” nas últimas cinco décadas.

CAPÍTULO 1 – DA IMPRENSA GAY COMO UNIVERSO DE PESQUISA

Escapa-nos a pretensão de empreender uma sistematização de uma “sociologia da imprensa” ou, num escopo mais amplo, de uma “sociologia da comunicação” como domínios especializados de pesquisa: qualquer tentativa de fazê-la esbarraria sempre em movimentos que ora se expandem para caminhos como o reconhecimento da “comunicação” como uma atividade básica humana e “social”, ora vão reivindicar um lugar mais específico para o que Weber (2012, p.193), no início do século XX, entendia como “projeto” crucial para a sociologia: uma “sociologia da imprensa” que levasse em conta a centralidade do papel da “imprensa à conformação do homem moderno”. Do mesmo modo, interessa-nos, mais do que conceituações fechadas para noções como “imprensa” ou o exercício do “jornalismo”, pensá-los aqui a partir de suas apropriações como “questão sociológica” e “antropológica”, como espaço público de debates, representações e práticas sociais.

Propomos, então, o seguinte caminho: inicialmente mostramos, a partir de um breve artigo resultante de uma conferência proferida por Max Weber no ano de 1910, que algumas das questões sugeridas pelo sociólogo alemão vão se constituir na reivindicação de uma “sociologia da imprensa” como campo de investigação. Também situamos como no início do mesmo século a “notícia” torna-se objeto de interesse de um dos principais nomes da emergente sociologia norte-americana, Robert E. Park. Na sequência, esboçamos um breve panorama da reivindicação, a partir sobretudo da década de 1960, de uma “antropologia da comunicação”. Entendemos que estamos, mais do que reconstituindo rigorosamente esses domínios, circunscrevendo algumas dimensões socioantropológicas que ajudam a elaborar uma compreensão mais crítica do universo aqui analisado, situado como “imprensa gay” brasileira.

Antes de apresentarmos mais especificamente o processo de construção do nosso *corpus*, das entrevistas com jornalistas e colaboradores e de traçarmos um perfil das publicações selecionadas (seção 1.3), delinearemos ainda algumas referências no domínio da análise de discurso (particularmente, as leituras de Foucault [2008] e de Maingueneau [1997]) e da noção de “zona de endereçamento” proposta por Barber (2007), como relevantes para esboçar uma posição reflexiva que permita analisar processualmente o que se reivindica ou é situado como “imprensa gay”.

1.1 Da imprensa como universo de investigação sociológica

Em artigo publicado na primeira década do século XX, Weber alertava para a necessidade de se construir uma “sociologia da imprensa”, baseada em um “programa de pesquisa” que reconhecesse a relevância que esta assumira nas sociedades “modernas”:

Um comentário sobre a enorme importância geral que tem a imprensa carece de sentido. Poderia então cair sobre mim a suspeita de querer adular os senhores representantes da imprensa, principalmente quando o que já foi dito a respeito, por parte de instâncias autorizadas, é insuperável (...) Simplesmente recordo-lhes: imaginem que a imprensa não existe, pensem como seria então a vida moderna, sem o tipo específico do âmbito do público (*Publizität*) criado pela imprensa (...) De nossa parte, teremos que investigar, sobretudo, as *relações de poder* criadas pelo fato específico de que a imprensa torne públicos determinados temas e questões (WEBER, 2002, p. 186-187)

É importante perceber que Weber não desconsiderava a existência de um “âmbito do público” anterior à “vida moderna”: o que ele destacava, e com ênfase para que isto se tornasse uma preocupação sociológica, era compreender como este “âmbito” estava em transformação. Daí, “resulta interessante, não obstante, perguntar: que aspecto tem o público na atualidade e que aspecto terá no futuro, o que se torna público por meio da imprensa e o que não?” (WEBER, 2002, p. 186, grifo do autor).

Pode-se dizer que se desenvolve, ao longo de todo o século XX, abordagens que tentam pensar a centralidade da imprensa na definição do que se tornaria ou não “público” bem como, numa perspectiva mais ampliada, de compreender os processos de expansão dos meios de comunicação de massa nas modernas sociedades ocidentais. Esse escopo vai desde a denúncia de Adorno e Horkheimer (2003 [1947]) à “indústria cultural” no terreno da “teoria crítica”⁵ à influência das discussões sobre a “esfera pública” burguesa e seu suposto declínio como foro privilegiado do debate racional propugnadas por Habermas (2003 [1962])⁶, apenas

⁵ “(...) a novidade consiste em que os elementos inconciliáveis da cultura, arte e divertimento, sejam reduzidos a um falso denominador comum, a totalidade da indústria cultural. Esta consiste na repetição. Que as suas inovações típicas consistam sempre e tão somente em melhorar os processos de reprodução de massa não é de fato extrínseco ao sistema. Em virtude do interesse de inúmeros consumidores, tudo é levado para a técnica, e não para os conteúdos rigidamente repetidos, intimamente esvaziados e já meio abandonados” (HORKHEIMER e ADORNO, 2003 [1947], p. 29).

⁶ “A refuncionalização do princípio da esfera pública baseia-se numa reestruturação da esfera pública enquanto uma esfera que pode ser apreendida na evolução de sua instituição por excelência: a imprensa. Por um lado, na medida mesma de sua comercialização, supera-se a diferença entre circulação de mercadorias e circulação do público; dentro do setor privado, apaga-se a nítida delimitação entre esfera pública e esfera privada. Por outro lado, no entanto, a esfera pública, à medida que a independência de suas instituições só pode ser ainda assegurada mediante certas garantias políticas, ela deixa de ser de modo geral exclusivamente de uma parte do setor privado” (HABERMAS, 2003, p.213).

para citarmos dois eixos que se desenvolveram na segunda metade do século, em áreas como a sociologia, a história e as pesquisas na área de comunicação social. Em anos mais recentes, o debate encontra eco, por exemplo, nas reflexões de autores como Bauman (2003), Bourdieu (1997) e Thompson [2009 (1995)]. Este último, por exemplo, advoga que somente podemos compreender as “características institucionais das sociedades modernas e as condições de vida criadas por ela” se conferirmos aos meios de comunicação um “lugar central” no que ele define como “organização social do poder simbólico”, que moldou o que se convencionou chamar de “modernidade” (ocidental). Como ressalta,

o uso dos meios de comunicação implica a criação de novas formas de ação e de interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com os outros e consigo mesmo. Quando os indivíduos usam os meios de comunicação, eles entram em formas de interação que diferem dos tipos de interação face a face que caracterizam a maioria dos nossos encontros quotidianos. Eles são capazes de agir em favor de outros fisicamente ausentes, ou responder a outros situados em locais distantes. De um modo fundamental, o uso dos meios de comunicação transforma a organização espacial e temporal da vida social, criando novas formas de ação e interação, e novas maneiras de exercer o poder (THOMPSON, 2009, p. 14)

Acreditamos não ser preciso explicitar os pontos convergentes entre as observações de Thompson e as de Weber, separadas por sete décadas, quando o primeiro ecoa um vocabulário francamente “weberiano” ao vincular os meios de comunicação a novas formas de “ação” e “interação” que alteram a “organização” da “vida social”, bem como a ênfase comum à questão do “poder”. De todo modo, não é ao acaso que a “imprensa” tenha despertado o interesse de um sociólogo como Weber na passagem do século XIX para o XX. Seu status de “objeto” de investigação “científica” amplia-se na medida em que esta ciência também buscam se posicionar como instância privilegiada de reflexão sobre a vida social, pensando-a como “fenômeno” em atenção às mudanças do “presente”.

Voltemos, assim, ao artigo de Weber. Na apresentação da “alocução” no Congresso da Associação Alemã de Sociologia no ano de 1910, é recorrente sua reivindicação em compreender, no domínio de uma “sociologia da imprensa”, a relevância apresentada pela imprensa em consonância com outras “instituições” da “vida moderna”. Ele alerta que em tais sociedades, “o público tem, para a obra científica, uma importância distinta e sensivelmente menor do que, por exemplo, para o trabalho de um ator ou de um diretor de orquestra” e “o fato do público é especialmente significativo em tudo que concerne às páginas culturais: em certo sentido, o crítico de teatro e também o de literatura é aquela pessoa que, dentro do jornal, pode, com a maior facilidade, criar e destruir existências”. Do mesmo modo,

“os contatos dos jornais com os partidos, aqui e em outros países, seus contatos com o mundo dos negócios, com todos os inumeráveis grupos e pessoas que influem na vida pública e são influenciados por ela, supõem um **campo impressionante para a investigação sociológica**” (WEBER, 2002, p. 187; grifo nosso).

É digno de constatação como, num espaço tão reduzido, Weber sinaliza aspectos que pautariam muitas das investigações sociológicas sobre a imprensa ou, mais largamente, das sociedades caracterizadas, nas décadas posteriores, pelo aparecimento de novos meios de comunicação de massa, como o rádio e a televisão, e das inter-relações entre imprensa e outros domínios da “vida moderna”. Primeiramente, enfatiza que, “se considerarmos a imprensa em termos sociológicos, o fundamental para toda a discussão é o fato de que, hoje em dia, a imprensa é necessariamente uma empresa capitalista e privada que, ao mesmo tempo ocupa uma posição totalmente peculiar, posto que, ao contrário de qualquer outra empresa, tem dois tipos completamente distintos de ‘clientes’”, que ele situa como “os compradores de jornal” e os “anunciantes”, mas sem esquecer que “entre esse leque de clientes produzem-se as inter-relações mais curiosas” (p. 188). Alerta, por sua vez, para os riscos da “criação de *trusts* no setor de imprensa” quando as empresas jornalísticas se deparavam com a necessidade de “uma crescente demanda de capital” para financiar seus empreendimentos. A expansão das agências de notícias internacionais na produção do noticiário, por sua vez, o leva a interrogar “quem são os que representam, em último lugar, as fontes dessas notícias”. Insiste nas particularidades de organização da “instituição” imprensa em países distintos, advogando um olhar atento às especificidades locais. E, reconhecendo a diversidade editorial que caracterizaria cada edição de um periódico, “uma vez que o conteúdo do jornal não consta apenas de notícias, por um lado, nem de produtos de indústria do entretenimento, do clichê, por outro”, sugere que “não podemos nos contentar, com a contemplação do produto como tal, mas sim temos que prestar atenção ao produtor e perguntar pela sorte e pela situação do estamento jornalístico” (WEBER, 2002, p. 191). Essas são pistas, por fim, para um projeto mais ambicioso, em que o sociólogo alemão lança como indagações: “o que aporta a imprensa à conformação do homem moderno? Que influências exerce sobre os elementos culturais objetivos supraindividuais? Que deslocamentos produz neles?” (WEBER, 2002, p. 193).

No outro lado do Atlântico, eram as “notícias” que despertavam o interesse de Robert E. Park, um dos nomes mais relevantes da “Escola de Chicago” e da afirmação da sociologia nos Estados Unidos da primeira metade do século passado. Park, que também atuou como jornalista, foi um dos pioneiros em reivindicar que elas fossem tratadas como

uma “forma de conhecimento”⁷. Para ele, um conhecimento que, não tendo a especificidade daquele elaborado nas ciências, estaria menos vinculado ao passado ou ao futuro do que ao “presente”, ou ao que ele classifica de “presente especioso” (*specious present*). Isso decorreria da natureza “transitória e efêmera” que caracterizaria as notícias, de modo que estas permaneceriam como tal até o momento em que alcançassem as pessoas para quais elas tivessem “interesse de notícia” (PARK, 2008 [1940], p. 40-41). Assim, “uma vez publicada e reconhecida sua importância, o que era notícia vira história” (*Ibid.*).

O sociólogo sugere pensarmos em duas formas de conhecimento, o do conhecimento “formal”, “científico” e “sistemático” (*knowledge about*) e o conhecimento não-sistemático, “concreto” ou do “senso comum” (*acquaintance with*), considerando-os, porém, não em termos absolutos, mas constituindo um “continuum dentro do qual todos os tipos e espécies de conhecimento encontram um lugar”. É nesse continuum que “a notícia tem localização própria”: Park sugere que, não configurando “conhecimento sistemático como aquele das ciências físicas”, ela fosse tomada como “eventos” (PARK, 2008, p.58).

Essa definição como evento faz com que Park reitere, com particular ênfase, o caráter transitório e ao mesmo tempo vinculado ao presente da produção e circulação das notícias. Contrapõe, assim, o repórter ao historiador, pois aquele “busca somente registrar cada evento quando ele acontece e está interessado no passado e futuro apenas na medida em que projetam luz sobre o que é real e presente” (PARK, 2008, p.58). Quase um século depois, pode-se por em perspectiva crítica esta associação de “história” como “passado”, bem como da inserção das “notícias” em realidades que se complexificam, marcadas pela emergência de novos gêneros jornalísticos e a afirmação de cursos de jornalismo em nível superior e deste como atividade “profissional”⁸. Mas o que nos interessa aqui é destacar o esforço de Park em legitimar o estudo das notícias no interior de uma expansão – para citar uma expressão utilizada pelo próprio autor – do “horizonte sociológico” da época. É nesse contexto, por

⁷ Concentramos nossa leitura no artigo “A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento” (PARK, 2008, p. 51-70). Sugerimos ainda a leitura das reflexões do autor sobre notícia e imprensa desenvolvidas nos seguintes artigos “A história natural do jornal” (PARK, 2008, p. 33-50), “Notícia e o poder da imprensa” (PARK, 2008, p. 71-82) e “Foreign language press and social progress” (PARK, 1967, p. 133-144). Para um balanço das contribuições de Park no estudo do jornalismo, cf. Machado (2005).

⁸ Traquina faz um extenso apanhado para uma abordagem conceitual das notícias, seja numa abordagem “construcionista”, seja numa perspectiva em que seus profissionais a situam como “estórias”. Lembra que, “embora o paradigma das notícias como narrativa não signifique que as notícias sejam ficção, questiona o conceito das notícias como espelho da realidade” (2008, p. 19). Também as situa no interior de uma “comunidade interpretativa”, em que “numa história universal do jornalismo, cada vez mais visível na era da globalização, dois processos fundamentais marcam a evolução da atividade jornalística: 1) a sua comercialização e 2) a profissionalização de seus trabalhadores” (p.34). Os jornalistas reivindicariam, assim, “um monopólio do saber – o que é a notícia” (p. 34).

exemplo, que ele declara:

A extensão na qual a notícia circula determina a extensão que os membros de uma sociedade participam de sua ação política. A notícia, como “algo que faz as pessoas falarem”, tende a possuir o caráter de um documento público e está limitada de um modo característico a eventos que causam mudanças súbitas e decisivas. Atenção exclusiva voltada para algumas coisas, inibe respostas a outras resultando na limitação do alcance e caráter da notícia a qual a sociedade irá reagir coletiva ou individualmente. A função da notícia é orientar o homem e a sociedade no mundo real (PARK, 2008 p. 51)

Nessa passagem, Park aproxima-se de Weber ao reconhecer na notícia as transformações sociais, ao tornar “algumas coisas” públicas e outras não (“inibindo” respostas ao que ela excluiria de atenção) e ao conferir ênfase à sua centralidade como agenciadora da “ação política”. Isso é reiterado em outra passagem do artigo, quando ele enfatiza: “a notícia não é história nem política, embora esteja intimamente relacionada às duas. Entretanto **é a coisa que torna a ação política possível**, diferente das outras formas de comportamento coletivo” (PARK, 2008, p. 61; grifo nosso).

Sua análise também tem o mérito de, ao reivindicar um lugar específico para a notícia no interior de uma “sociologia do conhecimento”, inseri-la numa perspectiva comparada com outras ciências ou formas de “conhecimento”. A leitura que faz da importância das notícias no “mundo moderno” chega mesmo a adquirir um tom de celebração, seja do seu estatuto, seja da figura do repórter nesse mesmo mundo: “a notícia, como forma de conhecimento, contribui a partir do registro de eventos não só para a história e para a sociologia, mas para o folclore e a literatura; contribui não apenas para as ciências sociais, mas para as humanidades” (PARK, 2008, p. 65). O desfecho do artigo, por sua vez, sentencia: “Parece que a era é a era da notícia, e um dos mais importantes eventos na civilização americana é o surgimento do repórter” (PARK, 2008, p. 70).

Há uma bibliografia considerável que, de certo modo, é tributária dos esforços destes dois nomes referenciais em reivindicar um lugar destacado para a imprensa na compreensão do mundo e do “presente” (TUCHMAN, 1978, 1993; ZELIZER, 2004; TRAQUINA, 2008)⁹. Mais relevante do que reiterar uma “sociologia da imprensa” ou “da

⁹ Para uma reconstituição dos modos como o jornalismo constitui-se em domínio de investigação sociológica, ao longo do século XX e sob um recorte norte-americano e britânico, cf. Zelizer (2004). A autora também lançou influente artigo em que defende uma compreensão dos jornalistas menos como uma comunidade “profissional” do que como “membros de uma comunidade interpretativa unida por seus discursos compartilhados e interpretações coletivas de eventos públicos-chaves” (1993, p. 219). No terreno da pesquisa em comunicação social, uma referência brasileira são as pesquisas de Marques de Melo (2003a; 2003b). Na sociologia brasileira, para um apanhado crítico, num escopo mais ampliado da “sociologia da cultura” ou da “sociologia da comunicação”, cf. Arruda (2010) e ainda a discussão sobre a “diluição da mídia como objeto sociológico” empreendida por Rocha (2011).

comunicação” como disciplinas para alocar nosso próprio empreendimento de pesquisa, porém, devemos considerar, como sugere Esteves, que uma “sociologia da comunicação” faz-se valiosa quando, mais do que representar uma “segmentação mais ou menos especiosa do seu objecto de estudo (recortando simplesmente a partir do domínio mais vasto da sociologia)”, nos desafia à “construção (e afirmação) de um ponto de vista original sobre esse mesmo objecto geral de estudo da disciplina sociológica”, ou seja, que nos permita contribuir para a elaboração de um “paradigma comunicacional como uma forma inovadora de compreensão da realidade social”, em que “é a própria sociedade a ser entendida na perspectiva da comunicação” (2011, p.25).

A construção desse paradigma, por sua vez, nos leva a interrogar uma abordagem da imprensa e dos meios de comunicação de massa a partir de sua construção, também, como “objeto” antropológico.

1.2 Uma “antropologia dos meios de comunicação”

Pensar uma “antropologia da comunicação” é identificar menos uma definição precisa de um “segmento” ou “corrente” do saber antropológico do que entender sua emergência dentro de um esforço de se conferir legitimidade ou especificidade a um campo de estudo que privilegiasse a análise dos meios de comunicação como construtores ou mediadores do simbólico nas sociedades ditas “complexas”. Assim, diversos autores elaboram, cada um a seu modo e elegendo determinadas pesquisas, contextos ou “tendências”, aquilo que entendem como os percursos que levaram à sua (relativa) afirmação como projeto nas últimas décadas do século XX.

Coman (2003), por exemplo, toma como marco o final da década de 1960, quando a expressão *media anthropology* teria sido cunhada por um grupo de pesquisadores em reunião da Associação Americana de Antropologia. Eles identificavam “a necessidade desta ciência se fazer visível e compreensível nos meios de comunicação” e estariam “preocupados com a falta de sensibilidade e de abertura frente à complexidade cultural” da parte dos jornalistas (COMAN, 2003, p. 6).

Nesse sentido, a reivindicação por uma “antropologia da mídia” deveria atuar em duas frentes: no próprio campo da antropologia, ao buscar métodos de relato e de divulgação das pesquisas antropológicas que pudessem encontrar espaço nos meios de comunicação, ampliando sua circulação a um público que não ficasse restrito aos círculos acadêmicos; e incidindo na prática do jornalismo e da produção midiática, na medida em que fosse

incorporada por estes profissionais como forma de complexificar tanto sua leitura do “social” como dos modos de narrar o “funcionamento”, a “estruturação”, a “ritualização” e a “simbolização” da vida coletiva, a partir de olhares menos parciais e que pudessem ser construídos mediante a adoção de perspectivas teóricas e metodológicas correntes na antropologia.

Considerando que cada campo (o jornalístico e o antropológico) apresenta suas especificidades, demandas e reivindicações de legitimidade, entendem-se as dificuldades para se cumprir o que Coman (2003, p. 7) sintetiza como a “dupla conversão de antropólogos em jornalistas e de jornalistas em antropólogos”. De todo modo, como também ressalta o autor, uma “antropologia da mídia” conseguiu firmar relativo espaço no terreno da antropologia cultural, em consonância com sua expansão a novos domínios que escapavam àqueles circunscritos ao que se definiria como “antropologia clássica”, mas que se apropriaria dos referenciais desta para tratar do cotidiano. Neste mesmo movimento, emergiriam “antropologias” situadas como “antropologia da saúde”, “do esporte”, “do corpo” etc.

Peterson (2003), por sua vez, entende que, mesmo já sendo possível encontrar breves reflexões sobre os jornais norte-americanos nos escritos de Franz Boas na primeira década do século XX, o interesse antropológico pela “comunicação de massa” nos Estados Unidos só cresceu substancialmente a partir da década de 1980, quando já tinha maior visibilidade em áreas como a sociologia, psicologia, ciência política, os “estudos culturais” e o próprio campo da “comunicação social”.

As primeiras pesquisas antropológicas dedicadas à comunicação de massa teriam sido marcadas notadamente pelo viés funcionalista, com metodologias que buscavam aplicar os preceitos de Malinowski e de Radcliffe-Brown, como a observação participante e a análise das “instituições”, ao estudo do consumo midiático em pequenas comunidades. Como destaca, “davam atenção ao modo como estas instituições funcionavam em direção às necessidades sociais e psicológicas dos membros da comunidade, e como estas instituições funcionavam para manter a coesão social como um todo” (PETERSON, 2003, p. 27). Estudos nessa perspectiva foram perdendo espaço na medida em que o próprio funcionalismo e os “estudos de comunidade” como espaços coesos e delimitados eram questionados na antropologia.

Uma segunda corrente, que se inicia a partir dos anos 1960, associa-se ao interesse de antropólogos em vincular os meios de comunicação ao processo de “modernização” das sociedades, ampliando a análise de um enquadramento “comunitário” para as “estruturas sociais” mais amplas. Escolhendo como campo sociedades “periféricas”

aos Estados Unidos, como países da América Latina ou da Ásia, buscava discutir as relações em transformação do urbano/rural, nacional/"folk", e de como os veículos de comunicação atuavam justamente "mediando" os processos de manutenção ou reconfiguração das tradições ou das mudanças sociais.

Também nos anos 1960, desponta uma tendência que associa a comunicação ao "desenvolvimento". Esses estudos ecoam ainda a perspectiva funcionalista, ancorando-se num modo linear de conceber os processos comunicativos (a mensagem como "sinal" que parte do "emissor" diretamente ao "receptor", com a possibilidade de ocorrer "ruído"), reforçando ainda uma visão das sociedades ou países periféricos como "primitivas", "tribais" etc.

Mais representativa, no intervalo entre as décadas de 1940 e 1960, foi a corrente que Peterson (2003, p. 47) define como as pesquisas antropológicas que buscavam pensar a atuação dos meios de comunicação na elaboração da "cultura" e da "personalidade" dos indivíduos, geralmente a partir de um enfoque que lia os "textos midiáticos como expressivos das culturas nacionais que os produziam, do mesmo modo que os rituais e os contos folclóricos tinham sido estudados pelos antropólogos como expressivos das culturas de sociedade de menor escala". Como destaca o autor, essa perspectiva falha quando valoriza leituras "tautológicas" que tentam definir como "padrões culturais" os "comportamentos observados" dos receptores midiáticos, quando concebe monoliticamente a ideia de que os meios de comunicação expressam padrões culturais em geral e, por fim, quando a própria noção de "nação" como "unidade cultural" passa a ser questionada com mais ênfase na antropologia.

Já na décadas de 1970 e 1980, seja na esteira da influência da antropologia estrutural centrada na obra de Lévi-Strauss, seja no peso que a noção de cultura como conjunto de "textos" defendida por Geertz [1993 (1973)] assume no âmbito de uma "antropologia interpretativa"/"cultural"¹⁰, ganha relevância uma concepção de "mídia" como "sistema simbólico". Se noções como "ritual" ou "mito" despontam como centrais para a descrição de como os meios de comunicação apresentam papéis ativos na estruturação ou codificação dos símbolos culturais e atuam ou "performam" – ecoando a influente perspectiva

¹⁰ Isso é evidenciado em diversas passagens das reflexões lançadas por Geertz sobre o trabalho de "descrição densa" a ser empreendido pelo antropólogo: "O conceito de cultura que exponho (...) é essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal suspenso em redes de significância que ele mesmo gerou, entendo a cultura ser essas redes, e sua análise então não uma ciência experimental em busca das leis, mas uma ciência interpretativa em busca de significados (p. 5); "Em suma, escritos antropológicos são eles mesmo interpretações" (p. 15); "Há três características da descrição etnográfica: ela é interpretativa; o que é interpretativa é o fluxo do discurso social; e aquilo interpretado consiste em tentar resgatar o "dito" de tais discursos de suas ocasiões percebíveis e fixá-lo em termos percebíveis" (GEERTZ, 1993, p. 20).

de Victor Turner – os “dramas sociais”, esta mesma “abordagem” dos antropólogos simbólicos tende a trabalhar com generalizações estruturalistas ou culturalistas que veem “produtores e consumidores como membros de uma mesma comunidade cultural geral, desenhada no mesmo corpo de símbolos compartilhados para criar e interpretar a mídia” (PETERSON, 2003, p, 55). Ainda que, como destaca o autor, isto seja verdadeiro até determinado ponto, os modos como estes símbolos são elaborados e partilhados estão relacionados a “constrangimentos” (econômicos, políticos etc.) e a diferentes relações de poder entre “produtores” e “consumidores”, que as leituras “estruturalistas” ou “culturalistas” de certo modo costumariam negligenciar.

No Brasil, Travancas (1992, p. 14), na década de 1990, conduz um dos primeiros estudos a abordar, no campo da antropologia, a atuação de jornalistas e a “rotina” nas redações. A ênfase da autora é na construção do “profissional-jornalista e o seu local de trabalho: a empresa jornalística”. Em parceria com Farias (2003), também é responsável em anos mais recentes por uma coletânea cujo título, *Antropologia e Comunicação*, não apenas sinaliza o interesse pela “comunicação” (de massa) como objeto de estudo antropológico, mas a necessidade de se discutir as implicações, os desafios epistemológicos e mesmo as disputas entre um campo de saber legitimado (a antropologia) e outro em busca de legitimação (a comunicação social) nos terrenos das ciências sociais e humanas.

A antropóloga Carmen Rial (2004, p. 4) também demonstra, em artigo intitulado “Antropologia e mídia”, o esforço de aproximação deste campo de saber com o universo dos meios de comunicação. Partindo do reconhecimento de que seria cada vez mais corriqueiro o número de “estudantes de ciências sociais e antropologia, da graduação ao doutorado” que a procuram com o intuito de “pesquisar a mídia”, a autora pondera: este seria também “um dos temas de mais difícil problematização”.

Das dificuldades identificadas pela antropóloga, há desde propostas generalistas como “estudar a mídia” a “quero estudar o gênero (ou a sexualidade, ou as mulheres, ou a opressão das mulheres) na televisão”. Para além das limitações que muitas delas mostravam em construir um objeto de pesquisa, estaria uma postura compartilhada que Rial define como “pré-visão diabolizante da mídia” (2004, p. 4).

Como fica explicitado no subtítulo do artigo, mais do que discutir o cruzamento entre os campos, o texto de Rial procura apresentar aos antropólogos um panorama dos estudos e teorias hegemônicas nas teorias de comunicação de massa, de modo a que possam, ao optarem por trabalhar com “abordagens teóricas e metodológicas mais antropológicas”, romper com vieses preestabelecidos sobre os meios de comunicação.

Não obstante as críticas de Peterson (2003) ou de Rial (2004) servirem de alerta para a necessidade de se construir uma leitura “culturalista”/“simbólica” dos meios de comunicação mais atenta às relações assimétricas de poder entre os sujeitos que partilham as “paisagens midiáticas” (PETERSON, 2003), a ideia de situar a “mídia” ou sociedades *mediatizadas* como “universos simbólicos” é uma perspectiva que segue influente nos estudos socioantropológicos dedicados à imprensa ou aos meios de comunicação desde os anos 1970. Isso fica evidente, por exemplo, na proposta de Coman quando este tenta definir o domínio de uma “antropologia dos meios de comunicação” (*anthropologie des médias*):

Para nós, a *antropologia dos meios de comunicação* deve circunscrever as tentativas de abordagem e de compreensão dos meios de comunicação a partir dos conceitos da antropologia cultural – ou, para ser mais preciso, da antropologia das formas simbólicas – e dos métodos de pesquisa da etnografia. Aqueles que trabalham nesta perspectiva não vêm de escolas, campos ou correntes representativas da antropologia clássica, ainda reticentes a este tipo de abordagem. Eles vêm dos pesquisadores de comunicação da comunicação de massa, que se definem raramente do ponto de vista de seu pertencimento disciplinar e que empregam o vocabulário antropológico como uma “caixa de ferramentas” acessíveis a todos e de fácil utilização (COMAN, 2003, p. 7)

Para este pesquisador, o patrimônio antropológico” seria incorporado nas pesquisas basicamente em dois níveis: nos campos de investigação, onde a comunicação de massa seria tomada a partir de “microdomínios” para análise de relações sociais que, se aparentemente “banais” no cotidiano, seriam “portadoras de uma carga simbólica específica”. Insere-se aqui, por exemplo, a utilização da *observação participante* e dos *relatos de vida* como “métodos desenvolvidos ao longo dos anos pela etnografia” e cujas “numerosas experiências de campo, os debates e o refinamento das ferramentas metodológicas” teriam “excedido largamente os quadros da pesquisa antropológica clássica” (p. 8); e nos “conteúdos”, com a apropriação de conceitos como ritual e mito para “acentuar a dimensão simbólica dos meios de comunicação”. Esta apropriação, porém, deve se deslocar de uma investigação da “mediatizações do mito e do rito” para uma análise da “ritualização” e da “mitificação do mundo pelos meios de comunicação” (COMAN, 2003, p. 135).

Esse deslocamento de perspectiva, que sugere assim ao saber antropológico trespassar a identificação nos *medias* de cerimônias ou estruturas rituais ou míticas para uma investigação da “construção midiática da realidade” é definida pelo autor como “perspectiva processual” de abordagem dos discursos jornalísticos e do papel destes como “portadores e promotores de um discurso simbólico” no interior do “espaço público”, o que imporá a

necessidade de reavaliar tanto este como o próprio jornalismo¹¹.

Há nessa definição/reivindicação tanto limitações como méritos que devem servir de parâmetro analítico. Primeiro, o reconhecimento de que este é um campo de investigação a se fazer e que, mesmo com um crescente número de trabalhos e publicações na área, mostra-se ainda longe de ser “estabelecido” no campo da antropologia. Segundo, pensar como podemos incorporar esta perspectiva “processual” sugerida por Coman (2003). Em nosso caso de pesquisa especificamente, sugerimos que essa processualidade seja elaborada não a partir de noções como “mitologização” ou “ritualização”, mas a partir de uma posição que não abra mão de uma análise crítica dos discursos veiculados nas publicações “gays”, ancorada na reflexão acerca dos processos de produção noticiosa, midiática ou, no plano mais geral, da produção simbólica selecionada para investigação, tendo como eixo a interlocução com os jornalistas/colaboradores deste segmento de imprensa. E, diferentemente do que é pontuado pelo autor, não se defende aqui uma noção instrumentalizada dos conceitos “antropológicos” a ser “aplicada” em um objeto de estudo como a “comunicação”. Tais conceitos somente ganham relevância quando se considera que suas “utilizações”, nas últimas décadas, dão-se frente a um extenso debate acerca da *reflexividade* do “saber antropológico”, que põs não só em posição crítica o lugar do pesquisador como construtor de uma “narrativa” como da antropologia como campo que se reivindica como lugar privilegiado de saber¹². Mais do que uma “caixa de ferramentas”, assim, abordagens “sociológicas” ou “antropológicas” são também os terrenos reflexivos para se pensar a comunicação ou, em dimensões mais específicas em nosso estudo, da imprensa ou de um segmento especializado desta que se reivindica ou é situada como “gay”.

¹¹ Cf. Coman (2003), particularmente a introdução e o capítulo “Les processus: la ritualisation et la mythification” (p. 135-164).

¹² Destacamos, entre o vasto repertório de reflexão construído sobre a antropologia e, mais especificamente, na crítica sobre a escritura antropológica (seja em relação à reprodução de relações de poder e hierarquias entre pesquisadores e colaboradores, seja na reivindicação por trabalhos mais dialógicos), Clifford e Marcus (eds) (1986); Clifford, (2008) e James, Hockey e Dawson (orgs) (1997). Também destacamos a leitura de Marcus (1994), quando ele situa que a “reflexividade é um termo usado comumente no lugar de uma alternativa ainda não realizada na produção da etnografia. Para mim, portanto, a reflexividade não é tanto uma questão metodológica quanto uma questão ideológica que, por sua vez, mascara a ansiedade quanto a um pós-modernismo mais amplo, porém mais difícil de ser concebido. Quanto a isso, há uma distinção importante entre a reflexividade essencial e uma reflexividade ideológica derivada, como eu a chamo. A reflexividade essencial é uma característica integrante de qualquer discurso (como na função indicial dos atos de fala); não se pode escolher entre ser reflexivo ou não no sentido essencial – é sempre uma parte do uso da linguagem. Mas o que resta é como lidar com o fato da reflexividade, como usá-lo estrategicamente para certos interesses teóricos e intelectuais” (MARCUS, 1994, p. 18). O autor defende uma forma de “reflexividade autocrítica”, “enquanto política de posição”, a reconhecer que “o campo das representações não é de forma alguma um mero complemento do trabalho de campo; as representações são fatos sociais e definem não apenas o discurso do etnógrafo, mas também sua posição literal em relação aos objetos” (MARCUS, 1994, p. 24).

1.3 Da construção do *corpus* e das escolhas “teórico-metodológicas”

Quando demarcamos epistemologicamente um universo de publicações situado como “imprensa gay”, incorremos na tendência de tomar essa demarcação como estabelecida, *taken for granted*. Entendemos, porém, que ela exige uma dupla reflexão: primeiro, no reconhecimento que este referente *gay* tanto potencializa o reconhecimento destas publicações como um segmento em (contínua) busca de legitimidade e espaço no mercado editorial jornalístico, como também é tensionado por reivindicações ou dinâmicas que interpelam os potenciais e os limites deste como categoria ou marcador sexual e de gênero¹³. Segundo, ao tomar a “imprensa gay” como algo dado, e não construído, negligenciamos que a busca de se constituir um público leitor particular (situado majoritariamente como *gay* e privilegiado como homossexual masculino, mas que em alguns discursos é ampliado estrategicamente para referentes como “simpatizante” ou da “diversidade sexual”, ou ainda “lésbicas” ou “LGBT”¹⁴) é crucial para entendermos a contínua reinvenção destas publicações simultaneamente como “jornalísticas” e “gays”.

A partir de uma leitura inspirada em autores como Mikhail Bakhtin e Roland Barthes, Barber (2007, p. 9) sugere uma apropriação de noções como *endereçamento* e de *texto*, e dos modos como estas podem ser exploradas pelos pesquisadores. A autora enfatiza que “textos e outros produtos culturais não são 'janelas' para alguma outra coisa, ou algum estado puro de subjetividade ou consciência que podem ser acessados *através* deles”, mas fundamentalmente, “são eles mesmos o terreno a serem estudado”. Assim, “o repertório, os materiais conceituais e os modos como são usados” configuram as instâncias que “podemos explorar como antropólogos” (*ibid.*).

A autora também lembra que um texto, sendo “dialógico e relacional”, “apresenta-se para um interlocutor: e não comumente para um único endereçado, mas para uma 'audiência' implícita”. Em consonância à elaboração de uma audiência leitora, Barber também recorda que, “por ser constituído para estar 'lá fora’”, “assinala sua natureza como algo que excede as intenções específicas de qualquer locutor ou escritor”, sendo “composto em relação

¹³ Exploramos estas dimensões na seção seguinte, ao apresentar os jornais e revistas que compõem nosso *corpus*, e nos capítulos subsequentes.

¹⁴ Como sugerem as entrevistas com os jornalistas de *Sui Generis* e *Junior* para esta pesquisa, essa inclusão é menos uma questão mercadológica – as duas revistas reiteram a ampla prioridade a uma audiência gay masculina – do que responder a eventuais críticas de leitores que não se sentem contemplados na linha editorial. Também é, assim, uma estratégia editorial de se legitimarem como revistas “plurais”, “diversas”.

a outros textos, compartilhando modelos formais com estes, desenhando-se numa miríade de modos sobre suas fontes textuais”. Mesmo quando “completamente intencional”, um texto “nunca está confinado à intenção de um único emissor” (BARBER, 2007, p. 10).

Ainda inspirada numa perspectiva bakhtiniana, a antropóloga propõe pensarmos esse “terreno” onde os textos são elaborados e projetados a uma “público” a partir de uma “zona de endereçamento”, constituída na “orientação mútua do texto para a audiência e da audiência para o texto” (BARBER, 2007, p. 138). Nesse sentido, a autora utiliza-se de uma noção de público como “uma audiência cujos membros não são conhecidos ao autor do texto, e não necessariamente presente, mas ainda assim endereçada simultaneamente, e imaginada como uma coletividade” (*Ibid.*, p. 139). Há um processo contínuo de (re)construção desse público, uma vez que “uma nova forma de endereçamento faz-se necessária quando o autor exhibe um texto ou uma performance para uma massa de destinatários que não o conhecem ou se conhecem entre si, e que não são pessoalmente reconhecidas ou diferenciadas de cada um no endereçamento do texto – mas que são, por sua vez, convocadas como se formassem uma coletividade real, copresente e singular” (BARBER, 2007, p. 140).

Nesse processo de “construção” e de “convocação” dos leitores, a antropóloga ressalta um ponto relevante para nossa investigação: “formas específicas de endereçamento a audiências dispersas de leitores também podem desempenhar um papel na constituição de novas formas de sociabilidade – forjando vínculos, gerando clivagens ou desenvolvendo nas pessoas um reconhecimento de sua condição comum” (BARBER, 2007, p. 140). Barber faz suas observações a partir de um contexto específico, de análise das “tradições orais, gêneros populares e a escrita” em sociedades africanas do presente, mas é interessante pensarmos que os processos negociados de construção de um público leitor “gay”, projetado a partir dos textos ou discursos e dos modos como jornalistas e colaboradores das publicações que também se situam (e são situadas) como “gays” constroem esses mesmos discursos, tendem a ser subvalorizadas¹⁵, refletindo-se assim em análises acadêmicas cujos objetivos acabam não conseguindo escapar de uma “comprovação”, em leituras “textuais”, de que uma ou outra publicação reproduz determinados modelos ou padrões de “identidades” sexuais e de gênero.

No caso de uma imprensa dita *gay*, isso tem como agravante também tomar determinadas categorias e marcadores sexuais e de gênero como previamente “dados”, “prontos” para serem identificados pelo pesquisador. Mesmo quando há uma intenção de por sob crítica os limites “identitários” calcados numa política de valorização de algumas dessas

¹⁵ Uma exceção é o trabalho de Monteiro (2000) sobre a construção de masculinidades nas revistas *Vip Exame*, *Sui Generis* e *Homens*.

categorias e marcadores, o caminho muitas vezes é delineado num reconhecimento “teórico” dessas categorias e/ou “identidades” como “fluidas”, “abertas”, “instáveis” etc, mas cujo percurso de investigação acaba, em última instância, a ficar preso em comprovar se tais publicações reiteram ou rechaçam tal “diversidade”, “fluidez”, “instabilidade” nos seus discursos. Tomar esses referentes, categorias ou marcadores como dados, para “rastreá-los” na leitura de “textos” é esquecer algumas das dimensões cruciais que os estudos das pesquisas em sexualidade e gênero põem em xeque nas décadas recentes.

Não pretendemos recompor aqui os ganhos bem conhecidos da incorporação desse referencial “teórico”/“epistemológico”. Explicitamos que a leitura de autoras como Butler (1990, 1997, 2010) e Sedgwick (1985, 1990)¹⁶, ou mesmo de textos sobre “gênero” que podem hoje ser considerados, com justiça, “clássicos” (HARAWAY, 2008; SCOTT, 2008) pairam sobre e nos ajudam a construir leituras mais específicas dos discursos das publicações “gays” selecionadas para análise. A sugestão de Butler, na virada dos anos 1980 para 1990, em situar o “gênero” a partir de processos *performativos* de identificações, ficções regulatórias, efeitos de discursos e práticas segue desafiando os modos como pensamos a elaboração (discursiva) de categorias, marcadores e “identidades”¹⁷. Do mesmo modo,

¹⁶ O diálogo com Sedgwick, particularmente em torno da noção de “armário” e de sua “epistemologia”, é realizado no capítulo 3, a partir da análise da revista *Sui Generis*.

¹⁷ “Ao compreender a identificação como uma fantasia ou incorporação realizada, contudo, fica claro que a coerência é desejada, ansiada, idealizada, e que esta idealização é um efeito de uma significação corporal. Em outras palavras, atos, gestos e desejo produzem o efeito de um núcleo interno ou substância, mas o fazem *na superfície* do corpo, por meio do jogo de ausências significantes que evocam, mas nunca revelam, o princípio organizador da identidade como uma causa. Tais atos, gestos e realizações são *performativos* no sentido de que a essência ou a identidade que pretendem afirmar são invenções fabricadas e preservadas através de signos corporais e outros meios discursivos. O fato de que o corpo gendricado [*gendered body*, no original] seja performativo sugere que não tem um status ontológico a margem dos vários atos que constituem sua realidade. Isto também sugere que se tal realidade é fabricada como uma essência interior, essa mesma interioridade é um efeito e uma função de um discurso decididamente público e social, a regulação pública de uma fantasia através da política de superfície do corpo, do controle fronteiro do gênero que diferencia o interno do externo, e assim instaura esta “integridade” do sujeito. Em outras palavras, atos e gestos, desejos organizados e realizados, criam a ilusão de um núcleo de gênero interior e organizador, uma ilusão mantida discursivamente com o propósito de regulação da sexualidade no interior do quadro obrigatório da heterossexualidade reprodutiva. Se a 'causa' do desejo, o gesto e o ato pode se situar dentro do 'self' do ator, então as regulações políticas e as práticas disciplinares que produzem esse gênero ostensivamente coerente são efetivamente deslocadas (BUTLER, 1990, p. 185-186). Em *Bodies that Matter*, a autora revisita o impacto que a noção de performatividade trouxe aos estudos de gênero: “As coisas pioraram ainda mais ou se fizeram ainda mais remotas por causa das questões plantadas pela noção de performatividade de gênero apresentadas em *Gender Trouble*. Pois se eu tinha sustentado que os gêneros são performativos, isso significaria que eu pensava que alguém acorda de manhã, examina o guarda-roupa ou algum espaço mais amplo em busca do gênero que queria escolher e o adotava durante o dia para voltar a colocá-lo em seu lugar à noite. Semelhante sujeito voluntário e instrumental, que decide sobre seu gênero, claramente não pertence a esse gênero desde o começo e não se dá conta de que sua existência já está decidida pelo gênero. Certamente, uma teoria deste tipo voltaria a colocar a figura de um sujeito que decide – humanista – no centro de um projeto cuja ênfase na construção parece opor-se por completo a tal noção (...) Se o gênero não é um artifício que se pode adotar ou se rechaçar à vontade e, portanto, não é um efeito da escolha, como poderíamos compreender a condição constitutiva e compulsiva das normas de gênero sem cair na

queremos evidenciar que em nossa demarcação da “imprensa gay” como terreno de investigação, também foi relevante situá-la nos termos que De Lauretis (1987) entende como “tecnologia de gênero”, ou seja, de explorar as publicações deste segmento não apenas como reprodutoras de categorias sexuais e de gênero, mas como tecnologias ou dispositivos que, em interação com outras instâncias como a academia, a escola, o cinema, a “mídia” ou os sistemas jurídicos, atuam tanto na “construção” como na “desconstrução” das categorias e marcadores que buscam representar. Na visão da autora,

1) O gênero é (uma) representação”, com “implicações reais, tanto sociais como subjetivas, na vida material dos indivíduos” ; “2) “A representação do gênero é sua construção”; 3) “A construção do gênero segue nos dias de hoje como o fez no passado”, “não apenas onde alguém espera – na mídia, nas escolas públicas e privadas, nos tribunais, na família” (...) mas ainda “na academia, na comunidade intelectual, nas teorias radicais e nas práticas artísticas de vanguarda”; e 4) paradoxalmente, “a construção do gênero é também efetivada por meio de sua desconstrução (...) De modo que o gênero, como o real, não é apenas o efeito da representação mas também o seu excesso” (DE LAURETIS, 1987, p. 3)

Em ambos os casos, tais abordagens de gênero, com suas ênfases na performatividade e como “efeito de representação mas também o seu excesso”, configuram aportes analíticos que nos ajudam a realizar leituras que costurem justamente a dupla dimensão processual da (re)elaboração contínua de um universo situado como “imprensa gay”, tanto que no compete ao exercício deste jornalismo (a parte que cabe ao termo “imprensa”) como às categorias e marcadores sexuais e de gênero que são apropriadas e ao mesmo tempo (re)criadas, representadas, construídas e desconstruídas nos discursos circulantes nessas publicações (o [problemático] “gay” dessa equação).

Entendemos a “imprensa gay” como uma instância privilegiada de interrogação de como são construídas alguns dessas categorias e marcadores mas, igualmente para além delas, de políticas de representação e visibilidade que os acionam e ao mesmo tempo os tensionam ou os desestabilizam, na medida em que ela intersecciona ambos os domínios, o do fazer jornalístico e das políticas sexuais e de gênero. Entendemos ainda que tais contribuições “teóricas”/“epistemológicas” continuam nos servindo de alerta, mas cuja “validade” permanece apenas quando tomadas em perspectiva cruzada, recombina (e, em alguns casos, confrontada) com outros referenciais, notadamente quando o campo dos estudos de sexualidade e gênero no Brasil já produziu, e em alguns casos com uma originalidade que

armadilha do determinismo cultural? (...) Afirmar que a materialidade do sexo constrói-se através da repetição ritualizada de normas dificilmente seria uma declaração evidente por si mesma (...) Conceber o corpo como algo construído exige reconhecer a significação da construção ela mesma (BUTLER, 2010, p. 12, 13 e 14).

antecede um *boom* “queer”, reflexões acerca (dos limites) de identidades, de subjetividades, de categorias de identificações e dos modos complexos como se experienciam e se deslocam as mesmas categorias e desejos¹⁸.

Outra referência importante quando elaboramos nosso *corpus* foi a apropriação do que se convencionou chamar de “análise de discurso” (AD), nos moldes propostos por autores como van Dijk (2005), Orlandi (2001) e Maingueneau (1997). Este último pondera que, “se nos dias de hoje, 'análise de discurso' praticamente pode designar qualquer coisa (toda produção de linguagem pode ser considerada 'discurso'¹⁹), em parte isso advém de uma organização no campo da linguística, que tenderia a opor “de forma constante um núcleo que alguns consideram 'rígido' a uma periferia cujos contornos instáveis estão em contato com as disciplinas vizinhas (sociologia, psicologia, história, filosofia etc.)” (MAINGUENEAU, 1997, p. 11). Se o núcleo “rígido” dedica-se ao “estudo da língua, no sentido saussuriano, a uma rede de propriedades formais”, a análise de discurso “se refere à linguagem apenas à medida que esta faz sentido para sujeitos inscritos em estratégias de interlocução, em posições sociais ou em conjunturas históricas” (*Ibid.*). Para este autor, a AD pressupõe que “o 'discurso' como tal não poderia ser apreendido diretamente, salvo se quisesse limitar-se a generalidades filosóficas. Ela relaciona-se com um entrelaçamento irrepresentável de textos no qual apenas hipóteses heurísticas e pressupostos de ordens diversas permitem recortar unidades consistentes” (MAINGUENEAU, 1997 p. 17).

Mais do que uma noção restrita de “texto” ou mesmo de “discurso”, interessaria diretamente à AD, nos moldes destacados por Maingueneau, o que Foucault classifica de “formações discursivas”. Foucault nos lembra que “de modo paradoxal, definir um conjunto de enunciados no que ele tem de individual consistiria em descrever a dispersão desses objetos, apreender todos os interstícios que os separam, medir as distâncias que reinam entre eles – em outras palavras, formular sua lei de repartição” (2008. p. 37). Assim, ele interroga:

¹⁸ Num longo universo exploratório, recorreremos aqui a Barbosa da Silva (2005), Fry (1982), Perlongher (2008), MacRae (1990), Parker (2002), Facchini (2005), Simões e Facchini (2009), França (2006; 2010), Carrara e Simões (2007). Voltaremos a estes autores na medida em que se realizam as análises das publicações do *corpus*, nos capítulos subsequentes.

¹⁹ Seguimos aqui a perspectiva de “discurso” sugerida por Véron (1980, p. 217-218): “Todo discurso tem duas faces: remete, por um lado, às suas condições de engendramento; é, porém, por outro lado, o exercício de um poder. Tanto num caso como no outro, relativamente às suas origens e a seus efeitos, ele é uma *economia de conjunto* (...) Entre a produção da fala e de seu poder, existe certamente um sistema de relações, mas tais relações não podem ser inferidas de maneira linear da produção ao reconhecimento. Toda situação interdiscursiva é uma situação na qual um universo de operações se mostra e um poder se exerce: a passagem de um a outro é o que se poderia chamar de *embreagem dos discursos* nas situações de sua circulação. Um discurso, é desse ponto de vista, o lugar de mediação entre um universo de operações e um universo de representações”.

Mais do que buscar a permanência dos temas, das imagens e das opiniões através do tempo, mais do que retrazar a dialética de seus conflitos para individualizar conjuntos enunciativos, não poderíamos demarcar a dispersão dos pontos de escolha e definir, antes de qualquer opção, de qualquer preferência temática, um campo de possibilidades estratégicas? (...) No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva (...) As regras de formação são condições de existência (mas também de coexistência, de manutenção, de modificação e de desaparecimento) em uma dada repartição discursiva (FOUCAULT, 2008, p. 43)

Nesse aspecto, a “imprensa gay” deve ser tomada como uma “formação discursiva”, no sentido proposto por Foucault, constituindo-se como ponto de partida para problematização de um segmento editorial que redesenha suas fronteiras a partir de um conjunto de demandas por parte dos atores que nela atuam e do seu(s) público(s) leitor(es), de pressões, busca por legitimidade (como universo que reivindica reconhecimento como “jornalismo”), enfim, a partir de um “campo de possibilidades estratégicas” em que emergem, reiteram-se e se dispersam os discursos que vamos analisar. Ao agruparmos determinados jornais e revistas sob a designação “imprensa gay”, por sua vez, estamos refletindo sobre os processos sociais que interrogam tanto as práticas deste segmento editorial como de sua relevância na (re)construção das dinâmicas em jogo quando se reivindicam alguns modos de identificação e de visibilidade a determinados temas nos terrenos da sexualidade e gênero do Brasil das últimas décadas²⁰.

Também em Maingueneau (1997, p. 19) buscamos como referência um alerta acerca do processo de construção do *corpus* de análise: o de que, sem uma reflexão das escolhas que, como pesquisadores, somos obrigados a fazer, corre-se o seguinte risco: “aplica-se cegamente um método a um corpus e obtém-se algo que representa apenas o resultado deste método aplicado a este corpus”. Ele, então, nos lembra que “não é a presença de hipóteses muito específicas e de pressupostos que é prejudicial, mas a intenção de não utilizá-los ou de fazê-lo minimamente”. Assim, “é o fato de levar em conta a singularidade do objeto, a complexidade dos fatos discursivos e a incidência dos métodos de análise que permite produzir os estudos mais interessantes” (*Ibid.*).

²⁰ No caso de *Sui Generis*, por exemplo, a leitura do *corpus* revelou como o *outing* era uma política central de visibilidade reivindicada na linha editorial, bem como postura defendida por seus jornalistas. Em *Junior*, pautas como “casamento igualitário” ou a “igualdade de direitos sexuais e/ou humanos” ganham destaque nos anos recentes. Retornamos a estas questões – e as contradições que as compõem – nos capítulos específicos de análise das respectivas publicações.

1.3.1 Das seções e da periodicidade analisadas e das entrevistas com jornalistas

No projeto apresentando inicialmente, a pesquisa centrava-se na análise das publicações *Sui Generis* e *Junior*. As duas revistas podem ser consideradas as mais bem sucedidas quando se posicionam como títulos “gays” noticiosos, de circulação nacional e sem a veiculação de ensaios de nu masculino. Num mercado editorial cujas publicações com esse perfil tendem a desaparecer com poucas edições, os cinco anos de circulação de *Sui Generis* (1995-2000) e os seis, até a escrita deste trabalho, de *Junior* (desde setembro de 2007), as põem em posição relevante numa história da “imprensa gay brasileira”.

Tal longevidade²¹, ao mesmo tempo que sinaliza a relevância das duas publicações, também trazia um desafio imediato: estávamos diante de um conjunto amplo de textos, acumulados ao longo de 48 exemplares que reunimos de *Sui Generis* (num total de 55 edições) e de 52 de *Junior* (de 2007 a junho de 2013).

A primeira leitura dos exemplares das duas revistas foi, assim, de uma aproximação a este conjunto. Finda essa leitura (em *Junior*, por estar ainda em circulação, ressaltou que ela também foi sendo construída na medida em que cada edição chegava às bancas, prolongando-se ao longo dos meses subsequentes), realizada num período aproximado de 18 meses, viu-se a necessidade de construir um eixo que viabilizasse uma exploração mais sistemática dos discursos das publicações.

Três diretrizes definiram-se: uma, em relação às seções das revistas que seriam analisadas; a segunda, em demarcar um novo conjunto mais restrito de edições ao longo dos períodos de circulação; a terceira, por fim, da inclusão de uma leitura genealógica da “imprensa gay”, de modo que *Sui Generis* e *Junior* fossem postas numa perspectiva processual que as situassem nos esforços anteriores de se construir um “jornalismo gay” (“homossexual”, “entendido” ou sob outras designações, ao longo do tempo e das próprias emergências dessas categorias correlatas) no Brasil desde, pelo menos, os anos 1960²².

²¹ Longevidade no contexto de uma “imprensa gay” no Brasil, e particularmente para títulos que, neste segmento, tentam se distanciar editorialmente da associação a publicações que tenham como destaque a veiculação de ensaios de nu. Nesse último perfil, *G Magazine* está nas bancas brasileiras desde 1997. Revistas segmentadas para outros públicos também circulam há décadas. É o caso das edições brasileiras de *Playboy* (desde 1975) e *Cosmopolitan (Nova)*, desde 1973), endereçadas respectivamente a uma audiência masculina e feminina, abordando temas acerca de sexualidade, comportamento e consumo. Uma leitura da “segmentação da cultura” a partir dos universos de revistas publicadas no país, com ênfase no século XX e nas publicações da editora Abril, é realizada por Mira (2001).

²² Essa leitura genealógica é empreendida no capítulo 2. Seguimos aqui a perspectiva de genealogia nos termos de Foucault: “A genealogia é cinza. Ela é meticulosa e pacientemente documentária. Ela trabalha sobre percursos confusos, fissurados, várias vezes reescritos (...) O que se encontra, no começo histórico das coisas, não é a identidade ainda preservada de suas origens – é a discordância de outras coisas, é o disparate.

Para efetivar essa genealogia, analisamos os jornais *O Snob*, *Gente Gay* e o primeiro ano de funcionamento do *Lampião da Esquina*, reconhecidos como três dos principais títulos em circulação nas décadas de 1960, 1970 e início dos anos 1980. No caso de *O Snob* e *Gente Gay*, por serem boletins ou jornais de formato artesanal (ainda que se esforçassem para se “profissionalizarem” como veículos informativos), optamos por uma leitura contínua das edições. A demarcação do *Lampião* ao seu primeiro ano de circulação também permitiu uma leitura completa dos exemplares.

As leituras de *O Snob* e *Gente Gay*, que compõem o segundo capítulo deste trabalho, foram realizadas a partir de visitas ao Arquivo Edgard Leuenroth (AEL), da Universidade de Campinas (SP), onde cópias destas publicações estão disponíveis para consulta. No caso de *Lampião da Esquina*, privilegiou-se a análise dos 13 primeiros exemplares, quando este buscava construir uma linha editorial que era atravessada pela construção pública de um lugar, no Brasil da virada dos anos 1970 para 1980, de um sujeito homossexual, pelas implicações do uso de categorias de identificação como gay/“guei” e pelo debate de se vincular ou não os “homossexuais” a uma política de visibilidade às “minorias” sociais. Todas as edições de *Lampião* estão acessíveis no sítio eletrônico do Grupo Dignidade, organização não-governamental sediada em Curitiba (PR). Consideramos a leitura desses três periódicos como um panorama, esboçado numa leitura “dupla”: dos exemplares que tivemos acesso direto, bem como das pesquisas acadêmicas que tratam mais especificamente dessas publicações num quadro mais amplo das análises sobre as homossexualidades no Brasil do século XX. No capítulo a eles dedicados, dialogamos com esses trabalhos e indicamos as referências para as abordagens mais específicas e detalhadas que elas levantam.

Em relação as análises discursivas de *Sui Generis* e *Junior*, explicitamos ainda que optamos por priorizar as seguintes seções: as *matérias com chamadas nas capas*, os *editoriais* e as seções de *cartas dos leitores*.

A escolha pelas matérias de capa pode parecer evidente, mas convém ressaltar que a capa de uma publicação jornalística é resultado de complexas negociações editoriais recriadas a cada edição que chega às bancas ou às casas dos assinantes. As chamadas

A história aprende também a rir das solenidades de origem (...) Outro uso da história: a dissociação sistemática de nossa identidade. Pois essa identidade, bem falível, que nós ensaiamos de garantir e de montar sob uma máscara, é somente uma paródia: o plural as habita, almas incontáveis disputam-se; os sistemas entrecruzam-se e se dominam uns aos outros (...) A história, genealógicamente dirigida, não tem por fim reencontrar as raízes de nossa identidade, mas de perseguir, no contrário, a sua dissipação. Ela não empreende localizar o lugar único de onde nós viemos, esta primeira parte onde os metafísicos nos prometem que nos farão retornar; ela empreende fazer aparecer todas as descontinuidades que nos atravessam (FOUCAULT, 2004, p. 393, 396, 418-419).

presentes na primeira página sinalizam muitas das dimensões envolvidas nos modos como a revista busca se apresentar num primeiro contato com o leitor, bem como de uma hierarquização dos temas que ela julga como mais “quentes” ou dignos de destaque e das possibilidades destes causarem impacto, disputando a atenção dos leitores nas bancas. Como destacam Vaz e Trindade (2013, p. 225), a capa é a “vitrine de qualquer publicação”, “um rosto exposto em meio a centena de outros rostos – não só de revistas, mas também de jornais, almanaques, apostilas para concursos, livros e afins –, que busca a todo momento fugar os olhos daqueles que passam pelas bancas de revista”. Os autores entendem ainda que “cabe à capa, portanto, o papel de traduzir as intenções, o posicionamento e a identidade da revista”, convertendo-se num “canal de comunicação constante com o leitor, permitindo que, antes mesmo de folhear a revista, ela saiba do que ela fala e como fala”.

No universo das capas selecionadas em nossa análise, a maior parte das chamadas²³ remete a reportagens e entrevistas²⁴, representando apostas e direcionando ao leitor, numa hierarquização dentre todos os textos publicados, aqueles que o(s) editor(es) julga(m) os mais atrativos em cada edição. Isso pode incluir desde as pautas que recebem maior investimento em apuração a artigos retratando personalidades, temas polêmicos ou em evidência em determinado período. Em síntese, na capa costumam figurar os conteúdos selecionados a partir do que, no interior da prática jornalística, atribui-se maior “valor-notícia”²⁵.

²³ Cf. Anexos A e B.

²⁴ Nas definições apresentadas por Sousa, a *notícia* consiste num “pequeno enunciado reportativo, um discurso sobre um acontecimento recente (ou, pelo menos de que só no presente se tenha conhecimento), vários acontecimentos ou desenvolvimentos de acontecimentos”, representando “informação nova, actual e de interesse geral” (2005, p. 169), sendo o “gênero básico do jornalismo”. Já a *reportagem* “é seu gênero nobre”, tendo como principal objetivo “informar com profundidade e exaustividade, contando uma história”. O autor entende ainda que se pode considerar a reportagem “um gênero jornalístico híbrido, que vai buscar elementos à observação directa, ao contato com as fontes e à respectiva citação, à análise de dados quantitativos, a inquéritos, em suma, a tudo o que possa contribuir para elucidar o leitor” (2005, p.187). A *entrevista*, como gênero jornalístico (ela também pode ser tomada como técnica básica de recolha de informações para compor uma notícia ou reportagem), “corresponde à transposição de perguntas e respostas feitas durante a entrevista, enquanto técnica de obtenção de informações, para um determinado modelo de enunciação. Este modelo discursivo consiste na exposição de respostas dadas por um entrevistado às perguntas de um entrevistador” (SOUSA, 2005, p. 172).

²⁵ Como destaca Fontcuberta (1993, p. 57), “uma vez que um meio seleciona alguns acontecimentos para oferecê-los como notícias (o que implica que rechaça outros), tem que valorá-los. Em primeiro lugar, deve fazê-lo por necessidade: as informações que vão em primeira página são as primeiras vistas pelo leitor e as que dá mais importância (...) Mas também tem que fazê-lo para mostrar ao público sua própria valoração da atualidade e feitos jornalísticos e, para tanto, para definir sua própria personalidade frente a outros meios”. Traquina (2008), por seu turno, define “valor-notícia” como procedimento de seleção e transformação de acontecimentos em notícias, mediante o cumprimento de uma série de critérios (entre eles, de simplificação e personificação dos fatos, de dramatização de eventos etc.). Eles não são necessariamente fixos, pois um ou outro aspecto do valor-notícia pode ser privilegiado de acordo com o perfil de cada publicação (de notícias “quentes” ou “frias”, se tem ou não caráter mais sensacionalista etc).

Queremos enfatizar que, sendo um processo relacionado a escolhas editoriais e de conferir visibilidade a determinadas pautas, mesmo quando tenta oferecer ao leitor um “cardápio” mais diversificado possível dos temas, as reportagens e entrevistas com chamadas nas capas não devem ser tomadas como à margem do conjunto mais amplo constituído por todos os textos veiculados numa única edição. Pensar o que está em destaque na capa é também pensar no que ganhou menos destaque, foi considerado de menor relevância jornalística. Pensar a construção da linha editorial²⁶ a partir de um eixo estruturado nas reportagens escolhidas para essa “vitrine”, por sua vez, não deixa de indiciar decisões estratégicas, modos de conceber o que é de maior “interesse jornalístico” entre os profissionais que fazem um jornal ou revista, de como projetam e reelaboram os interesses de seu público leitor ou mesmo os contornos que buscam delimitar desta audiência.

A escolha pelo *editorial* dá-se por este ser o gênero jornalístico por excelência de exposição dos posicionamentos de um jornal ou revista acerca de conjunturas sociais e políticas ou das temáticas que julga relevantes de atenção particular dos leitores. Sousa (2005, p. 212) compreende o editorial como um gênero “argumentativo”, geralmente “motivado por assuntos tratados no jornal e é elaborado em conformidade com a linha editorial do órgão jornalístico”. O Manual de Jornalismo do jornal *Folha de S.Paulo* (2007) o define como texto que “expressa a opinião do jornal”, devendo ser “enfático, equilibrado e informativo” e “desenvolver os argumentos defendidos pelo jornal, ao mesmo tempo que resume e refuta os contrários”. Para Marques de Melo (2003), configura-se no “gênero jornalístico que expressa a opinião da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento”, mas cuja função como “porta-voz” merece ser melhor compreendida, pois sua produção envolve uma teia de articulações políticas, expressando a opinião de forças e interesses que mantém o veículo e ao mesmo tempo apresentando a necessidade de se dirigir a uma coletividade.

No caso de *Sui Generis* e *Junior*, deve ser destacado ainda o fato de os editoriais serem assinados por seus editores ou *publishers*, Nelson Feitosa e André Fischer, respectivamente. Ao mesmo tempo em que se tenta manter os princípios básicos que norteiam

²⁶ Tavares salienta que “no jornalismo o uso corrente de expressões como linha editorial, missão editorial, conceito ou perfil editorial compõe binômios frequentemente associados a um universo de atuação comercial e política (em geral formalizados em manuais de redação e projetos que circulam no interior de uma editoria), situando a revista tanto no contexto social de sua atuação quanto no horizonte daquilo que se espera ou se pretende do e com seu jornalismo” (p. 77). Como também ressalta o autor, “no entanto, devemos tomar as fórmulas que cercam essas definições demarcadoras apenas como pontos de partida para a compreensão do produto e da ambiência (jornalística, comunicacional e social) que as movem e configuram. Elas não são, em si, a essência possível de uma publicação, mas sua fonte e horizonte; tal como no fluxo de um rio, veem seu curso modificado e acrescido de movimentos e ocorrências as mais diversas, que dizem, na verdade, da articulação entre contextos mercadológicos e sociais, conteúdos, práticas e materialidades” (TAVARES, 2013, p. 77).

o gênero, isto também sinaliza o esforço de construção discursiva de uma maior proximidade e intimidade destes (e das publicações) com o leitor²⁷.

A seção de *cartas dos leitores* permite-nos, por seu turno, complementar a proposta de pensar como os discursos das publicações “gays” são elaborados a partir de negociações frente a um público leitor específico, no interior da construção da “zona de endereçamento” como dialógica na orientação mútua texto-público. Ela é, igualmente importante ressaltar, o espaço em que uma parcela dos leitores manifesta-se mais assertivamente sobre os conteúdos ou sobre o perfil da publicação. Em alguns casos, a exposição das críticas ou das demandas de (parte) do leitorado, bem como eventuais respostas ou esclarecimentos por parte dos jornalistas ou do veículo, sinalizam alguns dos aspectos mais interessantes da construção processual de sua linha editorial.

Mesmo reconhecendo que a publicação das cartas passa por um processo de seleção ou filtragem no interior das redações, analisar os seus discursos permite-nos pensar que os processos de construção de uma revista como “gay” implica em elaborar, de modo bem sucedido, identificações entre a revista e seu público, mas que estas incorrem em negociações e, em muitos casos, tensões, sinalizadas nas reivindicações de leitores que não se identificam com determinadas abordagens ou modelos de ser valorizados nas páginas da publicação, ou de sujeitos que põem em questionamento o fato de não se sentirem reconhecidos nos modos em que tais revistas representam o “gay”, ou ainda dos limites deste como categoria ou referencial identitário ou de identificação.

A segunda diretriz na construção do *corpus* diz respeito a uma segunda seleção no total de exemplares à disposição, de modo a aprofundar a análise discursiva. Priorizamos um recorte temporal que nos permite explorar, ao longo dos anos de circulação de *Sui Generis* e de *Junior*, um número mais reduzido de edições, mas sem perder uma dimensão de conjunto, permitindo perceber, ao longo dos anos, a consolidação das linhas editoriais das revistas, seus ajustes e reendereçamentos frente aos leitores, como dos eventuais deslocamentos, mudanças, tensões e recriações operadas nessas mesmas linhas, nas pautas elaboradas, nas temáticas abordadas, nos processos de reendereçamento.

Desse modo, trabalhamos com três subconjuntos nos dois títulos. Em *Sui Generis*, ele foi composto por 10 exemplares dos anos I e II²⁸, oito exemplares dos anos III e IV²⁹ e

²⁷ Em *Sui Generis*, a seção é intitulada simplesmente “Editorial”. Em *Junior*, “Preliminares”, o que sugere certa informalidade/intimidade e ainda a intenção de prenunciar temas e questões consideradas relevantes abordadas no conteúdo editorial de cada edição.

²⁸ Edições 1, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 e 14.

oito exemplares dos anos V e VI³⁰. Em *Junior*, 10 exemplares dos anos I e II³¹, oito exemplares dos anos IV e V³² e seis exemplares do ano VI³³.

Ressaltamos que a construção desse *corpus* de análise não representa apenas uma simples etapa da construção “metodológica” da pesquisa, mas de apropriarmos-nos, nos termos sugeridos por Orlandi (2001, p. 67), da análise de discurso como “um procedimento que demanda um ir-e-vir constante entre teoria, consulta ao corpus e análise.

Em paralelo à leitura dos exemplares, realizamos entrevistas individuais e semiestruturadas com jornalistas que atuaram nas revistas *Sui Generis* e *Junior*. No caso de *Sui Generis*, elas ocorreram ao longo do ano de 2011, na cidade de São Paulo e no Rio de Janeiro. Participaram os jornalistas Gilberto Scofield Jr (que iniciou sua trajetória na revista já atuando no jornalismo econômico da “grande imprensa”, tendo exercido nos primeiros exemplares a função de editor-assistente, permanecendo cinco anos como titular da coluna “Estilo de Vida”, que ele sintetiza como de abordagem de temas que “tivessem um viés um pouco urbano, mas também de sentimentos profundos, universais como 'primeiro amor', encontros, a questão da fidelidade, o 'trepa ou não trepa', que as pessoas associam à vida gay masculina”³⁴); Marcos Mazzaro (na época, estudante de mestrado em antropologia, formado em jornalismo, contratado para escrever reportagens de capa em 1997 e, num segundo momento, também responsável por uma seção fixa de resenha de teatro e literatura intitulada “Mosaico”); Roberto (Beto) Pêgo (publicitário de formação, trabalhou como fotógrafo e repórter, iniciou na revista como estagiário, no início do ano de 1999, por se identificar, como leitor, com a proposta editorial); Roni Filgueiras (jornalista, convidada para assumir a função de editora nos anos III e IV da revista) e Heloiza Gomes (jornalista, com trajetória anterior no jornalismo sindical, assumiu como editora no período que vai do ano V ao encerramento da revista).

Em São Paulo, no primeiro semestre de 2013, foram entrevistados jornalistas que atuam em *Junior*: Nelson Neto (estagiário, cursando na ocasião o último ano da faculdade de jornalismo numa universidade privada), Gean Oliveira (jornalista recém-formado também numa universidade privada, quando da entrevista ocupava a função de *repórter*), Felype

²⁹ Edições 19, 20, 23, 24, 30, 31, 34 e 40.

³⁰ Edições 41, 43, 44, 47, 48, 52, 54 e 55.

³¹ Edições 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 10.

³² Edições 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33 e 34.

³³ Edições 47, 48, 49, 50, 51 e 52.

³⁴ Entrevista ao autor em 10 mai 2011.

Falcão (formado em 2006 na Universidade Federal de Alagoas, atuou no jornalismo cultural em um jornal da capital alagoana; repórter e, na ocasião da entrevista, dividindo-se profissionalmente entre a revista e a edição de um suplemento num jornal de Maceió) e André Fischer (apresentado na primeira edição de *Junior* como editor, depois situado no expediente como *publisher*).

Três eixos marcam a realização dessas entrevistas. Numa primeira seção, os entrevistados relatam suas trajetórias de vida, com ênfase na formação e/ou atuação como jornalista. Esses depoimentos cruzam, de modo um tanto aberto, uma narrativa que abrange desde as expectativas profissionais às maneiras como se situam frente a classificações de identidades sexuais e de gênero ou de orientação sexual (“gay”; “hétero” e “simpatizantes” – no caso das duas editoras de *Sui Generis*), às vivências e experiências pessoais relacionadas a um universo “gay”/“GLS”/“LGBT”.

Na segunda seção, discutem-se as circunstâncias ou os modos que levaram cada um deles a ingressar em *Sui Generis* ou *Junior*, em reflexões que abrangem do interesse e da identificação por/com publicações “gays” a novas possibilidades de atuação ou oportunidade profissionais. Nesta, também foi solicitado aos entrevistados que descrevessem a rotina em cada um dos veículos, o ambiente de trabalho, questões que atravessam o dia a dia das revistas, que narrem, mesmo que parcialmente, o que o jornalista Marcos Mazzaro pontuou como “cotidiano inaudito” que caracterizaria uma redação.

Na terceira seção, o pesquisador discute com o entrevistado algumas reportagens produzidas pelo próprio jornalista, selecionadas do *corpus* definido anteriormente, debatendo questões acerca dos contextos de produção da pauta, de sua execução, das eventuais dificuldades que teve para executá-la, dos modos como a escreveu, das alterações no planejamento inicial e do diálogo com o editor até o formato final do texto publicado. Se ao mesmo tempo essas discussões permitem reconstituir, mesmo que numa parcialidade, bastidores ou contextos da produção das matérias, também se configuram numa oportunidade de construir uma reflexão conjunta, partilhada entre o jornalista e o pesquisador, das práticas jornalísticas e da produção discursiva que se elegeu como terreno de análise.

1.3.2 Um perfil de *Sui Generis*

“O ano já é novo e a estação, a nossa preferida. Não podia haver melhor ocasião para o lançamento de *Sui Generis*. Em clima de verão e de recomeço, a primeira edição quer ser um convite para você, leitor, entrar nesses novos tempos que os anos 90 tão bem

anunciaram”³⁵. É com este discurso otimista que se apresentava editorialmente a chegada de uma nova revista ao mercado jornalístico brasileiro.

Sui Generis é uma expressão que investe numa imagem (de si) como algo singular. Não que não houvesse no país, na época, publicações de cunho noticioso/informativo endereçadas a leitores que se identificassem como *gays* e *lésbicas*. Eram, contudo, iniciativas pontuais, com tiragens bastante restritas e formatos próximos de boletins ou de pequenos jornais, circulando em circuitos mais especializados como organizações não-governamentais gays e lésbicas de enfrentamento à epidemia do HIV-Aids ou ligadas aos campos dos direitos sexuais e humanos, ou ainda distribuídas gratuitamente em bares, clubes noturnos e saunas. É o caso de *Nós, por exemplo*, publicada entre 1991 e 1995, com tiragens entre 500 e dois mil exemplares, e *ENT&*, publicado entre 1994 e 1995, ambos sediados na cidade do Rio de Janeiro³⁶. *Sui Generis*, porém, nasce buscando como uma de suas referências revistas gays de circulação norte-americana e europeias³⁷, com tiragem relativamente expressiva (estimada, em média, entre 25 e 30 mil exemplares), apresentando-se sob a rubrica “cultura, moda, comportamento, política & entretenimento” e reivindicando para si a posição de “primeira revista brasileira a trazer discernimentos sérios e futilidades chics dirigidas para homens e mulheres gays”³⁸.

³⁵ *Sui Generis*, Editorial. Ano 1, n. 1, jan 1995, p. 4.

³⁶ Os dois jornais foram objeto de análise específica de Rodrigues (2010). Sobre o *Nós, por exemplo*, o autor destaca que era destinado a um “público leitor majoritariamente masculino, letrado e ativista” (p. 128). Sobre o *ENT&*, ressalta que este foi pensado para “homens entre 20 e 40 anos, que tivessem uma aparência e comportamento masculino; também pessoas antenadas com os acontecimentos globalizados, (...) que fossem militantes mas nem tanto”. A brevidade de sua circulação, de acordo ainda com Rodrigues a partir de um diálogo com um dos editores do periódico, decorreria do fato de que o “ENT& veio fora de hora, não tendo sido acolhido pelos militantes gays e nem entendido pela maioria da comunidade gay, pois o jornal, que era feito como uma revista, se apresentava como jornal, dirigido a um público que era gay, mas que não se imaginava frequentando os ambientes gays. O ENT& se perdeu no meio das novidades e das conquistas que um grupo assumidamente gay, que frequentava os lugares gays e adotava uma postura gay, estava acumulando” (RODRIGUES, 2010, p. 131).

³⁷ Nelson Feitosa, em depoimento a Rodrigues, destaca: “Comecei a receber revistas dessa natureza. Desse tipo de revistas de conteúdo cultural e com jornalismo mais bem feito, mais profissional, sendo lançada lá fora, né? Consegui comprar aqui no Brasil, numa livraria de revistas importadas, a Attitude, que foi uma das primeiras revistas inglesas a serem lançadas nessa linha. Tinha conseguido uma edição da Out, que é uma revista norte-americana. E aí eu comecei a achar legal... E aí, conversando com o Zé... Nessa época, né? Isso era 1994... Não existia ainda essa popularização do computador que existe hoje, né? (Rodrigues, 2010, p. 138). Viterbo, por sua vez, a partir do relato colhido por Flávia Péret: “Um dia saiu uma matéria bacana na coluna da Maria Caballero, do jornal O Globo, falando de uma revista gay que seria lançada nos Estados Unidos. De fato, essa revista nunca foi lançada, mas a notícia contava um pouco a história da revista OUT. Nós nunca tínhamos escutado falar que essas coisas existiam. O Nelson leu aquilo e ficou fascinado. Ele falou: 'Poxa, podia fazer um negócio assim, podia fazer um negócio assim'. Pouco tempo depois, em 1994, Feitosa e Viterbo viajaram para os Estados Unidos. Voltaram para o Rio com diversas publicações dirigidas ao público homossexual, norte-americanas e europeias, e o desejo de criar uma revista gay no Brasil” (PÉRET, 2011, p. 86).

³⁸ *Sui Generis*, Editorial. Ano 1, n. 1, jan 1995, p. 4.

A combinação entre “discernimentos sérios” e “futilidades chics”, atrelada ainda à proposta de oferecer “um jornalismo de qualidade” (expressões utilizadas no editorial de estreia), sugerem que a revista buscava costurar um público leitor que não ficasse restrito apenas ao universo de “militância” gay da época, mas que tinha interesse em “política”; ao mesmo tempo, e como o título da revista também procurava diferenciar, que se reconhecesse e reconhecesse a publicação como sofisticada (“chic”), de poder aquisitivo relativamente alto³⁹, “moderna”, consumidora de moda e frequentadora de festas e casas noturnas, interessada em literatura, cinema, música e teatro⁴⁰.

Assim, *Sui Generis*, comandada por Nelson Feitosa (Editor) e José Viterbo

³⁹ O exemplar de *Sui Generis* foi lançado com o preço de R\$ 5,50. Na última edição, custava R\$ 5,90. Este último valor, corrigido para os dias atuais segundo o índice IPCA-Geral, equivale a R\$ 13,86. É próximo ao valor cobrado atualmente pela revista *Junior* (R\$ 14,00).

⁴⁰ É interessante perceber os modos diversos e estratégicos de como os jornalistas de *Sui Generis* vão situar a questão da “militância”, particularmente na construção do perfil editorial da revista, e de como avaliam a figura do editor e proprietário da revista. A editora Roni Filgueiras utiliza-se da expressão “militante” para contextualizar o seu ingresso na revista, relativizando-a. Emerge no seu discurso, assim, outras noções estratégicas para avaliar sua atuação na revista, como “simpatizante” (a editora apresentou-se como heterossexual) e apoio ou alinhamento editorial a uma “causa gay”: “[A *Sui Generis*] era muito interessante porque congregava pessoas dos mais diferentes naipes, do intelectual a... Eu era simpatizante, eu entrei lá pelo seguinte: o Nelson precisava de alguém que não fosse necessariamente militante, mas que fosse um bom profissional de jornalismo. Foi o que me levou. Logicamente que eu era, sou e sempre serei uma simpatizante da causa”. Em outra passagem da entrevista, refletindo sobre o jornalismo praticado na revista e a especificidade do público leitor, diz: “Olha, jornalismo é jornalismo. Claro, tinha que ter um gancho jornalístico, uma peça de teatro ou um livro que discutia a causa, um filme que discutia isso, uma exposição... O trato da coisa não diferenciava muito de um jornal que queria tratar de determinado fato ou produto cultural, mas lógico que tem que ter especificidade. Então, o que a gente queria tratar: da causa gay. Agora, o trato disso era rigorosamente igual a qualquer tipo de jornal, sei lá, que tenha um *trade*, como turismo, feminino, gastronomia...”. Sobre o editor, ela pondera: “O Nelson era bem militante, mas via isso como um nicho de mercado. Nicho de mercado que estava para ser explorado, de se investir. Não existia um produto para eles, um produto como uma revista, até então. Tinha revista de nu”. (Entrevista ao autor em 21 nov 2011).

Já a editoria Heloiza Gomes recorre em mais de uma ocasião à expressão *militância* para avaliar a linha editorial da revista e de sua passagem pela publicação, comparando-a com outra experiência profissional, no “jornalismo sindical”: “Não era aquela militância rançosa. Tenho muito orgulho de participar, folheando assim a revista, bateu saudade. A gente falava de livros, teatro, cinema, competindo com uma revista [*G Magazine*] que veio com o nu” (Entrevista ao autor em 21 nov 2011). Comparando com o seu trabalho anterior, afirma: “No jornalismo sindical, é uma militância 24 horas. Ali não era. Eu era a única hétero na redação, naquele momento... Como o Nelson não era militante... Mas não era fechado aos olhos dele, ele lia muito, mas não era um cara militante... E quando alguém quis que a revista tomasse esse rumo [de “militância”], ele breçou. O Nelson entendia o papel de *Sui Generis*, abria espaço, mas 'isso aqui não é uma revista para o Sindicato dos Homossexuais, é uma revista para um público gay, elegante'. Na redação, eram todos inteligentes, politizados e tal, ninguém ali era um enganado. Mas não eram militantes, e faz toda a diferença”. Ela também usa a expressão “causa gay”, dizendo que a passagem pela revista permitiu “desenvolver um olhar de causa gay” (Entrevista ao autor em 21 nov 2011).

O jornalista Gilberto Scofield Jr, que nos primeiros exemplares manteve a coluna *Contraponto*, que mesclava notícias sobre o ativismo local e estrangeiro com notas sobre as cenas gays de grandes centros urbanos internacionais, comenta: “O que precisava ser apurado na coluna, era apurado. Mas tinha muita coisa mesmo de rede de amigos, viu, de ouvir falar, de ler as coisas, de opinião minha. Inclusive, foi com essa coluna que passei a ter mais contato com a militância. Que era uma coisa que eu via de longe (...) [Os militantes] Procuravam para divulgar, mandavam cartas, sugestões, ligavam. Era uma via de mão dupla. (Entrevista ao autor em 10 mai 2011).

(Diretor Geral), além da colaboração de Marcos Pulga (Diretor Financeiro), nascia instalada num pequeno sobrado na rua Santa Clara, uma das principais vias do bairro de Copacabana, Zona Sul da capital fluminense. Roni Filgueiras descreve o local do seguinte modo: “Era interessante, porque não era só uma redação, era quase um 'bunker' de resistência. As pessoas passavam para tomar café, paravam no caminho para a praia, era um *point*. Era uma casinha, às vezes parecia mais um consultório sentimental”⁴¹. Já a visão de Heloiza Gomes era a de uma “redação comum”: “Alguns leitores ligavam, mandavam e-mail, dizendo que o sonho era conhecer a *Sui Generis*. Um leitor da Bahia até veio visitar. As pessoas fantasiavam muito. Era uma redação pequena, totalmente comum. A única diferença era essa [ser para um público gay]”⁴².

A equipe era reduzida⁴³, e o trio tinha como expectativa lançar no mercado editorial uma revista voltada para uma audiência “gay e lésbica”, que se distanciasse de uma associação a títulos não-profissionais que veiculavam fotos de nu⁴⁴, aproximando-se assim de um modelo de revista “gay” informativa, de entretenimento e lazer. Como declara o colaborador Gilberto Scofield Jr (responsável inicialmente pela coluna *Contraponto*, que mesclava notas sobre o ativismo local e estrangeiro com notícias sobre as cenas gays de grandes centros urbanos internacionais), criou-se ao longo dos meses uma expectativa sobre o aparecimento da revista, particularmente no circuito dos jornalistas:

Teve um coquetel de lançamento no Museu de Belas Artes. Foi muito divertido, criou-se uma expectativa porque o meio jornalístico é um meio muito *gay friendly*, de um modo geral. Então, eu saía comentando que ia sair uma revista assim e assim... No fundo, as colunas começaram a dar notinhas, dizendo que a revista ia acontecer, que seria a primeira revista moderna voltada para o público gay. E aí foi bastante gente, muito jornalista, no lançamento. A gente tinha esperança de que fosse

⁴¹ (Entrevista ao autor em 21 nov 2011). No último ano, quando a revista estava em crise financeira, a editora de *Sui Generis*, que funcionava no mesmo sobrado da redação da revista, em Copacabana, mudou-se para o centro do Rio.

⁴² Entrevista ao autor em 21 nov 2011.

⁴³ Nos primeiros exemplares, a redação de *Sui Generis* era composta basicamente por um editor (Nelson Feitosa), um editor-assistente (Gilberto Scofield), um diagramador (José Vitor Souza), um ilustrador e produtores dos ensaios de moda. Uma parte significativa do conteúdo era produzido por colaboradores e complementados por “correspondentes”. Ao longo dos anos, essa estrutura teve poucas alterações. Nelson permaneceu como editor e, posteriormente, foi incorporada a função de “editor adjunto”, exercida a partir do número 24 por Roni Filgueiras. Um novo rearranjo situou Feitosa como “diretor de redação”, compondo ainda a redação as figuras do(a) editor(a), editor de moda e beleza, repórteres, estagiários, colaboradores e colunistas. No último exemplar (ed. 55, mar 2000), as funções eram apresentadas do seguinte modo: “diretor de redação” (Nelson Feitosa), coordenador de redação (José Viterbo F.), editora adjunta (Heloiza Gomes), editor de moda e beleza (Rogério S) e uma lista de nomes que se dividiam em “redação”, “colunistas”, “colaboradores”, “fotógrafa”, “direção de arte”, “projeto gráfico” e “publicidade”.

⁴⁴ É importante ressaltar que, dois anos após o lançamento de *Sui Generis*, *G Magazine* chega ao mercado, também investindo em uma circulação nacional em bancas de revista e assinaturas, sem o caráter artesanal que marcavam publicações eróticas ou pornográficas, mas tendo como principal destaque a exibição do nu masculino, numa fórmula que se revelou bem sucedida comercialmente quando do seu lançamento.

uma coisa que causaria certo impacto, no sentido comportamental, de a revista ser referência na área para a literatura, para a produção de conteúdo para gays e lésbicas no Brasil, sob todos os aspectos, históricos e comportamentais⁴⁵.

Como podemos situar esse otimismo que cercava *Sui Generis*? Além da circunstância de ser o verão a “nossa” (do editor, dos jornalistas da revista, dos potenciais leitores...) estação preferida, o que faria daquele momento uma “ocasião” propícia para o lançamento de um projeto com aquelas características? Que “novos tempos” eram aqueles, enfatizados em seu editorial e percebidos pela publicação como “bem anunciados” pelos “anos 90”?

Um dos modos de “reconstituí-lo”, mesmo que parcialmente, é situar o lançamento de *Sui Generis* num cenário mais amplo, de rearranjo nos circuitos de vivência das homossexualidades no Brasil, em que não apenas se reorganizavam os espaços tradicionais de atuação coletiva definidas geralmente pelo signo de “militância”, como se ampliavam segmentos ancorados na oferta de serviços e consumo a gays e lésbicas (com maior ênfase aos primeiros, notadamente os pertencentes a uma classe média e alta residente nos principais centros urbanos), em expansão no Brasil em meados dos anos 1990⁴⁶.

O ano em que *Sui Generis* chega às bancas de revista, 1995, pode ser considerado chave na história das reivindicações públicas dos sujeitos gays, lésbicas, bissexuais e transexuais no Brasil. Em junho, pela primeira vez uma cidade brasileira, o Rio de Janeiro, sedia a *Conferência Internacional da ILGA*⁴⁷. Cinco meses antes, a cidade de Curitiba recebe simultaneamente o *VIII Encontro Brasileiro de Gays e Lésbicas* e o *I Encontro de Gays e Lésbicas que Trabalham com Aids*, eventos marcados ainda pela fundação da *Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Travestis e Transexuais* (ABGLT). Como registram Simões e Facchini (2009, p. 144 e 145),

⁴⁵ Entrevista ao autor em 10 mai 2011.

⁴⁶ Há uma extensa bibliografia sobre estas esferas, suas relações e interdependências (PARKER, 2002; FRANÇA 2006, 2010; SIMÕES; FACCHINI, 2009, entre outros), cuja diversidade torna impossível citá-la em sua inteireza na medida em que constitui uma parte significativa do que tem sido definido como campo de estudos de sexualidade e gênero no Brasil das últimas duas ou três décadas. Optamos, assim, por privilegiar, mais especificamente no terceiro capítulo, os próprios discursos circulantes em *Sui Generis* como pontos de partida de análise. Mais do que recorrer a autores que embasem ou “contextualizem” as condições de emergência da revista, acredita-se numa leitura que se constrói, assim, no trânsito entre os discursos elaborados na revista, as entrevistas realizadas com seus jornalistas, e as contribuições dos “achados” das investigações de pesquisadores nesta área.

⁴⁷ *Associação Internacional de Gays e Lésbicas*, fundada na Inglaterra, no final dos anos 1970. Reunia associações da Europa, Estados Unidos e Austrália, com o objetivo de “maximizar a efetividade das organizações gays por meio de uma ação política coordenada em busca dos direitos gays”. Uma cronologia de suas atividades, e as diretrizes atuais de seu estatuto, podem ser encontradas no sítio da instituição. Disponível em : <<http://ilga.org/ilga/en/article/mG6UVpR17x>>. Acesso em 15 abr 2013.

O VIII Encontro foi o primeiro a ser financiado com recursos do Ministério da Saúde, e que reservava uma parte específica para a discussão de questões ligadas ao HIV-Aids, registrando um recorde de número de grupos, com presença de 84 entidades, entre elas 34 grupos gays ou mistos, três grupos exclusivamente lésbicos e três grupos de travestis. Realizaram-se 26 oficinas e grupos de trabalho sobre temas variados [...] A Conferência da ILGA realizada no Rio (a 17ª de sua história) contou com cerca de 1.200 participantes. A lista de recursos obtidos por esses eventos é ilustrativa da dimensão atingida pelas conexões do movimento. Segundo os registros no Guia Oficial da Conferência, houve apoio do Ministério da Saúde, por meio do Programa Nacional de DST e Aids; da Secretaria Estadual de Saúde do Rio de Janeiro, por meio da Divisão de Controle de DST e Aids; dos sindicatos dos Bancários e Previdenciários, ambos do Rio, e dos trabalhadores na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da UFRJ; de duas ONGs internacionais ligadas à temática dos direitos humanos; de quatro empresas privadas e de quatro associações brasileiras: a ABIA e o Grupo pela VIDDA (ONGs-Aids sediadas no Rio); o Grupo Gay da Bahia (GGB) e o grupo Dignidade. Durante a conferência, aconteceu a primeira Parada do Orgulho *LGBT* celebrada no Brasil.

Como é possível destacar a partir da análise dos autores, o modo como se financiou o evento da ILGA sinaliza como, em meados da década de 1990, o ativismo gay e lésbico (e em menor escala, travesti e transexual) estabelecia novas conexões com outros setores sociais. Os autores sugerem que, a partir daquela década, intensificam-se as relações entre uma “militância” (tradicionalmente tendo à frente ONGs e associações) e o “mercado”. Privilegiando uma periodização histórica centrada na “trajetória do movimento político em torno da homossexualidade no Brasil”, eles classificam este recorte que se estende da última década do século XX ao presente como uma “terceira onda”.

O final dos anos 1970 e a primeira metade da década seguinte representariam a “primeira onda”, período em que os primeiros coletivos de “homens e mulheres homossexuais” começavam a se organizar, no cenário dos últimos anos do regime militar e o início do processo de redemocratização. A “segunda onda”, por sua vez, abrange a “redemocratização dos anos 1980 e a mobilização em torno da Assembleia Constituinte, que coincidem com a eclosão da epidemia do HIV-Aids, quando se desenharam as condições de institucionalização do movimento” (Simões e Facchini, 2009, p. 14). Já a “terceira onda” delinea-se

a partir de meados dos anos 1990, em que a parceria com o Estado, gestada no período anterior, se consolida e dá impulso à multiplicação de grupos ativistas, promovendo a diversificação dos vários sujeitos do movimento na atual designação *LGBT*, a formação das atuais grandes redes regionais e nacionais de organizações, e a consagração das Paradas do Orgulho *LGBT*, paralelamente ao crescimento do mercado segmentado voltado à homossexualidade” (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 14)

Este “mercado segmentado” tem sido objeto particular de investigação nas últimas

duas décadas. França (2006), por exemplo, considera que na década de 1990 “o que se conhecia como 'gueto' transformou-se num mercado mais sólido, expandindo-se de uma base territorial mais ou menos definida para uma pluralidade de iniciativas” (p. 2). Se o “gueto” homossexual nos centros urbanos brasileiros estruturava-se principalmente nas casas noturnas ou nas saunas como espaços principais de sociabilidade⁴⁸, entravam em cena novos estabelecimentos, espaços de consumo e canais de informação, num mercado que passou a se rotular como “GLS”, ou seja, direcionado a gays e lésbicas mas que demonstrasse abertura aos “simpatizantes” que não fossem ou não quisessem ser reconhecidos como “homossexuais”: “festivais de cinema, agências de turismo, livrarias, programas de televisão e até mesmo um canal a cabo, inúmeros sites, lojas de roupa” (*Ibid.*).

Como observa a autora, isto envolvia “também o estabelecimento de uma mídia segmentada”, em que revistas como *G Magazine* e *Sui Generis* alcançaram “visibilidade e alcance” distintos de outras publicações que surgiram na década de 1980, logo após o fechamento do *Lampião da Esquina*. Particularmente sobre a *Sui Generis*, França (2006, p. 66) destaca: “investia numa apresentação visual sofisticada, com ensaios de moda, artigos sobre as novidades do cenário cultural e comportamento e entrevistas bastante detalhadas com personagens ligados de alguma forma à homossexualidade”.

Parker (2002), por sua vez, enxerga nos anos 1990 o desenvolvimento de um “circuito gay”, caracterizado pelo “surgimento de uma variedade de estabelecimentos comerciais que concentram não apenas os encontros sexuais eventuais, mas também um tipo mais abrangente de sociabilidade gay” (p. 119). Para o autor,

uma indústria do entretenimento enraizada na subcultura gay mas que se estende além dela e adquire um certo apelo *cult* junto a hetero progressistas (ou ousados), turistas estrangeiros e semelhantes se desenvolveu como parte de toda uma indústria do entretenimento no Brasil, e filmes, peças teatrais e outras obras de arte que lidam com a homossexualidade ou desenvolvem temas gays têm estado no centro da atividade e da atenção culturais. Devido a este leque crescente de empreendimentos culturais e comerciais construídos em torno de concepções de homoerotismo, homossexualidade e, cada vez mais, identidade gay, talvez não tenha sido surpresa o fato de que em meados da década de 1990 começou-se a falar, nos noticiários e nos circuitos e redes gays, no que estava sendo descrito como um “mercado gay” (PARKER, 2002, p. 128)

Sui Generis é mencionada por Parker (2002, p. 337) como “uma das mais sofisticadas e visíveis dessa nova onda” de “revistas e jornais gays que começaram a florescer

⁴⁸ Isso não quer dizer que se tratava de um espaço rigidamente demarcado. Convém lembrar as análises de Perlongher (2008 [1987]) sobre a deriva de homens que se relacionavam com outros homens, em fluxos que atravessam espaços urbanos e desejos. Voltaremos à questão do “gueto” a partir da leitura do jornal *Lampião da Esquina* e de reflexões empreendidas por MacRae (1983; 1990). (cf. Capítulo 2).

em meados da década de 1990”.

Não é nossa intenção esgotar as leituras dessa “época” coincidente ao aparecimento da revista. Isadora Lins França (2010, p. 1), em outro trabalho, passa a interrogar a “produção de subjetividades, categorias identitárias e estilos relacionadas à homossexualidade num contexto de segmentação do mercado, reavaliando assim as diferenças e contradições que se enredam de modo mais complexo do que o guarda-chuva “GLS” sugere, e seus desdobramentos nos anos mais recentes. Carrara e Simões (2007), por seu turno, questionam diretamente a leitura de Parker sobre como este situa tal “circuito gay” nos trânsitos entre local e global. Mesmo que reconheçam a leitura do antropólogo como “instigante” e o esforço deste “em ultrapassar uma abordagem simplista da relação 'norte'/'sul' ou 'centro'/'periferia’”, entendem que a análise de Parker acabaria por reiterar que “as culturas periféricas somente seriam 'ativas' dentro dos limites impostos por uma 'passividade' englobante ou estrutural”⁴⁹.

De todo modo, queremos sugerir que compreender a emergência de uma revista como *Sui Generis* contribui para salientar a particularidade desse momento de vivência das homossexualidades do Brasil, identificados pelos autores já mencionados, mas também cobra, mesmo de um lugar pontual que é o de uma revista segmentada com um perfil editorial específico, uma perspectiva crítica para situar as dimensões desse “mercado gay”.

Enfatizamos, assim, que apesar da euforia no lançamento de *Sui Generis*, e de uma existência considera longa quando se toma como referencial um título informativo que se posiciona como *gay*, os depoimentos dos jornalistas entrevistados para esta pesquisa convergem em descrever as dificuldades que atravessavam a feitura de cada edição da revista. Como destaca Scofield Jr.,

Com a queda da opressão militar, principalmente depois de 1986, de fato você percebe que a cena gay ganhou mais impulso nos grandes centros, principalmente nos grandes centros como Rio, São Paulo, Salvador, Recife e o Sul. Eu acho que a gente sentia uma expectativa de que, como isso estava aumentando, aumentavam também as estórias, aumentavam as realidades, os lugares, entende? A gente achava que era preciso discutir isso de alguma maneira, em um veículo *mainstream*, em um veículo que não fosse acanhado, que não fosse mal produzido, que não fosse burro. Que tivesse uma aparência comercialmente aceita e um discurso bem estruturado. Era, basicamente, isso. Mas eu acho que sim, aproveitava-se um pouco dos ares de mudança que vinha naquela época (...) A gente tinha uma expectativa que depois não se confirmou, de que a gente ia atrair o chamado “mercado gay” para anunciar na revista. E a gente achava que, no fundo, no fundo, Coca-Cola, companhias aéreas, empresas de turismo, grifes de moda, não anunciavam nas revistas gays porque elas

⁴⁹ Prossegue a crítica: “O movimento inicial que acontece no 'centro' depende delas. Elas o incorporam, processam e, dadas certas circunstâncias, especialíssimas, conseguem exportá-lo reelaborado. O movimento tem sua origem sempre em seu 'exterior’” (CARRARA; SIMÕES, 2007, p. 91 e 92).

não existiam! Então, passando a existir, a gente tinha a impressão que isso ia aparecer, né, não é possível que não percebam que esse mundo das grifes é um mundo que tem um imaginário gay enorme, que turbinam essas grifes, que dão valor inestimável a elas. Portanto, seria uma boa ideia anunciar numa revista que tratasse diretamente com esse público. Isso acabou não se confirmando⁵⁰.

A questão da ausência de anúncios foi apontada pelos jornalistas como um dos principais desafios que atravessavam a rotina editorial de *Sui Generis*. Ainda que não fosse regra, algumas edições chegavam com atraso às bancas e às casas dos assinantes devido à espera pela confirmação ou não de uma peça publicitária. Na primeira edição, de um total de 76 páginas, apenas seis eram de anúncios. Duas páginas eram da gravadora musical EMI, anunciando *compact-discs* dos cantores Renato Russo e Nana Caymmi. Outra página destacava “a primeira e única locadora exclusiva de vídeos eróticos gays do Brasil”, localizada no centro do Rio de Janeiro. Uma página trazia pequenos anúncios de casas noturnas, shows e “serviços” como assistência eletrônica e “catering de eventos”, além de uma agência de viagens paulistana com “roteiros exclusivos para gays, lésbicas e simpatizantes”. As duas últimas páginas traziam, respectivamente, um filme *blockbuster* em cartaz nos cinemas e uma grife de roupas e acessórios para o público jovem.

Durante os anos de existência da revista, essa realidade pouco mudou. É possível identificar, em cada edição, poucos anúncios de grandes marcas ou empresas, mesmo de segmentos alinhados ao universo de leitores projetados de *Sui Generis*, como a moda ou de serviços como beleza e viagem. Era recorrente o uso de *calhaus*, estratégia que, se permite reforçar por meio de anúncios promovendo a própria revista uma imagem de si para os leitores⁵¹, sinaliza que as páginas que deveriam ser preenchidas por publicidade não foram ocupadas prioritariamente por esse fim.

Ao longo dos cinco anos, também podemos perceber que, mesmo investindo numa linha editorial cujo conteúdo buscava se distanciar de um universo situado como “erótico” ou “pornográfico” e investindo-se de uma imagem “sofisticada”, parte significativa do conteúdo publicitário veiculado na revista era ocupado por pequenos anúncios, comumente de saunas e locadoras de vídeo eróticos. Outro sinalizador das dificuldades de se captar recursos é identificar em edições cuja página final, tradicionalmente ocupada por publicidade em qualquer publicação jornalística, consistiam numa segunda capa invertida, geralmente com uma alteração não significativa da capa original.

A partir de 1997, com *G Magazine* firmando-se como principal revista gay do país

⁵⁰ Entrevista ao autor em 10 mai 2011.

⁵¹ Para um exemplo de calhau, cf. Anexo C.

e tiragens que chegariam a alcançar a cifra de 100 mil exemplares⁵², a editora que publicava *Sui Generis*, a SG Press, lança dois novos títulos, *Homens* e *Sodoma*, revistas voltadas para uma audiência aparentemente mais interessada em contos eróticos e ensaios de nu, nacionais ou reproduzidos/traduzidos de outras publicações estrangeiras⁵³.

Perceber essas dificuldades, assim, sugerem pelo menos duas ponderações: a de que, mesmo quando se considera a década de 1990 como uma época de expansão, no Brasil, de serviços e as expectativas de uma emergência de uma “comunidade gay” ou “GLS”, ao mesmo tempo faz-se necessário pô-la numa perspectiva que, ao menos tomando um segmento de sua imprensa que geralmente é citado como atestado dessa “expansão”, considere tal “comunidade” frente a desafios, dificuldades de articulação e esforços para se manter viável. Também ajuda a entender uma dimensão recorrente nos discursos dos jornalistas de *Sui Generis* entrevistados para nossa pesquisa: não obstante as dificuldades identificadas no dia a dia da redação, quando interpelados para revisitarem suas atuações na revista e da posição que esta ocupava naquele contexto, geralmente expressam como “orgulho” ter feito parte da “história” de uma revista comprometida com uma “causa” que teriam, por meio do trabalho “jornalístico”, ajudado a construir.

1.3.3 Um perfil de *Junior*

“Você sabe há quanto tempo acompanhamos a efervescência do mercado editorial gay no exterior? Anos e anos, morrendo de vontade de fazer uma revista bacana por aqui. Ela seria assumida sem ser militante, sensual sem ser erótica, cheia de homens lindos, com informação para fazer pensar e entreter. Poderíamos até tentar clonar títulos bem sucedidos

⁵² Cf. Péret, 2011.

⁵³ Sobre a trajetória de *G Magazine*, destaca Péret: “Em fevereiro de 2008, depois de lutar vários anos contra inúmeras dívidas, foi vendida para o grupo norte-americano Ultra Friends International (...) Os novos editores fizeram uma grande reestruturação editorial. As colunas perderam espaço, assim como as matérias de comportamento. A *G Magazine*, que quando surgiu pretendia aliar militância e erotismo, vem se transformando em uma revista exclusivamente erótica, já que diminuiu o número de matérias e aumentou o de ensaios fotográficos” (2011, p. 90).

Abordaremos no terceiro capítulo (seção 3.3), a partir de algumas reportagens publicadas em *Sui Generis* e da questão de se veicular ou não o nu em suas páginas, como na verdade o distanciamento do “erótico” consistia em negociações para tentar satisfazer parte da audiência leitora ou captar um público que esperavam mais fotos “eróticas”. Ainda que *Homens* e *Sodoma* não componham nosso *corpus*, o lançamento dos dois títulos não podem ser dissociados de como negociar essa posição de revista de “qualidade”, “sofisticada”, “jornalística” que a revista tentava preservar. Ressalto ainda o que foi dito pela editora Heloíza Gomes, quando ela sugeriu que os dois títulos foram lançados com o objetivo de preservar uma identidade editorial de *Sui Generis*, mas também de compensar financeiramente o investimento com pouco retorno na publicação, algo que se identificou com o sucesso de *G Magazine*.

como a Out americana ou a Têtu francesa, mas não seria a melhor idéia”⁵⁴.

É com essas palavras que André Fischer⁵⁵ (Diretor de Redação/*publisher*) apresenta, em editorial publicado na primeira edição, o surgimento de *Junior* no mercado jornalístico impresso (gay). Esboçam-se ali algumas das diretrizes básicas da linha editorial: produzir uma revista cuja imagem não fosse associada a títulos “eróticos”, mas que não abrisse mão de oferecer aos leitores “homens lindos” sob um recorte “sensual”. O perfil “informativo” das matérias implicaria uma postura “assumida” para com seu leitorado, de atender e ao mesmo tempo conferir visibilidade a temas “sérios” ou eventualmente “políticos”, mas que se conciliasse com a produção de matérias, seções e abordagem de temáticas extraídas do domínio do “entretenimento”.

Uma imagem leve, descontraída, também passava por explicitar ao que a revista não queria ser associada: um veículo “militante”⁵⁶. O termo “assumida”, por sua vez, também sugere o que as linhas seguintes vai circunscrever, o público leitor projetado da revista:

Há tempos esperávamos o momento certo para dar forma a essa **revista masculina direcionada ao gay brasileiro**, onde mulheres e homens de corações e mentes abertos, independente da orientação sexual, também se sentissem contemplados. Quinze anos depois do nascimento do Festival MixBrasil de Cinema, treze anos na

⁵⁴ “Chegou a hora”. Editorial, *Junior*, ano 1, n. 1, set 2007, p. 11.

⁵⁵ Fischer é formado em economia, mas realizou uma trajetória que ele define como “da economia para o marketing, do marketing para a publicidade, da publicidade para a computação gráfica e, com esta, chegou à criação da BBS (Bulletin Board System) que deu origem ao [portal e grupo] MixBrasil”. Filho de um publicitário e uma jornalista, disse que “sempre estive próximo da comunicação”, o que o levou a atuar no extinto *Jornal da Tarde* e como autor da coluna GLS no jornal *Folha de S.Paulo*, na década de 1990, além de eventuais colaborações para a revista *Sui Generis*. O *publisher* (termo de tradição no jornalismo norte-americano para designar o proprietário de um jornal ou revista) também revela que se interessou “desde cedo” por cinema, o que o levou, após o convite de um amigo cineasta a organizar uma mostra de festival de cinema em Nova York, a criar um festival de cinema independente “GLS”, atualmente da “diversidade sexual”, realizado anualmente e que se encontra na 21ª edição. Sobre a criação da BBS, comenta: “Criamos a primeira comunidade online em 1995. Em 1997, tava com um acordo com o [portal] UOL. Eu sempre tive envolvido com essa questão de tecnologia, sabia das possibilidades dessa área e de aplicar isso no universo gay”. Considerado um dos possíveis criadores da sigla GLS (“Gays, Lésbicas e Simpatizantes”), também nos anos 1990, Fischer diz: “A gente lançou a segunda edição do Festival [MixBrasil], e quando fomos lançá-lo, queríamos descrever quem seria o público frequentador, que não seria só gays e lésbicas. O simpatizantes era, inicialmente, para descrever o público do festival. Quando passa a se definir mais amplamente, pode-se considerar como nossa especificidade, brasileira. A única maneira de se expandir aqui, no Brasil, é dialogando e também disfarçando um pouco para enfrentar as resistências. A maneira de ampliar [os espaços] é assim” (Entrevista ao autor em 27 jun 2013). Retomamos ao uso estratégico da noção de “simpatizante” no capítulo 3. Para uma coletânea de textos de Fischer publicados no jornal *Folha de S. Paulo* e no portal *MixBrasil*, cf. Fischer (2008).

⁵⁶ Fischer comenta essa passagem do editorial: “Sensual sem ser erótica é fácil de explicar, não tinha 'pinto', uma contraposição a *G Magazine*, que era revista de referência gay na época, para as pessoas entenderem que não era uma revista de nu. Engajada sem ser militante, não sei hoje em dia, para usar uma referência da época, ela não seria uma revista como a [norte-americana] *Advocate*, política. Mas acho que é muito militante sim, mais do que engajada. Na época quis fazer essa diferenciação. Pra localizar o que era a revista, que falaria de política mas que não era política, que teria homens bonitos mas não pelados, acho que era esse o recado dado (Entrevista ao autor em 27 jun 2013).

estrada produzindo o maior portal de interesse GLS da internet, uma rádio web segmentada e outros sites gays, chegou a hora do nosso júnior vir à luz (“Chegou a hora”, Editorial, *Junior*, ano 1, n. 1, set 2007, p. 11; grifos nossos)

O enunciado simultaneamente demarca o público específico (“masculino” e “gay brasileiro”⁵⁷), como tenta deixar estrategicamente uma abertura editorial que sinalize o reconhecimento de categorias como “mulheres” ou “homens de corações e mentes abertas”. Também podemos destacar que, mesmo explicitando desde sua primeira edição um endereçamento para o leitor “gay brasileiro” e se apresentando como “assumida”, estas são duas dimensões que vão sendo construídas, em *Junior*, na medida em que a revista vai consolidando sua posição no mercado jornalístico. É assim que, em editorial da terceira edição (fevereiro de 2008), podemos ler o comentário do editor em situar ainda como “risco” a presença do termo “gay” na capa da revista: “Também acreditava que usar o termo gay na capa poderia ser arriscado, até que surgem os Gays Bikers e jogam por terra qualquer enrustimento vocabular” (“Metamorfose ambulante”, Editorial, *Junior*, ano 1, n.3, fev 2008, p. 12).

O título *Junior* também é um forte indiciador tanto da imagem que a revista vai reivindicar para si como do público a ser priorizado: *jovem*. Fischer justifica a escolha ainda como o vínculo paternal(ista) a ser estabelecido entre o leitor e o periódico: “Junior é o teu filho, é o filho que o gay não tem, então é um nome de todo homem, mas ele dá essa conotação de ser jovem também. O gay de 50 anos que quer se sentir com 30”⁵⁸.

⁵⁷ André Fischer, em entrevista à *Revista Imprensa*, ao discorrer sobre a inexistência de uma revista informativa lésbica de circulação expressiva no Brasil, sita-a como uma questão mercadológica: “É uma questão importante. Mas na hora que eu vou fazer uma revista que vai contar com as vendas em banca e com os anunciantes, meu público é masculino”. In: VESCELAU, Pedro. O (supermercado) gay. *Revista Imprensa*, São Paulo, n.230, dez 2007.

⁵⁸ In VESCELAU, Pedro. O (supermercado) gay. *Revista Imprensa*, São Paulo, n.230, dez 2007.

Miskolci tece os seguintes comentários sobre a construção dos leitores (e do perfil) de *Junior* como “jovem”: “Sem modelos ou scripts para a vida adulta que possam competir pelos ditados pelo mercado, estes homens vivenciam a experiência de ter que viver a partir de ideais de consumo que marcam não apenas a compra de objetos, mas, sobretudo pressões sobre aonde ir, com quem sair, a quem desejar e – sobretudo – como se tornar socialmente aceito. Nestas condições, ao adotarem uma vida “gay” vivem um corte biográfico em que a adolescência anterior pouco parece prover para a experiência presente. Daí sua abertura a referências “fora de época” e a uma problemática afetivo-sexual que se mistura, inevitavelmente, com a busca por formas de encontrar uma nova inserção social na sempre ameaçada condição da homossexualidade.(...) Em meio a estes aprisionamentos corporais e subjetivos, compreendemos o culto de uma juventude idealizada como estado “natural”, condição mesma de uma certa homossexualidade em nossa cultura. Nas matérias sobre relacionamentos, por exemplo, encontramos uma intitulada “Era vidro e se quebrou”, mais uma referência infantil(izada) que corrobora que é a armadilha da “imaturidade”, de poderosos ideais e fantasias sobre si mesmo, que preenche as páginas e marca a vida dos leitores da principal revista do segmento editorial gay brasileiro (MISKOLCI, Richard. In: <<http://www.ufscar.br/cis/2010/06/reflexoes-queer-sobre-a-revista-junior/>> Acesso em 12 ago 2013. Também conferir a análise de Azevedo (2010).

Paiva, por seu turno e pensando a partir do lugar da velhice e das conjugalidades homossexuais, interroga:

Composta por profissionais jovens, que do estagiário ao editor e ao *publisher* abrange uma faixa etária que aparenta estar entre os 20 e os 40 e poucos anos, essa foi uma dimensão ressaltada por todos os colaboradores da revista entrevistados para esta pesquisa: um dos jornalistas destacou que o fato de ser um “jovem jornalista” na casa dos 20 e poucos anos foi relevante para seu ingresso na revista, trazendo consigo uma “visão jovial” ao “leitor da minha geração, de amigos, da noite, um olhar jovem, curioso, olhar do novo”. Outro colaborador, também na mesma faixa etária, enfatizou que “a *Junior* tem muito a cara de quem faz a revista, de quem é inserido no mundo gay, das coisas que a gente vive e das que nos enviam”, devendo a revista “pender para um lado jovem, mas que seja jornalístico”. Um dos repórteres destacou que o foco da revista “ainda é um leitor gay, masculino e jovem”, e que “a gente foca [nos leitores] dos 16 aos 27, 28 anos”, mas ponderando estimar a existência de “um bom número de leitores acima dos 30 ou 40 anos” e ressaltando que, embora trabalhe com esse recorte, “até hoje não conseguimos encontrar uma fórmula da personalidade de um leitor ideal”, pois acredita ser esta “ainda uma busca, da revista e da imprensa gay como um todo”. Fischer, por sua vez, quando interpelado sobre qual o perfil do leitor e da escolha pelo título *Junior*, comentou comparando-a com a criação de outra publicação do grupo *MixBrasil*, a *H Magazine*, lançada no primeiro semestre de 2012⁵⁹:

Da revista ser jovem, sim, já é uma demarcação. Até hoje não sei dizer exatamente quem é o leitor da *Junior*. Sei dizer que sim, é um leitor gay, mas até hoje acho difícil delimitar. A gente nunca fez pesquisa grande, nunca teve dinheiro pra isso. Acho que tem todo tipo de homem comprando, mais jovem, menos jovem, mais rico, menos rico. Comparando com a H, acho que a *Junior* é mais pop, o público da H, mais maduro, assumido. Uma tem gíria, outra tem palavrão, a gente costuma brincar na redação. A *Junior* tem gíria nova, conectada com essas novidades, mais pop, a H, um público mais masculino. Tinha até uma questão pessoal, de eu não me

“Se consultarmos os estudos sobre velhice no Brasil, verificaremos, como regra geral, o silêncio a respeito do envelhecimento homossexual. Poderíamos ver aí um sintoma de recalcamento das questões relativas a aliança e parentesco que, no campos LGBTT, se achariam desbussolados? (...) Quando é, por exemplo, que um gay começa a envelhecer? Quando se depara em “envelhescência”? Aos trinta? Aos quarenta? Aos cinquenta? A matriz heterossexual nesse sentido ajuda a delimitar um campo mais ou menos desenhado para essa marcação: envelhece-se quando os filhos saem de casa, ou quando casam, ou quando vêm os netos... Mas quando não há esses marcadores geracionais expressos na norma conjugal e familiar, quando é que se começa a envelhecer? E o que a experiência de envelhecer faz mudar a percepção de si, do outro e do mundo?” (PAIVA, 2009, p. 199-201).

⁵⁹ A sedimentação deste endereçamento a um leitor jovem como eixo da linha editorial ajuda a compreender o lançamento de *H Magazine* em fevereiro de 2012, pela mesma editora *MixBrasil*. Bimestral, esta é apresentada editorialmente num contraponto a *Junior*: “E se a JUNIOR foi pensada para um leitor jovem – ou que busca informação jovem – conectado com a noite, novas tendências de moda e cultura pop, a H vem preencher a lacuna de informação existente nas bancas e tablets para o homem gay com mais de 30, mais tranquilo e de bem com a vida. Ainda que não tenha a revista um caráter erótico, colocamos na capa o aviso 'desaconselhável para menores de 18 anos' para poder ousar um pouco mais sem chocar ninguém, e sobretudo porque esta não é uma revista para adolescentes” (“Hora H”, Editorial, *H Magazine*, ano 1, n.1, fev/mar 2012, p. 6).

encarar tanto como um leitor da *Junior*, daí lançar a *H*. Mas é uma percepção, a gente nunca fez pesquisa, é no *feeling*.⁶⁰

Inicialmente com previsão de tiragem trimestral de 30 mil exemplares e venda em todas as capitais brasileiras, posteriormente estendida a algumas cidades de Portugal, *Junior* vira bimensal na edição seguinte e se torna mensal na edição 14 (abril de 2010), o que não deixa de atestar como a fórmula editorial da revista tinha encontrado público cativo. A revista diminuiu a circulação em anos recentes – André Fischer relata uma circulação média, em 2013, um pouco menor do que a metade dos números do lançamento e a distribuição em 135 cidades do Brasil⁶¹ –, mas manteve uma periodicidade mensal regular.

A atual redação de *Junior* funciona no andar de um prédio comercial localizado no encontro da Avenida Vieira de Carvalho e o Largo do Arouche, que também é a sede do *MixBrasil*. Esta é uma região que, há mais de meio século, é referência na sociabilidade homossexual/gay paulistana, com casas noturnas e bares e, nas ruas do entorno, cinemas eróticos, mas que a partir dos anos 1990, vê um público de maior poder aquisitivo migrar para estabelecimentos localizados em outros circuitos, como o bairro dos Jardins⁶². Anteriormente, funcionava numa casa no bairro de classe média-alta Vila Madalena, Zona Oeste da capital.

O espaço lembra basicamente um apartamento antigo e espaçoso, com piso de taco em madeira, uma antessala onde se destacam o logo do *MixBrasil* e um *display* com edições antigas de *Junior* e *H*. Quando visitei o local pela primeira vez, fui recebido por uma secretária jovem, vestida em trajes casuais. Um cachorro que circulava livremente pelo espaço reforçou a informalidade que o ambiente sugeria. Tanto na mesa da recepção como nas duas bancadas em que atuam os jornalistas, pude ver pequenas bandeiras do arco-íris, símbolo amplamente vinculado ao que, nas últimas décadas, se convencionou designar de “comunidade gay” ou, mais recentemente, “LGBT”.

Mesmo para os padrões de uma revista impressa segmentada, *Junior* tem uma redação que pode ser considerada pequena⁶³. Os jornalistas entrevistados para a pesquisa

⁶⁰ Entrevista ao autor em 27 jun 2013.

⁶¹ Entrevistas ao autor em 12 mar 2013 e 27 jun 2013. O *publisher* atribui a diminuição da tiragem a um encolhimento do mercado editorial de revistas impressas, não apenas gays, mas geral.

⁶² Uma descrição desses deslocamentos é empreendida por França (2006).

⁶³ Na última edição do *corpus*, junho de 2013, o expediente registrava como “Publisher” André Fischer e na seção “Redação”, o “Editor” Marcelo Cia e, sob a rubrica “Reportagem”, Gean Oliveira e Nelson Neto (estagiário). Um total de 11 colaboradores participou daquela edição. Na seção “Arte”, “Projeto gráfico e editor” era atribuído a Marcio Caparica, “Editor assistente” Marcio Rosemberg e “Design e tratamento de imagens” Alan Key. Trabalhar com colaboradores revela-se uma estratégia empresarial de menor custo fixo para o veículo.

apresentam descrições convergentes de suas rotinas: um deles relatou que dedicava o período da manhã para atualizar o sítio eletrônico do portal *MixBrasil* com notícias e para leituras das páginas eletrônicas de revistas gays estrangeiras. O turno da tarde, que poderia se estender até o início da noite, era dedicado à produção de *Junior*, mas quando se tornou “repórter especial”, passou a escrever a maior parte das matérias em casa. Outro jornalista informou que, quando não estava na “rua” fazendo reportagens e eventos, “como o que é normal em qualquer mídia”, trabalhava seis horas no período vespertino, sendo que metade do período consistia em “abastecer o site de notícias” e, o restante, ao conteúdo da revista mas destacando que “não era tão rígida essa divisão”.

Geralmente, a interlocução sobre o andamento das pautas, o enquadramento a elas conferido é feito diretamente com o editor da redação, com relativa independência. A “semana de fechamento”, ou seja, os dias em que as matérias são “finalizadas” e a revista diagramada no formato que vai ser impresso e posto em circulação, como em qualquer publicação jornalista, é o período de atividade mais intensa. Também é a ocasião de maior interação entre os repórteres e editor, de avaliação do que foi produzido, dos eventuais ajustes etc. Segundo me informou um dos jornalistas, geralmente ocorre uma reunião mensal e, quando avaliada como necessária, uma reunião extra. A mesma equipe que atua em *Junior* eventualmente também colabora com matérias para a revista *H*.

O fato de estar sediada na capital paulista reforça, entre os próprios jornalistas e o *publisher* da revista, uma imagem de que *Junior*, apesar de se posicionar como “nacional”, concentra suas pautas num universo de classe média/alta de consumo e serviços (casas noturnas, saunas, centros de estética e beleza)⁶⁴ da cidade. Quando questionados a respeito, os jornalistas apresentaram respostas convergentes: ainda que reconheçam um esforço de cobrir outras cidades, as limitações na estrutura da redação para fazer uma cobertura

⁶⁴ Ainda que Fischer tenha destacado nas entrevistas não realizar pesquisas sobre o perfil do leitor, na edição 26 (março de 2011) há uma matéria na seção “Especial” indicando que *Junior* realizou sua “primeira pesquisa com os leitores”, em que ouviu “100 deles” a partir de “uma mescla de membros das comunidades da revista no Orkut, Twitter, os que comentam as edições por e-mail e outros ainda que responderam nosso chamado pelo site da JUNIOR”. Na faixa etária, informam-se os seguintes números: 2% dos leitores teriam menos de 18 anos; **20% de 18 a 24 anos; 48% de 25 a 31 anos**; 20% de 31 a 39 anos; e 10% com mais de 40 anos. **66% dos entrevistados dizem “estar namorando” ou “casado”**, 44% solteiros. Nas respostas espontâneas sobre as “principais qualidades da revista”, comenta-se que “disparado aparecem respostas como **conteúdo não erótico, fotos não apelativas, não colocar nudez, não ter pornografia**, entre outras respostas equivalentes (...) Ainda neste tópico, há grande quantidade de respostas sobre a 'abrangência de assuntos' das reportagens e elogios em relação a 'fotos, visual e os modelos', e a 'qualidade das reportagens”. No box “O que falta”, registra-se que “entre os assuntos que a JUNIOR deveria tratar com mais frequência, o que mais aparece é ligado ao mercado de trabalho (como assumir no trabalho, projetos e leis que protegem profissionais gays, sugestões de carreira etc), e que “também são citados conteúdos sobre religião; matérias dirigidas a homens maduros, reportagens que tirem dúvidas sobre leis de casamento gay e proteção contra homofobia” (“Quem é você”. *Junior*, ano 4, n. 26, mar 2011., p. 40-41; grifos nossos).

geograficamente mais ampla, a relevância que atribuem ao peso econômico e cultural da metrópole paulista em comparação a outras cidades brasileiras, ou ainda ao fato de serem moradores e frequentadores de espaços de lazer dessa capital conferem uma “cara paulistana” à revista. Um dos repórteres ponderou que buscavam trazer notícias sobre a noite e as cenas culturais ou estórias com personagens de outras localidades como Rio de Janeiro e Brasília. André Fischer, por sua vez, destacou que “apesar de jogar com uma imagem de beleza brasileira que é muito construída no Rio, ela é muito paulistana” e de que, “apesar de ter colaboradores, é um olhar mesmo construído a partir de São Paulo”. O *publisher* relativiza entendendo que “mesmo não existindo um padrão” nas capitais brasileiras, haveria “referências em comum” com a maior cidade do país. Também enfatiza os principais anunciantes estarem sediados ali e o fato de que 45% do total das vendas de *Junior* ocorrem nas bancas paulistanas.

Quando comparada a *Sui Generis*, *Junior* tem em suas páginas um número mais regular de anunciantes, que inclui grifes de médio porte de moda – principalmente *underwear* ou roupas casuais como camisetas e bermudas; pousadas ou saunas para o público “gay” ou “gay-friendly”; casas noturnas gays de grande porte de cidades como São Paulo, Salvador, Recife e Goiânia; marcas de perfume internacionais; eventualmente, uma grande rede de livrarias francesa, com lojas em capitais e cidades de médio porte do sudeste, sul e centro-oeste do Brasil, veicula anúncios de página dupla⁶⁵. O *publisher* André Fischer ressalva, na entrevista para esta pesquisa, entre um tom cético e pessimista, que desde os anos 1990 discute-se a emergência de um “mercado gay” no país, mas entende que este, “em termos mesmo de mercado”, “não cresceu” ou “continua muito pequeno” quando comparado à expansão, nas últimas décadas, do mercado consumidor no Brasil⁶⁶.

Ainda no editorial da primeira edição, também é posta numa indeterminação a existência local de uma “comunidade gay”, num cenário descrito da seguinte maneira:

Conhecemos bem de perto as especificidades da comunidade – se é que podemos

⁶⁵ Na edição 05 (ano 1, maio de 2008), os anúncios correspondiam a 15 de 132 páginas; no exemplar 29 (ano 4, junho de 2011), que trazia na capa o “Mister Brasil 2011”, 18 páginas, num total de 100; a edição 50 (abril de 2013) trazia 10 páginas de anúncio, também num total de 100 páginas.

⁶⁶ Fischer faz a seguinte leitura: “Pensando no Brasil, acho que está ligado a questões culturais, de a gente aqui ser mais careta, conservador. E aí entra outra coisa que não é só brasileira, mas qual o sentido desse mercado para novas gerações? Hoje, quando você fala de mercado gay, você fala para mais de 25 anos. Não acho que exista um mercado para jovens. Tem uma questão etária, de a nova geração se identificar de outras maneiras. O que conquistamos nesses anos foram direitos e visibilidade. Quando você sai de um miolinho muito pequenininho, localizado nos grandes centros urbanos, acho que não mudou tanto assim, e acho que isso dificulta a estruturação desse mercado. A gente não pode nem falar de mercado porque é um número muito pequeno, que não configuraria a ideia de um mercado em si” (Entrevista ao autor em 27 jun 2013).

chamá-la assim – gay no Brasil. Tudo aqui tem uma lógica própria. Realizamos a maior Parada Gay do planeta mesmo sem haver uma mobilização de massa por direitos GLBT. Temos um festival de cinema da diversidade sexual mandando filmes nacionais para fora que surgiu antes que se estabelecesse uma produção local reconhecida. Estamos dispostos a perder o medo de avançar, precisamos apenas de um empurrão (...) Apesar da enorme visibilidade conquistada na última década, o segmento conseguiu se organizar mais efetivamente em torno de nichos específicos na internet, noite e sexo. Outras áreas como turismo e moda já descobriram que não vivem sem nós. Outros estão começando a entender isso agora (“Chegou a hora”, *Junior*, ano 1, n.1, set 2007, p. 11)

No *corpus* analisado, percebemos um esforço editorial de retratar modos de identificações associados ao que a revista, em linhas gerais, situa como esses “nichos”, ligados a estilos de vida e subculturas urbanas mais específicas, como *punks*, *skatistas* ou *surfistas* “gays”, a cenas que complexificam as possibilidades de identificação no interior do “universo gay”/ LGBT, ou estórias de vida e experiências que podem por em tensão modos hegemônicos ou as possibilidades de (auto)reconhecimento no referente *gay*, particularmente com um destaque relativo à cena “ursina”⁶⁷. Do mesmo modo, a seção *Dossiê*, sobretudo nas primeiras edições, investia em reportagens mais extensas sobre as vidas de sujeitos ou sobre realidades que parecem escapar ou desafiar os modos de ser e de consumir priorizados na maior parte das próprias páginas da revista⁶⁸.

Entendemos que, numa leitura macro, essas matérias sinalizam o reconhecimento da diversidade e dos modos complexos em que se problematiza, se recria e se põe também em xeque tal noção de “comunidade gay” no Brasil de anos recentes⁶⁹. Também sugerem que a construção de uma linha editorial, ao privilegiar certos modos hegemônicos de representação,

⁶⁷ “Woof – Mike Smarro faz sucesso ajudando a criar a iconografia da moderna comunidade dos ursos” (*Junior*, ano 1, n. 3, fev. 2008, p. 82-85); “Queer nerds – quadrinhos, homens e joysticks” (*Junior*, ano 1, n. 4, abr 2008, p. 38-41); “Tc de onde – você é MLK, BROW, KSDO ou SARADAO?” (*Junior*, ano 1, n. 9, 2009, p. 46-47); “Whoof! Nova geração de ursos é mais linkada e bem resolvida” (*Junior*, ano 4, n. 27, abr 2011, p. 28-31); “Surfistas assumidos” (*Junior*, ano 4, n. 27, abr 2011, p. 28-31); “Punks gays – Rebelia em dobro” (*Junior*, ano 4, n.28, mai 2011, p. 52-53); “Skatistas gays revelam suas manobras” (*Junior*, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 42-45); “Punks gays – anarquia e viado sim. Vai encarar?” (*Junior*, ano 6, n. 51, p. 58-60).

A cena de “ursos” é explorada etnograficamente por França, a partir do acompanhamento de uma de suas principais festas realizadas em São Paulo (“Ursound”), das complexidades de classificação e de produção de subjetividades e desejos no interior deste universo, nas “fronteiras” entre “normatividades” e “subversões” (cf. FRANÇA, 2010, particularmente o capítulo IV). Em linhas gerais, “ursos” são homossexuais que não se identificam com o padrão de corpo magro ou definido e de poucos pêlos.

⁶⁸ “Amor e sexo na prisão” (*Junior*, ano 1, n.4, abr 2008, p. 102-105); “Vida Real – Gays que moram nas ruas de SP contam seus dramas e sonhos” (*Junior*, ano 1, n. 6, jul 2008, p. 38-43); “Interior – Como gays enfrentam preconceito e fofoca em cidades pequenas” (*Junior*, ano 1, n. 7, set 2008, p. 68-71); “20,30,40,50 - O que muda no sexo com o passar do tempo” (*Junior*, ano 4, n. 29, jun 2011, p. 36-39); “Todas bate (*sic*) continência! Dossiê: Homens fardados” (*Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 40-42); “Dossiê Gays na periferia – Bom dia, comunidade!” (*Junior*, ano 5, n. 34, nov 2011, p. 36-39); “Transhomem – tem que ser muito macho pra deixar de ser menina” (*Junior*, ano 6, n. 51, mai 2013, p. 72-74).

⁶⁹ Numa extensa produção sobre esse tema, Facchini (2005), França (2006, 2010), Simões e França (2005).

que a revista tanto reproduz como também (re)cria, não deixa de ser atravessada por dissonâncias, dispersões, que emergem seja na reflexão dos seus ofícios pelos próprios atores que atuam na revista, seja na necessidade de atender a uma parte leitora do público que cobra, por meio de cartas e e-mails, outras possibilidades de serem “visibilizados” ou “representados” editorialmente.

Ao mesmo tempo, esse conjunto de matérias também pode ser situado num espaço que, editorialmente, parece circunscrito. Mesmo quando bem intencionadas, elas não deixam de reiterar determinados sujeitos, desejos e modos de ser e viver como notícias à margem ou da/na “periferia”. Em outros casos, como nas reportagens sobre “skatistas” e “surfistas gays”, não se deixa de se reforçar estas como categorias fetiches a partir do olhar “privilegiado” dos “gays” tomados como leitores prioritários/majoritários.

Destacamos, por fim, que no mesmo ano do lançamento de *Junior*, *DOM (De Outro Modo)* chegou ao mercado numa disputa por um público semelhante⁷⁰, com capas que investiam em modelos ou atores de televisão que se apresentam ou são reconhecidos como “galãs” heterossexuais. *Aimé* também pode ser considerada outra representante do que, num momento de leitura positiva do aparecimento desses títulos, foi considerado como uma nova fase da “imprensa gay brasileira” mas que, pouco menos de uma década depois, encontra em *Junior* e nos títulos do *MixBrasil (H Magazine e Junior Homem*⁷¹) alguns dos poucos títulos impressos de referência não centradas em ensaios de nu e com venda em bancas de revista. Tanto Fischer como os jornalistas atribuem a longevidade de *Junior* a fatores diversos, desde a insistência em não expor nas páginas da revista a genitália masculina, afastando-a de qualquer vinculação, por parte dos leitores e dos anunciantes, ao que se poderia ser visto como “pornográfico”, como a uma compreensão, por parte da equipe que faz a revista, de que profissionalmente entendem e conseguem responder às necessidades específicas do público privilegiado como leitor.

Nesse contexto, é importante perceber que, dos três títulos lançados praticamente na mesma época, *Junior* era a única veiculada a um grupo (*MixBrasil*) cuja atuação está estabelecida há quase duas décadas, notadamente num circuito que inclui o maior festival anual de cinema da “diversidade sexual”, a realização de um programa de rádio semanal numa

⁷⁰ *DOM* foi lançada por uma editora de médio porte no segmento editorial de revistas, a Peixes, encerrando suas atividades em 2009.

⁷¹ A *Junior Homem* consiste em edições esporádicas (até o momento, quatro foram lançadas), contendo apenas ensaios fotográficos, geralmente com modelos que já foram retratados nas páginas da revista principal.

rádio de notícias (CBN) e, principalmente, de um portal homônimo de internet brasileira⁷², hospedado no portal de conteúdo de grande acesso no Brasil (UOL). Como destacou um dos jornalistas entrevistados, o fato de *Junior* estar em circulação regularmente há seis anos deve-se tanto “à marca da editoria MixBrasil, por esta já estar construída, ter uma trajetória”, como da “preocupação constante de tentar entender o que o leitor quer, sabendo se adaptar e se transformar ao longo do tempo”⁷³.

De todo modo, a afirmação de uma revista como *Junior* em anos recentes, por sua vez, exige pensarmos nos esforços de se reivindicar a formação de uma “imprensa” ou “jornalismo gay” que remonta, no Brasil, à segunda metade do século XX, o que faremos no capítulo seguinte.

⁷² <http://mixbrasil.uol.com.br>.

⁷³ Entrevista ao autor em 26 jul 2013.

CAPÍTULO 2 - ENTRE BICHAS, GAYS E HOMOSSEXUAIS: “JORNALISMO ENTENDIDO”/“GAY” NOS ANOS 1960 E 1970

Neste capítulo, buscamos refletir como se constrói, numa perspectiva sócio-histórica situada entre os anos 1960 e a virada da década de 1970 para 1980, uma noção de “imprensa gay” a partir do engendramento, nos discursos de algumas publicações representativas, de categorias como “gay”, “entendido”, “bicha” e “homossexual”. Na análise de *O Snob* (1963-1969), *Gente Gay* (1976-1977) e do primeiro ano de circulação do *Lampião da Esquina* (que foi publicado entre 1978 e 1981), três dos principais títulos do período demarcado, apresentamos, mais do que um segmento editorial com fronteiras definidas nesta rubrica, as tentativas de se elaborar um jornalismo situado como *entendido*, *gay/guei* ou *homossexual* como terreno onde se agenciam categorias que expressam e forjam, ao mesmo tempo, experiências, práticas e identificações.

Do conjunto que abrange desde o boletim caseiro de uma “turma” de *bichas* e *bonecas* da cidade do Rio de Janeiro – *O Snob* – ao tabloide que se apresentou como o primeiro “jornal homossexual” de circulação nacional à venda em bancas de revista – *Lampião* –, também emergem discursos que recontam os modos como algumas das principais categorias sexuais e de gênero são elaboradas no Brasil da segunda metade do século XX.

Ao fazermos uma análise de como determinadas categorias sexuais e de gênero articulam-se aos modos de vivência das homossexualidades a partir de um recorte específico centrado nas políticas editoriais dessas publicações, busca-se aqui construir uma leitura que tenta (re)situar os discursos elaborados nestes jornais, de pensar como eles engendram o que se apresenta como *bicha*, *entendido*, *homossexual* e, para usar noções correntes na época, o *homossexualismo*, o *mundo entendido* ou *gay*.

Todas essas categorias e definições dependem de uma reflexão que busca num aporte bibliográfico o diálogo para pensá-las criticamente, mas o que se convencionou chamar de “referencial teórico” – textos de autores como Fry (1982), Barbosa da Silva [2005 (1958)], Green (1999) e, sobretudo em nossa análise, MacRae (1983, 1990) – também são discursos que pautaram (e pautam) os distintos modos como estas mesmas categorias sexuais e de gênero, e as políticas em torno delas, emergem, organizam-se, são reivindicadas ou, em contraposição, são deslocadas ou postas em questionamento no Brasil das últimas décadas. É o caso, por exemplo, da noção de “gueto homossexual” como uma referência (simultaneamente estratégica e problemática) nos debates em nosso país da virada dos anos 1970 para 1980, evidenciada para pensar as transformações nos espaços de sociabilidade e

consumo gays em nossos centros urbanos a partir tanto do discurso acadêmico de MacRae (“Em defesa do gueto”, 1983) como do editorial de inauguração do jornal *Lampião da Esquina* (“Saindo do gueto”, 1978).

Nessa mesma perspectiva, incluem-se as referências a pesquisas que, indireta ou diretamente, abordam alguns dos três jornais selecionados (GREEN, 1999; MARTINS DA COSTA, 2010; SILVA, 1998) ou, num escopo mais geral, com a “imprensa gay” brasileira (PÉRET, 2011; RODRIGUES, 2010). Não obstante suas leituras servirem de referência para a construção desse painel, elas também não podem ser tratadas à margem de um importante processo de elaboração, no domínio dos discursos acadêmicos, do que se costuma definir como “imprensa gay” como fenômeno social e “objeto” de investigação.

2.1 “Bichas”, “bonecas”, “bofes”, “maridos”...

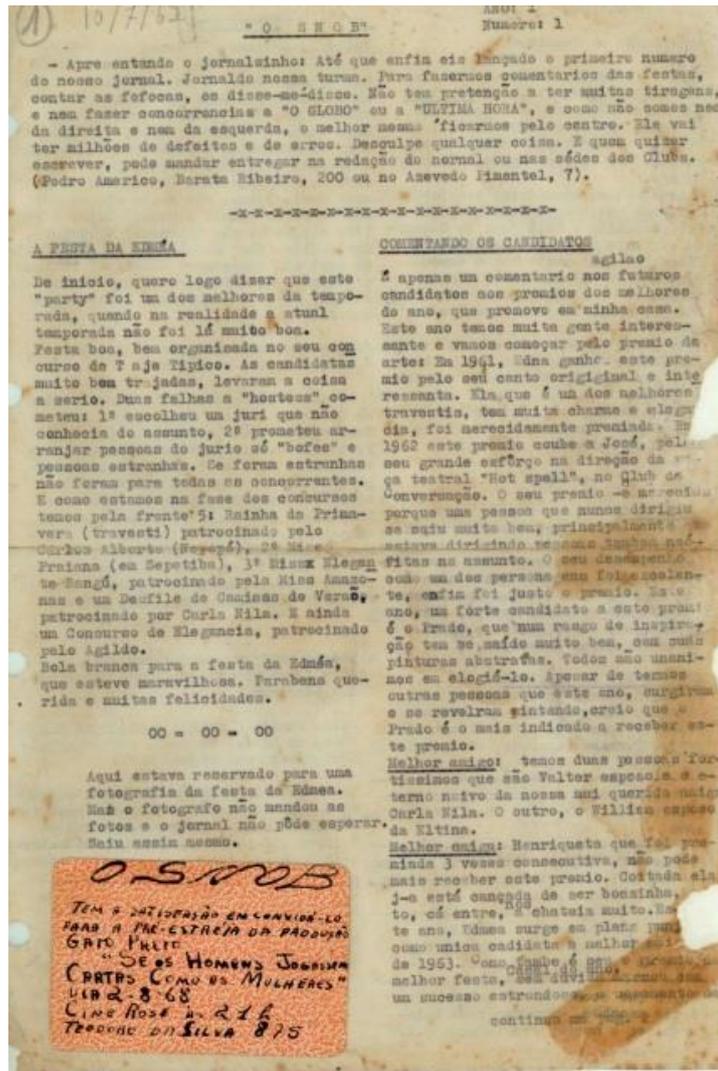
Julho de 1962. Duas páginas mimeografadas, sem qualquer elemento gráfico ou expediente que pudesse, à primeira vista, identificá-las como um “jornal”. No topo, de modo discreto, lia-se “*O SNOB*”, ano: 1, número: 1.

Os “erros” e “defeitos” assumidos no texto de apresentação aos leitores combinavam-se à vontade de se reconhecer como uma publicação, a da “nossa turma”⁷⁴:

Apresentando o jornalsinho: Até que enfim eis lançado o primeiro número de nosso jornal. Jornaldo nossa turma. Para fazermos comentarios das festas, as fofocas, os disse-me-disse. Não tem pretensão a ter muitas tiragens, e nem fazer concorrências a “O Globo” ou a “Última Hora”, e como não somos nem da direita e nem da esquerda, o melhor mesmo é ficarmos pelo centro⁷⁵ (*O Snob*, ano 1, n.1, julho de 1962, p.1).

⁷⁴ Entendemos que a expressão “nossa turma” remete a um jogo de significados. Faz referência à “Turma OK”, rede de sociabilidade onde nasceu e circulou *O Snob*, considerada um dos primeiros coletivos organizados a reunir majoritariamente homens que se relacionavam com homens, em atuação no Rio de Janeiro desde a década de 1960. Num sentido mais amplo, poderia remeter aos sujeitos que não se identificavam ou eram identificados com a heterossexualidade hegemônica.

⁷⁵ Mantivemos os erros presentes no texto original. Como ressalta Green (1999), a opção pelo “centro” sugere como a publicação nascia tentando não se posicionar diretamente nas “disputas políticas polarizadas” do período. O autor entende que nesta passagem há um “jogo de palavras”, uma vez que ao não se posicionar nem num polo (direita) nem no outro (esquerda), optaria por ficar “no meio” (*in the middle*, nas palavras de Green).



(Imagem 1 – *O Snob*, ano 1, n.1, jul 1962, p.1)

Uma leitura do primeiro exemplar e das edições seguintes d'*O Snob* nos permite transitar tanto por um universo de categorias sexuais e de gênero como pelos modos de relações que compunham parte da vida sócio-sexual da zona sul carioca e de outros centros urbanos do país na década de 1960: fazia-se menção a *bofes*, *mancebos*, *esposas*, *esposos*, *cachos*. E num período anterior à consolidação dos espaços de consumo e lazer homossexuais nas metrópoles brasileiras, algo que se dá majoritariamente no final dos anos 1970, as relações entre homens que se relacionavam afetiva e sexualmente eram construída nas

⁷⁶ Retomamos a este ponto mais adiante, a partir da análise de MacRae (1983). Não queremos sugerir, contudo, a ausência de espaços de sociabilidade ou de redes compostas por homens que se relacionavam predominante ou exclusivamente com outros homens no Brasil, nas décadas anteriores. O estudo pioneiro de Barbosa Silva [2005 (1958)], recuperado por Perlongher [2008 (1987)] nos anos 1980, já indicava as regiões da "Boca do Luxo" e da "Boca do Lixo", no centro da cidade de São Paulo nos anos 1950, como uma "zona moral" de homossexuais. Green (1999) também registra espaços de encontro e lazer emergentes na década de 1960, na cidade do Rio de Janeiro, para mencionarmos apenas essas duas cidades.

“turmas”: “Estão fazendo divisões de turma (Copacabana e Catete). Não vejo razão para isso. Afinal de contas, amigos não moram em bairros diferentes, moram num só bairro: o do coração” (*O Snob*, ano 1, n.1, julho de 1962, p. 2).

“Amigos”, “bairro do coração”... Há, nesta passagem, entrelinhas que escondem e que revelam sujeitos, espaços, códigos de pertença, partilhas de experiências, desejos... Ampliando a leitura a outras passagens daquela mesma edição, deparamo-nos ainda com as limitações de se produzir artesanalmente um jornal para os “amigos”, indicia modelos de relação (“bicha” x “bofe”, “marido” x “esposa” etc) e, tão importante quanto, como demonstramos a seguir, as negociações dessas mesmas fronteiras. Nas primeiras edições d'*O Snob*, a “nossa turma” era retratada na vida de personagens que se identificavam por nomes femininos e as relações que mantinham com seus *maridos*, *casos* ou *cachos*. Em duas colunas sociais da terceira edição, por exemplo, é possível vislumbrar algumas das classificações compartilhadas entre os produtores e os leitores do periódico:

Seu jornalzinho de boas qualidades causam tão grande prazer, que já é comentário não só no nosso meio como fora deste. Como freqüentadora do círculo de relações quero agradecer os melhores comentários a meu respeito como também de meu marido e de todas minhas amigas e seus casos (“Cantinho da Edna, *O Snob*, ano 1, n. 3, 1962)

Mirabel, querida, você precisa dar um tratamento melhor ao seu marido, pois seu tempo de “louca” já passou. E o bofe é de fino trato. Você ainda não notou?” (“Rumores da semana”, *O Snob*, ano 1, n. 3, 1962)

Para James N. Green, as páginas deste jornal representam “uma entrada única no mundo das *bichas*, *bofes*, *bonecas* e *entendidos*” (1999, p. 184). Nas fofocas e mexericos, nos registros de festas e eventos articulados em torno da comunidade de produtores e leitores da publicação, o historiador reconstitui as redes homoeróticas que despontam na época, o aparecimento de novos locais de sociabilidade (bares, boates, galerias comerciais), espaços e eventos públicos destinados ou reapropriados pelos homossexuais e o que ele define, em síntese, como a “emergência, nos anos 1960, de uma nova identidade gay de classe média” (GREEN, 1999, p. 191).

O Snob, tendo a frente Agildo Guimarães, integrante da *Turma OK* que migrara de Recife para o Rio de Janeiro nos anos 1950, passou a ser considerado uma das primeiras publicações brasileiras endereçadas a uma audiência de *bichas* e *bonecas*, veiculado com certa regularidade e, não obstante o formato artesanal que perdurou em seus sete anos de existência, costuma ser tomado como um marco nos estudos e narrativas históricas que tratam dos

impressos “gays” nacionais⁷⁷.

As temáticas, as categorias e os modelos de relações afetivas/sexuais retratadas na publicação configuram, efetivamente, um rico painel que justifica o destaque que este periódico assumiu nos estudos mais recentes sobre a “imprensa gay brasileira”. E se o “jornalzinho”, décadas depois de ganhar corpo com uma proposta modesta, tornou-se uma das principais fontes de consulta para se pensar uma dimensão da vida “gay” no Brasil dos anos 1960, acreditamos ser mais útil explorar algumas dimensões deste exercício de “historicizar” os discursos nele veiculados, problematizando as interpretações que tais discursos têm recebido.

Green (1999), por exemplo, lembra que os produtores e leitores d'*O Snob* compunham em geral uma audiência de “classe média” – algo que pode ser identificado em outras publicações de referência que surgiram no período e em anos posteriores⁷⁸ – e de mostrar como categorias como *bicha* e *bofe* e as relações estruturadas no binômio *passividade/atividade* predominavam naquele universo⁷⁹.

Tais relações eram retratadas, no jornal, notadamente, na polarização entre as *bonecas* (integrantes da rede que recebiam alcunhas femininas como Gigi, Mirabel, Henriqueta, Zozó, Baixinha etc.) e os *bofes* ou *cachos* (todos com nomes masculinos). As interações eróticas/afetivas, por sua vez, revelavam-se nos “mexericos” que predominavam nas páginas do jornal em seus primeiros anos de existência, em colunas como “Rumores da Semana” e “Crônica Social”:

Baixinha ganhou um novo garoto. Ela muito feliz. Será que o Afrânio sabe? (*O Snob*, n.5, agosto de 1963)

Muito bonito o novo cacho da Nhá-Nhá, um português muito elegante (*O Snob*, n. 7, setembro de 1963)

“Eles os bofes”: O Márcio, o belo pernambucano, parece que dá um passeio pelo Norte. A esposa fica... com saudades.

Afrânio, o eterno noivo, está lá pelas terras mineiras. A Baixinha ainda sonha com

⁷⁷ Na esteira de Green (1999), pode-se encontrar referências a *O Snob* em diversas pesquisas, apresentando-se, por exemplo, como ponto de partida da investigação de Rodrigues (2010) e do livro de Péret (2011). Esta chega a afirmar que o jornal foi “a primeira publicação abertamente homossexual divulgada no Brasil” (p.19). Também conferir a pesquisa de Martins da Costa (2010) e Gallas e Oliveira (2012), entre outros.

⁷⁸ Green (1999) cita dezenas de jornais dos anos 1960. Este acervo é constituído basicamente de jornais baianos e fluminenses.

⁷⁹ Especificamente acerca da “diferenciação de classe”, Green (1999, p. 192) afirma: “A diferenciação de classe entre os homens que se moviam entre no mundo das bichas, bofes, tias e entendidos não era automaticamente um fator determinante na elaboração da identidade sexual mas, no entanto, podiam ter um impacto nos modos como as pessoas se apresentavam e negociavam sua subcultura e a sociedade mais amplamente.

casamento (*O Snob*, n.7, setembro de 1963)

Para Green (1999, p. 188), entre os integrantes da turma “nem todos conformavam a (esse) modelo” (*bicha X bofe*), ainda que a “masculinidade” e a “feminilidade” permanecessem como referências que demarcavam os *bofes* e as *bichas* ou *bonecas*. Na leitura do historiador, pode-se perceber, porém, como a predominância destas categorias nos discursos do jornal serve de eixo para pensar os modos como se organizavam majoritariamente as relações homoeróticas em nosso país naquele período, sobretudo num modelo que reproduzia hierarquicamente papéis prévios relativos à sexualidade e gênero, estruturados na masculinidade e na feminilidade:

Embora os papéis sexuais rígidos comandassem a casa e a cama, como Agildo [Guimarães] prontamente admite, nem todos estavam conformados ao modelo (...) Masculinidade era a essência de ser um bofe. Feminilidade era a essência de ser uma bicha ou boneca. O termo “homossexual”, na medida em que era usado por esta rede social, referia-se a bichas e bonecas, não aos bofes (GREEN, 1999, p. 198)

Cabe ressaltar que análise de James N. Green, ainda que situe um modelo hierárquico pautado nas relações entre *bichas* e *bofes* como privilegiado nas páginas dos primeiros exemplares d'*O Snob*, também sinaliza como tal modelo não era o único possível:

Contudo, como vimos a partir da amostragem sociológica conduzida por José Fábio Barbosa da Silva em São Paulo nessa mesma época, o universo homossexual não seria constituído apenas de bonecas autoidentificadas ou bofes identificados como masculinos. Alguns homens que se consideravam homossexuais não se identificavam necessariamente com a persona da boneca extravagante. Uma larga percentagem da amostra de pesquisa de Barbosa da Silva estava engajada em atividades sexuais simultaneamente “ativas” e “passivas”. Em resumo, a ordem de modos como as pessoas organizavam suas vidas sexuais revela um sistema sexual muito mais complexo do que aquele promovido pela audiência d'*O Snob* (GREEN, 1999, p. 198)⁸⁰

Já Péret (2011, p. 25), em sua narrativa sobre a “imprensa gay no Brasil”, afirma que *O Snob* apresentou, até 1966, noções de gênero extremamente fixas”. A autora parece querer destacar, num enunciado como este, a relação hierárquica entre papéis masculino e

⁸⁰ Nesse sentido, também é pertinente mencionar a leitura de Simões e Facchini (2009), quando estes ponderam sobre a própria noção de “modelo” para situar as dinâmicas e conflitos articuladas nas experiências das categorias sexuais e de gênero: “A insistência no termo 'modelo' é crucial para situar com mais clareza o plano em que essa leitura se situa: isto é, o plano das ideias, valores, representações e categorias sociais por meio dos quais procuramos tornar inteligíveis comportamentos e identidades. Entre esse plano – que busca estabelecer fronteiras nítidas entre as categorias e definir quais são as regras e as contravenções – e o plano das condutas e das identidades sexuais de gênero efetivamente acionadas, há inconsistências, conflitos e margens de manobra para os atores sociais” (p.58 e 59).

feminino, que seriam reproduzidos nas “noções de gênero” da “bicha” e do “bofe”.

Ao se afirmar que as noções de gênero eram fixas, porém, acreditamos que se confere pouca abertura à construção discursiva destas mesmas categorias e noções, tomando-as como reflexos de uma relação ou modelo que seriam “fixos” *a priori*. O processo de “fixação” dessas categorias, porém, implica em reconhecer que se construía nos discursos d'*O Snob* também uma reapropriação de tais “noções de gênero” (do masculino e do feminino, e dos modos de relações afetivo-sexuais entre as *bichas/bonecas* e os *bofes*), numa possível recriação discursiva destas noções em outros contextos de vivência dos sujeitos ali retratados.

Não queremos, com isso, dizer que os discursos circulantes n'*O Snob* indicavam necessariamente uma “subversão” das noções ou dos modelos de relações existentes. Mas chamamos a atenção para que o uso de categorias como *marido* ou *esposa*, ou mesmo a utilização de nomes/identidades femininos, como nos exemplos citados anteriormente, também possam ser pensados como estratégias de um processo duplo: tanto reiteram determinadas hierarquias de gênero como delas fazem uso para delinear novas possibilidades de se construir uma sociabilidade (tomada aqui a partir do universo da “turma” do jornal) não-heterossexual⁸¹.

Voltemos à leitura de Green (1999): sua análise, diferentemente daquela feita por Péret, tem o mérito de situar tais discursos d'*O Snob* frente a um “sistema sexual” mais “complexo” do que o identificado majoritariamente ao público restrito daquele jornal. Mas, ainda assim, exige uma outra postura nossa, de ir além do reconhecimento daquele sistema como “complexo” para interrogarmos os modos como lemos os mesmos discursos.

Uma questão fundamental, por exemplo, é que os discursos que tratavam das *bonecas* e dos *maridos*, *cachos*, *casos* ou *bofes* tinham, em sua grande maioria, um viés fortemente irônico e parodiavam as relações afetivo-sexuais vivenciadas pela pequena

⁸¹ Evitamos usar o termo homossexual nesse contexto por entender que este não era tomado como um referente cristalizado nas primeiras edições do jornal, bem como a de um “homossexualismo”/homossexualidade como debate que estivesse em questão naquele momento. Esta passa a ocupar posição de relevo apenas nos últimos exemplares e, de modo mais articulado, no “jornalismo homossexual” brasileiro dos anos 1970, como exploramos na seção seguinte. MacRae (1990, p. 66) faz a seguinte leitura da adoção de “pseudônimos femininos” nos jornais artesanais da “imprensa gay” dos anos 1960, especulando duas razões: “para evitar prejuízos às suas vidas profissionais ou familiares, e também porque naquele tempo a maioria dos homens que se consideravam como homossexuais ainda aderiam ao sistema tradicional de ordenação de identidades sexuais onde ‘as bichas’ eram geralmente associadas ao papel de gênero feminino”. Para Gallas e Oliveira (2012, p. 4), os pseudônimos femininos eram uma “estratégia de anonimato”: “esse tipo de publicação era considerado um material impróprio e até indecoroso. Quem consumia essas publicações poderia ser considerado pervertido, ser preso ou banido socialmente”. Mais do que propriamente “anônima”, entendo que pode ser considerada uma estratégia de se resguardar de possíveis constrangimentos legais, mas indissociável também dos processos de reapropriação de categorias e modelos estabelecidos de relações (heterossexuais) que mencionei anteriormente.

audiência leitora, situando-as como “casamento” ou “relação”. Com isso, insistimos para o fato de que os mesmos discursos que reificavam tais modelos, calcados na polarização masculino/feminino, também sinalizam a instabilidade de noções como “casamento” ou das categorias como *marido* e *esposa*, na medida em que tornavam estas passíveis de (re)apropriação pelas *bonecas*!

É nesse sentido que um outro estudo, dedicado especificamente a *O Snob* e à rede social de seus produtores e leitores, empreendido por Martins da Costa (2010), não apenas identifica os diversos grupos que gravitavam e disputavam posições de prestígio no periódico, mas mostra como o jornal também foi palco de discussões acerca de categorias de identificação, papéis e condutas sexuais, que incluíam deste o público-alvo que deveria ser privilegiado pelos editores à incorporação de novos referentes, de modo a situar – não sem conflito – as experiências de sujeitos que não se identificavam ou eram identificados como *bichas* ou *bofes*.

Ao longo dos sete anos de existência, é importante perceber que *O Snob* ganhava progressivamente mais páginas (a folha frente e verso tornara-se algo próximo de uma revista, com quase 60 páginas, ainda que datilografadas)⁸², mas sem conseguir superar o caráter artesanal. Isso fica evidente em discursos veiculados no próprio jornal, como o apelo aos leitores feitos já na décima segunda edição:

O Snob vem de lançar campanha em prol do melhoramento do nosso jornalzinho. Quem tiver folhas de papel tamanho ofício queira contribuir para a continuação do bom andamento das tiragens. Evita os atrasos e o maior número de exemplares serão distribuídos. A Diretoria agradece desde já as contribuições (*O Snob*, n. 12, novembro de 1963)

Esboça-se, com o passar dos anos, o esforço do jornal também dar visibilidade a categorias sexuais e de gênero que passam a ter maior trânsito na vida urbana brasileira, como o referente *gay*, que aparece nos textos das últimas edições, já no final dos anos 1960. No ano de 1969, quando *O Snob* para de circular, era possível identificar no jornal tanto a permanência – ainda que menos frequente – de termos como *bichas* e *bonecas*, como a incorporação, ainda que pontual, de expressões como “mundo gay”.

O último ano d'*O Snob* (1969) também se revela rico para qualquer tentativa de compreensão dos rumos que as publicações impressas “gays” seguiriam, no Brasil, nas décadas posteriores. Texto da edição de 31 de março informa que o jornal aceitara convite para ingressar na “Associação Brasileira de Imprensa Gay” (ABIG), entidade que, malgrado a

⁸² Cf. Anexos D e E.

sua breve existência (1962-1964), procurava fortalecer o conjunto de impressos que se espalhavam pelo país, “na esperança de dias melhores”⁸³. Buscava-se também um modelo de “jornal mais adulto”, “sem fofquinhas”, em que a prioridade à exposição de “desenhos de figuras femininas indicando rapazes que chegam a dar um ar de gozação” daria lugar aos “propósitos de atingirmos uma realidade do que realmente somos”. Na ocasião, apresentava-se como “um jornal para gente bem”.

2.2 “Jornalismo entendido”

A consolidação desta nova linha editorial não chegou a se concretizar n'*O Snob*, mas seu idealizador, Agildo Guimarães, lançou, em meados da década de 1970, uma publicação mais próxima de um modelo de jornal informativo, *Gente Gay*, que trazia de modo explícito no título o referente identitário (*gay*) bem estabelecido em países anglo-saxões e em expansão nos setores urbanos de classe média do Brasil daquele período, concomitantemente com certo deslocamento da categoria *bicha* para outras como *entendido* e *homossexual*⁸⁴.

É igualmente importante ressaltar a existência de um amplo conjunto de referências, nem sempre consensuais, sobre os modos como, no Brasil, categorias como “entendido” e do “homossexual” afirmam-se como referentes de (auto)identificação por homens que se relacionam sexual/afetivamente com outros homens, e de sua circulação nos espaços de sociabilidade majoritariamente frequentados por estes.

Barbosa da Silva, no estudo destacado como pesquisa sociológica pioneira sobre a homossexualidade no Brasil, já mencionado aqui a partir de Green (1999), identifica

⁸³ Sobre o vínculo do jornal a esta breve Associação, está registrado: “Essa trégua que está havendo, devemos tão somente a Thula Morgani que, num incansável esforço à frente da ABIG, conseguiu unir os principais jornais do país, num momento em que muitos, inclusive nós, desacreditavam na referida Associação. Assim sendo, aceitamos o convite para, não somente entrarmos para a Associação Brasileira de Imprensa Gay, como participamos da Cúpula e, juntamente com nossos colegas diretores de outros jornais, trabalharmos para o benefício de todos na esperança de dias melhores” (*O Snob*, ano 7, n.1, março de 1969). Conforme relatam Simões e Facchini (2009), esta tentativa de se estabelecer uma associação de imprensa gay foi iniciativa de Agildo Guimarães e Anuar Farah (outro representante ativo da produção de publicações homossexuais caseiras). Os autores também lembram que em 1967 era possível encontrar n'*O Snob* referências ao desejo de se realizar um “Congresso dos Jornalistas Entendidos”.

⁸⁴ O que não quer dizer abandono do marcador *bicha* no universo das publicações. Como será mostrado mais adiante, este se fará presente (e em debate) nas páginas do principal jornal “homossexual” do final da década de 1970 e início dos anos 1980, o *Lampião da Esquina*. Retomamos à questão da categoria “gay” mais adiante, a partir da leitura do *Lampião*. Mostramos que, apesar de sua “importação” ficar cada vez mais visível ao longo da década de 1970 (referência, por exemplo, tanto nas publicações especializadas como na grande imprensa), esta não se dá sem uma interrogação inicial sobre o próprio caráter “estrangeiro” do termo, como pode ser visto tanto num exemplo de discurso acadêmico (MACRAE, 1983) como nos próprios discursos do *Lampião*.

categorias que, na época da sua investigação, o final da década de 1950, transitavam entre dois polos no interior da “população homossexual”: os indivíduos de “comportamento ostensivo” e os “dissimulados” (BARBOSA DA SILVA, 2005, p. 110). Segundo o autor, “esse resultado decorre principalmente da forma de interação que se estabelece entre o homossexual como indivíduo e o grupo majoritário” (*ibid*), estando diretamente relacionado a questões de “status na estrutura social global” (os “dissimulados” poderiam sofrer menos sanções dos grupos socialmente majoritários), “psicológicas” (“vergonha”, “culpabilidade” dos “dissimulados”), escolha das atividades de lazer e sociabilidade, “preconceitos” acerca de “educação” e aparência” ou ainda das possibilidades da “prática erótica” (os “dissimulados” apresentariam um campo mais amplo de relações do que os “ostensivos”, que se restringiriam ao papel sexual “passivo”)⁸⁵.

O fato de Barbosa da Silva trabalhar como estes dois polos “ideais” não significa que não existissem, entre os sujeitos que compunham sua pesquisa, classificações diferenciadas onde circulavam determinadas categorias. Como ele ressalta,

um entrevistado classificou o grupo ostensivo pelo termo “bichas”, e o grupo dissimulado por apenas homossexuais. Mais comum, no entanto, é a classificação do extensivo por “loucas” ou “bichas loucas”, passando o termo “bicha” a denominar todos os homossexuais (BARBOSA DA SILVA, 2005, p. 111)

Revelam-se outros tipos entre estes dois polos, como é o caso da “tia” (que Barbosa da Silva define como “vocábulo que designa homossexual passivo”) e a “rainha” (indivíduo que tem o poder de centralizar direta ou indiretamente todo um círculo social em torno de si)⁸⁶, além do ato, valorizado por “ostensivos” e desprezado por alguns “dissimulados”, de se travestir em performances musicais⁸⁷.

Cabe observar que tais categorias são identificadas pelo próprio Barbosa da Silva

⁸⁵ Polarização semelhante é empreendida por Leznoff e Westley (1998 [1956]) num estudo sobre a “organização social de uma comunidade homossexual” estabelecida numa metrópole canadense dos anos 1950. Os autores identificam a existências de homossexuais “secretos” (*secret homosexuals*) e homossexuais abertos (*overt homosexuals*), e o alinhamento a um grupo ou outro estava diretamente ligado ao desejo de se manter integrado à comunidade heterossexual ou à homossexualidade “aberta” ser tomada como uma ameaça ao status social. Como eles ressaltam, “as distinções entre os grupos [secretos e abertos] são mantidas pelos homossexuais secretos que temem a identificação e recusam a associação com homossexuais abertos” (LEZNOFF; WESTLEY, 1998 [1956], p.7).

⁸⁶ A figura da *rainha* também é identificada por Leznoff e Westley (1998[1956]): “O papel da rainha [*queen*] é muito importante na vida desses grupos. Ele [*he*, no original] disponibiliza um lugar onde o grupo pode se encontrar e onde os membros podem ter seus ‘casos’ [*affairs*’, no original] (...) Geralmente, a rainha é um homossexual mais velho que tem larga experiência no mundo homossexual (p. 9).

⁸⁷ Para uma análise detalhada, cf. particularmente os capítulos IV e V do estudo de Barbosa da Silva (2005), intitulado “O grupo homossexual” e “Aspectos da vida homossexual”.

numa “amostra de investigação” que ele classifica de “classe média homossexual”, ou seja, “aqueles que não são demasiadamente femininos para estar diretamente submetidos à discriminação do grupo majoritário” (BARBOSA DA SILVA, 2005, p. 87). Nesse contexto em particular, “média” não diz respeito diretamente a uma clivagem de classe social (ainda que também possa estar a ela relacionada), mas a uma posição entre os polos dos homossexuais “ostensivos” e os “dissimulados”.

MacRae (1990), por seu turno, sugere que na década de 1960 ocorre a “consolidação” de uma outra categoria, a do “entendido”. Esta estaria fundamentalmente ligada a busca de modelos mais igualitários nas relações entre os homossexuais, demarcando-se a partir de certa clivagem “socioeconômica” e “educacional”:

Além de demonstrarem um maior grau de autoconfiança em suas relações com a sociedade envolvente, os homossexuais também estão mudando a forma de se relacionar entre si (...) Isso ocorre principalmente entre os moradores das cidades grandes, de níveis sócio-econômico e educacional mais elevados. Esse novo modelo de relacionamento homossexual parece ter se desenvolvido em São Paulo (assim como em outros grandes centros urbanos) por volta do final da década de 1960, quando certas áreas do centro da cidade, como a Galeria Metr pole, na Avenida São Luis, tornaram-se pontos frequentados não são pelos homossexuais, mas também por grupos de boêmios politizados. Esses boêmios, artistas, intelectuais e estudantes, inconformados com a ditadura militar e, frequentemente engajados em diversas modalidades de contesta o cultural, procuravam subverter o regime através do questionamento dos valores conservadores e autoritários que regiam a sociedade (...). Dois importantes resultados desse encontro foram: a consolida o da figura do 'entendido', o homossexual que buscava rela oes sexuais igualitárias; e a valoriza o da androginia enquanto postura política (MACRAE, 1990, p. 51 e 52)

Além desta referência ao *entendido* levantada por MacRae, pode-se destacar ainda o estudo de Guimarães [2004 (1977)], majoritariamente dedicado   categoria. Os “entendidos” são analisados a partir de uma análise etnográfica de uma rede específica de amigos de classe média e alta formada, em sua maioria, por migrantes mineiros que escolheram viver na capital fluminense. A categoria também   brevemente mencionada por Peter Fry (1982) no conhecido ensaio em que o antropólogo se propõe a “investigar a constru o das categorias sociais que dizem respeito   sexualidade no Brasil” ao deslocá-la “do campo da medicina e da psicologia para colocá-la firmemente no campo da antropologia social” (p. 87), mais especificamente na valoriza o das rela oes entre homens “simétricas” (entre *entendidos* ou *homossexuais*), em detrimento a referenciais como *bicha* e *bofe*. Como ele ressalta, surge “por volta dos fins da década de 1960, nas classes m dias das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, um novo sistema de classifica o das identidades sexuais masculinas”:

as identidades sexuais são discriminadas não mais pelo papel de gênero e comportamento sexual, uma vez que o “entendido” é definido como um personagem que tem uma certa liberdade no que diz respeito ao seu papel de gênero e à sua “atividade” ou “passividade”. O item que discrimina fundamentalmente “homens” e “entendidos” neste sistema é a orientação sexual. O mundo masculino deixa de se dividir entre homens másculos e homens efeminados (...), e se divide entre “heterossexuais” e “homossexuais”, entre “homens” e “entendidos” (...) Neste novo sistema, o macho que se relaciona sexualmente com outro macho, mesmo “ativamente”, deixa de ser “homem mesmo” e vira “entendido” ou “homossexual” (FRY, 1982, p.93-94)

Como estas mudanças identificadas pelos pesquisadores também se faziam presentes no âmbito das publicações para uma audiência “homossexual” (masculina)?

Um dos modos de refletir sobre a emergência dessas novas “categorias sociais” e do novo “modelo” é pensá-los articulados às mudanças de posicionamento editorial, que nos últimos esforços d'*O Snob* e, particularmente, no aparecimento do *Gente Gay*, sugeria substituir a “gozação” pela “realidade do que realmente somos”, priorizando nesse processo a incorporação de categorias como *gay* e *entendido*.

Podemos considerar que a busca de um novo perfil editorial apontava tanto para uma maior atenção aos processos de rearranjo ou de novas possibilidades de identificação no terreno da sexualidade e do gênero que ocorriam no Brasil do período como para uma tentativa de *Gente Gay* – e de jornais similares que surgiram na época alinhados ao projeto de se tentar firmar um jornalismo ou imprensa *entendida/gay* – de se constituir como espaço de elaboração, visibilidade e reflexão desses mesmos deslocamentos.

É assim que se percebe como o uso do termo *gay*, que nas edições finais d'*O Snob* tinha uma dimensão eminentemente qualificativa (aparecendo em expressões como “mundo gay” e “universo gay”), progressivamente adquire uma dimensão substantivada, algo que ficaria ainda mais evidente em publicações que surgiriam a seguir, caso de *Gente Gay*. Numa entrevista publicada com “Camily, a elegante Dama do Protesto”, na edição de número 15, ou em nota social da “beautiful people”, na edição 11, podemos ilustrar esse deslocamento:

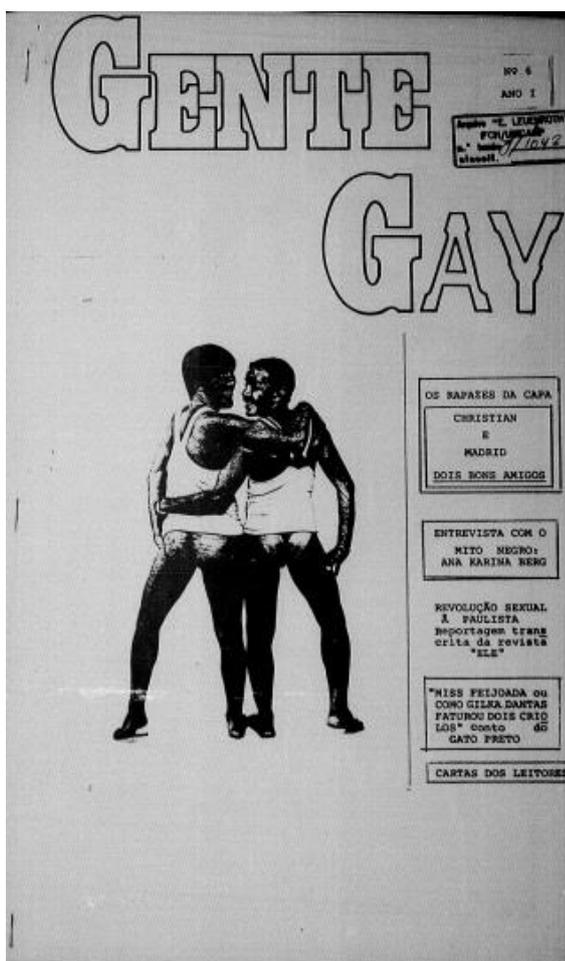
“**Gente Gay**- Como você vê as reações das pessoas perante os gays hoje?”; “Camily, poderia traçar em rápidas palavras um paralelo entre os gays e os não gays?”. (*Gente Gay*, ano 2, n. 15, out/nov/dez 1978, p. 2)

No outro lado da cidade, em Mesquita – no “Chez Salvador”, Salvador Chiapeta recebia em grande noite, comemorando seu natalício; onde mais de 150 convidados – gay e não gay, se misturavam alegremente, em uma das mais perfeitas noites daquela casa (*Gente Gay*, ano 1, n. 11, out 1977)

Na quarta edição, por sua vez, destaque para texto que reproduzia artigo atribuído a uma associação intitulada “União Brasileira de Entendidos”, com perguntas e respostas

abordando o “homossexualismo perante à lei”. Registrava-se que tal União conclamava “todos os entendidos para colaborarem em suas campanhas para total emancipação do entendido e sua melhor integração social” (“Aviso importante para os entendidos”, *Gente Gay*, ano 1, n.2, s/d).

Mesmo que para os padrões jornalísticos atuais *Gente Gay* pudesse ser considerado artesanal, é importante perceber nele, bem como numa leva de jornais similares que surgiram no período, a tentativa de afirmação de um universo que tentava se situar como “imprensa gay”: há, nas suas páginas, diversas autorreferências ao exercício de um “jornalismo gay” ou “jornalismo entendido”; diferentemente d'*O Snob*, podia-se verificar a divulgação do expediente da equipe que fazia o periódico, incluindo as funções especializadas de “redatores”, “colunistas” e “colaboradores”; reprodução de reportagens e “textos científicos”, bem como a solicitação aos leitores que enviassem “menção de livros sobre o homossexualismo”; tradução de artigos “militantes” publicados no exterior; a cobrança de CR\$ 20,00 por exemplar (os primeiros números eram gratuitos).



(Imagem 2 - *Gente Gay*, capa, ano 1, n. 6, mai 1977)

Queremos destacar que uma leitura das páginas de *Gente Gay* também permite identificar, mais do que a existência de um campo estruturado como *jornalismo gay*, uma rede formada por outros jornais ou boletins que também circulavam no país já no final dos anos 1970 e que, diante de um cenário de adversidade – anúncios escassos, dificuldade de acesso a um grande número de leitores em escala nacional, periodicidade irregular etc – tentava dar corpo a este “jornalismo”. Isto pode ser visto nos discursos que saudavam ou conclamavam o aparecimento de outros periódicos, ou ainda quando se discutia em suas próprias páginas o que seria o tal “jornalismo gay”. Textos de uma publicação eram reproduzidos por outras, colaboradores, editores e leitores trocavam sugestões, comentários ou impressões sobre o “homossexualismo” e sua vivência nos âmbitos político, de lazer e de sociabilidade, uma movimentação que se materializava naquelas e *por* aquelas páginas.

2.3 *Lampião da Esquina*: o mundo “guei” nas bancas de revista

Essa tentativa de “profissionalização” de um *jornalismo gay* ou *entendido* reivindicada no último exemplar de *O Snob* e em *Gente Gay*, bem como da afirmação desta imprensa como espaço de visibilidade e debate do “homossexualismo” em dimensão pública, deve ser situada numa realidade específica, em que a produção de um periódico endereçado aos “homossexuais” era marcada por dificuldades acerca de sua viabilidade como empreendimento de natureza jornalística.

O “jornalismo gay” que se ensaiava no Brasil em meados dos anos 1970 era desafiado por duas limitações estruturais: apesar de um crescente interesse de leitores por publicações que tratassem de temáticas da vida homossexual, os anunciantes eram escassos, geralmente restritos a saunas e bares que, por sua vez, começavam a despontar em maior número nas grandes cidades, ou a livrarias e sebos que vendiam obras de apelo homoerótico. Dependia-se, sobretudo, da venda direta ou de um sistema pouco profissional de assinaturas⁸⁸.

De todo modo, o final da década de 1970 configura-se num período de maior visibilidade para as publicações “entendidas”. Um dos indiciadores desse processo é a reportagem publicada pelo semanário *Veja* em 24 de agosto de 1977, em que o universo dos jornais e revistas “gays” serve como porta de entrada para apresentar o que a revista

⁸⁸ Faço essa observação a partir de um conjunto de fontes: textos de *Gente Gay* e *Lampião da Esquina* que explicitam tais dificuldades; e de trabalhos que abordaram a “imprensa gay”, como o de Péret (2011), que entrevistou colaboradores deste último periódico.

classificaria como “gay power à brasileira”.

Pouco a pouco, segundo a sua própria linguagem, eles vão afinal se “assumindo” – e talvez em nenhum lugar essa postura seja tão evidente como em sua imprensa. Nas areias da praia de Copacabana, em frente à rua Fernando Mendes, e nas efervescentes calçadas da Cinelândia, no Rio de Janeiro, circulam de mão em mão exemplares dos mensários *Gente Gay* e *Gay Press Magazine*, além de recortes das colunas “Tudo Entendido”, da *Gazeta de Notícias*, e “Guei”, do *Correio de Copacabana*. Em São Paulo, nos interiores das saunas Four Friends, durante o dia, na esquina das avenidas Ipiranga e São João, à noite, e no salão enfumaçado da boate Medieval, ao longo da madrugada, são devoradas as páginas do jornal mensal *Entender* – e sobretudo, a prestigiada “Coluna do Meio”, que o jornalista Celso Curi assina ininterruptamente na *Última Hora* paulista há um ano e meio.

Sem abandonarem seus textos de cabeceira – contos de fada de Oscar Wilde, peças de Jean Genet, romances de Gore Vidal e até mesmo um ou outro trecho dos “Diálogos” de Platão –, os homossexuais brasileiros ganham enfim porta-vozes mais próximos, com o surgimento de seções e periódicos dirigidos aos seus interesses mais imediatos. É verdade que, à crua palavra “homossexual”, eles ainda preferem a relativa discrição do inglês gay, ou as variações do verbo “entender”. Mas o fato é que sua voz, após um secular anonimato, começa a vir a público. E, através dessas leituras, eles se inteiram das últimas fofocas do meio, recebem conselhos úteis, tomam conhecimento da opinião de notáveis do setor e encontram indicações precisas sobre seus principais pontos de encontro ou de lazer do momento. (“Um gay power à brasileira”, *VEJA*, n. 468, 24 ago. 1977, p. 66-68)

Se na reportagem é possível identificar um discurso que não deixa de reiterar visões preestabelecidas ao atribuir determinados “gostos de leitura” aos “homossexuais brasileiros” (a obra de escritores como Wilde, Genet e Vidal), também apresenta as publicações homossexuais – e, de modo explícito, os locais de sociabilidade “gays” –, a uma audiência mais ampla de um semanário da “grande imprensa”. Ela nos introduz, assim, ao universo dos periódicos “gays” da época e ao cenário social onde estes se inseriam, pontos explorados nas próximas seções.

2.3.1 “Em defesa do gueto”, “não ao gueto” e os homossexuais como “minorias sociais”

O primeiro ponto diz respeito às mudanças no cenário de vivência das homossexualidades nas metrópoles brasileiras de final dos anos 1970. Em artigo publicado no início dos anos 1980, que tomamos aqui como referência por entendermos que é um documento que nos permite situá-lo no contexto das próprias transformações que estavam em curso à época, Edward MacRae (1983) propunha-se a relacionar as reconfigurações de determinadas categorias e do “comportamento” sexual, no Brasil de então, a um cada vez mais visível “mercado homossexual”.

O autor afirma que tais mudanças eram percebidas “de modo mais marcante no

mundo do comércio e dos serviços”. MacRae, que transitava entre a academia e o universo daquilo que viria a ser conhecido como o nascente “movimento homossexual brasileiro” – sua pesquisa empírica de tese era centrada na análise do grupo Somos (SP) –, tentava ali demarcar uma posição nos debates entre esses dois campos, intitulado o texto “Em defesa do Gueto”.

Essa maior “visibilidade” homossexual fica patente quando o autor abre o artigo com o subtítulo “Em guetos, mas bem visíveis”. Desse modo, ele afirma:

Tem chamado a atenção nas áreas centrais da cidade e nos pontos boêmios paulistanos uma certa explosão de comportamento homossexual. A qualquer hora, à noite especialmente, podem-se ver pessoas do mesmo sexo, geralmente homens, andando abraçados, às vezes de mãos dadas, às vezes se beijando como forma de saudação, beijos esses não raro dados na boca. Este comportamento, anteriormente inconcebível em público, está começando a ter respaldo em várias esferas da sociedade. É verdade que vem ocorrendo de modo mais marcante no mundo do comércio e dos serviços, onde o mercado homossexual desponta como um novo filão a prometer bons lucros (MACRAE, 1983, p. 53)

As expressões utilizadas por MacRae, como “comportamento homossexual” e “pessoas do mesmo sexo”, revelam muito do contexto em que este discurso foi produzido, indicando como estavam em processo aberto de estruturação e disputa, seja nos campos de um nascente “ativismo homossexual”, seja na imprensa “gay” ou na “grande imprensa”, noções como “homossexualismo”, ora como “comportamento”, ora como, conforme iremos perceber mais adiante, “condição”, e de sua maior visibilidade (“explosão”) em determinados locais de sociabilidade. Ao mesmo tempo, o autor parte da constatação de que já existiriam “há várias décadas” no Brasil “bares e boates com uma frequência notadamente homossexual” (MACRAE, 1983, p. 53), o que não configuraria, assim como “novidade” a “exploração comercial do homossexual” (*ibid*).

Se é explícito o reconhecimento da existência de locais de sociabilidade homossexuais nas zonas centrais das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro (situadas pelo autor como “o gueto”), cabe destacar que as observações de MacRae tentavam dar mais atenção às transformações em curso, esboçando vinculá-las a processos sociais mais amplos no campo da política, do consumo e das vivências da sexualidade no Brasil:

De lá para cá, cresceu o número de casas noturnas. Mas foi nos últimos anos, especialmente depois da abertura política, que surgiu uma enxurrada de estabelecimentos diretamente voltados para o mercado gay – bares, boates, discotecas, saunas. Hoje, existem em São Paulo e no Rio algumas saunas gays que não deixam nada a dever às suas congêneres de Nova York ou São Francisco (...) A novidade nos estabelecimentos que agora estão surgindo está no fato de serem concebidos e claramente dirigidos a uma freguesia homossexual e encorajarem a atividade sexual; por exemplo, com a exibição de vídeo-tapes pornô-homossexuais

nas salas de repouso coletivo. Também nas discotecas gays, onde há algum tempo já se permitia que casais do mesmo sexo dançassem juntos, beijos eram proibidos; aos poucos, foi ocorrendo uma liberalização e agora é comum ver pares homossexuais, especialmente homens, trocando beijos cinematográficos. Embora não se possa falar em uma revolução na forma como é desempenhado o papel do homossexual nas grandes metrópoles brasileiras, mudanças há (MACRAE, 1983, p. 54)

É no cenário que o autor identifica tanto nas “mudanças que ocorrem no nível social mais amplo” (além do circuito “comercial” centrado nas saunas, bares e discotecas, ele menciona o fato do “homossexualismo” passar a ser abordado com mais destaque em filmes e novelas, o surgimento de grupos “autônomos” visando enfrentar o “machismo” e a “sociedade patriarcal”, as primeiras discussões “em nível político-partidário”) como na “forma como os homossexuais se vêm e se relacionam entre si” (p. 56) que MacRae empreende, assim, uma “defesa do gueto”.

Em linhas gerais, para ele o “gueto” representaria um lugar privilegiado ao permitir aos homossexuais a possibilidade de “afastar” sentimentos ligados a culpa e pecado e, fundamentalmente, permitir a construção de uma própria “identidade homossexual”. Assim, ele afirma:

Aos poucos, cresce o número de pessoas que assumem a identidade homossexual, dando coragem a outros de fazer o mesmo. O aumento do número de homossexuais visíveis tem levado a população como um todo a dar mais atenção ao fenômeno e tem promovido a ideia de que podem existir diversas orientações sexuais, todas válidas (...) O gueto é um lugar onde (...) o homossexual tem mais condições de se assumir e de testar uma nova identidade social. Uma vez construída a nova identidade, ele adquire coragem para assumi-la em âmbitos menos restritos e, em muitos casos, pode vir a ser conhecido como homossexual em todos os meios que frequenta. Por isso é da maior importância a existência do gueto. Mais cedo ou mais tarde, acaba afetando outras áreas da cidade (MACRAE, 1983, p. 57)

Como se sabe, a ideia de gueto tem sido problematizada sociologicamente desde o início do século XX, notadamente nos esforços de desenvolver estudos de uma “ecologia urbana” e de comunidades desenvolvidos por autores como Robert E. Park e Louis Wirth. Não é nossa intenção discutir aqui como ela se tornou problemática ao longo dos anos posteriores⁸⁹, mas salientar o fato de MacRae vinculá-la ao processo de construção de uma

⁸⁹ Levine (1998, p. 203), a partir da exploração das quatro características que Wirth identifica como conformadora de um gueto urbano (“concentração institucional”, “área cultural”, “isolamento social” e “concentração residencial”), aplica estes critérios para definir áreas como o Castro, em São Francisco, e o West Village, em Nova York, como “guetos gays”, na medida em que concentrariam “instituições gays”, “pontos de encontro”, uma “cultura marcadamente gay” e uma “população majoritariamente gay”. Nesse sentido, o autor defenderia a aplicação da noção de “gueto gay” como um construto sociológico válido. Cabe ressaltar que o texto foi originalmente publicado em 1979. Uma leitura do artigo de MacRae e a elaboração de um “panorama atual do 'gueto' em São Paulo”, relativizando a própria noção de “gueto” ao tirar a ênfase numa territorialidade para os “deslocamentos” dos sujeitos que se identificam com as práticas e orientações homossexuais são

identidade, a “homossexual”, que deveria ser reivindicada como parte da elaboração de uma “auto-imagem positiva” (MACRAE, 1983, p. 56).

O artigo de MacRae, na realidade, nos permite acessar uma gama de questões acerca dos marcadores e categorias sexuais e de gênero que começavam a ganhar mais visibilidade na sociedade brasileira do período. Considerando-se que este texto é do início da década de 1980, é pertinente observar como o autor sugere uma noção processual de “identidade” (neste caso, especificamente a “homossexual”) que antecede a própria ênfase que esta adquire nos anos subsequentes no campo das ciências sociais e humanas, incluindo-se as discussões posteriores acerca dos seus limites e contradições. Em outro lugar (1990), quando investiga a estruturação de um dos primeiros grupos de ativismo homossexual no Brasil (Somos-SP), o autor situa que, mesmo tendo o grupo uma postura predominantemente de “afirmação homossexual” e, por conseguinte, da “adoção de uma identidade homossexual ou heterossexual como fundamental e definidora do indivíduo”, os “militantes homossexuais” seriam um “grupo heterogêneo onde eram frequentes os conflitos tanto em nível de atuação como teórico, tornando impossível atribuir a eles uma posição hegemônica estável” (1990, p. 59).

MacRae (1983, p. 57) entendia que, em paralelo a uma maior “auto-confiança” por parte dos sujeitos “homossexuais”, também estariam “mudando as formas (dos homossexuais) de se relacionar entre si”, numa “diluição da dicotomia ativo/passivo” como divisão de papéis sexuais arraigadas na sociedade (em que o primeiro polo associar-se-ia ao homem, o segundo, a mulher). Tal divisão seria “reproduzida nas relações homossexuais” na medida em que elas se estruturavam na polarização “bofe” e “bicha” como categorias de classificação utilizadas entre os homens e “fanchona” e “lady”, entre as mulheres.

Essa diluição, que o autor defendia à época por entendê-la como uma “democratização do relacionamento” entre casais homossexuais com maior renda, escolaridade e habitantes dos grandes centros urbanos, conforme também mencionamos a partir da leitura de Fry (1982), relacionava-se a um “deslocamento” da “ênfase” do ato sexual (a penetração) para o “relacionamento visto de maneira mais abrangente” (*ibid*) e caminharia em paralelo ao processo dos sujeitos priorizarem afirmar-se como “homossexuais” ou “heterossexuais” e não como “ativos” ou “passivos”.

O artigo de MacRae, como o próprio título enuncia, é nitidamente posicionado,

empreendidos por Simões e França [In GREEN e TRINDADE (org), 2005]. Ainda que parta de noções presentes sobretudo na obra de Robert E. Park, o estudo de Perlongher (2008 [1986]) sobre a prostituição viril no centro de São Paulo também mostra, com bastante originalidade, o trânsito dos desejos em processos de deslocamento de *des* e *reterritorializações*.

vendo com simpatia a emergência dessa “auto-afirmação identitária”, ainda que a problematize, em suas palavras finais, frente a uma possível “aceitação” pela “moderna sociedade de massas”⁹⁰. Tão importante quanto perceber nesse texto os deslocamentos ou emergências de novos referenciais como *entendido* ou mesmo *homossexual*, porém, são as próprias observações que o autor faz sobre essas mudanças: o fato de as dicotomias *bofe/bicha* e *ativo/passivo* persistirem, tanto nas representações dos meios de comunicação da época como “mesmo entre os homossexuais” (MACRAE, 1983, p. 58); as discriminações vivenciadas pelas “bichas pintosas”, vistas pelos “homossexuais” como uma possível companhia “comprometedora” (*ibid*); as diferenças, no próprio “gueto” entre a situação dos “homossexuais masculinos” e as “lésbicas”, em que os primeiros seriam “muito mais visíveis” e disporiam de mais opções e condições financeiras de encontro, lazer e sociabilidade; os modos contraditórios como “homossexuais”, “lésbicas” e “feministas” lidavam com “travestis” e “transexuais”, ora vistos como “mero reprodutores da vigente organização dos papéis sexuais”, ora representando uma “subversão da ideologia que defende a 'naturalidade' das diferenças entre os sexos” (MACRAE, 1983, p. 60).

A própria necessidade do “gueto” não era consenso entre os “homossexuais”, uma vez que alguns defendiam a atuação em “atividades políticas” não nos espaços comerciais e de lazer, mas em instâncias como sindicatos e partidos; em paralelo à valorização do “homossexual”, muitos grupos da época pregavam uma “revalorização das palavras 'lésbica' e 'bicha’” no “linguajar corriqueiro”, como estratégia de “esvaziá-los de sua carga pejorativa” e “roubar”, assim, “uma das grandes armas dos seus perseguidores” (MACRAE, 1983, p. 57); a propagação do termo *gay* para além dos países de língua inglesa e sua crescente utilização no Brasil, como uma expressão que seria “menos carregada negativamente” ou “sem as conotações de seriedade do termo 'homossexual’” (MACRAE, 1983, p. 56), mas que o autor vincula negativamente a algo que estaria se prestando “otimamente à comercialização” e a um diferencial de *status*, ironizando que “a origem anglo-saxônica empresta-lhe um glamour de coisa de país desenvolvido” (MACRAE, 1983, p. 56).

Outra contradição relevante que o artigo sinaliza, mesmo quando defende a ideia de gueto como “gerador de novos padrões de atitudes”, é de que no seu interior reproduzir-se-iam segregações sócio-raciais ou geracionais. Isso fica evidente na seguinte passagem:

Se fomos examinar a situação nas grandes metrópoles brasileiras, veremos que aqui

⁹⁰ “Não é de estranhar que o homossexualismo de repente parece tornar-se mais aceito. Afinal, em vez de uma ameaça ao sistema, pode até conter certos traços a ser imitados. Claro que isto não passa de uma possível tendência, contra a qual persistem fortes barreiras sociais, estruturais e atitudinais” (MACRAE, 1983, p. 60).

o aparecimento de espaços comerciais onde o comportamento homossexual é permitido tende, de fato, a segregar as pessoas em termos econômicos e, portanto, raciais. As leis que proíbem a entrada de menores nestes recintos também servem para manter uma divisão entre idades. Mas não devemos simplificar demais a questão. É necessário lembrar que, especialmente entre os homossexuais masculinos a atração sexual é vista como sendo principalmente física: dois homens de distinta posição social podem cruzar olhares na rua, parar para conversar e em poucos minutos estar juntos na cama. A aventura e o gosto pelo desconhecido continuam a ser prezadíssimos condimentos de uma 'transa'" (MACRAE, 1983, p. 59)⁹¹

Insistimos na leitura de MacRae porque identificamos ainda uma outra dimensão que merece ser particularmente lembrada ao se delinear uma trajetória de leitura da “imprensa gay” no Brasil, e que se aproxima do discurso da reportagem publicada no semanário *Veja* seis anos antes da publicação do artigo acadêmico. A reportagem sugeria que as publicações que despontavam no final da década de 1970 podiam ser vistas como “porta-vozes mais próximas” dos “homossexuais brasileiros” e veiculadoras dos seus “interesses mais imediatos”: as transformações e contradições analisadas estavam relacionadas a uma maior circulação e *visibilidade* do “comportamento homossexual”/“homossexualismo” ou do *homossexual* na cena pública brasileira, seja nos jornais direcionados especificamente aos homossexuais masculinos, seja na cobertura da “grande imprensa”.

Em consonância com esta percepção, MacRae (1983, p. 56) afirmaria que “hoje se divulga muito mais informação sobre homossexualismo do que alguns anos atrás. Vão se levantando um pouco os véus de mistério e maldição que envolviam o assunto”.

O autor situa como ponto mais relevante dessa produção e circulação de informações sobre o “homossexualismo” o aparecimento, em abril de 1978, da edição número zero do jornal *Lampião da Esquina*⁹². Este jornal é considerado a primeira publicação “homossexual” brasileira a ter circulação nacional – era vendido em bancas de revistas das grandes cidades, com tiragens entre 12 e 15 mil exemplares, alcançando leitores em distintos pontos do país, circulando entre os nascentes grupos ativistas “homossexuais” ou mesmo tendo colaborado para a estruturação de alguns deles, ao veicular notícias e contatos que possibilitaram a articulação em redes daqueles sujeitos:

⁹¹ Entendemos que nesta passagem o autor sinaliza, ainda que de modo embrionário, uma leitura que articulasse a reprodução de segregações sociais e de hierarquias no interior dos espaços de sociabilidade e das relações entre homossexuais às dimensões do desejo como organizador destas mesmas relações. Pode-se pensar novamente no trabalho de Perlongher [2008 (1987)] realizado também nos anos 1980, quando este parte de uma problematização de noções como “zonas morais”, para analisar, sob influência de Deleuze e Guattari, “reterritorializações”, “desterritorializações” ou “códigos-territórios” e pôr em questionamento certa fixidez e estabilidade de categorias frente às possibilidades engendradas nos desejos que atravessariam as práticas sexuais no universo da prostituição masculina no centro de São Paulo, ou do que ele define como “negócio do michê”.

⁹² Nesta edição, o jornal tinha o título apenas de *Lampião*. Por questões de direito autoral – já havia um jornal registrado com esse nome –, substituiu-se por *Lampião da Esquina*.

O grande marco mesmo foi o aparecimento do jornal *Lampião* (...) Embora não fosse a primeira publicação a se dirigir diretamente ao público homossexual, foi a primeira tentativa bem sucedida de fazer um jornal com reflexões sobre o estilo de vida homossexual que fossem além da superfície, sem contudo, cair numa sisudez atípica do público a que se dirigia. Originalmente se propunha ser mais do que um jornal *gay*, tentando levantar discussões também sobre a condição dos negros, dos índios e das mulheres, e sobre ecologia. Mas voltado desde o início predominantemente para os interesses dos homossexuais masculinos, passou a se dirigir cada vez mais a este grupo (...) o *Lampião*, mais que qualquer outro órgão da imprensa, abriu e sustentou a discussão sobre o homossexualismo e teve importância ao difundir a ideia de militância homossexual” (MACRAE, 1983, p. 54; 55)

Como o *Lampião da Esquina* alcançou essa condição de marco? Como se construía, nas edições, as discussões sobre o “homossexualismo” e sobre as transformações que contextualizamos a partir do artigo de MacRae? Que dimensões fazem este periódico um ponto de inflexão em qualquer narrativa que se construa sobre a “imprensa gay” no Brasil?

De início, gostaríamos de destacar que uma leitura dos exemplares de *Lampião* permite identificar como, através de seus discursos, estavam sendo disputadas – ora reivindicadas, ora questionadas –, noções e categorias capazes de designar experiências, vivências, subjetividades, práticas e modos de (auto)identificação que, nos termos da época, abrigavam-se (também não sem contestação) majoritariamente nas páginas do jornal como “condição” ou “comportamento homossexual” ou, em linhas mais gerais, do que se intitulava como “homossexualismo”.

Para abordar tais questões, enfatizamos que essas disputas ocorriam pelo menos em dois níveis interdependentes e que se “alimentavam” nas páginas do jornal: editorialmente (entre a equipe que produzia o periódico e entre os seus leitores) e nos discursos sociais circulantes em outras esferas (a nascente “militância”, para quem o *Lampião* era uma referência⁹³, a “academia”⁹⁴, o diálogo com outros jornais “homossexuais” de pequeno porte etc.).

Quando se fala no *Lampião da Esquina*, é importante ainda perceber a diversidade que compunha a equipe do jornal e, por conseguinte, dos textos: era comandado em sua maior parte no Rio de Janeiro por um jornalista com experiência na “grande imprensa” e na imprensa “alternativa”, Aguinaldo Silva, e em São Paulo por um escritor com vivência no

⁹³ Sobre a importância de *Lampião da Esquina* na estruturação do ativismo homossexual brasileiro, cf. MacRae (1990) e, mais recentemente, Simões e Facchini (2009).

⁹⁴ Relembramos os textos ou pesquisas da época citados anteriormente, como Fry [1982 (primeira versão de 1974)] e Guimarães [2004 (1977)] que, reiteramos, devem ser entendidos aqui não apenas como referências bibliográficas, mas discursos que também sinalizam essa interdependência entre o jornal e outras instâncias de produção discursiva das homossexualidades.

“ativismo gay” norte-americano dos anos 1970, João Silvério Trevisan⁹⁵, e incluía ainda a participação regular ou a colaboração de acadêmicos, jornalistas, críticos culturais e artistas⁹⁶.

Aos discursos dos membros da equipe e dos colaboradores, por sua vez, também somavam-se os dos leitores, que se manifestavam na seção “Cartas na Mesa”. Esta acaba se estabelecendo num espaço de debate, firmado no diálogo entre as cartas dos leitores e as eventuais respostas que o jornal tentava elaborar frente às interpelações que lhe eram dirigidas.

Uma questão ilustrativa (e transversal) que marca o surgimento do *Lampião*, exemplo das inter-relações entre o jornal, sua audiência e outros campos (o nascente ativismo e a academia) é a própria noção de “gueto”, que recuperamos do ensaio de MacRae para situar as mudanças na vivência das homossexualidades no Brasil de meados e fim da década de 1970 e sua relação com uma *imprensa entendida/gay*.

Os posicionamentos sobre o “gueto” em *Lampião* estavam distante do consenso. Já na edição de número zero, fica evidenciado que aquele era um tema central, e a posição assumida era de “sair” desse “gueto” como estratégia de superá-lo. Assinado pelo Conselho Editorial, o artigo que tinha como função apresentar o jornal aos leitores, além de demarcar uma posição editorial e política, buscava apresentar as razões para o surgimento do periódico:

Brasil, março de 1978. Ventos favoráveis sopram no rumo de uma certa liberalização do quadro nacional: em ano eleitoral, a imprensa noticia promessas de um Executivo menos rígido, fala-se na criação de novos partidos, de anistia, uma investigação das alternativas propostas faz até com que se fareje uma “abertura” do discurso brasileiro. Mas um jornal homossexual, para quê?

⁹⁵ Os distintos posicionamentos entre os editores e os colaboradores são fartamente documentados, seja diretamente pelos personagens envolvidos, seja pelos estudos que se dedicam à “homossexualidade” no Brasil, como atestam Trevisan (2000), MacRae (1990), Simões e Facchini (2009), Rodrigues (2010) e Péret (2011), entre outros. Uma referência fundamental é a dissertação de Silva (1998), que reconstitui a partir de extensos depoimentos, as “histórias de vida” de membros do conselho, da redação e de colaboradores do jornal.

⁹⁶ Na edição de número zero, metade da segunda página é dedicada a uma apresentação dos “Senhores do Conselho” (Editorial). Em ordem alfabética, constava: Adão Costa (“jornalista, ex-terapeuta ocupacional, pintor”), Aguinaldo Silva (“jornalista especializado em assuntos policiais, escritor (tem dez livros publicados), tem uma longa experiência na imprensa alternativa”), Antônio Chrysóstomo (“jornalista especializado em música popular), Clóvis Marques (“jornalista e tradutor, faz crítica e cinema”), Darcy Penteado (“Artista plástico e escritor. Uma das figuras mais importantes do front cultural paulista, foi o primeiro intelectual brasileiro a defraudar publicamente a bandeira de luta contra a discriminação e o preconceito em relação aos homossexuais”), Francisco Bittencourt (“Poeta, crítico de arte e jornalista), Gasparino Damata (“jornalista e escritor, com passagem pela diplomacia”), Jean-Claude Bernadet (“Crítico de cinema, um dos teóricos do Cinema Novo, possui também uma longa experiência na imprensa alternativa”), João Antônio Mascarenhas (“Advogado, jornalista e tradutor, abandonou a burocracia dos Ministérios da Educação e da Agricultura para formar a cadeia de “gente boa” que resultou na ideia de se publicar o *Lampião*”), João Silvério Trevisan (Cineasta e escritor, é autor de um dos livros de contos mais elogiados do ano passado – Testamento de Jônatas deixado a Davi) e Peter Fry (“Nasceu em Liverpool, Inglaterra, e formou-se em Cambridge (...) Em 1970 veio para o Brasil, contratado pela Universidade de Campinas, onde está até hoje. Tem pesquisado sobre as religiões afro-brasileiras e pretende escrever sobre a sexualidade no Brasil”).

A resposta mais fácil é aquela que nos mostrará empunhando uma bandeira exótica ou “compreensível”, cavando mais fundo as muralhas do gueto, endossando – ao “assumir” – a posição isolada que a Grande Consciência Homossexual reservou aos que não rezam pela sua cartilha, e que convém à sua perpetuação e ao seu funcionamento. Nossa resposta, no entanto, é esta: é preciso dizer não ao gueto e, em consequência, sair dele. O que nos interessa é destruir a imagem padrão do homossexual, segundo a qual ele é um ser que vive nas sombras, que prefere a noite, que encara a sua preferência sexual como uma espécie de maldição, que é dado aos ademanes e que sempre esbarra, em qualquer tentativa de se realizar mais amplamente enquanto ser humano neste fator capital: seu sexo não é aquele desejaria ter” (“Saindo do Gueto”, *Lampião da Esquina*, edição experimental número zero, abr 1978, p.2)

Se o editorial abre com uma demarcação temporal das mudanças em curso na sociedade brasileira, de “liberalização” e de uma possível “abertura” (o termo, em aspas, sugere tanto um sentido de flexibilização como uma menção ao processo político que marca os últimos anos do regime militar no Brasil), vinculando-as à necessidade de se criar um “jornal homossexual”, as primeiras edições mostram que a pergunta que o *Lampião* lança a si e aos leitores revelar-se-ia bem mais complexa do que as próprias tentativas de respondê-la sinalizadas ao longo do artigo.

Uma das tensões mais recorrentes nas primeiras edições, notadamente quando uma “linha editorial” era bastante indefinida, consistia em se posicionar como jornal “homossexual” e “dar voz” a “outras minorias” que também reivindicavam espaço no cenário político nacional da época. “Sair do gueto”, nesse sentido, pode ser lido tanto como um projeto de construção de uma nova imagem do “homossexual” como de aproximação às reivindicações de outras “minorias”.

O jornal buscava, assim, projetar uma aproximação com a “luta” de outros segmentos sociais (situados no discurso como “grupos”), adotando a estratégia discursiva de posicionar os “homossexuais” como uma *minoría oprimida*. Essa associação era ancorada no contraponto a uma “maioria” que, nos discursos do *Lampião*, situava-se geralmente como “o sistema” ou “o machismo”/“sociedade machista”, e pode ser lida como uma estratégia-chave de dupla legitimação: dos sujeitos que não se identificariam com o modelo dominante (pressuposto como heterossexual) e como um dos modos de o jornal buscar conferir igualmente legitimidade à sua própria existência:

(...) o que LAMPIÃO reivindica em nome dessa minoria é não apenas **se assumir e ser aceito**⁹⁷ – o que nós queremos é resgatar essa condição que todas as sociedades construídas em bases machistas lhes negou: o fato de que os homossexuais são seres humanos e que, portanto, têm todo o direito de lutar por sua plena realização,

⁹⁷ Os grifos são do texto original.

enquanto tal (...) Nós pretendemos também ir mais longe, dando voz a todos os grupos injustamente discriminados – dos negros, índios, mulheres, às minorias étnicas do Curdistão: abaixo os guetos e o sistema (disfarçado) de párias (“Saindo do Gueto”, *Lampião da Esquina*, edição experimental número zero, abr 1978, p.2)

O jornal lançava-se como desafio, então, posicionar-se como porta-voz de uma *minoría*, valorizando os atos do “assumir”⁹⁸ e da (auto) “aceitação”, mas que também os transcendesse rumo à “realização” dos “homossexuais” como “seres humanos”. Tal realização, por seu turno, aproximaria os homossexuais de outros “grupos minoritários” e exigiria uma postura que pregasse, portanto, o “abaixo os guetos”.

Desde o princípio, porém, esta proposta simultaneamente “humanista” de conceber os “homossexuais” como “minoría” e de dar visibilidade a outros “grupos” mostrava-se em conflito. Não obstante os esforços de se mostrar em diálogo com outras “minorias”, era preciso construir uma audiência de leitores e um perfil editorial que tentasse responder à própria pergunta “jornal homossexual, para quê?”.

Enfatizamos essa dimensão por entendê-la como fundamental numa análise que se proponha discutir a *imprensa* gay. Ela, evidentemente, não esgota as dimensões políticas e sociais que atravessavam os deslocamentos entre o “assumir”, “ser aceito” e o “sair do gueto”. Ela diz respeito, por exemplo e como demonstro a seguir, também a concepções distintas de como os “homossexuais” deveriam ser posicionados como “grupo social”, no seu alinhamento a outras “minorias”, nos limites da convergência e das divergências de seus interesses frente aos demais grupos “minoritários” ou a uma “luta maior”.

Essa construção dava-se tanto no âmbito do plano da produção editorial – na equipe de *Lampião* como na pressão de parte dos leitores, que se dividiam entre os que defendiam um jornal que desse voz às “mulheres”, aos “operários”, aos “negros” etc e aqueles que reivindicavam um jornal comprometido exclusivamente com o universo “homossexual” –, como nas relações conflituosas que marcavam a inserção ou o distanciamento do embrionário ativismo/“movimento homossexual” brasileiro com outras “lutas” ou com a “luta maior” contra o “sistema”.

Não é nossa intenção concentrarmo-nos neste segundo aspecto, uma vez que há

⁹⁸ A questão do “assumir” é chave não apenas como dimensão editorial que atravessa um periódico que se posiciona como endereçado a uma audiência “homossexual”, mas remete ao que Sedgwick (1990) define como “regime de conhecimento”. Voltaremos à questão no capítulo seguinte, explorando-a mais detidamente a partir da análise da revista *Sui Generis*. De todo modo, ressalto que ela já era posta em debate em *Lampião*. Na segunda edição, artigo assinado por João Antônio Mascarenhas descrevia o “assumir-se” como “o processo de aceitar com naturalidade a condição de homossexual, sem alardeá-la mas sem escondê-la”. O texto lista ainda 12 motivos para fazê-lo, incluindo desde livrar-se do “peso da mentira” ao “maior autorrespeito, pela ausência de sentimento de culpa” e à “possibilidade de plena realização pessoal e profissional” (“Assumir-se? Por quê?”, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 2, jun-jul 1978, p. 2).

uma extensa bibliografia dedicada majoritariamente ao tema (MACRAE, 1990; SILVA, 1998; SIMÕES; FACCHINI, 2010, entre outros)⁹⁹ mas reconstituí-la, mesmo que parcialmente, a partir de alguns dos discursos que ganhavam evidência nas próprias páginas do jornal. Há dezenas deles onde essas tensões vão sendo elaboradas. É o caso do ensaio de João Silvério Trevisan¹⁰⁰ sobre encontros promovidos pela revista da imprensa alternativa *Versus*, cujo o intuito era possível criação de um “Partido Socialista Brasileiro”:

Estão querendo convergir. Para onde?

Na semana de Convergência Socialista, em São Paulo, a palavra “homossexual” só foi pronunciada uma única vez: o presidente da Mesa apenas sussurrou-a e quase se engasgou, como se dissesse um palavrão

De 24 a 30 de abril, parece que ocorreram ventos dispersos favoráveis em São Paulo, mas não o suficiente para baixar o índice de poluição. Falo de ventos e poluição política. Aconteceu a semana do Movimento de Convergência Socialista, organizada pela revista *Versus*, visando a elaboração da plataforma de um possível Partido Socialista Brasileiro. Discutiram-se problemas como a Anistia, Constituinte, liberdades sindicais e a necessidade de um Comando Geral dos Trabalhadores – entre outros assuntos do dia. Mas o que houve de realmente inesperado foi a inclusão no temário, dos problemas com as chamadas “minorias” (denominação comumente empregada para caracterizar grupos cuja opressão não depende exclusiva ou diretamente da produção voltada para o lucro): mulheres, negros, índios e homossexuais.

Inicialmente, tal fato não deixa de ser surpreendente e, por que não, alvissareiro. Mas se essas lutas “específicas” foram teoricamente consideradas significativas para o advento do socialismo, no decorrer do encontro ficou patente a distância entre as propostas e as realizações. Tudo porque nestes anos de purgatório, nossas esquerdas não conseguiram se aparelhar ideologicamente para acompanhar uma realidade brasileira eivada de contradições (...)

À mesa não estava presente um único negro ou (folclore à parte) um índio. Nem nada levava a crer que, entre as cinco pessoas que presidiam a reunião pudesse haver um representante dos homossexuais. Tal fato se confirmava a cada vez que o presidente se referia às minorias: citava enfaticamente as mulheres, os negros, os

⁹⁹ Em seu estudo sobre o movimento homossexual brasileiro de final dos anos 1970 e início de 1980, descreve MacRae: “Na época em que a pesquisa de campo foi feita eu sentia que, mais que os partidos tradicionais cujas fórmulas pareciam bastante desgastadas, eram os grupos ‘minoritários’ como o das mulheres, dos homossexuais, dos negros, dos índios etc., que propunham enfoques novos. Achava especialmente atraente a combinação pretendida entre a experiência comunitária e uma política que respeitasse as necessidades individuais. Porém, essa harmonização do socialmente desejável com a autonomia individual é muito difícil de conseguir” (1990, p. 44-45). Peter Fry, na introdução deste mesmo livro de MacRae (1990), faz a seguinte leitura: “Com muita razão, o autor considera a falta de repressão visível ou legal (o Brasil é um caso raro por nunca ter tido nenhuma legislação homofóbica) um dos grandes entraves à organização e a disseminação do movimento homossexual no Brasil (...) Na ausência de um inimigo identificável e tangível, o movimento teve como que ‘inventá-lo’, seja ele na Convergência Socialista e nos outros partidos de esquerda (os defensores da ‘luta maior’), seja ele dentro do próprio movimento” (in MACRAE, 1990, p. 13).

¹⁰⁰ Cabe ressaltar que o escritor João Silvério Trevisan, um dos membros mais atuantes do *Lampião da Esquina*, é nome chave do “ativismo” gay no Brasil e teve contato direto com o “Gay Power” nos Estados Unidos ao longo dos anos 1970, onde residiu. Pode ser considerado, seguramente, uma das figuras que pautou os debates nos primeiros anos de estruturação do “movimento homossexual” brasileiro na passagem dos anos 1970 aos anos 1980. *Devassos no Paraíso*, livro que lançou nos anos 1980, tornou-se referência para toda uma geração de acadêmicos, ativistas e interessados na história das homossexualidades no Brasil. Ao destacar este texto, entendo que sinaliza majoritariamente a posição de Trevisan no interior do jornal, mais próxima da defesa de *Lampião da Esquina* como veículo “político”.

índios e “aqueles que são vítimas da repressão sexual” (!)

A palavra homossexual foi pronunciada uma única vez: o presidente apenas sussurrou-a e quase engasgou, como se dissesse um palavrão. Acho que havia um espinho cravado em suas gargantas. Já nas reuniões preparatórias, a inclusão de um homossexual na mesa, ao lado de representantes das outras “minorias”, provocou protestos, um determinado grupo, inclusive, ameaçou retirar-se caso isso se efetivasse. Resultado: os homossexuais acabaram não presentes à mesa. Mas tudo se complicou quando, durante a semana, uma bicha atrevida pediu a palavra e leu uma moção em defesa dos direitos dos homossexuais (...)

Eu me pergunto como é que os operários brasileiros reagirão ante a ideia de trabalhar politicamente com bichas declaradas. Se o homossexualismo só pode existir veladamente no meio operário, o machismo é um valor apregoado – sabemos que ambos perpassam todas as classes. Ora, a produção organizada em bases capitalistas e lucrativas fomenta a supremacia do macho, por necessitá-la (...) Ora, a homossexualidade vem subverter o núcleo familiar, ao abalar as relações heterossexuais – procriativas, e ameaça as estruturas patriarcais de produção (capitalista ou não) necessitadas de mão de obra e voltadas para o lucro. Associar homossexualidade e proletariado é ou não é um vespeiro?

(...) A repressão sexual da esquerda patriarcal é um fato a ser denunciado. Enquanto estive nessa reunião da Convergência só ouvi uma vez a palavra “lazer”. Certamente porque não produz lucro, o lazer deixa de ser prioritário para nós os humanos. Sua inutilidade sempre foi uma pedra no sapato da esquerda (...) E o direito ao orgasmo, quando será reivindicado para a classe operária? (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. 2, jun-jul1978, p. 9)

O autor parte de um questionamento explícito da “convergência” que remete tanto ao factual, o evento relatado, como para a possível aproximação entre as “lutas específicas” e a “luta maior” (expressão utilizada em outra passagem do ensaio, a partir da fala de um dos participantes ali presentes). Nessa relação, fica claro que a construção de um jornal que desse “ampla voz às minorias” deparava-se, logo em seus primeiros meses, com os conflitos que atravessavam a própria relação entre estes e as “outras minorias” e com as bandeiras hegemônicas na “esquerda” brasileira da época.

É possível encontrar ainda no texto a crítica explícita à certa invisibilidade dos “homossexuais”, tomada a partir da ideia de *silêncio*, ao ironizar que a própria palavra para designá-los tinha apenas sido “sussurrada” e provocado “engasgos” em quem a pronunciou. Trevisan passa a questionar a própria dificuldade de vincular a “luta homossexual” à “luta operária”, na medida em que a primeira, ao “subverter” as “estruturas patriarcais da produção”, poria em questionamento o “machismo” que também se reproduziria no “proletariado”. A tensão com a “esquerda” era perpassada ao se identificar nesta também o atributo “patriarcal”, o que exigiria a denúncia à “repressão sexual”. Nesse sentido, caminharia ainda a reivindicação ao lazer e o “direito ao orgasmo”¹⁰¹ como bandeiras a ser

¹⁰¹ O jornal também tentaria, posteriormente, construir em sua linha editorial um deslocamento que passasse a dar ênfase não apenas à opressão de uma “minorias”, como era explícito nas primeiras edições, mas no prazer como política “libertária”. Isso fica evidente, por exemplo, no anúncio do próprio jornal sobre seu sistema de assinaturas, veiculado na edição número nove: “Nós também estamos fazendo História: Lampião discute a única forma que ainda é tabu no Brasil: o prazer” (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. 9, fev 1979, p. 15).

implementadas no interior da “classe operária”.

Para enfatizar a dimensão *processual* de como essas tensões passaram a ganhar as páginas do *Lampião*, pode-se atentar ainda que elas também eram elaboradas discursivamente pelos leitores. Na seção “Cartas na Mesa” – apresentada no número experimental como “uma espécie de tribuna através da qual seus leitores possam se expressar à vontade, inclusive fazendo críticas ao próprio jornal” (*Lampião*, ano 1, número zero, abr 1978, p. 14), comentava-se o tema e o jornal tentava responder a determinados posicionamentos. É assim que, na edição seguinte, é publicada correspondência de leitor que se identifica como Carlos Québec:

Já o nosso querido Trevisan foi clarividente acerca da Convergência Socialista. A moralidade presente nesta “esquerda” é às vezes pior que a Igreja do Medievo. E quanto às mulheres e aos negros que estavam na reunião da Convergência e que disseram que estavam dispostos a esquecer suas reivindicações, são antes de mais nada, alienados, no sentido exato do termo. Alienados de sua condição primeira. A “Luta Maior” é sem dúvida a mais importante historicamente. Só que no bojo da luta maior não se pode desprezar a individualidade de cada um, senão saímos de uma opressão para entrar em outra (Cartas na Mesa, *Lampião da Esquina*, ano 1, n.3, jul-ago 1978, p. 15)

O tema reaparece na quarta edição, por meio de outra carta, assinada pelas iniciais L.C.A, que identifica na posição do jornal uma visão “reacionária” e de “direita”:

Bom, mas o negócio que estou achando boboca essa rixa com a esquerda. O texto do Antônio Chrysóstomo¹⁰² no n.2 é extremamente boboca. Além de não servir a propósito algum, foi descortês e alienado. Alienado porque misturou tudo e fez uma “salada paulista” para impressionar os menos avisados. Eu concordaria se vocês tomassem essa posição se nós vivêssemos numa democracia burguesa (tipo USA ou capitalistas europeus), mas essa posição dentro de um regime como o brasileiro é tremendamente desagradável, para não dizer o mínimo. Acho bom vocês manerarem na língua pois senão seus leitores serão somente aqueles iguais ao Carlos Quebec (Cartas na Mesa, LAMPIÃO N.3), um baluarte (mais um) da direita reacionária. Ou então, ao lado de um “reacionário” (Antônio Chrysóstomo) publiquem um artigo de um “progressista” para contrabalançar a coisa, para que seus leitores não fiquem com uma visão só da direita (Cartas na Mesa, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 4, ago-set 1978, p. 18)

Entendemos que nestes discursos que se contrapõem é possível identificar a “defesa pela individualidade de cada um”, expressa pelo primeiro leitor e que se alinha à proposta editorial lançada pelo Conselho de *Lampião* no número experimental de valorizar o “homossexual” e deste “se realizar mais amplamente enquanto ser humano”; já o alinhamento

¹⁰² O leitor confunde-se em atribuir a autoria do texto a Chrysóstomo, o que é comentado pelo próprio jornal em resposta à carta.

das lutas das “minorias” à “luta maior”, porém, não se dava sem o explicitamento de como a “luta homossexual” ainda era incipiente – e sofria resistência – no que se postulava como “esquerda”, quando não era desqualificada como “rixia” e “reacionária”, como faz o segundo leitor.

O tema reaparece com mais destaque na décima edição, em reportagem de capa, que faz uma associação ao lema de defesa da “Anistia” encampada por segmentos progressistas diversos (estudantes, sindicalistas, intelectuais) da sociedade brasileira no final dos anos 1970: “Minorias exigem em São Paulo: felicidade deve ser ampla e irrestrita”.



(Imagem 3 – capa *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 10, mar 1979)

A reportagem era composta de duas peças, cada uma ocupando uma página inteira, ambas dedicadas à cobertura de uma “semana de minorias” realizada na Universidade

de São Paulo.

A primeira delas, assinada por Eduardo Dantas, consiste num extenso artigo que ocupava toda uma página de quatro colunas, partindo do ineditismo da fala pública de homossexuais num debate sobre “emancipação das minorias” para descrever a tensão com a “esquerda”:

(...) Esta reunião foi uma série de surpresas para todo mundo; para os homossexuais, houve a novidade do convite à participação, o que talvez torne essa data de 8 de fevereiro histórica. Afinal, não se tem lembrança de um debate tão livre e polêmico sobre um assunto que as autoridades policiais e grande parte da sociedade brasileira ainda consideram um tabu. Depois teve o choque do plenário e até de integrantes dos outros grupos minoritários convidados (negros, mulheres e índios) que nunca tinham ouvido falar dessa militância guei e perguntavam-se perplexos como podiam estar desinformados a respeito e os objetivos de tudo isso.

Logo no início da discussão, quando já se tentava enquadrar o movimento guei na ótica da esquerda, alguém no plenário tomou a palavra e disse: “Eu vou dizer agora o que a metade deste auditório estrá sequiosa para ouvir: Vocês querem saber se o movimento guei é de esquerda, de direita ou de centro, não é? Pois fiquem sabendo que os homossexuais estão conscientes de que para a direita constituem um atentado à moral e à estabilidade da família, base da sociedade. Para os esquerdistas, somos um resultado da decadência burguesa. Na verdade, o objetivo do movimento guei é a busca da felicidade e por isso é claro nós vamos lutar pelas liberdades democráticas. Mas isso sem um engajamento específico, um alinhamento automático com os grupos chamados de vanguarda” (“Negros, mulheres, homossexuais e índios nos debates da USP: felicidade também deve ser ampla e irrestrita”, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 10, mar 1979, p.9)

Além do texto, é interessante perceber as duas fotografias que compõem a página. Na primeira, elas registram o público, numa perspectiva que sugere um olhar a partir da bancada dos palestrantes. Na segunda, disposta ao lado, a perspectiva se inverte, enquadrando os participantes da mesa a partir de um olhar situado no auditório:



(Imagem 4 – *Lampião da esquina*, ano 1, n.10, mar de 1979, p. 9)

O desfecho da reportagem, ao mesmo tempo em que reafirma as contradições expostas no debate, propõe que cada grupo minoritário organize-se e se una a outros grupos em defesa de algo comum, a “liberdade” e a “luta por uma democracia de fato no Brasil”, como caminhos para se alcançar a “felicidade ampla e irrestrita”.

A reportagem é complementada por artigo de João Silvério Trevisan (“Quem tem medo das minorias?”), em que este também destaca os conflitos entre os “grupos discriminados” e a “platéia esquerdista”, para que suas “lutas secundárias” (o artigo menciona a luta racial e as reivindicações feministas, além da homossexual) fossem reconhecidas como legítimas frente a uma “luta maior”. Esse reconhecimento, na visão do autor, remeteria a uma dupla estratégia: reconhecer que “a luta dos grupos discriminados é, sem dúvida, uma luta da maioria, pois as especificidades concernem à maioria”; e de problematizar a própria noção de minoria:

Acima de tudo, quem consagra as definições são os donos do poder: os brancos,

machos e heterossexuais naturalmente tenderão a defender-se, chamando a si mesmo de maioria (...) Em resumo, a definição de 'minoría' já denuncia uma repressão implícita na própria designação, que minimiza a importância social dos grupos atualmente discriminados (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. 10, mar 1979, p. 10)

Fica evidenciado, assim, que a construção dos homossexuais como *minoría* era também um ponto passível de problematização. Mesmo na primeira edição, ocupou toda a segunda página destinada à seção “Opinião”, como revela o artigo assinado por autora identificada apenas por “Mariza”:

Nossas gaiolas comuns

As lutas das mulheres, dos negros, dos homossexuais, dos índios, dos prisioneiros – categorias historicamente silenciosas – têm nos ensinado que a História tem sujeitos e objetos, aqueles que falam e aqueles de quem se fala, mas também que os sujeitos variam ao longo deste processo.

(...) Em termos de definições sexuais, cada uma das categorias deveria ter bem claro como se autodefine e como este enunciado dos atributos essenciais e específicos que a tornam inconfundível, ao mesmo tempo a relaciona com outras categorias sociais. Isto não significa um isolamento das várias categorias ou grupos fechados em si mesmos em busca apenas de sua identidade sexual (nesta sociedade, nossas identidades são múltiplas), mas sim uma reflexão prévia a qualquer discussão mais geral (...)

Quais são as dificuldades, então, dentro desta perspectiva mais ampla que nos aproxima da luta de outras categorias sociais, da tentativa que se faz hoje de definir muito concretamente o que significa ser **mulher**, ser **homossexual** ou ser **homem** (para ficarmos só com as classificações mais em evidência) – em nossa sociedade?

Quanto de nós, interessados nessas definições, já não ouvimos por toda parte algum comentário sobre a irrelevância desta luta, que seria secundária em relação à luta principal (...) É tática comum em política apagar as diferenças internas para fazer frente a um inimigo principal. Só que o inimigo está dentro de casa, e dentro de cada um de nós. Se somos todos peixes apanhados nessa rede de definições pré-estabelecidas, nossa única chance de escapar dela é visualizá-la constantemente perguntando a que propósitos ela serve, qual é a malha específica em que nos encontramos (nesta rede maior) e lembrar que ela pode ser desfeita como foi tecida (...)

Aprofundando um pouco as colocações iniciais: categorias sexuais são específicas e essa especificidade deve ser concretamente analisada por todos os interessados em seu esclarecimento (...) Seria um erro pensar que essas análises e essas lutas pudessem ser feitas isoladamente, assim como podemos pensar na definição de categorias sexuais como um fenômeno isolado (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. 1, mai-jun 1978, p. 2)

Da leitura desse conjunto interligado de discursos, pode-se perceber tensões que dizem respeito aos modos distintos (e nem sempre convergentes) de construção do que seria o “homossexual” como categoria de identificação e deste como “minoría”. Nas passagens grifadas por Mariza, implicitamente equiparam-se (dentre outras possíveis) três “classificações”: “mulher”, “homossexual” e “heterossexual”.

É interessante perceber nesta elaboração discursiva as possibilidades de pôr a categoria “homossexual” num mesmo sistema de classificação onde estariam a “mulher” e o

“homem” (e chamamos atenção tanto para autora posicionar discursivamente “mulher” em primeira ordem de visibilidade no texto como “homossexual” *entre* os dois termos). Não é o caso de apontar aqui um uso indiscriminado de “categorias” sexuais e de gênero (mulher, homem) e “orientação” sexual (homossexual)¹⁰³, mas do que o próprio discurso é capaz de trazer à tona: naquele contexto histórico específico, as próprias noções acerca da “homossexualidade” (ora como comportamento, ora orientação, condição...) não estavam firmemente estabelecidas, e sim em aberto debate; em outras palavras, buscava-se ainda pensar e afirmar um lugar público para a figura do *homossexual* e da homossexualidade/“homossexualismo”.

Daí ser possível identificar discursos correlatos que, mesmo não sendo consenso entre todos os integrantes, colaboradores e leitores do *Lampião*, despontavam com relativo peso nas primeiras edições do jornal, em que a “afirmação” (seja ela como realização “individual”, seja social e coletivamente como “minoria”) resultaria de um processo de *conscientização* dos sujeitos “homossexuais”.

Esta surge com certa ambiguidade já no editorial do número zero. O texto sugeria, ironicamente, que a superação aos limites do gueto era a resposta necessária para superar outra, a de que um jornal homossexual deveria existir não como “bandeira exótica” ou “compreensível” que “endossasse” a “posição isolada que a Grande Consciência Homossexual reservou aos que não rezam por sua cartilha”. Não obstante, o jornal atribui a si como um dos objetivos que justificasse a existência de um “jornal homossexual” estar “mensalmente em todas as bancas do País, falando da atualidade e procurando **esclarecer** (grifo meu) sobre a experiência homossexual em todos os campos da sociedade e da criatividade humana” (*Lampião da Esquina*, edição experimental - número zero, abr. 1978, p. 2)¹⁰⁴.

¹⁰³ O uso corrente da expressão “orientação sexual” é mais recente, notadamente quando considerada como estratégica no “ativismo” gay/lgbt, sobrepondo-se à ideia de “opção” sexual. Conforme vimos em outros textos das primeiras edições do jornal, prevalecia naquele contexto a ideia do “homossexualismo” como “condição”. De todo modo, este discurso deve ser situado numa rede de outros discursos (dentro e fora do jornal), o que torna mais claro como estavam em construção noções, classificações e categorias. Destaco o texto já mencionado de Fry (1982, mas cujo primeiro esboço é de 1974), por exemplo, em que ele distingue analiticamente “sexo fisiológico” (macho e fêmea), “papéis de gênero” (masculino e feminino), “comportamento sexual” (atividade e passividade) e “orientação sexual” (homo, hetero ou bissexualidade).

¹⁰⁴ Nesse mesmo viés, cabe refletir sobre o próprio nome do jornal, em que a figura de Lampião remetia tanto ao mítico cangaceiro como à ideia de trazer luz, iluminar a questão do “homossexualismo” numa dimensão pública. Aguinaldo Silva, quando questionado sobre a escolha do título, apresenta a seguinte versão: “O nome do jornal seria *Esquina*, porque a gente achava que esquina é um lugar meio que icônico para os homossexuais, um lugar de parada. E aí nós descobrimos que já tinham registrado *Esquina*. Aí nos pensamos em *Lampião da Esquina*. Na verdade, o Lampião era esse, não era o Virgulino. Mas na brincadeira, na hora de fazer o logotipo, pensamos ‘E se a gente fizer essa brincadeira? Quem é o maior representante do machismo nacional? É o Lampião. Se

Na mesma edição, artigo assinado por Frederico Jorge Dantas, que editava um boletim nos anos 1970 intitulado *Eros*, também se propunha a justificar a existência de uma “imprensa homossexual”. Predominam no discurso as ideias de “informar” e de “conscientização” em uma “irmandade”:

Qual é a da nossa imprensa?

A tentativa exercida pelo jornalismo underground, homossexual, no sentido de informar aos nossos irmãos sobre necessidades primárias, que vão desde o modo de como encararmos o problema até onde e como devemos nos impor, deixa de ser um trabalho de aproximação para acabar se tornando, na sua maior parte, num conflito onde pequenos grupos criticam, rejeitam e combatem o aparecimento de novas ideias, de mentalidades estruturadas numa nova filosofia de vida.

(...) Reconheço ser a bicha atual um estágio necessário para se atingir um tipo de homossexual conscientizado de sua verdadeira realidade sexual. Escrever o que se conseguiu aprender é o correspondente para o esboço de um futuro melhor, onde possamos reagir com racionalidade e coesão às repressões sociais que nos são impostas pelo grupo majoritário onde o machista credenciado desrespeita a próprias regra das liberdades individuais (...) Em verdade, ainda está para ser iniciado o jornalismo homossexual, já que tudo o que tem sido feito até o momento é o que poderia ser chamado de “colunismo social” (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. zero, abr 1978, p.5)

O texto, por sua vez, foi comentado por leitor que se identificara como C.S.S na edição seguinte, num discurso que reitera a importância de se construir um “sujeito homossexual conscientizado”:

Concordo com Frederico Dantas quando diz que é necessário se atingir um tipo ideal de homossexual conscientizado de sua verdadeira realidade sexual. A imagem da afetação e da frescura perseguem ainda o tema homossexualismo e a corrupção moral em que se encontra envolvida a homossexualidade confere a desconfiança sobre a possibilidade de uma conduta equilibrada, ou seja, sem tentar corromper ou facilitar as coisas para o seu lado. É preciso que isto seja sempre mostrado: o homossexual agindo conscientemente dentro de sua realidade sexual; é um indivíduo comum, sem preocupação de “fazer a cabeça” dos outros, o que por si só é uma asneira (Cartas na Mesa, *Lampião da Esquina*, ano 1, número 1, mai-jun 1978, p. 15)

Evidentemente, tanto o artigo como a carta não nos permitem afirmar que seus discursos eram endossados total ou mesmo parcialmente pelo jornal, pelo conselho editorial ou pelos demais colaboradores (é difícil imaginar, por exemplo, um antropólogo como Peter Fry subscrevendo uma visão “evolucionista” das categorias sexuais em que a “bicha” fosse um estágio menos desenvolvido de outro, o “homossexual”!). Mas mencionamos estes dois exemplos pelos que seus discursos sugerem: nos primeiros números de *Lampião*, a construção da linha editorial de um “jornal homossexual” deparava-se, de saída, com o desafio de se

construir, naquela época, também o lugar social e público desse “homossexual”.

É no esforço de legitimar a figura do *homossexual* que os discursos que evocam a conscientização ou o “esclarecimento” do “homossexualismo”/homossexualidade¹⁰⁵ emergem, para que balizassem uma atuação dos sujeitos (seja num plano individual “assimilacionista”, como sugere o leitor; seja como “minoria” ou “grupo social, como sugere a posição editorial hegemônica); tais discursos igualmente justificariam a necessidade de existência de um “jornal” ou mesmo do “jornalismo”/“imprensa homossexual”.

Tão importante, porém, quanto perceber essa estratégia de “conscientização” é identificar como ela também era passível de questionamento. Duas cartas publicadas na quarta edição, por exemplo, interpelam o jornal, na figura de seu conselho editorial, por adotar uma postura “intelectualizante” que podia ser situada para alguns leitores como paternalista e elitista:

Acho que o Conselho Editorial precisa discutir também suas posições dentro do jornal, para os leitores (não simplesmente através de seus artigos, mas de uma mesa redonda, sei lá). E isto é a maior importância. É preciso também criar cismas, acabar com a manutenção do status quo de bicha assumida erudita que não precisa de ninguém nas suas investidas intelectuais, como se lhe fossem tomar o caso. Não deixa de ser! (Taí uma das maneiras de exercício do poder). Não esqueçam que o *Lampião* também é nosso, que não entramos com o capital para sua implantação, mas que o mantemos vivo de uma maneira ou de outra (Cartas na mesa, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 4, ago-set de 1978, p. 17)

Vou ser franco: não gostei do jornal de vocês. Digo de vocês porque não acho que ele seja de toda a classe. É meio metido a intelectual, tem pretensões. Até aí tudo bem, porque tem muita boneca metida a sabichona, indo a concerto na Casa Cecilia Meireles de nariz emproado e lencinho na lapela. Mas e o resto? E o povão? Eu acho que vocês deviam fechar mais com o bicharéu, para não parecer um jornal muito elitista. Afinal, vocês podem até todos muito grã-finos, mas o jornal não pode dar bandeira sobre isso. Onde estão os travestis? Por que não tem uma no conselho de *Lampião*? Só tem professor e artista? Que democracia é essa de vocês, onde o povo também não vota?

E ainda tem uma coisa. Tem uns artigos publicados no jornal, meu Deus do céu. É como se vocês tivessem dando aula pra gente. Atenção, meninas, aprendam com a gente, que nós sabemos tudo. Assim não dá. Fiquei meio pulérrimo com isso (Cartas na mesa, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 4, ago-set 1978, p. 19)

Destacamos tais disputas e interpelações na medida em que elas evidenciam uma dimensão que nos permite afastar de uma leitura que considere este “homossexual” como referente já completamente “dado” e estável quando o jornal ganha existência. Mais do que ser um periódico “homossexual”, a pergunta “mas um jornal homossexual, para quê?” do editorial de estreia do *Lampião* sinalizava os desafios frente à problematização do que seria

¹⁰⁵ Insistimos em grafar as duas formas para reiterar que, naquele período, como indicia a carta e diversos outros textos, os dois termos coexistiam, ainda que o primeiro predominasse.

este “homossexual”, diante das diferenças (social / “de classe”, de profissão, de status, das categorias que concorriam na representação dos “homossexuais” etc) em que a própria categoria, e as estratégias para legitimá-la, eram tensionadas, quando não mesmo postas em interrogação.

2.3.2 “Seriedade”, “frescura”, “gay”, “guei”, “bichas”, “trichas”...

A construção dessa legitimação como “jornal homossexual” envolvia, no *Lampião*, discursos contraditórios, sinalizadores de estratégias distintas. A contraposição de um “homossexual consciente” à “afetação” e “frescura” levantada por um leitor explicitava um debate que começava a ganhar corpo já nas primeiras edições, e que também entendemos como atravessadora de questões que podem ser tomadas transversalmente: qual o “tom” que deveria ser empregado por um jornal “homossexual”? Que termos e categorias seriam ou não utilizados na nomeação dos sujeitos projetados editorialmente como “homossexuais”?

Um dos modos de tentar respondê-las, mesmo que parcialmente, é pensar como determinados posicionamentos editoriais, articuladas à afirmação do homossexual como justificativa para a existência do jornal, encontrava-se desafiada pelos modos distintos e contraditórios de conferir visibilidade a outras categorias sexuais e de gênero correntes. Num primeiro momento, isto ficava mais evidente em relação às categorias *bicha* e *gay* e à questão da “seriedade” como linha editorial.

Nas primeiras edições, é possível identificar posicionamentos discursivos distintos, elaborados tanto pelos jornalistas e colaboradores como pelos leitores, que problematizavam a questão da “seriedade” nos textos. No exemplar de número um, leitor apresentado apenas por “Anônimo” sugeria “aumentar a frescura”, gerando um comentário de concordância por parte do jornal, reforçado pelo modo debochado com que se encerra a resposta, abordando especificamente a questão do “prazer”. Reproduzo a seguir trechos:

Leitor: (Sugestão) Aumentar a frescura. Tá sério demais. Quase não tem piadas, frescurinhas. Está uma literatura pesada e triste. Que tal uma seção de Receitas do Prazer, inventando modos de como fazer melhor “a coisa”?

Resposta: Reconhecemos que nosso número zero ficou mais sério do que pretendíamos. Essa é uma coisa ser corrigida. Quanto ao prazer, cada um que trate de inventar o seu (Cartas na mesa, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 1, mai-jun 1978, p. 15)

Na edição seguinte, leitor identificado por Carlos Schorr, de Porto Alegre (RS), contrapõe-se ao leitor “Anônimo”:

Abrindo as sete chaves

Gostei muito do número um e estou a fazer um pedido: um dos leitores solicitou um aumento da frescura e uma seção de Receitas do Prazer (...) Por favor, gente boa, nada disso! Sem frescura, pois aí cai de novo no riso e não leva a nada. Além disso, já está na hora de tomar uma conscientização maior (...) Frescura é divertida, é jocoso, coisa e tal – mas na casa do vizinho ou em certos programas de TV. Nunca dentro da família de cada um. Vamos manter a coisa dentro de um limite de seriedade, debatendo, informando, conscientizando, mas as frescuras ficam para o carnaval (Cartas na Mesa, *Lampião da Esquina* ano 1, n. 2, jun-jul 1978, p. 15)

Posição próxima também pode ser identificada no discurso do leitor José Alcides Ferreira:

Pauladas na “Bichória”

Lampião veio na hora certa, estávamos afundando em termos de jornalismo homossexual e isto seria, claro, uma insuficiência na nossa capacidade de lutar por algo de bom em prol da nossa afirmação (...) Lampião correspondeu em cheio (pelo menos isto ficou provado neste número de distribuição gratuita) às necessidades que este grupo que a **bichória** chama de “mariconas”, ou seja, de nós, homossexuais que somos homens normais e nos relacionamos com seres humanos, sem necessidade de pompas, visuais congestionados de artefatos de consumo e tiques ridículos (tão característicos à nocividade que é representada pela bicha de classe média, incapaz de se impor como gente, como pessoa). Espero que os números seguintes encham nossos olhos e corações de coisas boas, de **realidade** (Cartas na mesa, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 2, jun-jul 1978, p. 14)

Uma parcela de leitores entendia, assim, que uma política de “afirmação” exigiria o distanciamento de um modelo que associava o “homossexualismo”/homossexualidade ao risível ou à “frescura”, sintetizado na figura da “bicha”. O primeiro leitor situa discursivamente as dimensões do riso e da frescura, assim, num lugar *outro*, a partir das imagens contrapostas da casa do vizinho ou da TV e da “família de cada um” ou do “carnaval”. O segundo, explicitamente nomeia e acusa a “bicha de classe média” como nociva ao mesmo projeto de afirmação (“homossexual”).

Também na segunda carta, constrói-se um discurso em que o autor se apresenta e se inclui em um “nós” composto por “homossexuais”, que se caracterizariam como “homens normais”, grifando a palavra “realidade” como se esta fosse uma dimensão a ser buscada pelo jornal. Esta dimensão, por seu turno, não seria contemplada por um “jornalismo homossexual” anterior (“estávamos afundando”) que privilegiaria as “pompas visuais” e os “tiques ridículos”. As duas cartas, assim, expressam posicionamentos que convergem em reivindicar para o/a “homossexualismo”/homossexualidade um lugar de *respeitabilidade* que seria construído fundamentalmente a partir de sua vinculação à “normalidade”.

Esta posição, entretanto, não era de todo compartilhada no *Lampião*. Entendemos, a partir dos discursos veiculados nas primeiras edições, que emergia ali um desafio, sobretudo

quando o jornal se lança ao mercado editorial, de buscar um lugar diferenciado no que se entendia na época como “jornalismo entendido” ou “homossexual”, ainda fortemente associado ao “colunismo” e à cobertura de “fofocas” e “mexericos”. Como vimos a partir da leitura do *Gente Gay*, contudo, ou mesmo dos anseios interrompidos n'*O Snob* anos antes, também se buscava um modelo mais informativo e “sério” (daí, a ênfase no referente “realidade”). Esse desafio, por sua vez, estava diretamente relacionado à própria discussão do “homossexualismo” como se apresentava então, do seu reconhecimento e da sua respeitabilidade, mediante um questionamento, quando não o desprezo, do modelo ou da “imagem-padrão” da “bicha” e de seu universo de símbolos e posturas.

Ao mesmo tempo, compondo-se por múltiplas vozes, os discursos engendrados no *Lampião* revelam que a desvalorização da “bicha” frente a um “homossexual normal” era apenas um entre outros posicionamentos que estavam sendo elaborados e confrontados, seja sobre o “homossexualismo”/homossexualidade, seja sobre as características que pautariam uma “imprensa homossexual”. Isto fica explícito, por exemplo, no artigo que o antropólogo Peter Fry questiona a carta do leitor José Alcides Ferreira, do qual reproduzimos alguns trechos:

História da imprensa baiana

Corro a defender **Little Darling** e **Tiraninho** que José Alcides Ferreira rejeitou como uma produção de uma “camarilha machista que só consegue se impor através do ridículo, da vulgaridade e do **beautiful people** indigesto do Sr. Anuar Farah e Cia” (LAMPPIÃO N.2). Não duvido, não, que a maioria das coisas que se produz numa sociedade basicamente machista carregam a mancha. Não duvido tampouco que a antiga distinção entre bichas e homens diz muito a respeito da dominação dos homens sobre as mulheres na cama e na vida cotidiana. Mas acho cruel e preconceituoso simplesmente descartar o trabalho jornalístico de um verdadeiro pioneiro como Waldeilton di Paula, o responsável pelos jornais Fotos e Fofocas, Baby, Zéfiro, Little Darling e Ello ao longo dos últimos 16 anos.

(...) Tive a oportunidade de entrevistar Di Paula no seu apartamento ensolarado da Rua Carlos Gomes, em Salvador, no mês passado, e fiquei impressionado com o seu trabalho jornalístico e com o fundo de dados históricos que uma leitura desses jornais verdadeiramente **underground** pode revelar a quem se interessar pela **realidade** da vida homossexual deste país.

(...) Pode-se não gostar do que Di Paula faz; pode-se achar que ele contribui (involuntariamente) com a campanha da Sociedade de Proteção ao Machismo; mas o importante é que ele fez alguma coisa em prol da sua própria libertação e para a libertação dos outros. Além disso, creio que as transformações na sua imprensa representam transformações no contexto social onde ela foi produzida; transformações essas que levaram à possibilidade de se lançar LAMPPIÃO. Viva a heterogeneidade (*Lampião da Esquina*, ano 1, número 4, ago-set 1978, p. 4)

No discurso de Fry, evidencia-se uma revalorização dos periódicos dos anos 1960 e 1970. Argumenta-se que, se estes reproduziam as “manchas” de uma sociedade machista ao dar visibilidade ao modelo *bicha/homem*, os jornais também poderiam ser vistos como

documentos “históricos” que davam acesso à realidade (“da vida homossexual” brasileira). Em outra passagem do texto, o antropólogo traz declarações do jornalista baiano em que este associa a cobertura das fofocas, dos “desfiles de miss” como de uma época (majoritariamente os anos 1960) que estaria em transformação: “Hoje (...) todo mundo faz o que quer, abertamente e com o apoio de todo o mundo (...) Foi a década de 70 que trouxe esta renovação”. Ao encerrar o texto propondo que se articule as transformações naqueles jornais da imprensa (gay/“underground”) baiana às transformações sociais (“contexto”, no discurso do antropólogo¹⁰⁶) e tomando estas como condição para o lançamento do *Lampião da Esquina* em um novo cenário, a defesa de Fry também pode se lida como uma tentativa de se pensar o *Lampião* e a imprensa (*entendida/homossexual/gay*) numa historicidade onde persistiram o desafio de enfrentar o “machismo”, mas que também reconhecesse as categorias e os modelos representados naquele jornalismo como dimensões da vida homossexual (baiana, no caso, mas também brasileira).

É importante perceber que este “reconhecimento” se dá num processo em que se delineiam algumas mudanças editoriais nas páginas de *Lampião*, principalmente quando este passa a tentar conciliar a cobertura do “homossexualismo”/homossexualidade com o tom menos “sério” que avaliavam ter marcado os primeiros exemplares.

Um dos símbolos desse deslocamento (que é simultaneamente editorial e político, no sentido de apropriação e ressignificação de algumas categorias sexuais e de gênero, como expomos a seguir) é o lançamento da coluna *Bixórdia*, cujo título não apenas põe em primeiro plano a categoria *bicha* como recupera o formato da “coluna social” que era, como vimos, posto em debate no interior da “imprensa gay” desde o final dos anos 1960, ainda que nunca o tenha sido de todo abandonado nestes periódicos¹⁰⁷.

Bixórdia procurava conciliar uma nova visibilidade a categorias postas em segundo plano por serem associadas ao “machismo”, bem como valorizar a experimentação de uma maior liberdade editorial característica do formato jornalístico de coluna. Isso fica evidenciado no texto de apresentação, a partir de uma explicação do neologismo ao leitor:

O que vem a ser bixórdia?

Está no dicionário da mestre Mambaba: Bixórdia, s.f; em machês, palavra originária de bicha, s.i. (substantivo indefinido), somada a mixórdia, s.f., mistura,

¹⁰⁶ Em outra passagem do texto, isto fica mais explícito: “Sem entrar em mais detalhes, é claro que as transformações notadas de *Fatos e Fofocas* até *Ello* representam as grandes transformações ocorridas na vida homossexual da Bahia” (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. 4, ago-set 1978, p. 4).

¹⁰⁷ O aparecimento da coluna foi destaque na capa da quinta edição, com a manchete “Nós também temos uma coluna social” (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. 5, out 1978).

bagunça. Representação do que é livre, autopermittido. Tudo é sério, nada é triste. Paradoxo vivo (finíssimo, adorei) em que se misturam viados, bichas, perobos, tias, sobrinhas, primos, entendidos, gueis, transadores, mariconas, paineleiros, frescos, frutas e xibungos. Por ext.: Vale tudo, né, queridinhas? (Lampião da Esquina, ano 1, n. 5, outubro 1978, p. 12)

Tal discurso, que joga em diversos níveis com os limites do “sério” (a ideia de “mistura” e “bagunça” que pautaria a coluna dá-se por meio de um modelo de enunciado mais formal, representado pela entrada de dicionário; o contraponto entre sério e triste como paradoxo; A representação do “livre” e do “autopermittido” por meio de uma palavra originária do “machês”; os modos como o enunciatador dialoga com os leitores, no uso do superlativo – “finíssimo” – ou diminutivo – “queridinhas”) coaduna-se com a adoção de um tom mais descontraído, elaborado na descrição de cenas cotidianas vivenciadas por integrantes do jornal ou pelos leitores. Também podem ser incluídas as anedotas extraídas de situações vividas nas interações afetivas e sexuais entre as diferentes categorias (entre “tias” e “sobrinhos”, entre “bofes” e “bichinhas” etc.).

Concomitantemente, o uso da categoria *bicha* passa a ser estratégico, como fica explícito na seguinte passagem ainda na primeira edição de *Bixórdia*, que mostra a tentativa de tomá-la, mediante um convite à participação num “concurso”, como referente de interação/reconhecimento com os leitores:

Concurso da Bixórdia

Muita gente ainda tem medo das palavras, de ser chamada de bicha, por exemplo. Pois bem: para provar que o que conta é a cuca das pessoas e que a palavra, seja qual for, pode – e deve – ser encarada como coisa gozosa (!), curtível até, Bixórdia lança um concurso: qual o coletivo da palavra bicha? Já pensaram? Manada, rebanho ou vara não servem, pois já designam o coletivo de outras espécies. Então, imaginações à obra. Vamos inventar um coletivo de bicha, enriquecendo e resgatando o vocabulário guei (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. 5, out 1978, p. 12)

O aparecimento da coluna também pode ser lida no interior de uma política que passa a ficar mais evidenciada no *Lampião*, acerca do uso ou não da categoria *bicha*¹⁰⁸. Ela já se anunciava, contudo, anteriormente, se considerarmos o discurso elaborado por Aguinaldo

¹⁰⁸ Os modos não-consensuais de se relacionar com o termo “bicha” (e variações) já ficaram evidenciados na segunda edição de *Lampião*, ao se publicar uma longa entrevista com Lennie Dale, bailarino norte-americano radicado no Brasil e integrante do grupo musical Dzi Croquettes. O texto intercala as falas do entrevistado a comentários sobre os bastidores, numa passagem que discute particularmente as possibilidades de articulação de um “movimento de libertação homossexual” ou “guei” no Brasil: “Lennie – Eu acho que no Brasil não vai ter movimento, nesse momento, porque a América do Norte é muito diferente da América do Sul. Mas eu acho que alguma coisa vai acontecer, de qualquer maneira. Acho que as bichinhas, aqui, hoje em dia, já estão se unindo. (Segue-se nova discussão sobre o termo bicha. Alguém lembra que “Não fomos nós que inventamos esse apelido! Todos intervêm. Maurício [Domingues, fotógrafo d’O *Lampião*] fala sobre o equivalente norte-americano da palavra e diz: “Lá, se alguém é chamado assim, pode processar quem o chamou”)” (*Lampião da Esquina*, ano 1, n.2, jun-jul 1978, p. 7).

Silva em artigo da terceira edição, em que este defende explicitamente o uso de determinadas “palavras” no *Lampião*:

As palavras: para que temê-las?

Muita gente se declarando indignada pelo fato de LAMPIÃO utilizar, com muita frequência, palavras tidas como pejorativas: bicha, boneca etc, as quais o uso comum deu sempre um tom de ofensa, de epíteto humilhante. Para alguns, o uso destas palavras indicaria uma apelação ao baixo nível que não fica bem em nosso jornal. A estes, a explicação que se segue.

O uso de tais palavras em LAMPIÃO da Esquina, na verdade, tem um propósito. O que nós pretendemos é resgatá-las do vocabulário machista para em seguida desmistificá-las. Vejam bem, até agora elas foram usadas como ofensa, serviram como meio mais simples para mostrar a “separação” que existe entre o **nosso** mundo e o mundo dos **outros**. Isso faz com que, temendo o peso de tais palavras, criemos outra igualmente mistificadoras, embora, para quem as adota, sem qualquer tom pejorativo: **entendido**, por exemplo; e até mesmo que empreguemos sutilmente termos de um outro idioma, como é o caso de **gay** (LAMPIÃO balançou logo o coreto, traduzindo-a para **guei**, que significa **absolutamente nada**).

A primeira coisa a fazer, portanto, é perder o medo das palavras. O caminho para isso é usá-las: bichas, bonecas etc... (quanto ao veado, ao vê-la escrita – ou ouvi-la – deve-se sempre lembrar o belíssimo animal que ela designa: esta palavra designa apenas isso). Classificar os grupos que não rezam por sua cartilha como coisas exóticas é uma das armas mais comuns do Estabelecido (é, na verdade, o primeiro passo para reprimi-los); não aceitar que esse tipo de classificação seja possível – lutar contra ele – é obrigação desses grupos (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. 3, julho 1978, p. 5)

Alguns pontos podem ser destacados: o primeiro, que se sobressai, é a posição assumida pelo jornal de tentar “resgatar palavras” que fariam parte de um repertório “machista”. De modo paradoxal, entendemos que há nesta tática de reapropriação das palavras machistas um duplo movimento: o primeiro, de minar uma fronteira que o discurso situa entre mundos “separados”, o “nosso” (dos homossexuais) e o dos “outros” (dos machistas); o segundo, reafirmá-las a partir do objetivo definido de desmistificar tais palavras e sua carga pejorativa.

Essa reafirmação seria, assim, uma posição editorial para que se esvaziasse a própria lógica de classificação, em que as categorias de “bicha” e “boneca” detinham o poder de situar os homossexuais como “exóticos”, na medida em que este sentido prevalecesse no domínio “machista” ou do “Estabelecido”. Como discurso estratégico, pode-se perceber que se tentava ainda convencer uma parcela significativa de leitores que não valorizavam o uso de tais categorias num jornal “homossexual”.

Há, porém, outra dimensão a ser enfatizada: ao trazer publicamente para o debate o “uso das palavras”, o jornal reconhecia que era também no domínio da linguagem que se disputava o processo de afirmação e desestigmatização da homossexualidade.

Nesse sentido, acreditamos que essa posição editorial do *Lampião da Esquina*

antecipa uma estratégia que seria mais amplamente celebrada nos círculos acadêmicos anglo-saxões com a emergência, ao longo das décadas de 1980 e 1990, dos “estudos gays e lésbicos” e da “teoria/estudos *queer*”: o da “contra-apropriação” dos discursos ofensivos pelos sujeitos a quem eles seriam endereçados¹⁰⁹. Como ressalta uma de suas teóricas mais influentes, Judith Butler, acerca do termo *queer*¹¹⁰:

A reavaliação de termos como “queer” sugere que o discurso pode ser “retornado” ao seu enunciador numa forma diferente, de que pode ser citado contra seus propósitos originais, e performar uma reversão dos efeitos. De modo mais geral, então, isto sugere que o poder cambiante de termos como esse marca um tipo de performatividade discursiva que não é uma série discreta de atos de fala, mas uma corrente ritual de ressignificações cuja origem e fim permanecem não-fixadas e não-fixáveis (BUTLER, 1997, p. 14)

Butler (1997, p. 15) considera que um ato de fala ou discurso [*speech act*, no original] não deve ser tratado como um acontecimento momentâneo, mas como um “certo nexo de horizontes temporais” que condensaria uma reiteração [*iterability*, no original] capaz de exceder o momento do ato. Esses horizontes temporais também dizem respeito à abertura entre o ato do discurso e a ofensa que esse ato performa, e é nessa abertura que se constrói a possibilidade de se elaborar um “contra-discurso”. Assim, Butler afirma que “o intervalo entre instâncias de elocução [*utterance*, no original] não apenas faz a repetição e a ressignificação da elocução possíveis, mas mostra como as palavras podem, através do tempo, ser dissociadas do seu poder de ofensa e recontextualizadas em maneiras mais afirmativas”.

Entendemos que o discurso de Aguinaldo Silva no texto “As palavras: para que temê-las?” associa-se às possibilidades editoriais de negociar com a audiência leitora as brechas que também constituiriam a “separação”, para usar novamente o termo presente naquele discurso, entre o mundo dos machistas e o “nosso” (dos homossexuais), ou nos horizontes, para usar os termos de Butler, em que o uso das palavras pelos próprios homossexuais permitiria a “desmistificação” (do poder de ofensa) dessas palavras e, como

¹⁰⁹ Concordamos com a ressalva feita por Carrara e Simões quando estes afirmam ser “muito interessante notar como inquietações contemporâneas em relação a processos de naturalização das diferenças e fechamentos identitários, associadas no debate atual ao influente pensamento de autoras pós-estruturalistas, como Judith Butler, já estavam presentes no campo intelectual brasileiro desde o final dos anos 1970” (2007, p. 75-76). Nesse sentido, enfatizamos que o *Lampião da Esquina* também se mostrava um espaço de debate dessas inquietações, neste caso em particular, no que concerne à (re)apropriação discursiva de palavras pejorativas.

¹¹⁰ A expressão *queer* pode remeter, numa tradução bastante livre, a “estranho”, “esquisito”, “bicha”, “viado” etc. Nas últimas décadas o termo ampliou sua abrangência de significação, indo desde a designação de um campo de estudos ou de perspectivas teóricas/epistemológicas no terreno da sexualidade e gênero (estudos queer, teoria queer...) a sua utilização como referencial identitário (os “queers”) – ainda que sua proposta inicial esteja diretamente associada a um questionamento das (políticas de) identidades sexuais e de gênero como fixas e estáveis.

consequência, esvaziaria a “classificação” que elas potencialmente engendrariam. Ao fazê-lo, o jornal também se defendia do argumento de que, ao assumir as palavras “pejorativas”, estaria “apelando ao baixo nível”¹¹¹.

Outro terreno de disputa se estabelecia no uso ou não do referente *gay*. Quando vem às bancas, o *Lampião da Esquina* mostra resistência à “importação” deste termo que, como o próprio discurso de Aginaldo Silva analisado anteriormente sugere, situa-o como estrangeiro, de “outro idioma”. Como mencionamos na seção anterior, o termo *gay* desponta em algumas publicações artesanais na virada dos anos 1960 para 1970, e ao longo dos anos seguintes também ganha visibilidade na grande imprensa brasileira, sobretudo quando faz menção ao movimento do “Gay Power” que se consolida como política afirmativa dos homossexuais norte-americanos, após os enfrentamentos entre homossexuais e a polícia no bar novaiorquino *Stonewall Inn*, no ano de 1969.

Cabe ressaltar que mesmo no interior da “imprensa *gay*” norte-americana da virada da década de 1960 para a de 1970, a propagação do termo *gay* não era unânime. Sua transposição de adjetivo a substantivo (e à categoria) dividia as publicações na época, sendo o seu uso mais efetivo entre as títulos alinhados aos movimentos juvenis de contracultura e aos acontecimentos pós-Stonewall, ao passo que publicações em circulação desde os anos 1950 mostravam-se resistentes. Como demonstra Streitmatter a partir do posicionamento de duas revistas em polos opostos, *Tangents* e *Advocate* (esta última, que começou como jornal e se tornou a principal revista de referência *gay* do país a partir da década de 1970, expandindo-se na forte defesa do “gay power”):

Os temas da contracultura estavam em desacordo, entretanto, com algumas publicações que tinham raízes em tempos menos liberais. *One* e *Tangents* continuavam ambas a refletir os valores de segmentos mais orientados ao establishment da comunidade *gay*. A dicotomia criou um enorme abismo entre as inúmeras revistas da vanguarda da rebelião juvenil e as duas que permaneceram fundamentadas nos anos 1950. Enquanto as novas revistas defenderam o rápido realinhamento dos valores fundamentais à sociedade norte-americana, *Tangents*, por

¹¹¹ Uma leitura distinta da coluna é feita por Butturi Junior (2012, p. 104), a quem Bixórdia, espaço demarcado no *Lampião* como coluna, “se constitui como o espaço do pastiche, da paródia dentro do jornal”. Para ele, “seu apelo é da ordem do discurso 'livre', não sério, que se pretende além da disciplinarização. É só nesse discurso da alteridade homossexual, da 'bicha' como promessa revolucionária que se permite existir. Assim, enquanto o jornal discute a violência contra os homossexuais, a censura política e a legislação que tolhe os direitos da minoria politizada, a seção dedicada à 'fechão' permanece um performativo não-feliz: não há regimentos que permitam à Bixórdia construir a identidade da nova homossexualidade, pois seu espaço é o de uma contemplação arcaica, de um retorno folclórico”. Acreditamos que esta leitura limita os efeitos que a paródia e o pastiche têm, do potencial de revelar as contradições nas disputas de construção das “identidades” das homossexualidades, circunscrevendo tais recursos (o pastiche e a paródia) a um “arcaísmo” ou “folclorismo”. Não obstante, ainda que se fosse um “retorno ao folclórico”, não seria o caso de questionar em que medida tal retorno também não denunciaria e poderia desestabilizar a “modernidade” no discurso da “nova homossexualidade” em circulação no jornal, contaminando, assim, outros espaços editoriais do *Lampião*?

exemplo, questionava a correção gramatical de se transformar o adjetivo *gay* em um substantivo. Mesmo nos anos 1970, a revista afirmou “O uso incorreto da palavra 'gays' como um sinônimo para homossexuais é resultado da ignorância” [...] Quase dois anos antes do movimento que explodiu em revolta na cidade de Nova York, o jornal da Costa Oeste [The Advocate] escrevia como se uma revolução já estivesse em pleno andamento. Suas notícias usavam rotineiramente termos como *o movimento*, *a Causa* e *o Poder Gay* [Gay Power, no original]. A manchete no topo da primeira página da *Advocate* registrava 'A Capital dos Estados Unidos depara-se com o Gay Power'” (STREITMATTER, 1995, p. 100)

No caso do *Lampião*, o uso do termo *gay*, menos do que uma incorreção gramatical, aparentava sofrer resistência como anglicismo e, portanto, referencial estrangeiro, para designar seja uma categoria, seja um modo ou estilo de vida associado às homossexualidades. Uma das estratégias discursivas recorrentes no primeiro ano de circulação do jornal, sobretudo em seus primeiros exemplares, era o de dar certa visibilidade ao termo “entendido”, ora como referente ao sujeito homossexual masculino, ora como adjetivo qualificador. O periódico não apenas se apropriava deste referencial que circulava em segmentos médios e urbanos desde os anos 1960, como se valia deste como demarcador de significados próximos ao comportado pelo termo “gay”, mas sem seu caráter “importado”.

Na mesma linha, dá-se a criação do neologismo *guei*, que podemos ler simultaneamente como um esforço de retradução/recriação de um referencial “externo” que ganhava visibilidade nas camadas médias do Brasil, sem descartar seu potencial definidor/classificador, mas tentando fazê-lo a partir de um lugar que o tornasse também “não estrangeiro”. No texto específico de Aguinaldo Silva, tal deslocamento, porém, situava-se no interior de uma estratégia que encarava a adoção “sutil” do termo estrangeiro ou do neologismo dele derivado como tentativas de (apesar das intenções de esvaziamento do potencial pejorativo de outros termos a que eles poderiam substituir) acabar “mistificando” uma lógica de classificação (do “Estabelecido) a ser esvaziada.

É interessante perceber que, ao dizer que o termo *guei* “nada significa”, o seu uso como estratégia é portador de muitos significados, a serem explorados em leituras mais específicas de *Lampião*. É revelador, por exemplo, de dissensos na construção discursiva do “homossexual”. Sugere ainda que a aproximação e o tensionamento com os referentes externos/estrangeiros, naquele lugar onde os discursos estavam em disputa, bem como o trânsito de categorias como *homossexual* e *gay* nos discursos circulantes na academia, no nascente ativismo “homossexual” e no próprio segmento de imprensa situado como “entendida” ou “gay” no Brasil, não eram nem uniformes, tampouco consensuais¹¹².

¹¹² João Silvério Trevisan, ao fazer um balanço do “movimento brasileiro na luta pelos direitos homossexuais”, em contraste com o movimento gay norte-americano, entende que a resistência ao termo *gay*, por exemplo, pode

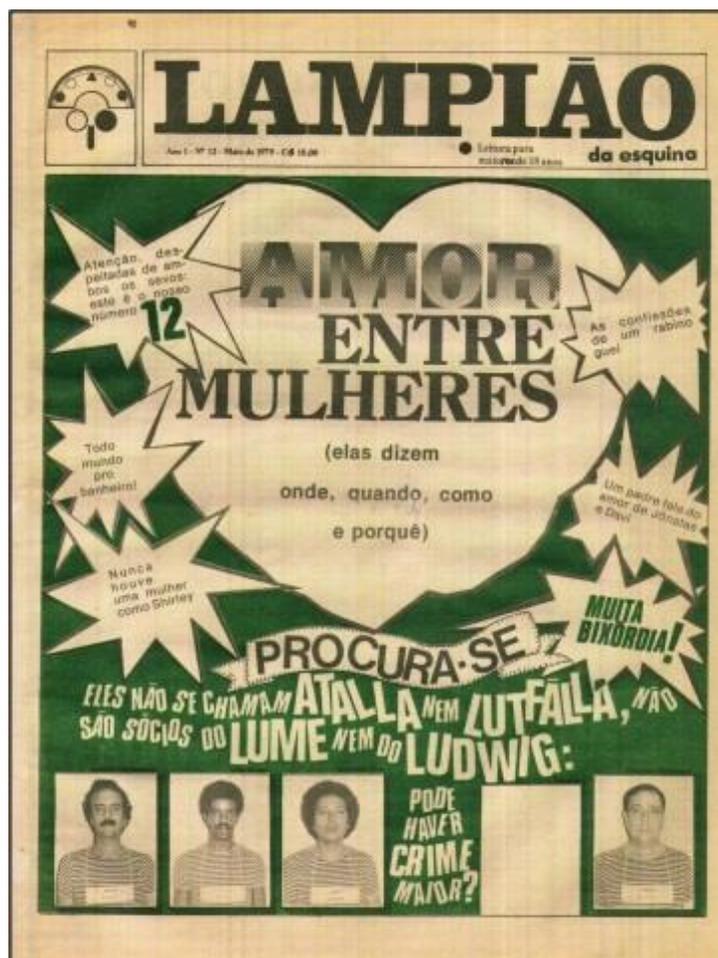
2.3.3 Lésbicas, mulheres, travestis

Ainda que o *Lampião da Esquina* tenha surgido com a proposta de dialogar com outras “minorias” e conferir alguma visibilidade a outras categorias e “lutas” (como a racial e a ecológica), as reportagens e artigos direcionavam-se preferencialmente aos homossexuais masculinos. Os 11 integrantes do Conselho Editorial eram homens, situação que se manteve nas edições seguintes.

Isto não quer dizer que, no seu primeiro ano de veiculação, o *Lampião* não tenha veiculado reportagens e artigos enfocando “lésbicas”, “travestis” ou “bissexuais”. O jornal também se deparou com os desafios, demandas e reivindicações de sujeitos que não se alinhavam exclusivamente ou que, de algum modo, não se viam incluídos na categoria “homossexual”.

Para ilustrar, no seu primeiro ano de circulação, de um total de treze exemplares, as mulheres foram o principal destaque na capa de quatro edições. Na terceira, a manchete saudava “Mulheres na Redação”, acompanhada de uma entrevista com a atriz Norma Bengell. A edição de número cinco ressaltava a extensão produção literária da escritora Cassandra Rios (“Cassandra Rios ainda resiste – com 36 livros, ela só pensa em escrever”). Na décima primeira, são as temáticas que desafiavam o movimento feminista que ganham realce (“Lesbianismo, machismo, aborto, discriminação – são as mulheres fazendo política”). A edição seguinte, por sua vez, salientava o “Amor entre mulheres (elas dizem onde, quando, como e porquê)”. Pode-se incluir ainda o relativo destaque à entrevista da cantora Lecy Brandão na sexta edição, sugerindo a existência de uma “Música Popular Entendida”).

ser situada no interior de uma resistência ao próprio termo (e conceito de) “gay power”: “Um dos termos discutidos e rejeitados era o chamado gay power, muito em voga no final dos anos 1970 e começo dos 1980. Acreditávamos que a concentração de poder começava pela delegação de poderes individuais. Portanto, considerávamos repugnante substituir um poder por outro, ainda que fosse pretensamente um ‘poder de dentro’ – o que nos parecia um impedimento para diluir ao máximo os poderes e para manter a condição de sujeito desejante – dentro da comunidade homossexual” (TREVISAN in COSTA et al, 2010, p. 55).



(Imagem 5, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 12, mai 1979)

A inserção das pautas femininas e/ou lésbicas pode ser pensada na articulação de dois pontos: um, de aproximação; o segundo, de tensão.

Em relação ao primeiro, *Lampião* acompanhava e era palco das relações que começavam a se estabelecer entre o nascente “movimento homossexual brasileiro” e as reivindicações feministas. Como documenta amplamente MacRae (1990), entre 1975 e 1976, são lançados os jornais *Brasil Mulher* e *Nós Mulheres* (este último declarando-se editorialmente como feminista), veículos que traziam para o primeiro plano temas como a “opressão das mulheres” e o “direito ao prazer sexual”. O respeito à individualidade e ao reconhecimento do prazer, que como vimos estava na pauta do *Lampião da Esquina* desde seus primeiros números, eram incorporadas nos coletivos homossexuais como questões prioritárias, em contraponto às lutas gerais da esquerda:

O movimento feminista (...) servia para chamar a atenção a formas de discriminação presentes nos métodos de militância da esquerda e a outros tipos de

opressão além da puramente econômica. Pode-se dizer que as feministas serviram, talvez, para legitimar valores que antes eram desprezados pelos grupos de inspiração marxista-leninista. Como veremos adiante, no movimento homossexual, que deve muito ao feminista tanto em termos de teoria quanto de prática, essa vertente individualista foi mantida e até aumentada (MACRAE, 1990, p. 31)

Ao passo que é possível identificar em vários discursos do *Lampião* essa convergência, também é possível perceber que a inserção editorial de demandas feministas não se dava sem conflito. Se no editorial do número zero a categoria “mulheres” foi incluída na relação dos “grupos injustamente discriminados” que o jornal pretendia “dar voz”, na mesma edição uma nota, assinada por Aguinaldo Silva, buscava justificar a ausência destas como membros ou colaboradoras do periódico. O título sugere uma desunião por parte das mulheres, ao jogar implicitamente com uma referência ao lema “trabalhadores do mundo, uni-vos” presente no Manifesto Comunista de Marx:

Mulheres do mundo inteiro...

A ausência de mulheres em LAMPIÃO não é, fique bem explicado, culpa do seu conselho editorial; convites não faltaram, todos recusados, mas nossas colunas continuam à disposição. Uma das questões que este jornal pretende levantar é a do feminismo e, pelo menos quanto a este tema específico, as mulheres homossexuais não podem se furtar; no caso das mulheres, a discriminação é bem mais complexa, e independe de suas preferências sexuais (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. zero, abr 1978, p. 5)

O conflito ganha mais visibilidade na décima e na décima primeira edições, quando a participação ou não das mulheres no *Lampião* ganha as páginas a partir de um comentário de Aguinaldo Silva a um texto daquela edição assinado pela ativista lésbica e escritora Leila Míccolis. O texto de Míccolis questionava uma extensa reportagem do jornal alternativo *O Repórter*, em que as lésbicas eram retratadas por meio de manchetes “sempre sensacionalistas”. Silva, por sua vez, toma o episódio como mote para criticar o que ele sugere ser um distanciamento das lésbicas ao *Lampião da Esquina*:

(...) não vou chegar ao extremo de dizer que foi “bem feito pra elas”; mas é que do LAMPIÃO elas vivem fugindo. Agora, quando aparece um jornal normal disposto a entrevistá-las, elas não se furtam: entregam todo o ouro. Ficam p. da vida com **O Repórter**? Pois então vamos fazer o seguinte: que se reúna um grupo de mulheres, façam as entrevistas, escrevam, botem tudo, e depois nos mandem. Nós publicaremos sem reescrever, sem cortar coisas, sem policiar. Tomem vergonha na cara e assumam esse compromisso, meninas; ponham o medo de lado e aceitem o fato de que o jornal é nosso, ou seja: também é de vocês (“Lésbicas vendem mais jornal?”, *Lampião da Esquina*, ano 1, n.10, mar 1979, p. 2)

O tom deste discurso, que oscila entre a provocação e o conciliatório em seu desfecho, costurado no contraponto entre um jornal “normal” (*O Repórter*) e um jornal

“nosso” (homossexual, incluindo-se as lésbicas, o *Lampião*), evidencia como a participação feminina era incipiente. Na edição seguinte, a repercussão leva Aguinaldo Silva a comentar que “o jornal se viu invadido pelas mulheres”, saudando a participação de um grande número delas na reunião de pauta. O jornalista afirmava ainda que o menor espaço às mulheres estava ligado a uma decisão de só ampliá-lo mediante uma participação mais efetiva destas na redação do jornal, de modo a escapar de uma postura “paternalista”, “que está sempre dizendo o que as mulheres devem (não) pensar e (não) fazer” (“Extra! Mulheres chegam para ficar”, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 11, abr 1979, p. 2).

Ainda que esta postura tenha se traduzido em uma maior visibilidade às mulheres nas edições imediatamente seguintes, pode-se afirmar que o *Lampião* manteve-se nos seus anos de existência como um veículo direcionado ao público homossexual masculino, algo que se consolida nos dois anos posteriores de funcionamento do jornal.

A categoria “travesti”¹¹³, por sua vez, aparece com relativo destaque desde as primeiras edições. Concordamos com a leitura de Simões e Facchini (2009) quando estes identificam num conjunto de textos do *Lampião* um posicionamento que se aproxima de “um ponto de vista altamente positivo e mesmo apologético” (p. 91), construído tanto verbal como imageticamente. É o caso da capa da quarta edição, em que a manchete “TRAVESTIS! Quem atira a primeira pedra?” era o destaque do topo da página. A reportagem nas páginas internas, por sua vez, usava da estratégia de atribuir a personalidades históricas como os escritores Oscar Wilde e Marcel Proust o ato de se “travestir”, de modo a afirmar que “o travesti tem até fortes trancetes históricos” (*Lampião da Esquina*, ano 1, n.4, ago-set 1978, p. 8). O texto, introdução de um ensaio fotográfico “sobre o visual do travesti brasileiro”, também era acompanhado de uma entrevista com o ator Jorge Alves de Souza/Geórgia Bengston, que na ocasião atuava no teatro de revista. Em determinada passagem, a autora da reportagem, Regina Rito, afirma: “Mas a sobrevivência do travesti ainda é ameaçada por outros problemas. Para a polícia, por exemplo, ele é uma espécie de marginal” (*Lampião da Esquina*, ano 1, n.4, ago-set 1978, p. 9).

Outro ensaio fotográfico, com travestis que frequentavam a Galeria Alaska, tradicional reduto de sociabilidade homossexual do Rio de Janeiro da década de 1970, é acompanhado por texto em que se enfatiza “o” travesti como sujeito capaz de mobilizar medos e desejos dos heterossexuais:

¹¹³ Nos discursos veiculados em *Lampião*, travesti era sempre designado pelo artigo definido masculino (“o travesti”).

(...) a fotógrafa Astrid Marot (...) passou a fotografar, com rara paciência, os travestis que, a cada carnaval, saem à rua, não para exibir uma possível semelhança com as pessoas do outro sexo, mas sim, para incorporar a inquietação que os faz buscar o impossível – a transformação. Os travestis de Astrid têm a face do pesadelo, vê-los certamente ajuda a entender o medo irracional que acomete muitas pessoas hetero nas quais o homossexualismo provoca um pavor, a sensação do “já ter visto aquilo em algum lugar” – possivelmente no mais íntimo de todos os seus pensamentos (“Sugestões para o pesadelo da madrugada”, *Lampião da Esquina*, ano 1, n. 11, abr1979, p. 20)

Podemos identificar neste discurso a alocação do travesti como alguém que, mais do que uma semelhança com a figura da mulher, inquieta pela performatização da “transformação” (impossível); por outro lado, “o travesti” também é considerado uma variação do “homossexualismo” que interpela os medos e pensamentos íntimos dos heterossexuais.

Entretanto, assim como em outras questões editoriais analisadas aqui, esse modo de representação também dividia o jornal, seja na posição de alguns colaboradores, seja de leitores que se manifestavam na seção de cartas. Isso pode ser constatado em texto do conselheiro editorial João Antônio Mascarenhas, que propugna um discurso que vincula “o travesti” a uma categoria de homossexuais que, não obstante se “rebelasse” contra “a rigidez dos padrões sexuais impostos pela casta dominante”, ora representava uma tentativa “incompleta” de se tornar mulher (esta, vista como portadora de uma feminilidade “natural”), ora (numa leitura que mescla travestismo e transexualidade) buscava ocultar sua “identidade” mediante o recurso da operação cirúrgica:

Sua ambição máxima consiste em transfigurar-se na mulher vamp, no sofisticado objeto sexual tão comercializado por Hollywood nas décadas de 30 a 50. Ademais, os ingentes esforços que ele dedica – e nunca com êxito total – para assemelhar-se ao que metade da população mundial é com naturalidade, francamente, para mim, significam uma perda de tempo e de energia muito grande (“Sobre tigres de papel”, *Lampião da Esquina*, ano 1, n.4, ago-set 1978, p.9)¹¹⁴

Desses discursos, nem sempre convergentes, *Lampião* buscou conciliar a proposta de ser um jornal “homossexual” que, sob esta definição, retratasse outras identidades que não apenas a do homossexual masculino, como lésbicas e travestis. Contudo, o jornal progressivamente vai assumindo seu endereçamento aos homens

¹¹⁴ O texto de Mascarenhas também ataca as “bichas pintosas”, a quem classifica de “agressivas” por “agredir” e internalizar “insegurança” e “sentimento de culpa”. No discurso do autor, “dar bandeira” como expressão da própria homossexualidade era tomado como uma postura de internalização de uma opressão e de assumir uma posição de estigmatizado. Entendemos que esse discurso discrimina as “pintosas” ao situá-las como ameaçadoras de uma homossexualidade “respeitada”. Ainda para Mascarenhas, o travesti elevaria esta postura ao paradoxo, por buscar um ideal de feminilidade. É um discurso, portanto, contraposto a outros discursos mais “celebratórios” que circulavam em textos e, sobretudo, ensaios fotográficos do *Lampião*.

(*homossexuais/entendidos/gueis/gays*).

Tanto pelo modo como se “cedeu” espaço às mulheres/lésbicas ou se elaborou estas representações ambíguas dos travestis, não se trata aqui apenas de revelar a delimitação editorial por uma audiência de homossexuais masculinos: *Lampião* era um jornal que, não obstante os esforços de problematizar o “homossexualismo”/ homossexualidade, o/a situava a partir de olhares que, majoritariamente, partiam de uma posição homossexual *masculina*.

É nesse contexto que as lésbicas “convidadas” a escrever sobre “lesbianismo” no *Lampião* decidem, como fruto desta experiência, tanto lançar uma publicação própria como um coletivo organizado, o *Chana com Chana* e o Grupo Lésbico Feminista (posteriormente GALF- Grupo de Ação Lésbico-Feminista), respectivamente. Artesanal, o *Chana com Chana* consistia num boletim informativo distribuído em bares, boates e eventos acadêmicos e políticos de interesse da comunidade lésbica. Na medida em que o GALF, no final da década de 1980, passa a se constituir na organização não-governamental *Um Outro Olhar*, o periódico passa a ganhar este mesmo nome, circulando entre outros coletivos gays e lésbicos.

Como demonstra Péret (2011), outras publicações lésbicas similares, de alcance bastante restrito quando comparadas a jornais homossexuais como o *Lampião*, despontam nos anos 1980 vinculadas a associações e organizações de militância, caso de *Boletim Amazonas*, *Xerereca*, *Boletim Ponto G*, *Deusa Terra* e *Lesbertária*. Nas décadas seguintes, a pequena inserção de lésbicas num universo editorial de maioria homossexual masculina encontra eco na atuação de Vange Leonel (cantora, escritora, colunista de *Sui Generis* e do jornal *Folha de S. Paulo*) e Suzy Capó (curadora do *Festival MixBrasil* de cinema).

Nos anos 2000, também são lançadas revistas direcionadas especificamente a este público, caso de *Sobre Elas* (2006, com circulação de apenas dois números e distribuição gratuita) e *Entre Elas* (2008, extinta no mesmo ano). Esta efemeridade demonstra uma dificuldade ainda maior de se elaborar uma “imprensa lésbica” no Brasil. Ainda segundo Péret, isso remete a fatores diversos, “desde o fato de elas não se assumirem até a profusão de revistas femininas que existem no mercado” (2011, p. 80). Igualmente a se considerar é uma menor visibilidade das lésbicas no interior tanto da imprensa “gay” como do mercado de consumo e serviços direcionados aos sujeitos LGBTs.

2.3.4 “Imprensa alternativa” e o ocaso do *Lampião*

É corrente na literatura sobre a imprensa brasileira dos anos 1970 o protagonismo assumido pelos jornais que formaram a chamada “imprensa alternativa”. A principal

referência é o trabalho de Kucinski (2003), adaptação de tese de doutorado defendida na Universidade de São Paulo no início da década de 1990. O autor parte da seguinte contextualização para definir este segmento jornalístico:

Durante os quinze anos de ditadura militar no Brasil, entre 1964 e 1980, nasceram e morreram cerca de 150 periódicos que tinham como traço comum a oposição intransigente ao regime militar. Ficaram conhecidos como imprensa alternativa ou imprensa nanica. A palavra nanica, inspirada no formato tablóide adotado pela maioria dos jornais alternativos, foi disseminada principalmente por publicitários, num curto período em que eles se deixaram cativar por esses jornais. Enfatizava-se uma pequenez atribuída pelo sistema a partir de sua escala de valores e não dos valores intrínsecos à imprensa alternativa. Ainda sugeria imaturidade e promessas de tratamento paternal. Já o radical de alternativa contém quatro dos significados essenciais dessa imprensa: o de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo das gerações dos anos de 1960 e 1970, de protagonizar as transformações sociais que pregavam (KUCINSKI, 2003, p. 13)

A consolidação desta “imprensa alternativa” alinhava-se ao interesse dos leitores em ter acesso a “discursos alternativos” que se contrapusessem aos discursos “oficiais” que predominariam na “grande imprensa” durante o regime militar, notadamente no período do “milagre econômico”. Cobrindo pautas que iam da reivindicação da anistia aos presos políticos às manifestações sindicais de final dos anos 1970 ou às mudanças “comportamentais” advindas do espraiamento da “contracultura” nos setores médios e urbanos, jornais como *O Pasquim*, *Movimento*, *O Bondinho*, *Em tempo*, entre outros, tornaram-se espaços de discussão pública sobre os rumos da ditadura, sobre a “abertura” política e as possibilidades de redemocratização da sociedade brasileira.

Há um conjunto de referências que tende a situar *Lampião da Esquina* como um dos representantes desta imprensa alternativa¹¹⁵. Kucinski inclui o jornal na extensa compilação que fez dos títulos que circulavam no país entre os anos 1970 e 1980, classificando-o sob a rubrica “gay”.

Entendemos que, embora seja possível identificar uma convergência da proposta editorial do *Lampião*, sobretudo quando do seu surgimento, às pautas e reivindicações dos jornais “alternativos”, não se deve tratar este alinhamento como automático. Isso decorre tanto da especificidade de se posicionar como um “jornal homossexual” como dos conflitos que tal posicionamento gerava no interior desta imprensa alternativa.

Em sua segunda edição (junho-julho de 1978), o jornal publica pequeno anúncio

¹¹⁵ Silva (1998) apresenta do seguinte modo o jornal em sua dissertação: “Observei a recorrência de relatos referentes a um periódico da imprensa alternativa: o *Lampião da Esquina*” (p. 7); No capítulo dedicado ao *Lampião*, MacRae dedica uma breve seção à “imprensa alternativa” (1990, p. 69-70).

na seção “Cartas na Mesa”, incluindo o periódico numa lista de outros títulos como *De Fato*, *Repórter*, *Em Tempo*, *Coojornal*, *Verso*, *Nós Mulheres*, *Brasil Mulher* e o *Pasquim*. Esta associação com os jornais alternativos fica mais explícita com o título, no topo do anúncio, reivindicando “Por uma imprensa independente”.

O anúncio, porém, recebe críticas de um leitor no exemplar seguinte, cujo discurso, mencionando o fato de dois desses jornais alternativos citados terem recusado a publicação de uma entrevista com um ativista gay norte-americano, questiona a imprensa “independente” e o fato de o *Lampião* promovê-la em suas páginas:

(...) Mas ainda não chegamos ao principal: a propaganda que você, meu querido LAMPIÃO, fez da tal de “imprensa alternativa”. Eu, antes de jogar o epíteto “independente”, perguntaria antes: independente de que? De quem? Porque pode ser independente de uma coisa e dependente de outra...
Trevisan neste mesmo seu n.2, LAMPIÃO, nos conta que Versus e Movimento se recusaram a publicar a matéria sobre o Leyland por razões morais. Nos conta ainda que O Beijo se recusou por pura sacanagem. Ora, você sabendo de tudo isto ainda publica uma propaganda desta imprensa em suas páginas? Você está parecendo Bicha-burra, LAMPIÃO! Esse tipo de imprensa não é independente coisíssima nenhuma, muito pelo contrário. E bota contrário nisso. São preconceituosos, pedantes e antes de mais nada, pequeno-burgueses (Cartas na Mesa, *Lampião da Esquina*, ano I, n.3, jul-ago 1978, p. 15)

A crítica do leitor, numa interpelação direta ao jornal explicitada pelo uso recorrente do vocativo, recebe a seguinte resposta (não-assinada):

Quanto ao anúncio da “imprensa independente” em nossas páginas, foi apenas uma brincadeira, que pensávamos ser sutil mas perceptível. Uma brincadeira como o LAMPIÃO inteiro, uma vastíssima brincadeira, pois tudo que nós queremos (ai, que preguiça!) é vadiar. É claro que a gente fecha com alguns daqueles jornais. Mas – e isso mostra como nós somos saudáveis – o importante é que nenhum deles fecha conosco.
P.S. – Bicha-burra é a mãe Cartas na Mesa, *Lampião da Esquina*, ano I, n.3, jul-ago 1978, p. 15

É interessante perceber aqui uma posição do jornal que, insistindo na ideia de “brincadeira” e de deslocar a crítica a partir dessa estratégia, mas sem deixar de reconhecê-la, sugeria como era ambígua a relação do jornal com outros periódicos “alternativos”. Expressões coloquiais como “fechar” ou certa informalidade no encerramento do discurso (“Bicha-burra é a mãe”) podem ser tomadas dentro de uma estratégia editorial mais ampla, como vimos anteriormente, de se buscar um tom menos sisudo numa publicação “homossexual”. E explicitam, pelo jogo de palavras com o verbo “fechar”, também a posição particular que o jornal acredita ocupar no interior da “imprensa alternativa”: em consonância com alguns periódicos, mas sem ter o reconhecimento de sua legitimidade por outros

veículos, algo que o jornal revaloriza como positivo (“saudável”). Essa dificuldade de reconhecimento, por seu turno, pode ser pensada no interior de disputas em que a homossexualidade/“homossexualismo” não era plenamente reconhecida no interior das lutas sociais que pautavam os jornais da “imprensa alternativa”.

Isso fica mais explícito quando se traz um trecho do texto já citado de Aguinaldo Silva, acerca da participação das mulheres no *Lampião*, quando ele usa como exemplo o jornal *O Repórter* e o retrato que este faz do “homossexualismo”:

Bom: eu conheço o pessoal d'O Repórter e sei que ele é da melhor qualidade; estão enfrentando uma barra pesadíssima como nós e formam, como outros jornais, uma linha de frente na qual LAMPIÃO também se instala. Agora, o problema é que, por mais progressistas que sejam, os meninos enrolam a língua quando resolvem falar de homossexualismo. Tenho certeza que, quando resolveram fazer a matéria sobre as lésbicas, eles tinham a melhor das intenções. Mas como de boas intenções o mundo está cheio, foi o que se viu (“Lésbicas vendem mais jornal?”, *Lampião da Esquina*, ano 1, n.10, mar 1979, p. 2)

Nesse discurso, as dificuldades compartilhadas com “outros jornais” e a posição de enfrentá-las faz o *Lampião* se afirmar alinhado a outros títulos e marcar posição clara como representante da imprensa alternativa. Este alinhamento, por seu turno, não implica em desconsiderar como neste segmento de jornais o “homossexualismo” ainda era dimensão difícil de ser abordada.

Ainda em seu primeiro ano de funcionamento, o *Lampião da Esquina*, como outros periódicos “alternativos”, sofreu retaliações. A mais significativa foi o processo que se instaurou sob a acusação deste promover ofensa à moral e aos bons costumes. Isto se encontra documentado nas próprias páginas do jornal, primeiramente no texto “Sinal de Alerta”, publicado na quinta edição. Lembrando que jornalistas da revista semanal *IstoÉ* tinham sido convocados para depor sobre reportagem intitulada “O Poder Homossexual” e o processo movido contra o jornalista Celso Curi por promover na Coluna do Meio “o encontro entre anormais”¹¹⁶, o Conselho Editorial recordava que o “próprio *Lampião da Esquina* sofre pressão”.

O assunto reaparece na edição de número nove (fevereiro de 1979), cuja capa traz

¹¹⁶ A Coluna do Meio foi publicada no jornal paulistano *Última Hora*, dos Diários Associados, entre 1976 e 1977. Retratando o universo das festas e casas noturnas, somado a notas de colonismo social e à promoção de trocas de correspondências entre leitores por meio um “correio elegante”, teve ampla repercussão por ser um espaço editorial endereçado a homossexuais no interior de um veículo da grande imprensa. Na edição de estreia de *Lampião*, há uma reportagem de duas páginas abordando a coluna e o processo judicial que envolvia Curi, acusado de “ofender a moral e os bons costumes” segundo a Lei de Imprensa. Cf. “Demissão, processo, perseguições. Mas qual é o crime de Celso Curi?” (*Lampião da Esquina*, ano 1, n. zero, abr 1978, p. 6 e 7).

estampada com destaque “Moral e bons costumes?”, informando que “Lampião põe o assunto na berlinda”. Um artigo do conselheiro editorial Darcy Penteado explicita que a escolha por aquela temática decorria de um inquérito policial aberto contra o jornal, uma “rotineira forma de opressão que ainda vigora, apesar das aberturas prometidas e ensaiadas, visando intimidar principalmente os da imprensa nanica” (*Lampião da Esquina*, ano I, n.9, fev 1979, p. 6).

Já a reportagem interna, intitulada “O que pensa a sociedade civil sobre o assunto”, traz depoimentos de políticos, jornalistas, escritores, atores, um operário e uma dona de casa, encerrando-se, a partir da fala atribuída a um comerciante, com um depoimento que explicita a situação vivenciada pelo jornal:

O que vocês querem de verdade é saber se há alguma justiça nessa perseguição ao jornal de vocês, não é? Eu acho que não, e por uma razão bem simples: a perseguição põe a nu uma coisa que sempre existiu, só que em estado latente: a discriminação contra os homossexuais. Só essa discriminação já justifica a existência de um jornal como LAMPIÃO (*Lampião da Esquina*, ano 1, n.9, fev1979)

Tal discurso não apenas torna público as pressões sofridas como também serve para reforçar o mote lançado no número inicial, reiterando a existência do *Lampião* como jornal porta-voz e combate ao preconceito vivenciado pelos homossexuais.

Cabe ressaltar, entretanto, que as pressões ao *Lampião da Esquina* não eram apenas externas. Diversos relatos sobre o jornal trazem como ponto convergente as divisões editoriais internas e as demandas distintas dos leitores, sintetizadas por MacRae (1990, p. 89) do seguinte modo:

Os conflitos em que o Lampião se viu envolvido foram inúmeros e de todos os tipos: políticos, econômicos, estéticos etc. Mais do que os erros de uma determinada política, eles refletiam a grande diversidade de opiniões existentes não só na redação do jornal, mas também entre seu público leitor. Esse era sabidamente heterogêneo, em termos de classe, cultura, idade, ideologia política, localização geográfica etc.

Essa heterogeneidade incidia na dificuldade de o jornal manter uma linha editorial definida. Nos relatos que descrevem a experiência do *Lampião*, costuma-se salientar uma divisão entre a equipe estabelecida no Rio (comandada pelos jornalista Aguinaldo Silva) e aquela formada pelos colaboradores de São Paulo (tendo como figura de proa o ativista João Silvério Trevisan), em razão do tabloide conferir um maior peso ao que MacRae (1990, p. 91) situa como “acontecimentos do gueto homossexual carioca”.

Outro ponto de tensão era a relação do jornal com a nascente “militância homossexual”. Efetivamente, num primeiro momento *Lampião* teve papel fundamental como veículo de circulação nacional de informação das reuniões e eventos, além, como vimos, da

própria reivindicação pública da existência de um debate sobre o “homossexualismo”. Mas como destaca ainda MacRae (1990, p. 88), há uma mudança de perspectiva na reta final do periódico, em que “a posição do jornal tornou-se francamente agressiva em relação aos grupos, e as manchetes e artigos publicados serviam para divulgar pelo país inteiro uma grande desconfiança a respeito de qualquer política homossexual”.

Podemos pensar que essa desconfiança já dava sinais na dificuldade de o jornal alinhar-se às posições majoritárias da “luta maior”, presente, como analisamos, desde as primeiras edições. Ela se intensifica, porém, nos anos seguintes, quando o jornal, sobretudo em suas últimas edições, passa a ter de se reposicionar num mercado editorial que via o aparecimento de novas publicações centradas nos ensaios eróticos que retratavam o nu masculino.

A queda progressiva nas vendas, que não conseguiu ser ampliada mesmo com uma significativa mudança na linha editorial, mais centrada em reportagens temáticas como “prostitutos” (capa da edição 30, novembro de 1980), “masturbação” (edição 31, dezembro de 1980) ou “hotéis de pegação” (edição 34, março de 1981) e mais distanciada da cobertura do “ativismo”, somava-se à dificuldade de reunir anunciantes que viabilizassem sua comercialização nacional. Como resumem Simões e Facchini (2009, p. 110), em sua reta final “o jornal parecia mergulhado num vácuo: tinha abandonado o teor contestatório sem conseguir assumir as características de uma publicação voltada ao consumo”.

O fechamento do *Lampião da Esquina*, ainda que tenha sido seguido por uma breve leva de revistas eróticas (*Homem-Pleiguei*, *Macho Sex*, *Narciso*, entre outras), marca um período em que o “jornalismo gay” de referência fica sem um título de visibilidade nacional. Como situa, com certo pessimismo, o relato de MacRae publicado em 1990,

aos poucos foram desaparecendo do mercado todas as revistas dirigidas ao público homossexual que publicavam notícias e artigos além de fotos de nus [...] Certamente no tocante ao desenvolvimento de uma discussão constante da homossexualidade, só nos resta hoje recorrer às revistas pornográficas americanas, vendidas em profusão em milhares de bancas de jornais no país inteiro (MACRAE, 1990, p. 93)

De todo modo, esta passagem também reforça a centralidade que o *Lampião da Esquina* ocupou na história do que se busca situar como jornalismo ou imprensa gay ou homossexual no Brasil. Se isto é amplamente reconhecido nas pesquisas acadêmicas ou nos relatos construídos sobre a vivência das homossexualidades em nosso país, cabe ressaltar que na elaboração do jornal, sobretudo em suas primeiras edições, categorias e construções como “homossexual” ou “homossexualismo” e “homossexualidade” não apareciam como estáveis

ou preestabelecidas. A escolha de um ou outro termo (como *bicha* ou *homossexual*, *gay* ou *guei*) implicava em se pensar o que poderia representar, naquele contexto, tais decisões numa política de se reivindicar e se afirmar certo lugar para o “homossexual”, ora buscando se distanciar, ora se reaproximando ou revalorizando categorias e estratégias já em circulação na realidade sócio-sexual brasileira.

O fato de, nas páginas de *Lampião*, isto ser tema de problematização e conflitos constantes (entre os integrantes da equipe do jornal, entre estes e os leitores, entre os leitores entre si através das discussões via carta), mostra tanto que elas estavam em debate corrente na época como também estavam sendo construídas nas escolhas do próprio jornal, que reivindicava para si e se firmava como uma das instâncias de maior visibilidade dos discursos acerca da homossexualidade/“homossexualismo” para sua audiência leitora.

*

Em abril de 2011, Marcos Mazzaro, repórter que atuou na revista *Sui Generis* e colaborador desta pesquisa, encerrou a entrevista para esta pesquisa nos seguintes termos: “Foi uma história muito bonita, da qual tenho muito orgulho, ter feito parte da revista. Acredito que há muito de um jornal como o *Lampião* na *Sui Generis*, você não acha?”.

A pergunta ecoa quando se inicia agora a tarefa de analisar a *Sui Generis* como um dos títulos paradigmáticos da feitura de um “jornalismo gay” no Brasil a partir da década de 1990. E não por sugerir que se busque eventuais “semelhanças” entre as duas publicações, numa leitura “comparativa”. A fala nos chama a atenção pelo modo com que o colaborador tenta fazer um balanço de sua atuação profissional, e daquela revista em particular: enxergar ecos do *Lampião da Esquina* em *Sui Generis* é também uma forma de reconstruir historicamente sua trajetória de repórter num campo mais amplo, em que as duas publicações sinalizaram, em seus respectivos períodos, as experiências, desafios e resistências num segmento que permanece em constante exercício de legitimação.

De certo modo, discutir aqui alguns dos discursos que circulavam no *Lampião* e, antes dele, em *O Snob* e *Gente Gay*, mostrou-se necessário para que as questões a serem tratadas na análise de *Sui Generis* e *Junior* não fossem tomadas fora de uma historicidade e de como elas estão relacionadas a esse processo de afirmação não apenas de determinadas categorias ou dos discursos sobre as homossexualidades, mas dos próprios sentidos em jogo quando se reivindica um lugar ou se dimensiona, no Brasil das últimas décadas, o universo de publicações geralmente abarcadas no rótulo *imprensa* ou *jornalismo gay*. Estas duas publicações são abordadas nos próximos capítulos.

CAPÍTULO 3 – SUI GENERIS: OUTING, CULTURA E IDENTIDADE GAYS, O NU

Na primeira seção deste capítulo, enfoca-se a valorização de uma política do *outing*, ou da “saída do armário”, como um dos eixos de articulação da linha editorial de uma revista que busca se posicionar (e como seu próprio título tenta sugerir) como publicação que reivindica uma posição singular no mercado editorial impresso “para gays e lésbicas”. Este posicionamento, que inclui simultaneamente discursos de “modernização” e “normalização”, “diferenciação” e “assimilação” do que é “ser gay” (e, com muito menos visibilidade, lésbica), também é explorado a partir da análise de um modelo de jornalismo que a revista tenta demarcar, distanciando-se de uma possível associação ao que poderia situar como revista “pornográfica”, mas que na realidade negocia constantemente as fronteiras do erótico numa publicação dita “gay” (terceira seção). Antes, na segunda seção, abordam-se ainda os discursos acerca de uma “cultura” e “identidade” gays reivindicada nas páginas de *Sui Generis*, estratégicos para a legitimação da revista como um veículo de relevância para seus leitores projetados como gays, mas também tensionados pelos próprios limites e contradições dessa “identidade”.

Ressaltamos que as questões a atravessar estes eixos analíticos estão intrinsecamente relacionadas, e sua divisão nas três seções atendem mais uma necessidade de organizar o texto de nossa análise do que separações concretas no *corpus* e nos processos socioculturais descritos.

3.1 O “outing como questão” na política editorial de *Sui Generis*

Ao cruzarmos a análise dos discursos veiculados em *Sui Generis* e as entrevistas realizadas com os jornalistas e colaboradores que atuaram na revista, chama a atenção a importância atribuída ao *outing* na definição de sua política editorial. Marcos Mazzaro, repórter e colunista, ressalta:

Tinha uma coisa na *Sui Generis* que hoje acho que deva ser complicado de fazer, mas que na época se fazia, que era a coisa do *outing* mesmo como uma questão. Hoje, acho que talvez não seja nem mais uma questão, será que é? Uma boa pergunta... Que é meio promover esse *outing* ou lançar suspeitas sobre essa história. E isso tem vários episódios na revista, que recebeu alguns processos por causa disso. Às vezes, até injusto.¹¹⁷

¹¹⁷ Entrevista ao autor em 15 abr 2011.

Tomamos esta fala como ponto de partida por entendermos que ela abre importantes frentes de análise, sobretudo no que se refere a estratégias discursivas que, no âmbito da produção jornalística aqui analisada, ora atualizam, ora redesenham o que se convencionou chamar de *outing* como política de visibilidade.

Antes de explorá-las, entende-se que, mais do que demonstrar com “exemplos” o *outing* como um dos eixos da política editorial de *Sui Generis*, esta é uma questão privilegiada para discutir uma dimensão crucial na construção deste periódico como uma “revista gay” e “para gays” (e “lésbicas”). O “assumir-se” desponta, assim, como um dos elementos principais para a construção do referente *gay* como *identidade* e como *cultura* valorizados nas páginas da publicação.

Ao destacar o *outing* em correlação aos processos performativos de elaboração dos discursos veiculados na revista, da linha editorial e da atuação dos seus jornalistas e colaboradores, adota-se uma perspectiva teórica/epistemológica que opera na “importação” de um influente referencial analítico, elaborado em torno daquilo que a crítica literária Eve K. Sedgwick situa como “regime de conhecimento do armário” (1990). A ideia de “importação” aqui não é gratuita, pois entendemos que o conceito de “armário”, nos moldes em que circula nos estudos gays, lésbicos e *queer* nas últimas décadas, deve ser situado a partir de um movimento que tanto reconhece sua relevância nos debates acadêmicos, ativistas, da imprensa gay etc como exige uma interrogação crítica dos limites de sua incorporação a outros contextos espaço-temporais situados além de sua origem supostamente “central”¹¹⁸.

Desse modo, cabe interrogar: ao tratarmos do “armário”, ou da política correlata do *outing*, lidamos com um “conceito” ou estratégia chaves numa realidade supostamente

¹¹⁸ A análise de Sedgwick é tomada como referência, mas cabe ressaltar que os debates sobre as políticas em torno do *coming out* são anteriores à década de 1980. Altman [1998 (1971), p. 306] o associava à necessidade de construção de uma “comunidade de irmandade”: “A essência do [movimento de] liberação gay é que ele nos capacita a nos assumirmos [*to come out*, no original]. ‘Sair do armário e ir pras ruas torna-se um processo de libertação que, se não é suficiente para superar a opressão – de modo mais imediato, deve ao contrário fazer a opressão ser mais difícil de ser carregada – é certamente um primeiro passo necessário. Aqueles tocados pela nova afirmação descubrem uma nova percepção de como tem sido oprimidos pela sociedade e pelas normas sociais (...) Para o homossexual, a nova afirmação envolve romper com o mundo gay como ele tradicionalmente existiu e transformar a pseudo-comunidade do segredo e da objetificação sexual numa comunidade genuína de irmandade”. O artigo de Altman interroga ainda: “Se finalmente transcendermos a divisão entre hétero e homossexual, perdemos também nossa identidade?” (*Ibid*), concluindo que “se a humanidade [*man/womankind*, no original] alcançar o ponto em que esteja capaz de dispensar as categorias de homo e heterossexualidade, a perda valerá o ganho” (ALTMAN, 1998 (1971), p. 311). Outras referências do final dos anos 1960 e início dos anos 1970 são a leitura de Simon e Gagnon (1967, p. 62), que situa o *coming out* como “uma fase marcada pelo ponto no tempo quando há o autorreconhecimento pelo indivíduo de sua identidade como um homossexual e sua primeira grande exploração da comunidade homossexual [1998], e a de Dank [1998 (1971), p. 231], que identifica o uso da expressão aos informantes relacionarem “a suas próprias experiências concernentes a como encontram outras pessoas gays e quando decidem que são homossexuais”.

demarcada (“anglo-saxã”/“central”/“ocidental”), transpostos para outra (“brasileira”/“periférica”/ “do Resto”)? É possível reconhecer no “armário” um regime discursivo com certa “universalidade”, atravessadora das experiências de sujeitos e constitutiva mesmo do binômio homo/hétero no século XX? Podemos pensá-lo sem considerá-lo apenas como um modelo “externo” que se replica em outras realidades? Reafirmar ou relativar a “epistemologia do armário” como dispositivo de análise? Em que medida reafirmá-lo como referencial analítico incorre no risco de sua “essencialização” e de torná-lo, em si, um determinismo? Por sua vez, em que medida sua relativização traz o risco de negação dos efeitos que historicamente se buscou denunciar?¹¹⁹

Sedgwick entende o “armário” como uma dimensão crucial na vida dos sujeitos “gays”, atravessando-os nas suas experiências mais cotidianas:

Mesmo num nível individual, há notadamente poucas pessoas, mesmo entre as mais abertamente gays, que não estejam no armário com alguém pessoal, econômica ou institucionalmente importante para elas. Ademais, a elasticidade mortífera da presunção heterossexista significa que, como Wendy em Peter Pan, as pessoas encontram novas barreiras que emergem em seu entorno até quando cochilam: cada encontro com uma nova turma de estudantes, para não dizer de um encontro com um novo chefe, assistente social, analista de crédito, senhorio, médico, levanta novos armários cujas leis características e plenas da ótica e da física exigem, pelo menos das pessoas gays, novos levantamentos, novos cálculos, novos rascunhos e demandas de sigilo ou revelação. Mesmo uma pessoa gay assumida¹²⁰ lida diariamente com interlocutores que ela não sabe se eles sabem ou não; é igualmente difícil adivinhar, para cada interlocutor, se, no caso de saber, se tal conhecimento seria realmente importante (SEDGWICK, 1990, p. 67 e 68)

Nas palavras da autora, há um jogo que enfatiza a existência de um regime de conhecimento calcado nas negociações entre os sujeitos “gays” e seus “interlocutores” em torno do “saber” e do “não saber”, do “conhecimento”. Na sequência, ela enfatiza:

O armário gay não é uma dimensão apenas das vidas das pessoas gays. Mas para muitas delas, ainda é a dimensão fundamental de sua vida social. E há poucas pessoas gays, por mais habitualmente corajosas e francas, por mais afortunadas no apoio que recebam de suas comunidades mais imediatas, em cujas vidas o armário não seja ainda uma presença modeladora (SEDGWICK, 1990, p. 68)

Mesmo ciente dos “riscos” que uma “epistemologia do armário” possa assumir, a saber, de colocar o “armário” numa “centralidade” e “continuidade” de uma “narrativa

¹¹⁹ Essas perguntas não minimizam, evidentemente, o peso da “questão do armário” nos discursos construídos na política editorial de *Sui Generis*, de sua recorrência nos artigos editoriais, reportagens, cartas endereçadas à redação ou nos depoimentos colhidos de seus jornalistas. Antes, quer problematizar as dimensões e os limites de seu lugar como política editorial estratégica, obrigando-nos a buscar identificar e tensionar o que na revista se constrói como “armário”, “saída do armário”, *outing* ou *coming out*.

¹²⁰ *Out gay person*, no original.

histórica” que caia na armadilha de sua essencialização, Sedgwick opera uma transposição analítica de um plano, digamos, individual¹²¹, para outro, geral: “A epistemologia do armário também tem sido, contudo, numa escala mais vasta e com uma inflexão menos honorífica, incansavelmente produtora da cultura e história modernas do Ocidente como um todo” (Ibid). Em outra passagem, afirma: “uma compreensão de virtualmente cada aspecto da cultura moderna ocidental será não meramente incompleta, mas prejudicada em sua substância central se não incorporar uma análise crítica da definição moderna de homo/heterossexual” (1990, p. I).

É importante ressaltar que Sedgwick, cujas investigações concentram-se no terreno da crítica literária, busca traçar tal análise a partir de um amplo conjunto de binarismos: “segredo/revelação, conhecimento/desconhecimento, privado/público, masculino/feminino, maioria/minoria, inocência/iniciação, natural/artificial, novo/velho, disciplina/terrorismo, canônico/não-canônico, inteireza/decadência, urbano/local, doméstico/estrangeiro, saúde/doença, igual/diferente, ativo/passivo, dentro/fora, cognição/paranóia, arte/kistch, utopia/apocalipse, sinceridade/sentimentalismo e voluntarismo/vício”¹²² (1990, p. 11), explorados a partir de referenciais canônicos específicos¹²³ que se tornam representativos do que ela situa como “cultura moderna ocidental”. Entendemos que esta passagem com tendência “universalizante” (“cultura e história modernas do ocidente”), ao mesmo tempo que representa um salto para uma abordagem “epistemológica” original, de grande valia nos estudos gays e lésbicos em contextos diversos, também consiste numa operação com efeitos que, mais do que simplesmente descartar o “armário” como regime de conhecimento, precisa ser continuamente problematizada¹²⁴.

No primeiro exemplar de *Sui Generis*, destaca-se na composição da capa a personagem selecionada para ilustrá-la: o vocalista de um dos principais expoentes da música

¹²¹ Como destaca Edwards (2009, p. 4), uma das ideias “mais importantes e enganosamente simples” de Sedgwick é “que as pessoas são diferentes uma das outras, e sua noção que a primeira pessoa é uma heurística potencialmente poderosa”.

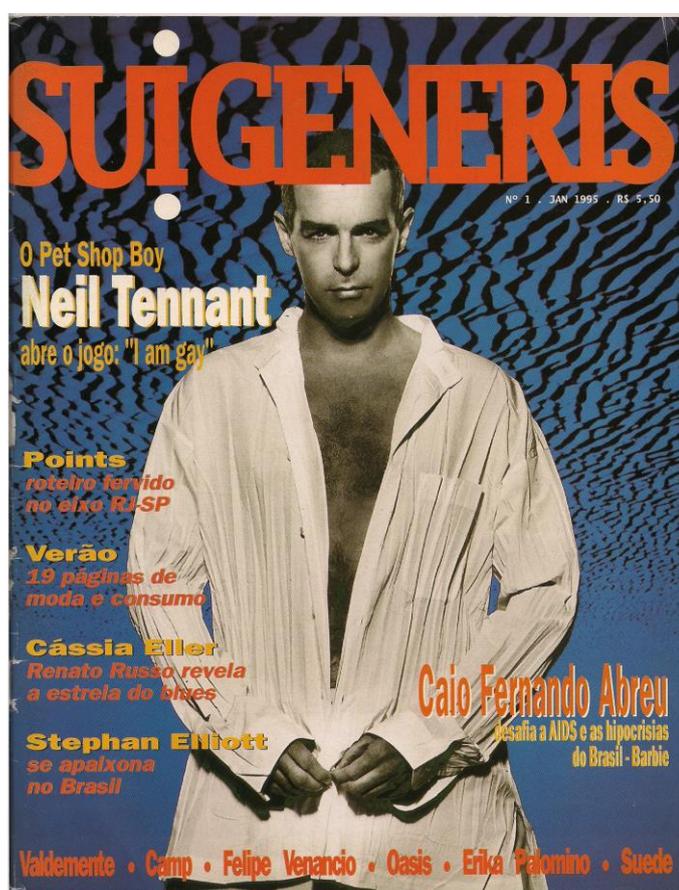
¹²² No original: secrecy/disclosure, knowledge/ignorance, private/public, masculine/feminine, majority/minority, innocence/initiation, natural/artificial, new/old, discipline/terrorism, canonic/noncanonic, wholeness/decadence, urbane/provincial, domestic/foreign, health/illness, same/different, active/passive, in/out, cognition/paranoia, art/kistch, utopia/apocalypse, sincerity/sentimentality, and voluntariness/addiction. Observo que a tradução implica sempre em perder mais de um sentido para cada um dos termos e pares.

¹²³ A literatura norte-americana, inglesa e francesa, a partir de obras de Herman Melville, Oscar Wilde, Henry Miller e Marcel Proust.

¹²⁴ Ressaltamos que exploramos esta questão a partir de um lugar sempre específico, constituído pelos discursos na revista *Sui Generis*.

pop internacional da época, a dupla inglesa *Pet Shop Boys*¹²⁵. Enquadrado num plano americano¹²⁶, o artista encara o leitor, numa pose em que sugere estar desabotoando uma blusa branca, “despindo-se”. A manchete disposta no topo da página: “O Pet Shop Boy Neil Tennant abre o jogo: “I am gay””.

Compõem ainda a capa os seguintes títulos: “Cássia Eller – Renato Russo revela a estrela do blues”; “Stephan Elliott se apaixona no Brasil”; “Caio Fernando Abreu desafia as hipocrisias do Brasil-Barbie”. Somam-se a estas “Points – Roteiro Fervido no eixo RJ-SP” e “Verão – 19 páginas de moda e consumo”.



(Imagem 6 – Capa *Sui Generis*, ano 1, n.1, jan 1995)

É interessante perceber que estas manchetes secundárias, ainda que não tenham o mesmo peso do enunciado atribuído à personagem principal da página, ajudam a circunscrever o escopo editorial da revista como de “variedades”, em que são enfatizadas as

¹²⁵ Duo musical que fez sucesso em diversos países, inclusive no Brasil, nas décadas de 1980 e 1990, ainda em atividade.

¹²⁶ Plano que registra a imagem da altura do joelho para cima.

matérias com nomes relativamente consagrados na música *pop*, no cinema e na literatura (nacionais e internacionais). Há nessas chamadas uma dinâmica dupla. Primeiro, elas pressupõem um conhecimento implícito de parte do leitor, como se este e a revista compartilhassem com desenvoltura as mesmas referências culturais (a legitimidade do cantor Renato Russo em apresentar uma nova cantora; Stephan Elliott ser um diretor de cinema que, na época, dirigira um filme bem sucedido comercialmente e estrelado por *drag queens*, *Priscilla, A Rainha do Deserto*; Caio Fernando Abreu ser um escritor relativamente conhecido para esta audiência, de modo que suas opiniões pudessem ser tomadas como “desafiadoras”). Também *implícitas* nas chamadas de capa estariam informações sobre estas personalidades, que se *revelariam* apenas nas páginas internas, nas respectivas reportagens¹²⁷.

Contrastando com o que não é dito *explicitamente* nessas chamadas secundárias, a manchete principal é marcada, por sua vez, pelo *dizer*: “I am gay”¹²⁸. Não apenas se pressupõe a familiaridade do leitor com o idioma estrangeiro (que, no caso, também funciona como um marcador de distinção do leitorado): a declaração pública sobre a orientação sexual e/ou identidade de gênero do artista, mais do que uma informação que despertasse eventual surpresa, sobressaía-se pela ênfase menos no que revelava do que na importância do ato em si de *declarar*, do “abrir o jogo”.

O “I am gay” escolhido para ilustrar a capa de estreia de *Sui Generis* antecipa, assim, uma das principais dimensões que atravessa esta revista e a elaboração de sua linha editorial: a questão do *outing* como política de afirmação pessoal e coletiva *gay* (seja este como referente identitário, seja como universo ou “cultura”¹²⁹). Não é apenas o vocalista dos *Pet Shop Boys* a externar sua orientação sexual: a manchete também pode ser lida como uma afirmação da nascente revista ao público e ao mercado editorial, anunciando-se igualmente “gay”.

Essas justaposições entre o *dizer* e o *não dizer*, presentes já na primeira página da edição de lançamento, mais do que opostos num “regime do armário”, revelam dinâmicas que vão atravessar tanto as práticas jornalísticas desta revista como os modos de representação do

¹²⁷ No perfil de Cássia Eller, por exemplo, fala-se do “amor por Francisco, seu filho, e Eugênia, com quem está junto há oito anos quase”, a cantora declara “Eu sou livre, não é fácil, mas eu sei em que acredito” (“Saint Cassia's Blues”, *Sui Generis*, ano 1, n. 1, jan 1995, p. 68); Elliott confidencia em entrevista estar “apaixonado por um brasileiro” e confirma que “os anos 90 são marcados pela afirmação positiva do mundo gay” (“Baby Face”, *Sui Generis*, ano 1, n. 1, jan 1995, p. 16-17); o escritor gaúcho defende o argumento de que “todo mundo é potencialmente bissexual” e afirma “eu não sou exclusivamente homossexual” (“Conhecendo o paraíso”, *Sui Generis*, ano 1, n.1, p.20-23).

¹²⁸ “Eu sou gay”.

¹²⁹ Na seção 3.2, analisamos mais detidamente os discursos que reiteram essa defesa de uma “identidade” e “cultura gay”.

gay, através de espectros que ora deslocam, ora reinventam essa binaridade. Quando lançamos um olhar sobre a reportagem escolhida para ilustrar a capa, publicada originalmente na revista gay inglesa *Attitude* e intitulada “Mudança de comportamento”, podemos identificar mais claramente esse jogo entre o *saber* e o *não-saber*.

O primeiro parágrafo do texto, cujo relato é feito em primeira pessoa, traz uma dimensão de cumplicidade entre o jornalista e o artista, sobre algo implícito a ser abordado no encontro entre os dois. Tal cumplicidade, por sua vez, também é transferida ao leitor, pois o repórter revela os bastidores da realização da entrevista:

Neil Tennant sabe que hoje tem algo a me dizer e, graças a uma dica de um desses conspiradores de quem sempre ouvimos falar, eu também sei. Na verdade, esta entrevista foi toda combinada nessa base. Só que ninguém falou sobre isso, nem mesmo seu assessor de imprensa, que sugeriu que nos encontrássemos 20 minutos antes para esclarecer alguns detalhes. Tivemos um papo amigável sobre a vida e a mídia em geral, mas absolutamente nenhuma restrição de como deveria abordar o assunto.

Dessa forma, aqui estamos nós, Neil Tennant e eu, 45 minutos na nossa combinada sessão de duas horas e ainda assim aquela questão problemática da sua vida pessoal ainda não aconteceu. Ao invés, conversamos sobre outras coisas mais mundanas (“Mudança de Comportamento”, *Sui Generis*, ano 1, n. 1, jan 1995, p. 38)

A sequência do relato reproduz textualmente estratégias de aproximação à “questão problemática”, de modo que cada parágrafo subsequente revela os modos como o repórter interage com o entrevistado, sem mencionar *explicitamente*, contudo, o que se “sabe”:

Graças ao fato da Kyle¹³⁰ ser uma garota tão moderna, Neil e eu chegamos a arriscar muito algumas vezes. Conversamos a respeito da audiência gay e da dificuldade de ampliar o público sem perder essa audiência núcleo. “Penso que é muito difícil ser Kyle”, ele me comentou em certo momento, me dando a chance de perguntar: é difícil ser Neil Tennant?

“Em que sentido, respondeu com precaução?”

No sentido de ser mal entendido.

“Às vezes, embora esteja aprendendo a não ligar para isso. Obviamente, é uma falha nossa que tenhamos dado às pessoas a impressão de que o que fazemos seja um tipo de piada sofisticada”.

Então, tendo estabelecido que é uma falha minha não ter dado a Neil Tennant a oportunidade de esclarecer quaisquer dúvidas que alguém possa ter se ele é gay ou não, saio para uma pergunta mais longa sobre como os Pets são vistos pela imprensa gay [...]

Neil Tennant dá um profundo suspiro [...]

“Eu realmente penso que contribuimos, através da nossa música, dos nossos vídeos e da forma geral como apresentamos as coisas, ao que você poderia chamar de cultura gay. E a razão simples pra isso é que escrevi canções do meu próprio ponto de vista...” Ele dá uma pausa e se inclina um pouco mais perto do gravador. “O que eu estou tentando dizer é que, eu sou gay, e escrevi canções deste ponto de vista. Ou

¹³⁰ Kyle Minogue, cantora pop australiana. A reportagem mencionava a participação dos *Pet Shop Boys* no disco recém-lançado da cantora.

seja, estou sendo surpreendentemente honesto com você aqui, e esses são os fatos. Visivelmente aliviado, Neil Tennant se serve de água mineral e tira sua camiseta. Seu rosto ficou bem vermelho. “Bem, qual a sua próxima pergunta?” (“Mudança de Comportamento”, *Sui Generis*, ano 1, n. 1, jan 1995, p. 38-40)

A narrativa faz com que a questão de se obter, da parte do entrevistado, a afirmação de “ser gay” represente o clímax de uma série de estratégias de *aproximações e recuos*: “arrisca-se” falar em “audiência gay”, “imprensa gay”, “cultura gay”, o repórter lamenta ter perdido a oportunidade de oferecer ao cantor “esclarecer” se “ele é gay ou não”. O relato é revelador ainda de como se interseccionam dinâmicas da prática jornalística e da política da “saída do armário” numa publicação que busca se situar como “gay”: de tornar o que se “é” (“gay”) público, de como se negocia a obtenção de uma declaração desta natureza, de como ela é valorada positivamente (neste caso, mediante os discursos do entrevistado e do jornalista de associá-la à *honestidade*, ao “alívio” que isso resultaria), de se reconstituir dimensões gestuais presentes tanto no encontro do jornalista com o entrevistado como no ato de alguém que acaba de fazer um *outing* (a aproximação ao gravador para enfatizar o registro, o ato de despir a camiseta, o rosto “vermelho”).

Não obstante, o encerramento da reportagem retoma a estratégia do repórter em investir no *confessional*, da transformação de algo “particular” em algo “público” e de que este processo remete a um modo de conciliação do sujeito que se afirma gay consigo mesmo, num gesto situado novamente no domínio do que se poderia classificar como “honesto”:

“Para mim, fazer parte dos Pet Shop Boys sempre foi um esforço entre o constrangimento total e a sem-vegonhice total”. Escutando a fita de nossa conversa mais tarde, começo a pensar qual foi o motivo desta estranha confissão. Talvez tenha sido uma referência ao fato de que Neil Tennant não sente mais nenhum constrangimento sobre quem ele é nem com sua decisão de expor seus assuntos particulares. Talvez tenha sido sua maneira de me lembrar que normalmente ele não faria esse tipo de coisa. Honestamente (“Mudança de Comportamento”, *Sui Generis*, ano 1, n. 1, p. 72).

O fato de a principal reportagem da capa número um de *Sui Generis* girar em torno do *coming out* de um artista *pop* internacional e ser, ao mesmo tempo, uma tradução de reportagem veiculada numa revista (gay) estrangeira, indicia uma questão correlata a esta valorização do *outing* como política de conduta a balizar seus leitores “gays e lésbicas”: a relevância das revistas gays norte-americanas e europeias como referências para a linha editorial da revista. Isto fica evidente na entrevista concedida pela editora Roni Filgueiras, quando ela descreve como os periódicos estrangeiros representavam um parâmetro editorial para a feitura de *Sui Generis*:

Como o público da revista era muito exigente, existia uma preocupação muito grande com o projeto gráfico, com a estética, com as fotos. O Nelson também tinha uma preocupação muito grande de refletir o que é que tinha fora do país. Então, comprava todas as revistas gays europeias, americanas e a gente sempre tava repercutindo o que saía nelas. Era uma coisa do olhar, mesmo. E como não tinha concorrência no nicho que a gente atuava, pois as revistas eram majoritariamente de nu masculino e não tinham a preocupação de discutir os desejos, os anseios, a questão do comportamento, a questão gay, a referência era a imprensa internacional.

Como vocês faziam na redação, uma espécie de “clippagem”¹³¹?
A gente comprava e lia! As revistas estavam sempre ali, à nossa disposição¹³².

O mesmo procedimento é narrado por Beto Pêgo, estagiário e, posteriormente, repórter e colunista da publicação:

Como a gente não tinha muitas referências de revistas aqui, a *Sui Generis* era a única publicação específica, a gente lia a *Out*, tentava buscar a referência de outras revistas e tentar ver aqueles assuntos, **o que poderia funcionar aqui** [grifo meu], na *Sui Generis*, para nosso público no Brasil.

Vocês faziam isso sempre, na redação?
É, a gente tinha a assinatura de revistas, as revistas chegavam na redação. Algumas a gente tinha a assinatura, outras o Nelson comprava e levava. Mas a gente tinha um acervo, uma estante com revistas que serviam de referência. Pra gente ter algum padrão, porque não tinha um padrão de comparação nacional, local. Nosso padrão de comparação, não só de comparação mas de referência, mesmo, para buscar temas que estivessem... Buscar coisas lá fora... Em alguns casos, a gente reproduzia também, imagens de reprodução de outras revistas, para tentar trazer para nosso público uma coisa que era difícil de eles terem acesso, porque não tinha caminho para chegar aqui. Naquela época, a internet ainda era um “bebezinho” nascendo, não tinha essa facilidade de acesso. Encontrar onde a homossexualidade tava tendo visibilidade lá fora e aqui. E dar essa visibilidade na *Sui Generis*, trazer na revista os temas, mostrar o que está acontecendo, mostrar o que está sendo feito por gays e para gays no Brasil e no mundo, nas artes e nos direitos civis.¹³³

É importante situar, mesmo brevemente, que na “imprensa gay” norte-americana a passagem dos anos 1980 para a década seguinte foi marcada, entre outros temas, pela política de “tirar” personalidades do “armário”, como atestam autores como Streitmatter (1995) e Baim (ed. 2012). O principal expoente dessa tendência era a revista *OutWeek*, fundada em 1989 e em circulação até 1991. Ainda que o *outing* não fosse um tema consensual, ou mesmo o único dos periódicos gays e lésbicos dos Estados Unidos e da Europa da época, que tentavam responder aos estigmas e à homofobia emergentes com a epidemia do

¹³¹ *Clippagem* é uma expressão corrente nas redações jornalísticas e no campo da assessoria da comunicação e de relações públicas, remetendo ao ato de acompanhar a cobertura de assuntos específicos em um ou mais veículos de imprensa.

¹³² Entrevista ao autor em 21 nov 2011.

¹³³ Entrevista ao autor em 15 abr 2011.

HIV-Aids, era visto como uma das estratégias principais de desafiar aquilo que as publicações situavam como “status quo” (mantido pelo segredo do “armário” de pessoas influentes), constituindo-se num dos principais modos de se construir uma *visibilidade gay* :

A imprensa gay e lésbica ajudou a liderar a erupção da raiva contra o status quo. OutWeek pôs no papel a mesma mensagem que o ACT UP¹³⁴ gritava das ruas: “Não mais!”. O belicoso semanário não apenas promoveu o novo radicalismo, mas fabricou notícias de sua própria leva: OutWeek esteve no centro do fenômeno do outing. Ao revelar a homossexualidade de homens e mulheres enrustidos¹³⁵ em posições de poder e proeminência, a revista buscou sacudir o país a agir (STREITMATTER, 1995, p.277, 283-284)

A *OutWeek* encerrou suas atividades no início da década seguinte, e os anos 1990 passam a ser marcados pela consolidação, nos Estados Unidos, de publicações gays centradas num modelo em que uma militância “direta” cede espaço ao jornalismo informativo, ao investimento no design gráfico, à presença de artistas e às pautas voltadas para o consumo, moda e estilo de vida (*lifestyle*), nos moldes de revistas de variedades bem estabelecidas no mercado norte-americano em geral. *The Advocate*, cuja origem remonta ao final dos anos 1960, reposiciona-se de modo a se enquadrar neste perfil e *Out*, a revista mencionada pelo estagiário/colunista Beto Pêgo como uma das leituras habituais da equipe de *Sui Generis*, surge para se tornar a líder do segmento de revistas gays nacionais naquele país, com uma tiragem estimada de 100 mil exemplares¹³⁶.

À primeira vista, seria tentador traçar, a partir do cruzamento dos depoimentos colhidos, da análise da reportagem de capa e deste breve contexto da imprensa gay norte-americana, a seguinte leitura: *Sui Generis*, comandada por um editor com acesso a uma “cultura gay” internacional, refletiria em suas páginas um modelo consagrado na imprensa gay estadunidense, em que a “saída do armário” (espontânea ou provocada) tornava-se uma estratégia de legitimação tanto desta imprensa como de visibilidade à “homossexualidade”/ “cultura gay”.

A construção da política (editorial) do “outing” em *Sui Generis*, porém, não deve

¹³⁴ Influyente coletivo de militância fundado nos Estados Unidos na década de 1980, tendo como política principal o enfrentamento à epidemia do HIV-Aids. Uma análise da importância deste coletivo no ativismo político gay e lésbico norte-americano é realizada por Gould (2009).

¹³⁵ *Closeted men and women*, no original.

¹³⁶ *Out* atinge este posto apenas um ano antes de *Sui Generis* ser lançada no Brasil, posicionando-se como título de referência e modelo de revista “sofisticada” e gay na década de 1990. Se ela é citada explicitamente no depoimento de um dos repórteres de *SG* como uma das leituras da equipe na redação, outras fontes confirmam como esta publicação norte-americana constituiu-se numa referência editorial para o periódico brasileiro, sendo citada tanto por Nelson Feitosa (diretor-editorial) como por José Viterbo (diretor-geral) como uma das revistas cujo formato de jornalismo endereçado a uma audiência gay serviu de inspiração para a empreitada local (cf. PÉRET, 2011; RODRIGUES, 2010).

ser lida como um mero “reflexo” de um modelo já estabelecido nos Estados Unidos ou na Europa e replicado diretamente no Brasil. Antes, é resultado de uma combinação de fatores. Abrange, evidentemente, os modos como seus jornalistas concebiam a ideia de “armário” e de “ser gay” a partir de um referencial “estrangeiro” (norte-americano e/ou europeu) a que tinham acesso privilegiado mas, igualmente, das negociações que estabeleciam (“localmente”) entre si no ambiente da redação, com os sujeitos (fontes e personalidades) selecionados para ilustrar as reportagens veiculadas na revista, e com o público leitor. Essas articulações no plano editorial e do fazer jornalístico não podem ser dissociadas, por sua vez, do peso distinto e aos modos diversos de como o “armário” configura-se em nosso plano local.

Inicialmente, mostraremos a centralidade do “armário” como um eixo da linha editorial, pautando o dia a dia da redação e do universo de seus jornalistas. Sugiro uma leitura de dois trechos de editoriais publicados na oitava e na nona edições. No primeiro, tomando-se como mote o encerramento do ano de 1995, o texto estabelece paralelos entre uma maior visibilidade de gays e lésbicas e uma “saída de armário” que seria “social”. Já na edição seguinte, é explícito o vínculo entre ser *out* e uma ideia de “orgulho”:

E o ano de 1995 foi, do ponto de vista do universo gay e lésbico, um daqueles que ficam. Nem precisa relembrar acontecimentos, vai entrar para a história como **nosso coming out social**. Elegantemente, porque somos muito chics, mostramos nossa cara e o país descobriu que a gente existe. E o melhor foi ver que, do lado de cá, nem doeu tanto, nem para eles a nossa cara pareceu tão feia assim.

No final, ganhamos todos. Entramos em 96 vivendo numa sociedade um pouco menos hipócrita. (Editorial. “Chega de cara feia”, *Sui Generis*, ano 1, n.8, dez 1995, p.3, grifo meu)

Ninguém planejou, mas a *Sui Generis* torna-se a cada dia mais interativa (...) Muita gente não sabe por onde começar a vencer esse isolamento. Ainda mais quando **não se é out** num mundo que fala constantemente de sexo (...) Na verdade, a gente quer muito falar. Todos os gays e lésbicas, certamente, **querem ser out**. Quem vai preferir carregar indefinidamente esse peso da mentira e da dissimulação? Assumir o que somos traz uma leveza, que só conhece quem já trocou a vergonha de viver com o medo (porque quem se esconde sofre com a possibilidade de ser descoberto) pelo orgulho de ser livre.

E esse desejo de se comunicar, tem tudo a ver com o desejo de liberdade (Editorial. “Só entre nós, não!”, *Sui Generis*, ano 2, n. 9, jan 1996, p. 6, grifos nossos)

Tais discursos vinculam, assim, diretamente o processo de se “assumir”, de “falar”, de (se) “comunicar”, com a construção de uma ideia de “orgulho”, uma vez que romperia com valores como a “hipocrisia”, contrapondo-se a “leveza” ao peso da “mentira” e da “dissimulação”.

No primeiro trecho, é possível ainda identificar uma estratégia discursiva calcada no uso da primeira pessoa do plural (ou a variação “a gente”), de modo que o “nós” (ou “a

gente”) tanto conecta a revista à sua audiência leitora como estabelece que a posição da “saída do armário” deveria ser partilhada indistintamente (“todos os gays e lésbicas”). Este uso do plural costura a trajetória da revista, sua chegada ao mercado editorial e à cena pública, com o processo de se conferir visibilidade e respeitabilidade aos sujeitos gays e lésbicas (“somos muito chics”, “mostramos nossa cara”...).

Nas entrevistas realizadas com os jornalistas de *Sui Generis*, todos relataram que a política de “estar fora do armário” era simultaneamente algo reivindicado pelo proprietário e editor-geral da revista, Nelson Feitosa, como uma posição editorial que se estruturava e circulava no cotidiano da redação. Destacamos o depoimento do colunista Gilberto Scofield Jr, que nos permite reconstituir esta dimensão e, simultaneamente, é revelador de suas convicções sobre a questão do “armário”:

_ Você acha que a Sui Generis sempre teve uma política de afirmação gay?

De afirmação. De afirmação, sim, não tenho a menor dúvida disso. O Nelson era muito assim. O Nelson não gostava de gente no armário. Não gostava [*enfático*]. Então, a revista tinha muito a cara dele, que era essa cara mesmo.

_ Isso era muito claro na redação?

Claríssimo.

_ Era tranquilo, colocado para todos?

Para todo mundo, e nem todo mundo era gay. Tinha gente que não era. Mas era tranquilo isso na redação, todo mundo tinha essa ideia de que... Porque não faz sentido você ter uma revista gay que mantenha temas no armário, entendeu? Porque não faz o menor sentido. A ideia é jogar a luz do sol sobre a coisa, ter referências. Construir um imaginário, construir um histórico, descrever as situações, falar do universo gay de um modo geral. Ah, o armário faz parte? Faz parte, mas faz parte do aspecto negativo da coisa. O armário só existe porque as pessoas não tem coragem, porque as pessoas são empurradas para o armário. Enfim, não é uma decisão que você toma porque é bacana, a não ser que você seja um hipócrita, ser casado e ficar trepando por aí... Esse é um modelo que a gente não queria, esse modelo a gente já tinha. A gente teve sempre esse modelo, o tempo inteiro na história da humanidade, agora é hora de falar de outra coisa. As revistas gays têm de ser todas assim! Não pode ser diferente! Não pode tratar com condescendência o armário.¹³⁷

No depoimento, percebe-se que a questão do “armário” assume uma centralidade tal que passa a sintetizar um “modelo” de relações para os sujeitos gays e lésbicas, a ser superado “historicamente”. A legitimidade de uma “imprensa gay” adviria, notadamente, na sua possibilidade de se constituir como lugar de construção de um outro discurso, uma outra “historicidade” em que a “hipocrisia” que pautaria um modelo vigente seria combatida a partir da possibilidade do *falar*.

A expressão utilizada no depoimento do jornalista, “condescendência” como o “armário”, merece ser enfatizada, por trazer à tona tanto 1) um modelo *desejado* por *Sui*

¹³⁷ Entrevista ao autor em 10 mai 2011.

Generis, o de enfrentar o “armário”, como 2) do reconhecimento implícito de que na prática este enfrentamento implicava em nuances e particularidades, em que o *revelar* era pautado por desafios na construção do mesmo “falar” pela revista.

Em pelo menos dois editoriais, podemos identificar essa primeira dimensão, de a revista se posicionar claramente no enfrentamento ao “armário”. No primeiro, toma-se como mote algo factual, a publicação de uma foto na primeira página de um jornal de grande circulação na época (o *Jornal do Brasil*) retratando uma atriz e uma cantora num evento. No segundo, que extraímos um trecho mais longo por explicitar de modo contundente a posição da revista, os modos de como tratar o “assumir”:

Alguém poderia esclarecer o que faziam a cantora Leila Pinheiro e a atriz Cláudia Jimenez na capa do Jornal do Brasil, ilustrando a matéria sobre o Prêmio Sharp? [...] A presença forçada das duas artistas no espaço mais importante de um dos veículos mais respeitados do país era um grande deboche. Não com Rita Lee, Marília Pêra, Marco Nanini, Fernanda Montenegro, Paulinho da Viola e tantos outros que ganharam prêmios ou homenagens (e nem por isso a capa). Nem conosco, gays e lésbicas, já carecas de saber a **informação oculta** naquela imagem. Mas sim com os leitores desavisados que, pobrezinhos, não entenderam nada. Que Cláudia Jimenez brinque com a curiosidade pública em torno de sua vida (ou que alivie dessa forma a pressão que provavelmente sofre para dizer o que não pretende) todo mundo compreende. Já jornais entrarem nesse jogo, vira deboche. Afinal, jornalistas ganham para revelar **verdades** e não para ajudá-las a **dissimulá-las**. O leitor pode comprar o jornal por diversos motivos, mas não para ser confundido (Editorial. “Deboche público”, *SuiGeneris*, ano 3, n. 23, 1997, p. 4, grifos nossos)

Os leitores mais jovens talvez não saibam. Mas existiu no Brasil, por ocasião da mais recente ditadura, um fenômeno do jornalismo chamado imprensa nanica. Foram pequenos jornais que conseguiram publicar certas verdades quando elas já rareavam nos grandes veículos por causa da censura oficial [...] Esta longa volta ao passado serve para entrar num ponto atual, tema de cartas de leitores que reclamam dos poucos entrevistados que dizem abertamente “sou gay” nas páginas de *Sui Generis*. A crítica injusta escapa do universo da revista e engrossa uma boa discussão sobre o que é público ou privado para a maioria [...] A homossexualidade envolve nebulosos aspectos públicos e privados. **A Sui Generis a encara como questão coletiva**. Dentre outras, pela simples razão de que é extramente difícil um gay viver a sua vida privada com todos os entraves públicos impostos externamente pela sociedade. O público interfere no seu direito privado de ser homossexual continuamente desde o berço. Contraditoriamente, no entanto, toda a sociedade clama – muitos de nós também – que ser gay é “assunto particular”, “opção de cada um” e dezenas de outras frases de efeito sem base real [...] O que a *Sui Generis* e parte dos gays acreditam, porém, significa pouco diante da opinião maior da sociedade. Vale a regra de encarar a homossexualidade como uma questão privada. Assim funciona uma democracia, a opinião da maioria, justa ou injusta, prevalece. Na nossa revista, a regra é: assumir-se homossexual é decisão do entrevistado. A gente **provoca, pergunta, argumenta, insiste**, mas nunca toma a decisão por ninguém.

Poucos dizem “sou gay” nas entrevistas, porque a decisão é deles. Não estamos autorizados a encarar essa inverdade como algo que atente ao interesse coletivo (não só de milhões de gays, mas de todos que defendem algo parecido com uma sociedade justa), ainda que acreditemos nisso [...] A *Sui Generis* deve ser hoje dos poucos veículos que, num tempo de imprensa livre e objetiva, ainda **diz o importante nas entrelinhas** [...] Entre um “eu não sou gay” e um “sou contra os

rótulos”, você poderá encontrar elementos para concluir por si próprio que não é bem assim que a banda toca (Editorial. “Sexo, mentiras e jornalismo”, *Sui Generis*, ano 4, n.31, 1998, p. 4, grifos nossos)

Nesses discursos, reitera-se, assim, o assumir como uma postura necessária para definir uma homossexualidade situada pela revista como *verdadeira* e socialmente *justa*. No primeiro editorial, cabe frisar que esta “verdade” é interseccionada tanto pelos interesses dos sujeitos “gays e lésbicas” como por uma atualização, no domínio da *imprensa gay*, de um discurso em que o jornalismo legitimar-se-ia como atividade social de “revelar verdades” ao público. A “dissimulação”, assim, é vinculada à grande imprensa como uma forma desta não só praticar um mau jornalismo, de “deboche”, mas de, numa perspectiva mais abrangente, manutenção do “armário” como regime constitutivo e atravessador da vida social de gays e lésbicas.

O segundo editorial, por sua vez, explicita uma segunda dimensão, em que o “regime do armário” (nos moldes como este é concebido nos discursos majoritários que norteiam *Sui Generis*), ao mesmo tempo em que é condenado editorialmente, é atravessado por contradições. Assim, a revista assume para seus leitores uma posição de condenar publicamente o “armário” e seus efeitos. Mas quando nos debruçamos sobre os relatos dos entrevistados para esta pesquisa e sobre as reportagens de nosso *corpus*, é possível perceber que esse mesmo “armário” consiste, na prática, menos numa posição claramente demarcada do que numa série de negociações em que se exploram os limites de noções como “público” e “privado”, interesse “pessoal” e “coletivo”, *dizer* e *não-dizer*, ou de *dizer nas entrelinhas*, como sinaliza o editorial.

A questão do “armário” no jornalismo de *Sui Generis*, ou ainda, do “outing como questão”, resulta de uma combinação nem sempre coerente ou harmoniosa da posição editorial valorizada pela equipe da revista, dos discursos elaborados por fontes/personalidades que ilustravam suas páginas e, não menos importante, seus leitores. Destaco os depoimentos do colunista Gilberto Scofield Jr e da editora Roni Filgueiras, ainda versando sobre o “armário” e o *outing*:

G.S.J: Acho que essa era uma ideia que a gente tinha, a gente fala do armário, mas não trata com condescendência. Porque a gente sabe que tem um monte de gente que está lendo a revista que está no armário e precisa descobrir como sair. Também não adianta quebrar o armário e falar “ah, foda-se, sai dando pinta e dizendo que você gosta de pau pra todo mundo”, porque também não é por aí, pois cada um tem sua hora de sair, seu momento de sair, entendeu?¹³⁸

¹³⁸ Um dos pontos que podem ser problematizados nessa fala remete à questão do nu masculino, e de como este tensionava os parâmetros editoriais de uma revista que buscava se posicionar como de “referência”,

Isso tinha que estar claro, mas o armário, quando está dentro da revista de um modo geral, ele é sempre dentro de uma abordagem temporária, digamos assim, o armário é um lugar onde não se deve ficar. De preferência, saia dele. Ele está aí, existe e provavelmente vai existir enquanto houver preconceito. Mas saia dele, a sua vida só cresce, a sua história só acontece, quando você sai dele, senão a sua história, a sua sexualidade, o exercício da sua sexualidade... Senão, meu amigo, você tá vivendo uma farsa... Então, assim, não há aspecto positivo no armário, para mim não há [enfático]. Na época, a gente pensava isso e todo mundo concordava. Então, a revista tinha esse tom¹³⁹.

R.F: Tinha um projeto do Nelson na época, que eu via no Nelson, que era “a gente quer promover a saída do armário”. Na época, eu achava isso bacana, achava que era isso mesmo... Tínhamos esse foco, o Nelson dizia “Olha Roni, vamos tentar trazer pessoas que queiram se assumir, que queiram aparecer publicamente.

Isso era uma orientação do [editor] Nelson Feitosa?

R.F: Sim, era uma orientação. Então, eu me virava em 20, em 30, porque era uma questão muito delicada. Como eu vou me virar e perguntar para você se você é gay?! “Oi Fulano, você é gay?”. Tinha um preâmbulo, um prólogo enorme até chegar nessa questão. A gente tinha alguns [atores] globais que chegavam pra gente e falava: “olha, eu não quero falar sobre essa questão”. Mas não se furtavam em falar com a revista. Acho que só essa boa vontade, essa boa vontade de estar na revista, era uma maneira sutil de dizer “eu apoio a causa”. Sem militar, sem estar completamente saído do armário, mas essa postura simpatizante, de dar apoio mesmo. Então, a gente teve muitos personagens, eu mesmo entrevistei, personagens que fizeram questão de estar na *Sui Generis*¹⁴⁰.

Se a linha editorial era nitidamente pautada pela valorização de uma “saída do armário”, uma postura “simpatizante” emerge, assim, como uma possibilidade por parte de um entrevistado de “estar na revista”, de negociar sua exposição sem necessariamente “assumir” uma posição definida em torno de uma identidade sexual/ de gênero “gay”, de intervir sem necessariamente se vincular a uma ideia de “militância”. Ao fazê-lo, um artista ou “personagem” que ilustrasse determinada reportagem mostrava-se disposto (ou era “provocado” ou interpelado, em determinadas situações) a falar publicamente numa revista endereçada a “gays e lésbicas”, jogando-se estratégica (e em alguns casos, interessadamente) com a elasticidade de uma posição calcada no “apoiar a causa”.

Um exemplo ilustrador desse caráter negocial está numa entrevista realizada com a cantora *pop* brasileira Marina Lima, estampando a capa da oitava edição. Os modos como a entrevista desenvolve-se, e as questões abordadas, transitando entre a “carreira profissional” e a “sexualidade”, entre “pessoal” e “coletivo”, sugerem como elas vão sendo moldadas

contrapondo-se às revistas que seriam situadas como “eróticas” ou “pornôs”. Exploramos este ponto na terceira sessão do capítulo, ainda que se faça necessário explicitar que ela também interpela a noção de “saída de armário” neste discurso. Do mesmo modo, aproxima-se de um modelo de representação que simultaneamente valoriza o reconhecimento público do referente *gay*, aproximando-o de uma “normalidade”/“naturalidade”, questão que abordamos na seção 3.2.

¹³⁹ Entrevista ao autor em 10 mai 2011.

¹⁴⁰ Entrevista ao autor em 21 nov 2011.

progressivamente nas interações entre os entrevistadores¹⁴¹ e a artista. Desse modo, as perguntas iniciais e suas respectivas respostas gravitam em torno da dimensão do *revelar*, mas sem explicitar o quê. O lançamento de um disco, por seu turno, torna-se mote para explorar o “contar sobre si”:

Z: Dá para falar que cada disco é uma nova revelação onde você conta um pouquinho mais sobre você?
Acho que sim, porque eu mesma descubro cada vez mais coisas sobre mim.

Z: Mas é natural do artista se sentir cada vez mais à vontade para contar mais sobre si?
Eu sempre procuro contar o que sei sobre mim, o que eu quero falar no momento. Mas, com esse disco, é até uma ironia você dizer isso, porque não é um disco de autor – é um disco de intérprete. Estou falando de mim a partir de outros autores.

C: Bom, minha especialidade não é música, mas eu sinto que existe aí um...
Como eu vou dizer... O nome do disco é Abrigo. Algo que você usa para se proteger, para se esconder. Como fica essa dualidade?
Eu acho que você se esconde. Mas isso é uma coisa do instinto do ser humano, do animal. Cada pessoa tem seu abrigo – e isso não é uma frescura. Então, para mim, esse nome significa um lugar onde eu me sinto bem e onde eu até posso me expor mais, porque me sinto protegida de ataques alheios (“Marina Livre”, *Sui Generis*, ano 1, n. 8. dez 1995, p. 28)

Na medida em que a entrevista transcorre, um dos entrevistadores busca uma aproximação a assuntos que seriam de interesse (do) “público”:

Z: O público está sempre pensando no que você está cantando atrás dessas músicas. Você diz que isso aconteceu em Virgem muito forte e isso nunca te abandonou. Você não acha que o público está sempre escavando alguma coisa?
O público é sempre curioso, mas você responde ou não – responde com um disco, pode dar menos, pode dar mais, e o público tem que se conformar, porque é assim o jogo (“Marina Livre”, *Sui Generis*, ano 1, n. 8. dez 1995, p. 28)

Mais adiante, cresce a tensão, deslocando-se o eixo da entrevista para a questão da “sexualidade”:

Z: você é mestre em controlar sua imagem e é com grande facilidade que você pode se arriscar tanto a ponto de se vestir de homem (como já fez no palco) e, ao mesmo tempo, se resguardar. Você gosta um pouco de provocar o público e a mídia?
[...] Não quero que certas coisas fiquem mais importantes que meu trabalho.

Z: A sexualidade, por exemplo?
Às vezes isso nem é tão importante para mim, eu descobri isso com o tempo. Nesse momento, de uns dois anos pra cá, eu descobri que muito mais do que ficar falando questões pessoais da minha vida, preferências, eu me identifico muito mais com

¹⁴¹ A entrevista foi realizada por Zeca Camargo, na época apresentador da MTV, canal de música endereçada a uma audiência jovem, e por Cristina Franco, consultora de moda. Eles aparecem identificados nas perguntas pelas iniciais “Z” e “C”, respectivamente.

questões coletivas. Então, eu ficar fingindo que não são importantes palavras como solidariedade, fraternidade, seria fingimento.

Z: Mas talvez, falando de sexualidade, a partir de uma opção pessoal, você possa falar de uma coisa que é coletiva também. Aí, você teria um papel talvez mais coletivo, podendo abrir o nível da discussão.

O que eu acho, Zeca, em relação a isso é: eu sempre tive horror a rótulos, sempre tive, porque sempre me sinto perdendo alguma coisa, sempre me impossibilita de ser mais alguma coisa que eu queria e não posso porque só posso ser aquilo – parece que diminuem as possibilidades. Eu acho que eu sou uma pessoa livre. A vida me deu essa chance de poder escolher o que eu acho que é bom para mim e experimentar minhas opções em determinado momento. Eu sou uma pessoa livre e isso é que tem que prevalecer – é isso que eu tento.

[...]

Z: mas eu acho que, sem dúvida, quando você fala, nos seus subtextos, você está dando uma contribuição.

Eu espero, eu quero dar, na medida em que não diga... que eu não tenha que fingir uma coisa que eu não sou, nem bancar uma coisa que eu não seja.

Z: Uma militante.

É. Porque não é isso. Eu acho que essa coisa obrigatória que tem agora, especialmente nos Estados Unidos, ligada à coisa gay, que fica quase que delatando as pessoas...

Z: “Outing”?

É, isso é uma loucura. As pessoas têm o direito de escolher o que querem falar ou não (“Marina Livre”, *Sui Generis*, ano 1, n. 8. dez 1995, p. 32)

O discurso da cantora, assim, contrapõe-se ao *outing* como uma política de posicionamento público/“militante”, associando-o ora a uma postura estrangeira (“especialmente nos Estados Unidos”), negativa (“delação”), ora a uma decisão que, em última instância, residiria num “direito” individual acerca do que se quer ou não compartilhar.

No editorial “Sexo, mentiras e jornalismo” (*Sui Generis*, ano 4, n. 31), informa-se ao leitor ser expressivo o número de correspondências endereçadas à redação cobrando uma maior presença de personalidades “assumidas” nas páginas da revista. É interessante perceber, a partir de uma leitura mais abrangente do *corpus* constituído pelas cartas, todavia, como o “assumir” era também um processo em construção, a ser negociado entre a revista e seus leitores.

Desse modo, se a maior parte das correspondências publicadas convergia para uma associação do *coming out* a valores como “honestidade”, “transparência”, “felicidade”, “realização”, tão importante quanto esta valorização é considerar outros discursos que aquela seção abrigava, principalmente sobre como se alcançar a posição de “assumido”, o que poderia representar este ato, suas benesses, seus custos, os diversos aspectos, enfim, que poderiam constituir uma “saída do armário”.

Leitora identificada como Vânia, por exemplo, lê positivamente a entrevista com

a cantora Marina Lima por ter “um respeito em relação ao dito e não dito” (*Sui Generis*, Cartas, ano 2 n. 12, 1996, p. 6). Já o leitor identificado como Osni Melgaço Bulcão, ao se voltar para reportagem veiculada na edição 12 sobre um cantor estrangeiro que teria vivenciado uma relação amorosa com um brasileiro, mas sem assumir uma identidade homossexual/gay (“George Michael só está out no Brasil”, *Sui Generis*, ano 2, n.12, 1996), faz o seguinte comentário:

Não vou discutir as qualidades artísticas de George Michael, que eu admiro muito. Mas sim a posição um pouco radical de querer dele uma assunção total. Cada um trás (*sic*) dentro de si as limitações e aos poucos trabalhamos por uma melhoria. George tem feito isso e ensaiou fazê-lo por total, porém recuou... Só o fato dos sentimentos dele terem sido verdadeiros ao ponto de vir ao Brasil várias vezes e compor em homenagem ao amor que se foi já merece nosso respeito e admiração (Cartas, *Sui Generis*, ano 2, n. 14, 1996, p. 6)

Para o leitor, assim, é possível identificar uma leitura do “armário” em que o ato de “assumir” é visto a partir de gradações, entre “melhoria” e recuos, ao passo que a “assunção total” (vista como alguma “radicalidade”) não seria a única postura sinônima de “verdadeira” ou capaz de alcançar “respeito” e “admiração”. Ao afirmar que “cada um traz dentro de si as limitações e aos poucos trabalhamos por uma melhoria”, o uso do plural não apenas remete à situação do artista, mas também sugere um relato confessional do leitor (e projetado a outros leitores) sobre compartilhar uma posição em que o “armário” não era algo completamente fixado (no caso, relativizado a partir do reconhecimento de “sentimentos verdadeiros” ou das composições amorosas escritas pelo cantor retratado ao namorado).

A ideia de *confissão* aparece mais explicitamente na entrevista concedida para esta pesquisa pela editora Roni Filgueiras, quando ela reflete sobre as correspondências enviadas à sede da revista:

As cartas eram um confessionário. Gente jovem, muito jovens, principalmente adolescentes, escreviam para a revista pedindo orientação, “o que eu devo fazer?”, “como eu devo sair do armário, meu pai e minha mãe não aceitam...”¹⁴²

Algumas cartas nem sempre tinham como intuito comentar determinada reportagem ou conteúdo editorial específico, mas pôr em debate, a partir de um relato do próprio leitor, a postura editorial/política de *Sui Generis* de afirmação e realização individual e coletiva dos sujeitos “gays e lésbicas” como consequência da “saída do armário”. Dois exemplos que se contrapõem, publicados numa mesma edição:

¹⁴² Entrevista ao autor em 21 nov 2011.

Vivendo às claras I

Tenho 18 anos e há dois anos descobri a Sui, que muito me ajuda a aceitar-me do jeito que sou. Influenciado pela Sui, decidi, há algumas semanas, como dizem, “sair do armário”. Acreditando ter uma mãe liberal, compreensiva e que até bem poderia imaginar algo da revelação que estava para lhe fazer, resolvi contar tudo a ela. Isto é, dizer: “mãe, eu sou gay”. Qual não foi minha surpresa ao ver que ela ficou furiosa [...] ela passou a se intrometer na minha vida (moro com ela e minha irmã mais velha), a controlar severamente minhas saídas e tratar mal os meus amigos e namorados que telefonam para mim. Antes, eu vivia tranquilo com a minha homossexualidade, ainda que devidamente “dentro do armário”. Pensei que fosse ficar mais leve comigo mesmo, com os que me cercam e com o mundo, assim que assumisse abertamente minha condição, aliás, como tantos pregam. O que fazer? Não quero tirar nenhuma conclusão por ora, apenas gostaria que publicassem meu depoimento, pois o considero ao mesmo tempo relevante e revelador (Cartas, *Sui Generis*, ano 5, n. 44, 1999, p. 7)

Vivendo às claras II

A Sui *Generis* vem me fascinando cada vez mais. Tenho 19 anos e há dois fiz meu coming out. Por mais incrível que pareça, todos os meus amigos e minha família aceitaram. Por morar no interior, onde a maioria das cidades são hipócritas e católicas (não necessariamente nessa ordem), tive muito medo, pois temia sofrer represálias ou mesmo não conseguir arranjar emprego. Mas estou aqui para provar que o coming out não é tão doloroso, encorajando outros adolescentes a assumirem sua homossexualidade [...] A sensação de liberdade é tanta que até posso comprar a Sui *Generis* sem problemas. O jornalista não se intimida e até apóia. Aliás, procuro sempre mostrar a revista para todos para comprovarem que, antes de sermos gays, somos cidadãos como os outros, com seus direitos e obrigações (Cartas, *Sui Generis*, ano 5, n. 44, 1999, p. 7)

Esses relatos em primeira pessoa, bem como a metáfora citada anteriormente da editora Roni Filgueiras para descrever a redação como um confessionário, nos faz lembrar da clássica passagem de Foucault em *A vontade de saber*, quando este associa a confissão diretamente ao processo de “colocação do sexo em discurso” (1999, p. 24)¹⁴³. Neste caso, é importante perceber como a revista também era, portanto, um dispositivo que buscava orientar sua audiência leitora a “assumir-se”, em consonância aos pontos de vista predominantes na sua equipe de jornalistas e colaboradores e da própria linha editorial, de que este representava uma etapa para a elaboração de uma *respeitabilidade* gay. Isso pode ser percebido na resposta à primeira carta:

Pedro, ficamos boquiabertos com o vocabulário da sua mãe, mais do que com a falta de compreensão dela. Intolerância faz parte do nosso dia a dia. Você precisa se fortalecer para enfrentar esta realidade. Mesmo que o momento escolhido para se abrir tenha sido inoportuno, aproveite que a decisão já foi tomada e conquiste o

¹⁴³ “Tarefa, quase infinita, de dizer, de se dizer a si mesmo e de dizer a outrem, tudo o que se possa se relacionar com o jogo dos prazeres, sensações e pensamentos inumeráveis que, através da alma e do corpo tenham alguma afinidade com o sexo [...] Coloca-se um imperativo: não somente confessar os atos contrários à lei, mas procurar fazer de seu desejo, de todo o seu desejo, um discurso”. Convém lembrar que Foucault toma como ponto de partida a importância da confissão “numa tradição ascética e monástica”, depois generalizada quando o “século XVII fez dele [o projeto de colocação do sexo em discurso] uma regra para todos” (1999, p. 24).

respeito dela. Apesar de, neste momento a época do armário parecer mais tranquila, a nossa experiência nos diz que, no futuro, você irá verdadeiramente se sentir leve e digno, justamente pelo que fez agora (Cartas, *Sui Generis*, ano 5, n. 44, 1999, p. 7)

Cabe perceber ainda que a questão do armário não consiste apenas numa temática editorial, mas é performada também nas práticas e nas relações entre jornalistas e fontes, revista e leitores, num jogo duplo de mostrar e de ser implícito, que explora fronteiras e modos de dizer e não dizer, das interseções entre estes. As contradições, por sua vez, mostram que, naquele contexto em particular, a “saída do armário” era valorada como uma política de visibilidade tomada como ideal, mas também constituída em modos particulares de negociação, em que este ora era relativado, ora flexibilizado, nem sempre reproduzindo uma lógica totalmente binária de revelar ou assumir integralmente uma identidade *gay* em outros contextos distintos do que o da imprensa e do ativismo *gay* norte-americano, por exemplo.

Não menos importante, também convém lembrar que essas negociações dão-se no interior do cotidiano do fazer jornalístico. Retomo a conversa que tive com o jornalista Marcos Mazzaro, em que é possível perceber essa dimensão do jogo em explorar o *outing*, no interior das práticas que norteavam o jornalismo em *Sui Generis*:

Essa “questão do outing” que você menciona é uma das questões que exploro na pesquisa.

(Interrompe): Imaginei mesmo que fosse.

Isso era muito discutido nas reuniões de pauta, na redação?

Uma discussão sobre procedimentos?

De “a gente vai perguntar para o entrevistado”...

(Interrompe): Isso era uma brincadeira que sempre rolava, que a gente ouvia, como repórter, do dono da revista, e acabava entrando no jogo. Era meio isso, uma espécie de recomendação. Uma vez, fui para uma coletiva com o [humorista] Tom Cavalcante que não tinha nada a ver com nada, acho que o personagem que ele fazia era *gay*, e na hora que eu fiz a pergunta todo mundo sabia que eu era da *Sui Generis*. E eu estava sem crachá, sem nada, mas sabiam... Porque a pergunta era direta, acho que foi algo sobre homofobia, apesar de na época não ser esse nome, pois se falava disso mas esse tema não era tão conhecido. Então, sei lá, tinha uma recomendação de perguntar, e às vezes, a gente forçava a barra, sim!

[...] Daí que sempre gostei muito de humor, a gente jogava muito com isso, pra aliviar esse tipo de tensão, porque acho babaquice você chegar [engrossa o tom de voz] “Você é *gay* e...”, é preciso ter um jogo de cintura aí, para negociar isso com os entrevistados.

Sobre “ser direto” ou “negociar”, era algo compartilhado em toda a equipe? Imagino que não existia um manual de redação dizendo o que se podia e o que não se podia...

Olha, o dono da revista deixava o pessoal bem à vontade nesse sentido, mas tinha uma coisa assim “tragam um material que tenha a ver com a cultura *gay*, ou que tenha a ver com esse *outing*... “Pergunta se ele é *gay* mesmo” [rindo]. Mas como te disse, tudo isso com muito humor... [...] Acho que era uma coisa meio sugerida, e a gente na brincadeira, não tinha uma coisa muito rígida, não tinha propriamente uma investigação [rindo]. Em alguns casos, a gente tinha cuidados que, assim lançados no

meio de uma entrevista, numa situação forte, levava, digamos assim, a esse *out* meio forçado.¹⁴⁴

Ao analisarmos os discursos constituídos pelas reportagens e cartas dos leitores publicados em *Sui Generis* e as entrevistas com jornalistas, gostaríamos de encerrar este tópico retomando a um dos seus pontos de partida: a contribuição da definição epistemológica do “armário” como regime de conhecimento, na leitura proposta por Sedgwick (1990).

Como citado anteriormente, a autora lista uma série de binarismos que tanto afetam “nossa cultura” como a “crise moderna da definição homo/heterossexual”, a partir de pares como segredo/revelação, conhecimento/desconhecimento, privado/público, natural/artificial, local/estrangeiro, mesmo/diferente, ativo/passivo, dentro/fora etc:

Quero argumentar que muito da energia da atenção e da demarcação que giravam em torno das questões acerca da homossexualidade desde o final do século XIX, na Europa e nos Estados Unidos, foi impelida pela relação distintivamente indicativa da homossexualidade a mapeamentos mais amplos do segredo e da revelação, do privado e do público, que eram e são criticamente problemáticos para as estruturas econômicas, sexuais e de gênero da cultura heterossexista como um todo, mapeamentos cuja incoerência capacitadora mas perigosa tornou-se condensada duradoura e opressivamente em certas figuras da homossexualidade. “O armário” e a “saída do armário”¹⁴⁵, agora emergentes em frases de todos os fins para o potente cruzamento e recruzamento de quase todas as linhas de representação marcadas politicamente, têm sido as mais graves e magnéticas dessas figuras (SEDGWICK, 1990, p. 70 e 71)

Na introdução de *Epistemology of the closet* há uma nota de rodapé que não pode ser desprezada, em que Sedgwick reflete sobre a elaboração de sua análise articulada a partir de binarismos:

Meu elenco de todos esses nodos definicionais na forma de binarismos, devo explicitar, não tem a ver com uma fé mística no número dois mas, antes, com a necessidade de esquematizar em algum modo consistente o tratamento de vetores sociais tão excessivamente variados. O tipo de falsificação necessariamente performada em cada por esta redução não pode, infelizmente, ser ela em si consistente. Mas o escopo do tipo da hipótese que eu quero propor parece requerer uma reductividade drástica, pelo menos em suas formulações iniciais (SEDGWICK, 1990, p. 11)

Há um exercício de franqueza por parte da autora, mas o que se revela nessa confissão de “falsificação” calcada nos binarismos é que, ao fazê-la, também se reconhece como operação performativa *inconsistente* uma abordagem epistemológica do “regime do armário” projetada como universalmente “ocidental”/“moderna”. “Inconsistente” não no

¹⁴⁴ Entrevista ao autor em 15 abr 2011.

¹⁴⁵ “*The closet*” e “*coming out*”, respectivamente, no original.

sentido de uma análise superficial, algo que a autora contorna com desenvoltura, mas porque toda tarefa de fixar o “armário”, ou seja, seu regime e seus efeitos, vai se deparar com estratégias diversas, cambiantes, que este mesmo regime desafia e que por elas também são ora reforçadas, ora desafiadas, ora colocadas num segundo plano frente a outras demandas ou modos dos sujeitos se fazerem *visíveis*.

A “inconsistência”, assim, reside no fato de que uma “epistemologia do armário”, ao mesmo tempo em que nos ajuda a problematizar dimensões socioculturais como *segredo e revelação, público e privado, normal e anormal* no terreno da compreensão das homossexualidades, também é desafiada continuamente pelos modos distintos com que os sujeitos se relacionam com estas dimensões, o que nos desafia a pôr em permanente questionamento sua “essencialização”.

Não queremos, com isso, desprezar alguns dos efeitos desse regime na estigmatização histórica das homossexualidades, nem desconsiderar os modos com que a produtiva análise de Sedgwick desdobra os binarismos, mas destacar a necessidade de reconhecer que tanto o “armário” como os modos de denunciá-lo ou “combatê-lo” estão continuamente nos “escapando”, nos desestabilizando numa posição epistemológica, uma vez que está sempre se reinventando, em disputa, em “jogo”, como demonstram os discursos veiculados e os modos de atuação dos jornalistas de *Sui Generis*.

Destaco uma cena descrita pelo pesquisador cubano José Quiroga, ao narrar a Marcha de Orgulho Gay realizada em Buenos Aires no ano de 1993. Na medida em que militantes e associações gays e lésbicas começavam a ocupar as ruas da cidade, ofereceram-se máscaras para atrair novas pessoas ao cortejo, de modo a convencê-las a participar “não como membros abertos e visíveis da comunidade, mas como membros mascarados no apoio aberto daquela comunidade”, constituindo parte de “um corpo manifestando solidariedade à causa dos direitos civis de uma minoria marginalizada”. Naquele contexto,

O armário era parte da equação, mas não era a *única* parte da equação. A máscara falava de circuitos mais amplos que não necessariamente terminavam com um “outing” ou uma identidade como conclusão. Fazia parte de uma dinâmica complexa de sujeito e identidade, e o armário era um elemento entre muitos outros [...] A máscara na marcha gay e lésbica foi sobredeterminada pela circunstância, pelo contexto social e até pela cultura. O que era interessante para mim, como um daqueles cujo senso de privilégio (como um estrangeiro) permitia uma participação aberta e “sem máscara”, era o modo como as taxonomias pareciam ser criadas e recriadas precisamente a partir do espaço criado pela máscara (QUIROGA, 2000)

Uma “epistemologia do armário também é desafiada, assim, continuamente pelos modos distintos com que os sujeitos se relacionam com estas dimensões, como estas se

articulam “localmente”, criam e recriam as taxonomias. Pôr isto em perspectiva pode parecer abrir mão ou desfazer de décadas de luta em denunciar os mecanismos e efeitos das produções das heterossexualidades como privilegiadamente “públicas” e das homossexualidades ou das sexualidades não-normativas num domínio do *subalterno*¹⁴⁶. Mas é preciso assumir que não é tratando indistintamente experiências como “ocidentais”/“modernas”/“universais” que se esboçarão estratégias mais efetivas de desestabilização e enfrentamento desses mesmos “efeitos”.

Interroga-se, assim, a concepção de “armário” estruturada justamente a partir de binarismos. Essa “falsificação” como recurso metodológico/epistemológico, mesmo que numa certa “idealidade” possibilite ressaltar algumas das dimensões dos modos como se vivenciam e se disputam homo e heterossexualidades, tem um custo de “binarizar” realidades em que dimensões como *público e privado, segredo e revelação, dentro e fora* delineiam-se por modos mais nuançados do que aqueles hegemônicos em espaços como o ativismo ou a própria imprensa gay. E não se trata apenas de reconhecer diferenças “geográficas” ou “culturais”, mas também diferenças de classe, raça, origem, gênero etc que estão em jogo e são negociadas constantemente no interior dos “regimes” de produção das (homos)sexualidades.¹⁴⁷

É nesse sentido que tal “redutividade drástica” acaba exigindo um contínuo tensionamento. Destacamos a leitura de Miskolci, quando este, mesmo que a partir de uma pesquisa com recorte diverso, sobre relações entre homens que valorizam a “masculinidade” na “era digital”, sugere

tentar superar tanto uma visão que considera o armário como atemporal quanto as narrativas de liberação das décadas de 1960 e 1970, baseadas nele, mas que ainda ecoam em discursos políticos e mesmo em alguns trabalhos acadêmicos. Regimes de visibilidade são históricos e, como tais, passíveis de transformações com o tempo e variáveis segundo particularidades culturais. O armário, apenas aparentemente, operava no binômio dentro/fora, o qual caracterizaria os sujeitos nele inseridos como diante dos dilemas também descritos em binários acusatórios como o de enrustidos/assumidos, falsos/verdadeiros ou, ainda pior, mentirosos/honestos. Uma lógica construída sob a hegemonia heterossexual o regia, de forma que dentro/enrustido ou fora/assumido, a verdade e a honestidade permanecem como posse dos heterossexuais e daqueles e daquelas que – “corajosamente” –

¹⁴⁶ Para uma discussão de subalternidade, mais especificamente de um lugar de análise da “violência epistêmica de se constituir o sujeito colonial como Outro”, cf. Spivak (2010).

¹⁴⁷ Simões ressalta a importância de olhar os “operadores de diferença na chamada 'comunidade LGBT'”, enfatizando a necessidade de “discussões em torno da relação entre processos culturais e políticos de interpelação e de atribuição de categorias, de um lado, e a do reconhecimento e da apropriação dessas categorias como identidades situacionais e pragmáticas, do outro. Existe aí um complexo de arranjos, negociações, acomodações e resistências que tornam vãs as tentativas de fixar alinhamentos e oposições” (SIMÕES, 2011, p. 172).

posicionam-se como claramente homossexuais. Assumir-se, portanto, equivalia a incorporar uma diferença reconfortante e segura para a heterossexualidade. Primeiro, porque a reafirma como excluindo de si ambiguidades, mas, principalmente porque reforça sua gramática moral, seu regime de verdade. A transformação dos regimes de visibilidade não conseguiram desconstruir a hegemonia heterossexual, desde seu privilégio estruturante na esfera do poder e da produção de saberes, até mesmo em sua gramática erótica. A transformação de um regime de visibilidade em outro acompanha uma mudança histórica geral de uma sociedade marcada pela divisão público-privado para uma em que vigora a demanda de performatização pública da intimidade [...] Do gueto ao mercado, ascendeu o “meio gay” com sua imprensa comercial, seu circuito de consumo e um movimento social acenando com demandas de assimilação (MISKOLCI, 2012a, p. 43)

No caso de uma revista gay brasileira de meados dos anos 1990 como *Sui Generis*, tanto a crítica editorial ao “armário” como as estratégias que revelam mais ambiguidades e contradições do que os próprios discursos sugerem, só podem ser compreendidas numa contextualização que permita reconhecer que ele era uma dimensão importante da vida de uma *parcela* de gays e lésbicas definida como público privilegiado da revista (mesmo que seus discursos em torno de valores como *honestidade* e *verdade* tivessem a pretensão de falar a gays e lésbicas num escopo mais geral), como algo em tensionamento nas experiências de reconhecimento por visibilidade desses mesmos sujeitos.

Indissociável da valorização em *Sui Generis* do *outing* como política (editorial), e das negociações que sua defesa faziam emergir, era a construção discursiva de um modelo valorizado de “identidade gay” em suas páginas, tema da próxima seção.

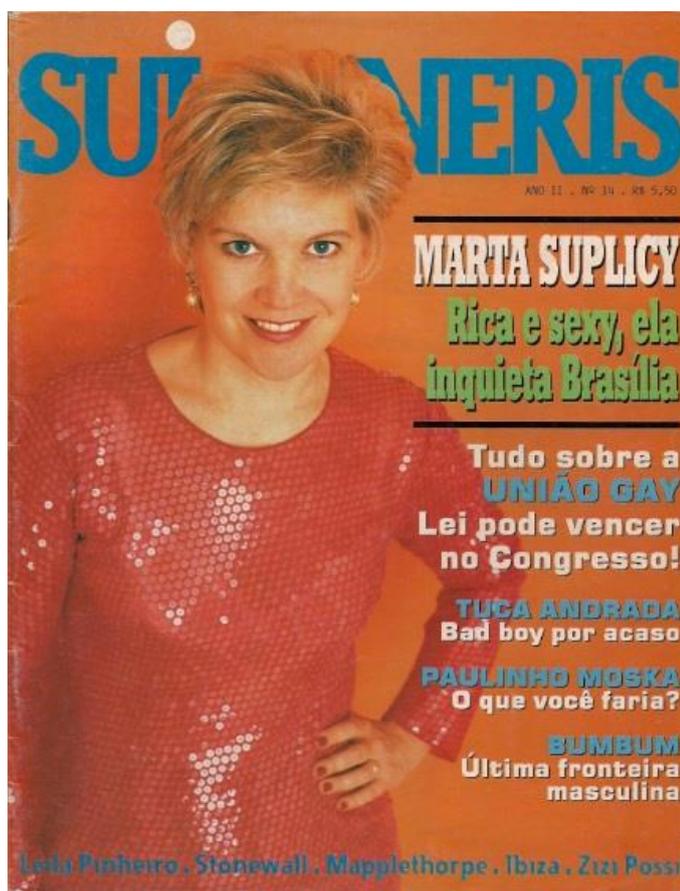
3.2 “Identidade”, “cultura gay”

Se destacamos o *outing* como política editorial nos discursos da revista, e as maneiras de moldá-lo (“informação oculta”, “ler nas entrelinhas”, “lançar suspeitas”), também se faz necessário entender como se desenvolve em *Sui Generis* uma valorização discursiva em defesa de uma “identidade gay”.

Um dos modos de construção dessa identidade era destacar, em capas e reportagens, personalidades – notadamente cantores/as e atores/atrizes – que, mesmo quando não assumiam publicamente uma “identidade” gay e/ou lésbica – tinham sua imagem – ou buscavam se associar – a um universo *gay*. Como informa o editorial da oitava edição,

Nesse primeiro ano, a *Sui Generis* quis ser um motivo de orgulho para todos os gays e lésbicas brasileiros. Em dezenas de reportagens tentamos fugir do isolamento social e investir no que há de semelhante entre nós todos. Procuramos também contar nossa história, falar dos nossos ídolos. Assim, buscávamos, ao mesmo tempo, **firmar nossa identidade** e mostrar que a cultura gay permeia toda a sociedade (Editorial. “Chega de cara feia”, *Sui Generis*, ano 1, n.8, dez 1995, p.3, grifo nosso)

Prevalece uma ideia de autorrealização, tanto em âmbito individual como numa “coletividade” dos sujeitos gays e lésbicos (“o que há de **semelhante** entre **nós todos**”, “contar **nossa** história”, grifos nossos). Trazer modelos de pessoas consideradas bem-sucedidas artística e profissionalmente (que se identificavam como gay, lésbica ou que estavam associadas à “causa”) era, nesse contexto, uma das principais estratégias discursivas de articulação em defesa de uma “identidade” e “cultura gay”.



(Imagem 7 - *Sui Generis*, Capa, ano 2, n. 13, 1996)

Caminhavam simultaneamente uma concepção identitária gay, como o próprio discurso do editorial sugere, e o reconhecimento de uma *cultura gay* como algo que “permeia toda a sociedade”. É neste ponto que destacamos como esse reconhecimento, num primeiro momento, desloca-se de uma problematização de uma “homossexualidade” como “condição” ou “comportamento”, como era debatida nos primeiros exemplares do *Lampião da Esquina* no final da década de 1970, para se vincular com mais ênfase a noções de *identidade* e *comunidade*.

Irvine, em artigo que busca discutir as transformações (e disputas) nos modos de se reconhecer as experiências homossexuais como *cultura*, nos lembra que

uma compreensão plena do deslocamento de um comportamento individual homossexual para uma identidade cultural gay exige um exame da produção social de identidades sexuais. Proponentes da ideia de uma cultura gay/lésbica baseiam seus argumentos num corpo de uma importante literatura histórica sobre homens gays e lésbicas como atores sociais engajados na invenção ativa de comunidades e na transformação dos significados do comportamento sexual entre pessoas do mesmo sexo¹⁴⁸. O deslocamento do sodomita individual para o sujeito cultural gay e lésbico ocorre no contexto de mudanças econômicas, políticas e sociais no curso de muitas décadas, incluindo as atividades intelectuais dos sociólogos. Em justaposição, pesquisas acadêmicas produzidas por lésbicas e homens gays acerca de seus status culturais têm sido moldadas por perspectivas teóricas que envolvem a natureza e as definições de cultura nas ciências sociais, particularmente a antropologia (IRVINE, 1998, p. 577)

A autora ressalta, assim, a dimensão reflexiva desse deslocamento: ao passo que sujeitos gays e lésbicos constroem ou recorrem a leituras que situam as homossexualidades ou suas atuações (individual e/ou coletiva) como “históricas”, são igualmente históricas e culturalmente construídas as transformações nos status de como reconhecemos, definimos ou classificamos as experiências desses mesmos sujeitos. Nesse processo, insere-se o conceito de cultura nas ciências sociais e humanas e as leituras do “social” nas pesquisas acadêmicas.

Assim, Irvine (1998, p. 578) situa, a partir de uma extensa bibliografia composta por autores como Halperin (1990) e Katz (1990), a ênfase conferida, no século XIX, a categorias como *invertido*, *uranista* e *homossexual*. E se os trânsitos dessas categorias nos discursos médicos e entre os sujeitos que buscavam designar não são lidas de modo consensuais por cientistas sociais e historiadores¹⁴⁹, o crescente interesse médico-científico contribuiu para a valorização de “estudos descritivos e etiológicos deste novo indivíduo”.

Os esforços de “transformar os significados sociais do homossexual para o gay, ou seja, de um comportamento patológico e individual para um sistema cultural rico e distintivo” (IRVINE, 1998, p. 577), ao longo de todo o século XX, configura-se numa tarefa “apenas parcialmente bem-sucedida”. Certa persistência de categorias como *homossexual* como “identidades sexuais fixas” não se mostrava fruto apenas dos discursos médicos, mas também uma “resposta parcial à nascente organização de grupos de pessoas que começavam a se aglutinar e se identificar em torno de seus próprios interesses e comportamentos sexuais”

¹⁴⁸ *Same-sex sexual behavior*, no original.

¹⁴⁹ A autora pondera que “historiadores têm divergido em relação ao significado da classificação/rotulação médica: ela criou uma subcultura que se organizou em torno de um novo conceito de identidade sexual, ou foi a medicamentação uma resposta para, e uma tentativa de definir e controlar comunidades sexuais pré-existentes?” (IRVINE, 1998, p. 578).

(IRVINE, 1998, p. 577). O século passado, notadamente a partir da Segunda Guerra Mundial, “teria testemunhado um desenvolvimento rápido e transformador dos mundos sociais dos homens gays e das lésbicas” e “a organização social de lésbicas e homens gays, centrada na experiência compartilhada de uma sexualidade transgressiva, seria definida de modo variado ao longo de todo o século” (*Ibid.*).

Tomando como referência principal o contexto norte-americano, Irvine lembra que as pesquisas conduzidas por Alfred Kinsey, resultantes no relatório com as classificações e escalas do comportamento sexual realizadas entre o final dos anos 1940 e a década posterior, ao mesmo tempo em que “contribuiu para um pânico cultural que alimentou o macartismo também ajudou a consolidar um crescente movimento homófilo dos anos 1950” (1998, p. 579). Este movimento, por seu turno, também foi ajudado por novas perspectivas no âmbito da sociologia, especialmente no que se costuma classificar como “teoria do desvio” (*deviance theory*). Trabalhos influentes realizados por Howard S. Becker ou por Erving Goffman nas décadas de 1960 contribuíram para “deslocar a visão teórica do desvio de uma qualidade localizada na pessoa ou ato individual para um status historicamente específico criado por uma censura social” (*Ibid.*).

Um dos pontos mais relevantes deste panorama feito por Irvine (1998, p. 579) é perceber, na medida em que se ampliavam os modos de “organização social de homens gays e lésbicas” e das “elaboradas coletividades de vida gay e lésbica organizada em torno da identidade erótica”, também se complexificavam ao longo do século XX, quando mesmo não divergiam, os modos de classificar esses processos sociais: “estilo de vida”, “comunidade”, “etnicidade”, “cultura”. Este último termo, por sua vez, ganha peso ao circular como “significante mais maleável e abrangente de uma identidade compartilhada” (*Ibid.*).

É importante frisar que se descrevem processos sociais que não podem ser homogeneizados nem tomados como simultâneos espaço-temporalmente¹⁵⁰ – como sugerimos na seção anterior, a “saída do armário” como discurso estratégico numa revista gay brasileira pode assumir nuances e modos de negociação particulares, mesmo quando busca referências “estrangeiras”. Do mesmo modo, uma noção de “cultura gay”, ainda quando tomada como total/globalizante, não apaga os modos como ela é interpelada ou redesenhada por diferenças socioculturais de classe, raça ou nas categorias do sistema de sexo e gênero¹⁵¹. É, interessante,

¹⁵⁰ Ainda que não faça qualquer relativização a respeito, podemos identificar como pano de fundo na narrativa de Irvine um contexto centrado notadamente nos Estados Unidos, não apenas em relação à descrição dos processos de organização coletiva de gays e lésbicas, como nas referências sociológicas e antropológicas a que a autora recorre.

¹⁵¹ Mais adiante, mostramos como *Sui Generis* projetava como leitor ideal um sujeito gay, de classe média, de

porém, destacar que os significantes “cultura gay” e, em menor escala, “comunidade gay”, eram recorrentes em *Sui Generis*, sendo estratégicos no processo de delimitação de um público leitor que partilhasse seus interesses e na elaboração de uma política “gay afirmativa” baseada em valores como autorrealização, “positividade” e na “semelhança”/homogeneidade entre os sujeitos “gays”. Isto fica evidenciado no editorial da primeira edição, quando o editor Nelson Feitosa explicita um dos objetivos de *Sui Generis*:

Nossa intenção é levar a cultura gay de forma vibrante, inteligente, alegre, para fora dos guetos. Dar nossa contribuição, oferecendo um jornalismo de qualidade, para que surja em breve uma consciência social mais generalizada de que nossas semelhanças são maiores do que nossas diferenças (Editorial, *Sui Generis*, ano 1, n. 1, jan 1995, p. 4)

Essa proposta encontrava eco numa parcela expressiva dos leitores que se manifestavam por cartas. Na sétima edição, uma das correspondências celebra a relevância da revista para a “comunidade gay” brasileira.

Sou de Santa Catarina, faz 10 anos que não moro no Brasil, mas visito regularmente. Recebi a *Sui Generis* aqui nos EUA, enviada por um amigo de Florianópolis. Achei incrível o nível. Sou gay, tenho um namorado americano e minha esperança é que nossa revista brasileira continue informando, divertindo e preocupada com a melhoria da comunidade gay (Cartas, *Sui Generis*, ano 1, n. 7, 1995, p. 6)

Já na edição de número nove, leitor também elogia a “qualidade” da revista por “abordar o homossexual [...] de uma maneira autêntica, inteligente, mostrando a genialidade que há e a rica contribuição que muitas dessas pessoas podem oferecer ao mundo” (Cartas, *Sui Generis*, ano 1, n. 9, 1995, p. 8). Nesse mesmo exemplar, “um garoto de 15 anos, homossexual” relata os percalços que enfrentava no dia a dia, encontrando “na *Sui Generis* uma espécie de amigo com quem poderia dividir minha angústia” (Cartas, *Sui Generis*, ano 1, n. 9, 1995, p. 8). O extenso depoimento é uma oportunidade para a revista, em resposta ao leitor e a “dezenas de jovens leitores em dificuldades que nos escreveram”, de reiterar discursivamente uma noção de “cultura gay” que, ao ser conhecida e partilhada pelos homossexuais, representava modos de realização individual e coletiva:

A *Sui Generis* é uma pequena parte de um universo cultural extremamente rico. E é na nossa cultura (lendo, assistindo filmes, frequentando ambientes GLS, participando de grupos homossexuais, conhecendo e se orgulhando de nossos ídolos...) que a gente encontra armas para se fortalecer e desmentir todos esses mitos

alta escolaridade, próximas do universo sociocultural do editor e dos jornalistas da revista. Também abordamos a tensão entre o reconhecimento de uma “identidade gay” e uma maior reivindicação de espaço editorial por leitoras que se identificavam como lésbicas.

que colocam na nossa cabeça. Ser gay não é ser doente, também não é contra a lei, para você viver exilado na sua casa. Vá de encontro [*sic*] a outros gays como você, faça amizades, aproveite sua adolescência para conhecer o que nós já fizemos pela humanidade e, acima de tudo, fique vivo, cresça um homem saudável e seja feliz! A gente deve isso uns aos outros (Cartas, *Sui Generis*, ano 1, n. 9, 1995, p. 8)

A revista recorre e ao mesmo tempo elabora, assim, noções de cultura e identidade gays como referenciais que, uma vez estabelecidos historicamente, permitiriam legitimar/desestigmatizar a homossexualidade (“o que nós já fizemos pela humanidade”), atualizada tanto nas “nossas” expressões culturais e modos de articulação coletiva (literatura, filmes, espaços de lazer e consumo GLS, grupos homossexuais etc) como no compromisso de cada homossexual para com outros sujeitos e com esse “universo cultural”. Convém lembrar que este universo, ainda que fosse apresentado nos discursos produzidos na revista (e compartilhado com os leitores) genericamente como *gay* (ou “GLS”, em alguns casos), numa espécie de “nosso” indistinto, na prática tanto refletia como reelaborava em suas páginas o universo cultural de seus jornalistas, dos colaboradores e dos leitores projetados como sua audiência privilegiada.

Também estava em jogo uma política de visibilidade que fosse construída a partir de novos modos de representação positiva em que os meios de comunicação eram reconhecidos como um dos principais espaços de disputa. Trazemos para análise um conjunto de discursos relacionados (artigo editorial, elementos textuais e visuais que compõem a capa e a reportagem) publicados na sexta edição, de outubro de 1995¹⁵². A pauta consistia na repercussão de um jovem personagem gay numa telenovela da Rede Globo de Televisão, vivido por um ator que se identificava como heterossexual:

E agora a novidade é André Gonçalves vivendo o Sandrinho na novela. Esse

¹⁵² Outras reportagens sobre a representação de gays e lésbicas na mídia, especialmente na televisão, analisadas em nosso *corpus*: “Vieira – a lésbica de Catarina Abdala em A Indomada” (*Sui Generis*, ano 3, n. 23, mai 1997); “Você decide – Elas arrasaram como lésbicas na Globo” (*Sui Generis*, ano 4, n. 30, 1998); “Quem tem medo do Uálber – Por que o guru esotérico de Suave Veneno apavora tanta gente?” (*Sui Generis*, ano V, n. 44, 1999); Sílvia de Abreu esclarece quem matou Leila e Rafaela (*Sui Generis*, ano V, n. 44, 1999). A reportagem sobre a personagem Uálber, interpretado pelo ator Diogo Vilela na telenovela Suave Veneno, é complementada pela contraposição de dois artigos, um de autoria de Luiz Mott, outro do novelista Aguinaldo Silva. O texto de Mott faz críticas à personagem, considerando-a um “desserviço à dignificação dos ‘viados’” e um “prejuízo incalculável para o movimento de libertação homossexual” (“Uma imagem ridícula dos gays”, *Sui Generis*, ano V, n. 44, 1999, p. 48). Silva defende a representação de “efeminados”, argumentando que “o ódio que master Luiz Mott sente pelos homossexuais efeminados representados por Uálber e Edilberto, a quem chama, repito, de palhaços ridículos, me parece estranhamente com o mesmo ódio soturno que os heteros sentem pelos homos de modo geral” (“Os efeminados dão a cara aos tapas”, *Sui Generis*, ano 5, n. 44, 1999, p. 49). A questão aparece em dezenas de outros textos, em entrevistas com atores e atrizes de teatro e de televisão, geralmente em discussões sobre a relevância de personalidades “assumirem-se”. É o caso da entrevista com o ator Pedro Paulo Rangel (“Xô monotonia – Pedro Paulo Rangel, um especialista em personagens de exceção”, *Sui Generis*, ano 5, n.43, 1999).

personagem inaugura o primeiro gay normal na televisão brasileira. Sua atitude positiva tem significado mais revolucionário que o tal namoro – barulhento fora do vídeo e meio chocho na tela – com o conturbado Jefferson. Se a audiência permitir, Sandrinho acaba virando a Brigitte Bardot da causa gay e lésbica. Ele tem a força para se tornar um símbolo, de massa. E a televisão, o poder de apresentar aos brasileiros comuns a história de um cara gay, out, proud, gente boa, com família e namorado. Bem melhor do que qualquer imagem nossa já mostrada na TV [...] Até aqui, A Próxima Vítima teve esse mérito: contar a história de um gay feliz com o que é, como o Sandro. O namoro não passa de consequência. Mais importante é Sandrinho ser bem sucedido na sua escolha. E a tempo do público brasileiro aprender com a história dele, em nome dos inúmeros gays e lésbicas brasileiros obrigados a viver a sua em segredo (“Até o fim”. Editorial, *Sui Generis*, ano 1, n. 6, out. 1995)

A reportagem, em consonância com o discurso do editorial, abre contrapondo modos distintos de representação dos sujeitos gays na teledramaturgia: assim, se “depois de 21 anos” gays e lésbicas foram “retratados como maus-caráteres, loucos, cômicos ou insossos”, a novela em questão trazia com o maior sucesso de público, um casal gay bem normal”.

Os discursos das fontes selecionadas na reportagem, que incluem o ator, o autor da telenovela, um diretor de TV e uma consultora de marketing especialista em pesquisas de opinião, também convergem para a construção de uma homossexualidade que se legitima na associação à valores que se aproximam da *normalidade*, *naturalidade* e, como também pudemos perceber nos discursos que defendiam o *outing*, no *verdadeiro*.

Sobrepõem-se depoimentos do ator André Gonçalves (“Li alguns livros, ouvi opiniões e conceitos de alguns amigos gays. E sempre a definição era muito simples: gay é um ser **normal**”¹⁵³), do diretor Sílvio de Abreu (“Acho que tudo isso tem que ser mostrado com muito cuidado. O que a televisão puder fazer para que a sociedade aceite esse fato deve ser feito. Mas não se pode colocar como escândalo para não assustar os espectadores. Quanto mais se discutir o tema de maneira **natural**¹⁵⁴, melhor”) e de um dos diretores da emissora, Guel Arraes, responsável por um seriado cômico que exibira episódios que “mostraram gays como na realidade” (“Na televisão, gays quase nunca se parecem com os que a gente conhece na vida real. Mas como a Comédia¹⁵⁵ retrata o nosso universo, fizemos questão de mostrar as coisas como **elas são de verdade**¹⁵⁶”).

Há dois movimentos sugeridos nessas associações. Um é a própria naturalização

¹⁵³ Grifo nosso.

¹⁵⁴ Grifo nosso.

¹⁵⁵ “A Comédia da Vida Privada”, programa baseado em livro de contos homônimo do escritor Luis Fernando Veríssimo, veiculado na Rede Globo entre os anos 1995 e 1997.

¹⁵⁶ Grifo nosso.

dos termos *gay* e *lésbica* como referentes identitários: se em *Lampião da Esquina*, como vimos, muitos discursos revelavam a relutância em se assumir o significante *gay* por ser estrangeiro, em *Sui Generis* seu uso recorrente está associado diretamente a uma visão de que a “cultura gay” seria bem estabelecida internacionalmente, aquilo que a jornalista, ainda tomando esta reportagem como exemplo, considera como atestado “de que é impossível permanecer indiferente à presença gay no mundo”.

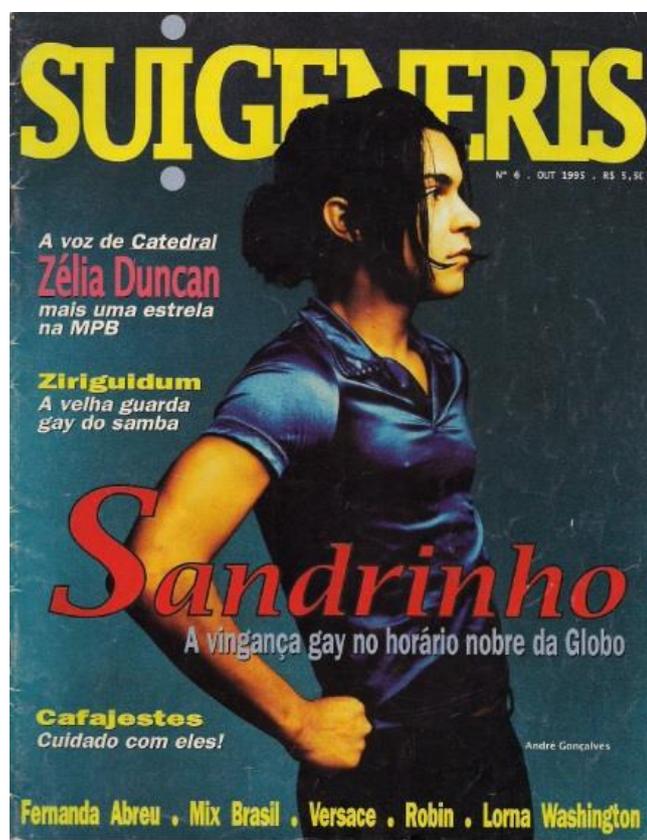
O referencial identitário gay, tanto para designar sujeitos como uma coletividade, sua “presença” ou demandas (“causa”) por sua vez, passa a se inserir num processo em que se marca simultaneamente a valorização de uma *diferença* e uma busca por *integração* a uma noção mais geral de “toda a sociedade”. Recuperando um dos trechos veiculados no editorial da primeira edição da revista, “a gente é gay e é igual a todo mundo” (*Sui Generis*, ano 1, n.1, jan 1995, p. 4).

Se a ênfase dos discursos verbais na reportagem recai, como se demonstrou, numa representação do gay como “natural” e que, embora considere “remotíssima a possibilidade do casal vir a ser retratado como os ditos pares normais”, celebra a mudança na representação de um casal gay para um modelo próximo dos heterossexuais¹⁵⁷, cabe ressaltar que há outras possibilidades de representação no interior da mesma reportagem. O ensaio fotográfico que acompanha o texto principal e a capa da edição investe numa dinâmica de explorar as margens de representação do masculino e do feminino.

¹⁵⁷ Diz ainda a reportagem: “É só olhar para trás para perceber que houve uma inegável evolução no conceito da sociedade e que as pessoas já suportam que os gays se revelem ou sejam felizes com seus pares antes do último capítulo da história” (“Touché”, *Sui Generis*, ano 1, n. 6, out 1995, p. 32).



(Imagem 8 – “Touché”, *Sui Generis*, ano 1, n. 6, out 1995, p. 33)



(Imagem 9 - *Sui Generis*, Capa, ano 1, n. 6, out 1995)

Tanto na imagem interna quanto na capa, o ator veste uma indumentária tradicionalmente associada ao feminino, o que é reforçado pelos modos como o cabelo é modelado nas duas imagens. Na primeira, há um contraste no gestual do ator: os braços estão dispostos numa posição que sugere feminilidade, mas a expressão facial contrapõe-se numa seriedade “masculina”.

Na capa, novamente o jogo se dá no contraste entre o visual (feminino) e o gestual (masculino), com a mão fechada na cintura e uma expressão facial séria, acrescentado pelo nome do personagem em destaque e o subtítulo “A vingança gay no horário nobre da Globo”.

O uso da expressão “vingança gay” merece ser salientado, pois pode ser lido dentro de um contexto mais amplo encarnado pela revista, de buscar inserir noutro patamar gays e lésbicas numa cena pública que tradicionalmente os relegaria a “papéis”/personagens/posições de segundo plano, fora de uma “normalidade” (um modelo “normal” de representação contrapõe-se, assim, ao “caricato”). Ver-se representado por um personagem que põe em debate esta “normalidade gay” significaria uma (re)apropriação simbólica e coletiva (“vingança”) de um espaço de grande visibilidade para modelos de comportamento e conduta, encarnado no “horário nobre” das telenovelas da Rede Globo¹⁵⁸.

Parte da audiência leitora também elabora discursos convergentes a esse modelo de representação positiva/afirmativa. Na edição seguinte, leitor identificado por Wagner Santos celebra a linha editorial da revista:

A *Sui Generis* aborda temas dos mais diversos envolvendo os gays e os heteros (que costuma chamar de simpatizantes). Isso é ótimo porque vemos que gays estão em todos os lugares, todos os dias, em todas as situações, em trabalhos sérios que movem o país. Isso acaba colaborando para melhorar em muito a nossa auto-estima que é tão podada pela sociedade mal esclarecida em que vivemos (Cartas, *Sui Generis*, ano I, n. 8, dezembro de 1995)

Reitera-se o papel que a revista buscava assumir de veículo informativo de integração e do reconhecimento social dos sujeitos gays, notadamente a partir de uma ideia de respeitabilidade (“trabalhos sérios”).

A adoção do termo *simpatizante* pode ser lida dentro de um contexto em que também há um duplo movimento. Há praticamente um consenso de que o termo desponta e

¹⁵⁸ Há uma extensa bibliografia sobre a relevância das telenovelas na cultura moderna brasileira. Destaco, mais recentemente, o trabalho da antropóloga Esther Hamburger, que sugere que as “novelas podem ser pensadas como redes de interações – distorcidas e desiguais – cujos fios e nós se articulam de acordo com um jogo cujas regras mobilizam uma ‘fantasia de estar conectado’” (HAMBURGER, 2005, p. 60). Numa perspectiva dos estudos de recepção e dos modos como se constroem e negociam as convenções deste gênero, cf. Andrade (2003).

ganha representatividade no início da década de 1990 (TREVISAN 2000; SIMÕES; FRANÇA, 2005; TRINDADE, 2004), em torno de uma movimentação cultural que culminou com a criação do Festival de Cinema Mix Brasil em 1993, tendo a frente o economista e empresário André Fischer¹⁵⁹, mas que o extrapolou ao circular por uma rede de informação e consumo que incluía casas noturnas, bares, festivais de cinema, canais na internet e uma pequena mídia segmentada, da qual a própria *Sui Generis* era o título de maior prestígio editorial.

Trindade (2004, p. 89) enxerga na sigla GLS uma estratégia assentada tanto em “seu poder mercadológico – vai além do consumo de um público específico – quanto pelas brechas que abria socialmente para a homossexualidade (2004, p. 89). Lembra ainda que “para aqueles que temiam serem reconhecidos socialmente como homossexuais, a ideia era conveniente, como também o era para aqueles que buscavam informações sobre festivais de cinema, noite e badalações” (*Ibid.*).

Ao mesmo tempo em que abria essas brechas para as homossexualidades, essa aproximação aos “simpatizantes”, no cotidiano do fazer jornalístico de *Sui Generis*, viabilizava tanto construir uma legitimação entre um público mais amplo¹⁶⁰ como facilitava o acesso a personalidades que não tinham uma identidade gay ou lésbica “assumida” ou que eventualmente, não demonstravam interesse em “assumir” publicamente, mas reconheciam a relevância da publicação, julgavam-se dispostas a atender pedidos de entrevistas ou mesmo tinham interesse em aparecer nas páginas do periódico. Também ampliava o acesso a colaboradores, que procuravam a revista por considerá-la um título “descolado”, “moderno”, valores associados à ideia de “simpatizante”. Destaco os depoimentos das editoras Roni Filgueiras e Heloiza Gomes:

RF: Todo mundo queria aparecer na revista. Não só os entrevistados, mas o outro lado, os jornalistas. A gente tinha muitos colaboradores, que sugeriam pautas, do Rio e de São Paulo, que queriam aparecer na revista. Os dois lados.¹⁶¹

HG: Já cheguei na *Sui Generis* com a revista estabelecida, era uma revista querida. Hoje, trabalho numa revista sobre telenovelas onde tenho muito mais dificuldade de

¹⁵⁹ Observações mais específicas sobre este festival, no contexto de novas possibilidades de representação das homossexualidades no Brasil dos anos 1990 e da difusão do termo GLS, podem ser conferidas em Trindade (2004).

¹⁶⁰ No editorial da primeira edição, afirma-se que a revista é endereçada a “homens e mulheres gays. Mas sem exclusividade” (Editorial, *Sui Generis*, ano 1, n.1, jan 1995).

¹⁶¹ Entrevista ao autor em 21 nov 2011. É interessante perceber como a editora Roni Filgueiras apresentou-se no início da entrevista a partir do termo “simpatizante”: “Na época que entrei na revista, falava-se em GLS, e eu era a simpatizante da sigla. Não sou militante, como te falei, sou simpatizante, jornalista, mais ou menos 25 anos de formada”.

marcar entrevistas do que tinha na *Sui Generis*, que era uma revista alternativa, de temática gay. Mas era uma revista querida, as pessoas tinham prazer de falar com a *Sui Generis*. Evidentemente, houve casos de gente que não queria falar, “ah, eu preferia não falar”, mas sempre de um modo muito agradável. A revista tinha muito prestígio, fato. A gente chegava nos lugares, eu sentia isso, tava numa festa e falava: “sou editora da *Sui Generis*”, as pessoas diziam “Jura? E como é que é?”. Mesmo pessoas que nunca tinham visto a revista, mas conhecia, sabia que ela existia.¹⁶²

É importante, assim, perceber tanto discursos hegemônicos assentados na defesa de uma “identidade” e “cultura” gays, como o reconhecimento estratégico de uma certa abertura ao público (fontes, leitores, outros jornalistas etc), a ser negociada sob o prisma “simpatizante”.

Se conseguimos identificar a partir de nosso *corpus* discursos que, em linhas gerais, sinalizam um esforço de retratar um modelo de gay “feliz”, “normal” e de “atitude positiva”, é relevante perceber que a revista também é atravessada por brechas, fissuras, disputas que dizem respeito, de modo interdependente, às contradições que envolvem a construção de uma categoria identitária como *gay*. Um dos pontos de tensão está no fato de a revista se apresentar como publicação “para gays e lésbicas”, mas ter uma linha editorial majoritariamente voltada para um público homossexual masculino.

Esta era uma questão recorrente nas cartas enviadas à redação, em que se cobrava uma maior presença de mulheres nas reportagens ou na capa da revista. Na sétima edição, leitora identificada como Deborah de Souza Lara questionava mais espaço editorial às “mulheres homossexuais”:

Parabéns pela revista but... vocês não acham que a própria tá muito macha, muito para eles? Que tal lembrar que as entendidas também existem? Tô querendo assinar a *Sui* só que sou mulher e quero ler reportagens sobre nós mulheres homossexuais (diga-se de passagem que nós nunca tivemos tão em alta) (Cartas, *Sui Generis*, ano I, n. 7, p. 6)

Crítica similar pode ser identificada na carta de uma leitora que se identifica “mulher e bissexual”, publicada na décima terceira edição, questionando a ausência de conteúdo dirigido “às meninas”:

Desta vez não deu para ficar quieta. Como leitora e fã barulhenta desta ótima revista, senti-me no direito de falar: na minha opinião, e de muitos amigos da cidadezinha onde moro, a *Sui Generis* está cada vez mais dirigida ao público gay (masculino). Infelizmente, na capa da *Sui* 10 não havia um só assunto que se dirigisse às meninas, mesmo como se fosse só um agrado... E a entrevista do Renato Gaúcho, então? Eu não senti nada de bom enquanto mulher, bissexual¹⁶³ e mãe que sou. Em tempo: cadê

¹⁶² Entrevista ao autor em 21 nov 2011.

¹⁶³ A categoria *bissexual* praticamente não aparece nos discursos analisados em nosso *corpus*. Na nona edição,

a Maria Bethânia? Um beijo para todos (Cartas, *Sui Generis*, ano 2, n. 13, 1996, p. 6)

A partir das entrevistas realizadas para esta pesquisa, em particular com as duas editoras que se identificaram como mulheres heterossexuais, Roni Filgueiras e Heloiza Gomes, este desequilíbrio editorial, marcado por um privilégio a um leitor situado como gay masculino, relacionava-se a dois aspectos: o primeiro, comercial, em que as leitoras mulheres, mesmo que se manifestassem com certa regularidade à revista, não seriam as principais compradoras dos exemplares; a segunda, pelo perfil do proprietário e da maior parte da reduzida equipe de *Sui Generis*, formada por homens de classe média e alta, que viviam num universo cultural e de consumo em que prevalecia maior visibilidade aos homossexuais masculinos.

O primeiro aspecto sobressai-se no depoimento de Heloiza Gomes:

_ Você concorda com a leitura de que a revista era direcionada para um público gay masculino?

Vou te contar um episódio. Tinha isso, era uma revista “gays e lésbicas”, mas a única sessão [folheia um exemplar] voltada para as meninas era a coluna da Vange Leonel¹⁶⁴. Até o final da revista foi assim, quando cheguei já era assim.

leitor questiona uma “segregação dos bissexuais” no interior do universo gay: “E essa agora de alguns gays que querem que todos os gays sejam somente gays? Nós, os bissexuais, ficamos com um certo receio de nos assumirmos. Se dizemos para a garota da qual gostamos, pega muito mal. E se dizemos que também gostamos de mulher para o namorado, temos que apanhar? Não entendo, o mundo está agora começando a se abrir para coisas antigamente ditas erradas, por que essa segregação dos bissexuais? O amor não é premeditado, e quando acontece, existe! Seria bom que segregação dentro de areias já segregadas não ocorresse!” (Cartas, *Sui Generis*, ano 2, n. 9, fev 1996, p. 9).

No total de 139 textos e ensaios de moda com chamadas de capa que selecionamos para análise, nenhuma manchete remetia à categoria *travesti*. Na sétima edição, o sucesso do filme *Priscila, a Rainha do Deserto* era o mote para descrever a emergência, no universo gay e na cultura *pop* em geral, das *drag queens*: “Drags do mundo, uni-vos! Muito já se falou e se escreveu sobre drag queens, muita gente já viu suas performances em clubes do mundo inteiro, mas elas sempre ficaram meio relegadas a um segundo plano” (“Machões de batom, *Sui Generis*, ano I, n.7, nov 1995, p 10).

Na décima edição, Rose Bom Bom, performer que atuava em clubes noturnos gays ou da cena de música eletrônica, concedeu breve entrevista no estilo pergunta-e-resposta (“ping-pong”), na coluna Vortex (*Sui Generis*, ano II, n. 10, 1996, p. 36). Não há referências a categorias como *travesti* ou *drag queen*, predominando um uso indistinto do termo *gay*.

A reportagem “To Wong Foo do cangaço”, publicada na décima-terceira edição, retrata a vida de Josevaldo da Silva, cabeleireiro “no coração do sertão baiano, na pequena Jaguariri”. O título é uma menção ao filme estrelado pelo ator Patrick Swayze no papel de uma *drag queen*, tema de texto que menciono anteriormente. Descrevendo a relação de Josevaldo com os habitantes da cidade, cujos moradores viveriam “uma relação conflituosa com seus gays e lésbicas, alternando aceitação e rejeição”, a reportagem o denomina *travesti*, enquanto a manchete de capa da edição o designa como *transex*.

A transexualidade teve mais visibilidade na capa da décima-primeira edição, quando foi abordada a partir de um extenso perfil de Roberta Close, referenciada como mulher (“E Deus recriou a mulher, *Sui Generis*, ano 2, n. 11, 1996).

¹⁶⁴ A coluna intitulava-se *grrrls*, ocupava uma página em cada edição e trazia artigos de opinião assinados pela cantora e militante.

_Isso era ponto pacífico na redação?

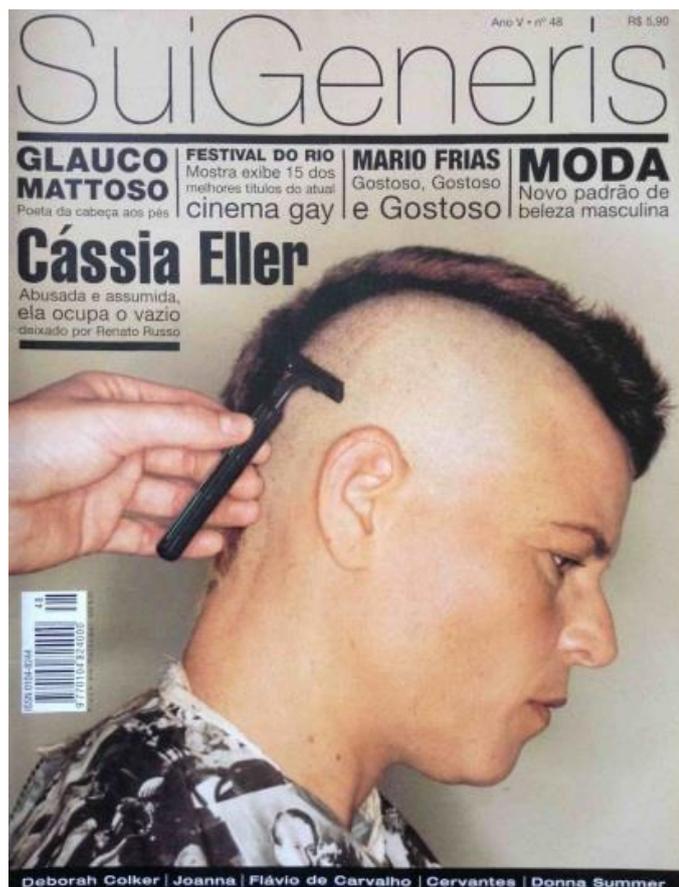
Foi a única mudança que propus, pois recebia cartas – não era nada tanto assim, tanta coisa assim, mas.. Cartas, dez vez em quando um e-mail, de mulheres gays cobrando maior espaço. A estagiária, que era lésbica, na época foi contratada por isso. Aí eu dizia: “Nelson, vamos fazer uma matéria assim...” Aí, ele dizia: “Heloíza, elas não vão comprar, elas não querem”. Eu dizia: “elas querem, recebo cartas, tem uma demanda aí. Vamos fazer pautas para elas”. Aí, o Nelson respondia: “Ah, eu não conheço a cabeça delas”. E os repórteres: “ah, eu sei lá o que elas querem...”. Tinha uma má vontade, a verdade é essa, uma má vontade com as meninas. Uma coisa engraçada que descobri lá, que apesar dos gays falarem de preconceito, lutarem contra, há um preconceito brutal dos gays com as lésbicas.

_Você acha que isso se refletia na revista?

De certo modo, sim. Porque não foi uma revista pensada para elas. Daí, quando abriu duas vagas para estagiárias, contratamos duas lésbicas. Uma delas, ficou com a gente até o final. Na primeira reunião de pauta, pedi sugestões: “meninas, preciso de sugestão de pauta para as meninas lésbicas, para agradar o público lésbico, que reclama da gente, então eu queria dar mais espaço...”. Nenhuma das duas tinha sugestão. Acabou que uma deu uma sugestão, de fazer uma capa com a Cássia Eller¹⁶⁵. Falei “Beleza, gostei”, fui falar pro Nelson e ele: “Beleza, tá bom”. Não preciso te dizer que ouvi, até o meu último dia na *Sui Generis*, que em cinco anos a pior venda foi a capa da Cássia Eller. A pior venda em cinco anos! Lembro que, quando chegaram os números das vendas, o Nelson, que era uma pessoa muito engraçada, tinha muito humor, inteligente, me chamou na sala dele e falou: “Tá vendo isso aqui?! Enquanto você não afundar a minha revista, não vai sossegar!” Eu falei: “Mas, como?” E ele: “Elas pedem para te atormentar! Elas pedem mas não compram”. Aí a gente concluiu isso, uma conclusão nossa porque a gente não tinha dinheiro para encomendar pesquisa, que, apesar daquele barulho, eram poucas, poucas e barulhentas as leitoras que reclamavam. E os gays, que eram nossos leitores mesmo, que iam às bancas, compravam e tal, quando viram uma lésbica na capa, pensaram “isso deixou de ser minha revista”, e foi a pior venda. Botei minha viola no saco. A maior forma do leitor reclamar é não comprar na banca.¹⁶⁶

¹⁶⁵ Cantora pop brasileira, já retratada em entrevista na primeira edição.

¹⁶⁶ Entrevista ao autor em 21 nov 2011.



(Imagem 10 - *Sui Generis*, Capa, ano 5, n. 48, 1999)

Além deste direcionamento comercial, centrado num público gay masculino que a revista estimava – e realimentava, a partir da própria linha editorial – como leitor/consumidor prioritário, pode ser destacado ainda o perfil da equipe. Tanto o proprietário como os repórteres e principais colunistas eram homens. Isso já tinha sido sugerido no depoimento de Heloiza, mas também pode ser identificado quando a editora Roni Filgueiras reflete sobre o público-alvo:

Tinha de tudo, era um universo imenso... E majoritariamente masculino. Então, o público era esse: jovem, urbano – tinha muita gente do interior do país que procurava a revista, não sei como, pois a distribuição era sempre um problema, mas era isso, de classe média. Digamos assim, mesmo que não tivesse um perfil de consumo parecido com o nosso ideal, ele almejava aquilo. Era uma coisa do imaginário, ele queria atingir aquilo. Poder estar naquelas cidades, Nova York, Londres, Paris, consumir determinadas coisas, estar em determinados restaurantes, um estilo de vida classe média, média-alta, era esse o público. Culto, com poder aquisitivo bom, era esse o perfil, a gente fazia uma revista para esse tipo de público. Antenadíssimo em moda, gastronomia, digamos assim, com o bom viver.

_Vocês tinham um retorno para saber qual o público?

Cartas, e-mails, poucos e-mails, mas tinha também. E a gente via... Era um público normalmente sem filhos, que tinham animais domésticos, namorados, alguns casados ou com relação estável, outros não. Era um público que estava sempre na

noite, sempre antenado com a noite, que frequentava as *raves*¹⁶⁷, numa época que começou a surgir as *barbies*¹⁶⁸, preocupados com o físico [...] Eu via que... O Néelson era o público. Era um cara de 30 anos, 30 e poucos anos, jovem, antenadíssimo, *globe trotter*, porque estava sempre viajando pelo mundo e no Rio de Janeiro e São Paulo, principalmente.¹⁶⁹

Também destaco a conversa com o estagiário, e posteriormente colunista, Beto Pêgo, quando este reflete sobre os leitores da revista. Neste caso, ele destaca o seu próprio universo sociocultural como referência:

_ Como você imaginava, quando escrevia seus textos, qual era o seu público-leitor? Então... Eu tentava imaginar meu leitor, sei lá, pelos leitores que... Que eu conhecia, amigos... Mas eu, realmente, sinceramente, não tinha uma visão muito específica de quem era essa público... Não lembro, no tempo em que eu estava lá, da gente ter feito algum tipo de pesquisa que especificasse realmente quem tava comprando a revista, quem tava assinando a revista. Ou não tive acesso a isso.

_ Mas os lugares que você frequentava...

[Interrompe] É, eu imaginava um público interessado em cultura. Não visualizava, mas imaginava um público classe A e B, interessado em cultura, com um certo poder aquisitivo para consumo de cultura e entretenimento. Eu tinha mais ou menos essa visão, que era o universo em que eu circulava e me identificava. Eu me identificava com a revista antes de trabalhar nela, me interessei em trabalhar lá porque já era leitor e já me interessava como leitor. E me via, eu me via como o público da revista. Minha referência, nesse sentido, podia dizer que era um pouco autorreferente, eu buscava até na hora de propor as pautas... Os meus interesses estavam envolvidos também, eu me identificava como público leitor também.

_ Você acha que a característica principal da linha editorial da revista era uma política afirmativa gay, ou isso não aparecia tanto quando vocês escreviam?

[Pausa] Sim, com certeza. Isso permeava toda a linha editorial da revista. A gente tava sempre interessado em nunca perder esse ponto. A gente tava sempre tentando, é... Se a gente tava entrevistando alguém, a gente tentava sempre encaixar algum tipo de pergunta que pudesse questionar essa pessoa de como ela encarava algum assunto relacionado à homossexualidade, ou à situação de preconceito... A gente tava sempre tentando colocar isso nas nossas pautas.¹⁷⁰

A construção dessa política afirmativa gay, assim, atravessa a política editorial a partir das referências partilhadas entre jornalistas e colaboradores, e na projeção de uma audiência que, pensada como semelhante ou bastante próxima do mundo sociocultural da equipe de *Sui Generis*, privilegiava um leitor “imaginado”, em sua maior parte, como homem, de classe média ou alta, urbano, consumidor de moda, música, literatura, cinema,

¹⁶⁷ Festas geralmente realizadas em locais pouco convencionais, pautadas pela presença de disc-jóqueis de música eletrônica/*dance music*, em evidência no Brasil de meados dos anos 1990 ao início da década seguinte.

¹⁶⁸ A *barbie* corresponde a um modelo gay musculoso, trabalhado em academias de ginástica, que geralmente exibia o corpo sem camisa nas pistas dos clubes noturnos e raves, que também ganha bastante evidência no Brasil na década de 1990. Cf. Gontijo (2009).

¹⁶⁹ Entrevista ao autor em 21 nov 2011.

¹⁷⁰ Entrevista ao autor em 15 abr 2011.

frequentador de restaurantes, festas e espaços gays, GLS ou “alternativos”, “antenados” etc.

Ao longo dos seis anos de circulação, a revista buscou elaborar um perfil editorial que reiterasse a posição privilegiada nesse universo cultural que ela tanto retratava como dava contornos em seus textos e imagens. Uma dimensão que se esboça nos discursos que analisamos, e que agora se faz necessário aprofundar, é que tanto a política do *outing* como a celebração de uma “identidade” e “cultura” gays construíam-se em relação direta a um modelo de jornalismo advogado por seus jornalistas e colaboradores, em discursos que buscavam se distanciar de modelos de publicação considerados “eróticos” ou, mais recorrentemente, “pornográficos”, em discursos distintivos que, como demonstramos a seguir, negociam e são tensionados pelas fronteiras de representação do “erótico” e do “pornográfico”, e pelas próprias práticas e modos de representação jornalísticas no interior do que seus atores e leitores situam como “imprensa gay”.

3.3 O nu, o “vulgar” e o “bom jornalismo”

Tanto na análise do *outing* (seção 3.1) como da valorização de uma *identidade e comunidade* gays (3.2) na política editorial de *Sui Generis*, pudemos perceber discursos que exploram as dinâmicas em torno do *dizer* e do *tornar visível*, modos de enunciar e reivindicar visibilidades a partir de determinadas práticas e modelos de ser “gay”. Isto, porém, não evidencia, num mero campo de oposição um *não-dito* e um *invisível* ao *visível* e ao *dito*: são instâncias que se combinam e se tensionam, reinventando as fronteiras e os modos com que são construídas nas práticas jornalísticas. Em outras palavras, nos cruzamentos de negociação e recriação das fronteiras entre o *dizer* e o *não-dizer* e entre o *mostrar* e o *não-mostrar*, que cada edição de *Sui Generis* vai ganhando forma.

Uma das questões mais recorrentes nas falas dos jornalistas e colaboradores, nos modos como eles reconstituem e atribuem uma posição “singular” à revista no interior da “imprensa gay”, na construção de sua linha editorial e na relação com a audiência leitora, remete justamente aos limites acerca do que se podia *mostrar*: de exhibir ou não, em suas páginas, o nu e a genitália masculina.

A partir da leitura do nosso *corpus*, é possível identificar, ao longo da trajetória editorial de *Sui Generis*, esta questão como um eixo que interpelava uma série de práticas que situavam e buscavam legitimar uma posição de prestígio tanto no universo mais amplo das publicações “gays”, como daquilo que seus jornalistas, colaboradores e leitores situavam como (“bom”) “jornalismo”.

Comecemos pela entrevista com a editora Roni Filgueiras. Como registrado anteriormente, a editora alocava *Sui Generis* num “nicho” e ao fazê-lo, reivindica uma posição diferenciada em relação aos títulos que tinham como marca os ensaios de nu. Ao mesmo tempo, também aproximaria a revista de outros títulos estrangeiros que serviam como referência para um modelo jornalístico que a equipe desejava elaborar. Num determinado momento, Roni discorre sobre a tentativa de conciliar a exposição de corpos masculinos à estratégia que reafirmava *SG* como uma revista “gay”, mas que ao mesmo tempo a distanciava do “padrão” de revistas centradas no “nu masculino”:

_ Você fala da questão do corpo...

Isso, do corpo, que era muito presente na revista, sempre.

_ Mas, ao mesmo tempo, você acha que a revista busca se distanciar de um modelo que poderia ser considerado “erótico” ou “pornográfico”?

Sim. Sem dúvida! Porque, quando você banaliza o corpo, você tira o foco do que a gente estava querendo discutir, o consumo, o posicionamento, a visibilidade gay. E desvincular isso um pouco, digamos assim... do **vulgar**. Então era assim, um nu, mas era um nu sempre estetizado, um nu na contraluz, muito bonito, muito bem feito. E isso, obviamente, atrai, como atrai na revista masculina, na revista feminina... Então, o erótico sempre está presente, não é uma coisa totalmente desvinculada.

_ Não era... explícito?

Não era explícito. Nunca!

_ E como era isso na redação, como vocês tateavam...

(Interrompe) O sexo está aí. E o sexo vende qualquer coisa. E a gente não era bobo, sabia disso. Tinha que dar umas pitadas eróticas, para ficar esteticamente bonito, atraente, mas nunca sendo propriamente o foco da coisa...

_ E para encontrar esse...

(Interrompe) Esse meio-tom? Esse tom? Ah, era muito assim: “Olha, vamos botar um cara de sunga, maravilhoso, para atrair leitor, e aí a gente bota a nossa mensagem”. Não sei se isso era verbalizado, tão verbalizado assim...

_ Era, digamos, algo incorporado na linha editorial?

Isso, incorporado na linha editorial. De todo mundo da redação, *everybody*. Do Nelson, do fotógrafo, todo mundo. **A gente intuía, como bom jornalista**. A gente tá falando de homossexualidade, óbvio que o sexo tem de estar ali, como postura, como imagem. Mas não, vamos dizer entre aspas, vulgar. **Por exemplo, a genitália desnuda nunca estava ali. Ela estava sempre sugerida.**

_ Você acha que a revista conseguiu alcançar certa “respeitabilidade” por essa posição demarcada, num mercado que era estigmatizado...

(Interrompe) Com certeza! Todo mundo queria aparecer na revista! Dos dois lados, gente que queria aparecer na revista, gente que queria ser colaborador. E isso conferia prestígio à revista.¹⁷¹ (grifos nossos)

Dentre as muitas questões que a fala da editora sugere, destaco inicialmente o

¹⁷¹ Entrevista ao autor em 21 nov 2011.

contraponto que ela delineia entre uma noção de “erotismo” (associada ao “bonito” e ao “estético” ou “artístico”) e outra, do “pornográfico” (situado no domínio do “vulgar”). Não é nossa intenção aqui advogar uma distinção conceitual ou os limites entre uma esfera e outra¹⁷², mas enfatizar como neste discurso (e dos demais jornalistas entrevistados), essa distinção era relevante no processo de construção de sua linha editorial e do “jornalismo” feito na revista, bem como na elaboração de uma posição distintiva para *Sui Generis* no mercado jornalístico (gay e geral). Simultaneamente, essa distinção era permanentemente interrogada pelos leitores que, em conjunto às dinâmicas de um mercado editorial que testemunhava, na época, o estabelecimento de uma publicação bem sucedida comercialmente centrada no nu masculino (*G Magazine*), questionavam os limites do que se devia ou não “mostrar” num veículo “gay”.

Maingueneau, numa discussão acerca dos “problemas de definição” para o significante “pornografia”, ressalta que este é

ao mesmo tempo, uma categoria que permite classificar algumas produções semióticas (livros, filmes, imagens...) e um julgamento de valor que desqualifica quem pode aparecer em interações verbais espontâneas ou em textos provenientes de grupos mais ou menos organizados: uma associação de pais de alunos, uma comunidade religiosa, um grupo de militantes políticos, uma comissão de censura etc (2010, p. 14)

Partindo do universo da “literatura pornográfica” francesa, o autor sinaliza a existência de uma polarização em que, “se o 'erotismo' dá testemunha de um elevado grau de civilização, a pornografia é tida na conta daquela que remete o homem [sic] àquilo que ele tem de mais evidente e mais elementar” (MAINGUENEAU, 2010, p. 9). O autor chama a atenção para o fato de o adjetivo “pornográfico” adquirir um “caráter eminentemente pejorativo”, “cuja utilização basta para desqualificar tudo aquilo a que ele esteja associado” (*Ibid.*).

O discurso da editora de *Sui Generis* converge para uma dinâmica identificada por Maingueneau em que a “pornografia” e o “erotismo” passam a se configurar como noções em que “cada uma se legitima por meio da rejeição da outra”, e a distinção entre uma e outra estaria “atravessada por uma série de oposições, tanto nas afirmativas espontâneas quanto nas argumentações elaboradas”, oposições como

Direto vs. indireto, masculino vs. feminino, selvagem vs. civilizado, grosseiro vs. refinado, baixo vs. alto, prosaico vs. poético, quantidade vs. qualidade, chavão vs.

¹⁷² Cf., numa extensa bibliografia, Bataille (2013); Diaz-Benítez (2010).

criatividade, massa vs. elite, comercial vs. artístico, fácil vs. difícil, banal vs. original, unívoco vs. plurívoco, matéria vs. espírito etc (MAINGUENEAU, 2010, p. 31)

Na análise dos exemplares, contudo, essas polarizações não se revelam instâncias estanques, mas sinalizadoras da própria leitura engendrada pela jornalista de *Sui Generis*, em que o “explícito” (ou, nos termos de Maingueneau, “evidente”), representado aqui pela exibição da genitália masculina, ameaçaria um deslocamento editorial da revista para um domínio do “vulgar”, encarnado por publicações que investiam menos em “jornalismo” e mais em “vender” imagens “pornográficas”.

Discurso na mesma direção é elaborado pela editora Heloiza Gomes, quando ela reflete sobre a emergência de *Sui Generis* no mercado editorial brasileiro de meados da década de 1990, e a posterior concorrência de *G Magazine*. Chama a atenção a ênfase que sua fala dá a uma ideia de “jornalismo elegante”, em diferenciação à dimensão “marginal” de títulos que investiam na exibição do nu:

Tenho a impressão que a *Sui Generis* foi muito importante, porque acho que trouxe um jornalismo elegante, gay elegante. Até a *Sui Generis*, quando se pensava em revista gay, se pensava em eroticização, em sacanagem, em putaria mesmo, em bom português. E a *Sui Generis*, não. Um jornalismo gay, sim, engajado, você tinha denúncias, cobertura de passeatas... É uma revista gay, para o público gay, pensada o tempo inteiro nisso, as fotos, isso aqui vai agradar a quem? Ao gay. Mas você não tem o cara lá, nu. Mas houve uma fase em que a revista estava tentando experimentar.

Por conta do mercado?

Sim, por conta da grana. A empresa não estava bem, porque a *G [Magazine]* entrou no mercado. Tinha a minoria barulhenta, que queria nu. Mas era um jornalismo gay, desde a capa, tudo era pensado para o público gay. E com elegância. Para mim, isso era o mais legal da *Sui Generis*. Tirou o jornalismo gay da margem, do marginal. Por que não poder fazer um jornalismo gay elegante?¹⁷³

Essas “tentativas” de “experimentação” editorial, porém, interseccionam-se a processos que sinalizam uma dinâmica mais complexa do que as sugeridas por estes discursos que opõem *erótico* e *pornográfico*. Voltemo-nos para a leitura da seção de cartas dos leitores e para a análise de uma reportagem como exemplos que exploram as fronteiras e a tensão entre o “bom jornalismo” e o “erótico”.

Uma tensão recorrente na elaboração de *Sui Generis* se dava justamente na negociação com a audiência leitora do posicionamento em não exhibir o nu e/ou a genitália masculina, ou de uma exposição de modelos que poderia se revelar “chamativa”, como sugerem duas cartas publicadas na décima primeira edição:

¹⁷³ Entrevista ao autor em 21 nov 2011.

Please, evitem colocar capas muito chamativas como foi a da edição nove. Não que eu não goste (o modelo, então, é absurdo), mas muito amigos meus se sentiram constrangidos de comprar, por ficar evidente o conteúdo da revista (Cartas, *Sui Generis*, ano 2, n. 11, abril 1996, p. 7)

Acho que se vocês atendessem ao leitor Luís (edição 8) – ele queria ver homem pelado na revista – estariam fugindo (e muito) ao que vieram (Cartas, *Sui Generis*, ano 2, n. 11, abril 1996, p. 6)

A segunda carta faz referência ao questionamento de um leitor que, apesar de ter feito elogios à linha editorial de *Sui Generis*, informando ter se tornado assinante, faz a seguinte cobrança à redação:

A revista só peca numa coisa: podia pelo menos ter uma bela foto de nu frontal, de homem, claro. Faltou homem, espero que isso seja corrigido nas próximas edições (Cartas, *Sui Generis*, ano 1, n. 8, dezembro 1995, p. 6)

A seção de cartas passa a abrigar, desde o primeiro ano de existência de *Sui Generis*, um debate entre leitores que cobram a exibição de homens nus, e outra parcela que se mostrava contrária à sua incorporação na linha editorial. Na décima-edição, cuja capa é ilustrada por um jogador de futebol com o torso nu¹⁷⁴, o leitor Dante Asadorah elogia o perfil editorial, mas questiona a ausência de “erotismo de bom gosto” nas páginas da revista. Crítica na mesma direção é feita pelo leitor Alex:

Parabéns pelo seu primeiro aninho de vida, que deveria ser comemorado com muita pompa e circunstância. A revista conseguiu ser séria, interessante e respeitada. E, pelo nosso lado, conseguimos ter a nossa revista, com nossos assuntos e nossa linguagem (às vezes essa linguagem é exagerada, mas tudo bem!) Vida longa à Sui! Mas como nem tudo são flores, faço uma crítica: onde estão os beijos, abraços, carícias e nus frontais, que tanto povoam as ditas “revistas caretas”? A Sui procurou uma linha de seriedade e conseguiu, mas um pouco de erotismo de bom gosto não faz mal a ninguém, a revista “tá um tanto seca”, vocês não acham? (Dante Asadorah, Cartas, *Sui Generis*, ano 2, n. 10, março 1996, p. 8)

Continuem sempre buscando o aperfeiçoamento. Nós merecemos [...] Concordo com aqueles que pedem nu frontal. Qual o problema, se a admiração estética não atrapalhar as ideias (Alex, Cartas, *Sui Generis*, ano 2, n. 10, março 1996, p. 8)

Se a primeira carta reconhece a ausência do “nu frontal” ou de gestos como beijos, abraços e carícias¹⁷⁵ como estratégia de construir certa respeitabilidade editorial no mercado

¹⁷⁴ “Renato Gaúcho: o craque fala de sexo, mulheres, homossexualismo e dinheiro” (*Sui Generis*, ano 2, n. 10, março 1996).

¹⁷⁵ No quinto ano (1999) de *Sui Generis*, a capa da edição do Dia dos Namorados trazia um beijo, com a legenda “Amar é dar beijo na boca”. Esta edição teve ampla repercussão, pois a distribuidora nacional da revista somente repassou os exemplares para as bancas de revista mediante seu envelopamento num saco

de revistas impressas e também frente aos seus leitores, mas a crítica ao ler a revista como um “tanto seca”, podemos também perceber, como sugere a missiva do leitor Alex, que não havia consenso, neste mesmo leitorado, sobre em não exibir o “nu”, já que haveria uma abertura possível para explorá-lo se num regime de “erotismo” que fosse “de bom gosto” ou “estético”. Como responder, assim, às demandas que cobravam uma “conciliação” entre tal “erotismo” à “linha de seriedade” que a revista elegeu como parâmetro editorial?

Exploremos algumas pistas. A primeira consistia no modo como se estruturava a pequena editora responsável por sua publicação, também comandada pelo editor Nelson Feitosa. Uma das saídas para responder à cobrança do “nu frontal” foi a criação de uma nova publicação, *Homens*, cujo título parece explicitar justamente o que o leitor Luís cobrava nas páginas de *Sui Generis*¹⁷⁶. Desse modo, a exibição de ensaios nus é deslocada para um outro título, sem “contaminar” a linha editorial de *Sui Generis*. Como sugere a editora Heloiza Gomes, *Homens* também era uma tentativa de atrair leitores que encontravam abrigo na *G Magazine*, título que se firmara comercialmente.¹⁷⁷

Destaco a recorrência com que se distinguia “editorialmente” o espaço de cada uma das publicações abrigadas na mesma (e pequena) editora. Ainda que compartilhassem basicamente a mesma sede física e, ocasionalmente, alguém que trabalhava em *Sui Generis* também colaborasse em *Homens*¹⁷⁸, em diversas passagens da conversa com Heloiza essa

preto, que escondesse integralmente a capa. Cf. Anexo F.

¹⁷⁶ No editorial de estreia de *Homens*, descreve-se: “A revista *Homens* foi feita pensando em você que adora sexo. Procuramos selecionar os melhores gatos para seu deleite (...) Nós esperamos que você tenha momentos de pura diversão, pois a nossa intenção é deixar você com o cabelo e algo mais em pé” (“Prazer em conhecer”, Editorial, *Homens*, ano 1, n.1). O preço do exemplar era R\$3,50, 63% do valor do exemplar de *Sui Generis*. Uma análise discursiva do nu nesta publicação e nas revistas *G Magazine*, *For Guys*, *Über*, *Billy*, *Playboy* e *Sexy* é empreendida por Kronka (2005).

¹⁷⁷ Na fase final, a SG Press lança ainda outro título, *Sodoma*, de breve circulação.

¹⁷⁸ Monteiro, em sua dissertação de mestrado, analisa o conteúdo e os processos produtivos nas duas publicações, descrevendo a rotina na redação da SG Press. Numa análise dos dois títulos, sugere: “A constituição do gay 'socialmente aceitável' na *Sui Generis* passa não somente pela cristalização de uma identidade gay específica, que busca ser homogênea e coerente, mas também pela constituição de um consumidor específico. Para a *Sui Generis*, um dos principais referenciais do estilo de vida gay contemporâneo é o consumo de perfumes, filmes, roupas, viagens etc. Além disso, um dos motivos pelos quais o gay dever ser aceito enquanto cidadão legítimo é exatamente sua capacidade especial de consumir (...) A *Homens*, apesar de se direcionar a um público gay não trabalha de forma alguma com as mesmas referências culturais que a *Sui Generis*. É interessante observar que raramente a palavra gay é utilizada para descrever pessoas, atos ou locais. Voltado basicamente para o erotismo, esse periódico trabalha com um imaginário popular, segundo o qual pessoas do mesmo sexo podem legitimamente manter relações sexuais, dentro de alguns limites, sem cair numa situação de 'homossexualidade' (...) Até certo ponto, essa fluidez pode parecer aceitável enquanto característica desse imaginário (...) Embora sejam completamente diferentes dos scripts do gay e do 'novo homem', ainda assim constituem diretrizes no sentido de que organizam o erotismo em torno de referências recorrentes. Uma dessas diretrizes é a superioridade da masculinidade enquanto virilidade, esteja ela alojada em corpos masculinos ou femininos” (MONTEIRO, 2000, p. 138-139).

diferenciação veio à tona. Folheando alguns exemplares que levei ao nosso encontro, ela fez o seguinte comentário, que perpassa tanto a criação de *Homens* e de *Sodoma* como o peso que teve a chegada de *G Magazine* ao mercado de publicações endereçadas a homens gays:

Quem comprava essa revista [*Sui Generis*], não comprava para mostrar ao amigo: “olha, vem ver esse corpão!” Ia trazer para dizer: “olha, tem uma matéria interessante...”. A gente faz uma revista gay, para gay, mas uma revista **para ler**. Normalmente, o que se vê é mais para **se olhar** do que para ler. E disso eu tenho orgulho, de ter participado desse projeto. Quando terminou, deu uma tristeza, pois é **como se a pele vencesse o intelecto**. No final, as pessoas diziam pra gente: bota pau nessa revista! E uma coisa, a César o que é de César, eu bati cabeça com o Nelson sobre isso e ele dizia: “Não, não, não! Aí, eu faço outra revista. A *Homens* tem pau, a *Sodoma* tem pau, a *Sui Generis* não tem pau”. A Sodoma já foi criada meio que para segurar a *Sui Generis*. Com a explosão da *G* [Magazine], onde a gente ia, ouvia “bota pau!”. O Nelson pensou, “Ah, vou fazer outra revista, porque a *Sui Generis* não tem pau. E eu super concordo, “então, não há mais mercado para a *Sui Generis*”. E a *G* veio mesmo com tudo, e foi esmagador. O Nelson tinha a mesma percepção, se não tem mercado, tira de circulação. Porque senão iria descaracterizar tudo. Não era uma coisa comercial: o Nelson tinha uma paixão pela revista. (grifos nossos)¹⁷⁹

É interessante perceber nesse discurso, dentre outros aspectos, uma diferenciação entre um domínio do “para ler” (positivo, do “intelecto”) e, outro, sintetizado no “para olhar” (negativo, da “pele”). Outra questão que se evidencia é compreender como essa “paixão”, contraposta a um outro polo, situado como “comercial”, relaciona-se a uma (re)avaliação da revista por seus jornalistas, fundamentalmente associada na reivindicação por um “jornalismo gay” que fosse reconhecido, legitimado antes como... “jornalismo”.

Sugerimos agora seguir no rastro de outra pista, ainda explorando as tentativas de atender, mesmo que parcialmente, as cobranças dos leitores (e às demandas do aspecto “comercial” do universo impresso “gay”) e este contraponto “ler-intelecto”/ “olhar-pele”. No *corpus* de reportagens selecionadas, algumas chamam a atenção pelos modos como, mais do que se oporem (como sugerem os discursos dos jornalistas entrevistados), essa é uma oposição que, na verdade, está em constante redesenho, recruzando e testando os limites entre um domínio e outro, rearticulando o “escrito” (“intelecto”, “jornalístico”) e o “visual” (“corpo”, consumo “erótico”).

Na edição de número 20, destaca-se como reportagem de capa o universo da prostituição masculina. O “abre” da reportagem, que se intitula “A Hora da Fama”, dá pistas de como ela se justificaria como “pauta jornalística”: “A prostituição masculina sai do bas-fond e ganha palcos, telas, jornais e livros. O novo status de uma antiga profissão ganha espaço como produto de consumo, cria ídolos e já recebeu até nome: é o Gay for Pay” (*Sui*

¹⁷⁹ Entrevista ao autor em 21 nov 2011.

Generis, ano 3, n. 20, fevereiro 1997, p. 26).

Termos e expressões como “hora” (que compõe o título) e “novo status” ajudam a conferir uma dimensão de *atualidade* ao fenômeno que se quer jornalisticamente retratar, a de uma nova visibilidade (cultural/mercadológica) atribuída à “prostituição masculina”, atestada em peças de teatro, televisão, literatura etc. Uma vez justificada e legitimada a pauta como de interesse “jornalístico”, a revista mostrava-se também “atenada” ao trazer para os leitores brasileiros algo que tinha existência como um “novo boom” em escala global, classificado de “Gay for pay”.

A reportagem inicia-se do seguinte modo, contrapondo um “universo gay” cuja especialidade estaria em se diferenciar do universo “dos caretas” (incluindo-se aí a “grande imprensa”) e que, ao mesmo tempo, ditaria as tendências que seriam “absorvidas” a posteriori por estes:

Iconoclastia nunca foi muito um padrão de comportamento entre gays e lésbicas. De quando em quando, este universo de tipos múltiplos elege deuses do nada, cria unanimidades onde não havia sequer opinião, glamouriza fetiches entre atividades comuns, escolhe mitos entre as revelações do momento. Esta necessidade de idolatrar coisas e gente não é um atributo somente gay, convenhamos. Os caretas – principalmente a grande imprensa – adoram criar e destruir celebridades. Mas o universo gay é especial. Porque a ousadia não tem limites quando se propõe a exercitar um hábito. E acaba sendo absorvida pelo mundo dos caretas, o chamado mainstream, como um produto de consumo, tipo refrigerante, CD ou iogurte (“A Hora da Fama”, *Sui Generis*, ano 3, n. 20, p. 26-28)

Após situar temporalmente e tomar como paralelo, no “início da década de 90”, a “explosão do fenômeno drag queen” e seu possível “cansaço” nos anos imediatamente posteriores, introduz-se mais especificamente o assunto privilegiado:

Agora, os olhos do mundo gay pousam sobre um tipo tão antigo quanto a humanidade. Desde pelo menos o início do ano passado, os michês saíram do submundo sórdido e violento em que costumavam ser vistos para as páginas dos livros, palcos de teatro, telas de cinema, editoriais em publicações variadas. É movimento já batizado de Gay for Pay. Alguns argumentam que o tema é recorrente. Mas não de forma tão avassaladora como agora (“A Hora da Fama”, *Sui Generis*, ano 3, n. 20, p. 26-28)

A reportagem expõe argumentos que buscam ilustrar ou servir de atestado ao argumento inicial: situa como um dos primeiros representantes culturais desse “fenômeno” a realização do filme *Garotos de Programa* (*My Own Private Idaho*, 1991), do “diretor autoral” Gus Van Sant; menciona que “em recente edição da revista inglesa *Attitude*, um editorial fotográfico exhibe sem pudor um grupo de michês assumidíssimos”; destaca que “ao se acrescentar glamour ao universo do michê ganharam atenção nomes que antes brilhavam

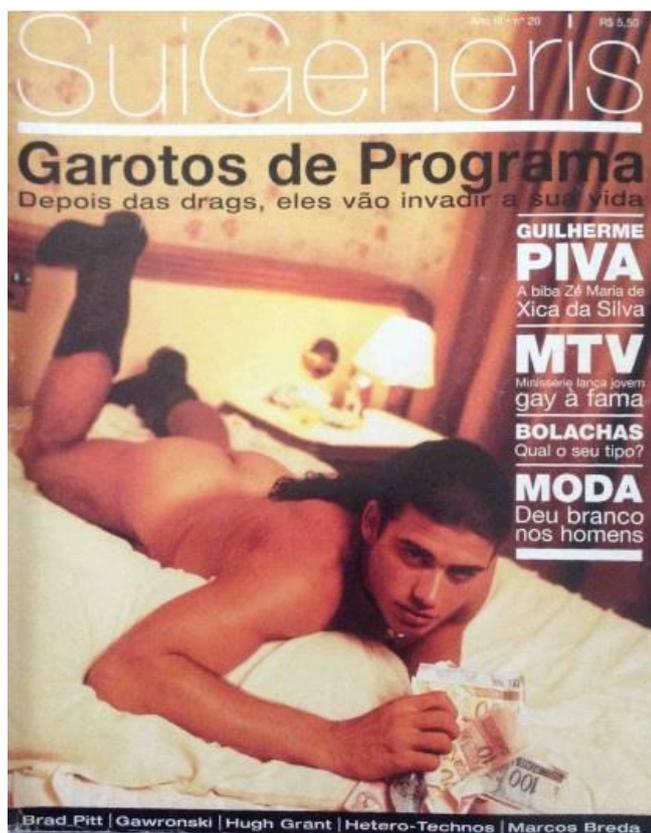
apenas no underground”; registra a fala de um “co-diretor” de uma “comédia romântica sobre os rapazes que vendem corpo na famosa Santa Monica Boulevard, em Los Angeles”, em que este “arriscou para *Sui Generis* uma explicação para o grande interesse em torno do filme e dos garotos de programa”, o que incluía reconhecer que os “hustlers”¹⁸⁰ têm experiências de vida incríveis, o que rende grandes histórias”.

Entendemos ser importante enfatizar que, quando nos debruçarmos mais atentamente ao texto da reportagem principal, escrito por quatro colaboradores, incluindo o editor da revista, Nelson Feitosa, identificam-se alguns parâmetros que costumam se associar ao exercício de um “bom jornalismo”, e ao gênero “reportagem” em particular: interpretação de “fenômenos” sociais do presente e a tentativa de explicá-los aos leitores (ainda que mediante estratégias discursivas calcadas em exemplificações ou generalizações); “contextualização”; apuração ilustrada pelos depoimentos de diversas fontes, incluindo-se falas de especialistas de outros campos de saber; depoimentos de “michês em atividade” como fiadores da “nova realidade”... A ideia de se conferir uma “sofisticação” (retomando aqui um termo recorrente nas conversas que tive com os jornalistas da revista) ao texto (sugerida logo na abertura, no uso de vocábulos como *iconoclastia*, *mainstream*, entre outras estratégias) também pode ser identificada numa referência acadêmica presente na reportagem:

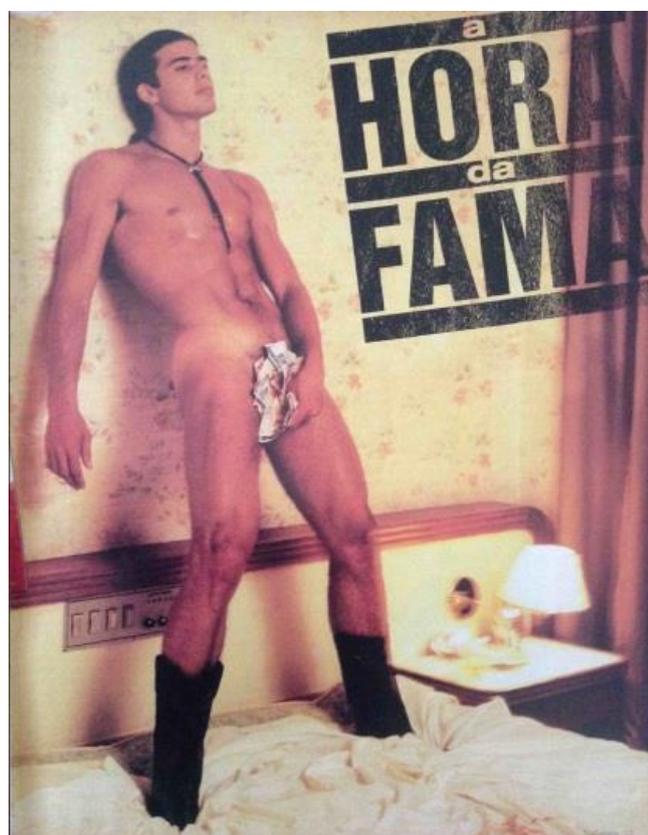
No final da década de 80, o antropólogo Néstor Osvaldo Perlongher publicou o livro *O Negócio do Michê – A prostituição viril em São Paulo*, ainda hoje um dos mais abrangentes estudos sobre os michês no Brasil. Perlongher passou três anos debruçado sobre a rotina e histórias de michês que trabalham no centro de São Paulo. E descobriu várias facetas do mesmo fenômeno. A razão pelo qual um michê entra nesta vida, por exemplo, varia do desemprego puro e simples – mais frequente entre os que trabalham nas ruas ou locais de frequência mais popular – até os que se prostituem por tortuosos raciocínios, como a sensação de poder que é subjugar um homem e vê-lo implorando carícias e desejos em troca de dinheiro (“A Hora da Fama”, *Sui Generis*, ano 3, n. 20, p.29)

Se o texto, assim, é costurado por estratégias discursivas que reforçam sua validade e qualidade “jornalísticas”, a reportagem é composta também por um ensaio fotográfico, protagonizado por um modelo e ambientado num quarto de hotel.

¹⁸⁰ O termo em inglês é próximo do sentido de “michê”, em português. Na reportagem, não foi traduzido.



(Imagem 11 – *Sui Generis*, Capa, ano 3, n. 20)



(Imagem 12, *Sui Generis*, ano 3, n. 20, p. 27)

A capa da edição destoa de um padrão recorrente na revista, o de estampar personalidades que são retratadas vestidas ou, em alguns casos, tendo como limite de exposição o torso nu, substituídas por um modelo fotográfico cuja imagem permitiria negociar novas fronteiras de exposição: neste caso, deitado sobre a cama, é possível identificar que está nu, e as nádegas estão expostas.

Já na imagem 11, que ilustra a primeira página interna da reportagem, está o fato de que, à exceção das botas que vestem os pés do modelo, um calhamaço de cédulas (elemento que faz referência ao universo da prostituição que se busca retratar) é o único elemento a “encobrir” o que a revista colocava como limite editorial a não ser transposto: a genitália masculina. O cenário, por seu turno, remete a quarto de motel, com o modelo em pé sob uma cama desarrumada.

Estratégias como essa, de dar maior visibilidade à exposição do corpo masculino, a partir de modelos que encenariam cenas ligadas ao universo da pauta jornalística, passam a compor a realidade da produção editorial de *Sui Generis*, estampando algumas de suas principais capas¹⁸¹. Entendemos que elas devem ser pensadas, assim, na articulação e negociação de diversos domínios que atravessavam sua posição no mercado editorial impresso (gay) dos anos 1990: atender a uma parcela de leitores que cobravam mais “homens”, mas sem abrir mão de uma identidade jornalística “elegante”, valor este não associado a revistas de nu; investir numa concepção identitária “gay”, mas que também se via

¹⁸¹ É o caso da reportagem *Invasão de Privacidade, a televisão devassa sua intimidade*, tema da edição de número 41 (ano 4, 1998). O tema, aqui, é discutir a “controvérsia” existente na “visibilidade de gays e lésbicas na mídia em programas diversificados”. Partindo da constatação de que “nunca se viu tanto gays e lésbicas na tevê” e de que “nunca também se criou tanta polêmica em torno do tema”, a reportagem segue os parâmetros padrões deste gênero jornalístico: a escrita de um texto mais longo, ilustrado por declarações de especialistas (declarações de uma antropóloga que estuda a televisão brasileira e de ativistas que acompanham a cobertura noticiosa sobre “gays e lésbicas”), de personagens que participaram de programas de televisão e de produtores destas atrações. Destacam-se os pontos “positivos” e “negativos” dessa nova “visibilidade”, numa determinada passagem questiona-se os processos de edição a partir de situações relatadas por quem participou de programas de debate ou de auditório. Em um box, o proprietário e diretor de redação de *Sui Generis* estabelece “cinco dicas” para aqueles que decidiram ser entrevistados em programas televisivos, o que inclui “pesquisar o trabalho do jornalista para o qual vai dar entrevista” e “negociar” a exposição, “discutindo a matéria na hora do convite”. Se as fotos que compõem a reportagem em sua maioria, mostram personagens que tinham participado recentemente das atrações televisivas, destacando-se uma foto da “secretária da Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis” em que se vê, ao fundo, faixas e bandeiras do arco-íris extraída de uma parada realizada na orla de Copacabana, outra de um casal formado por um sociólogo e um geógrafo, membros de um grupo ativista LGBT de Brasília, a capa contrasta com a figura de um modelo retratado saindo do box de um banheiro, escondendo apenas a genitália após o banho (Cf. Anexo G). Em “Abuso policial” (*Sui Generis*, ano 5, n. 43, 1999) estratégia similar consiste em abordar, no texto verbal, um tema “sério”, os “casos de tortura, humilhação e extorsão praticados por policiais” a partir de relatos de sujeitos “gays”. As imagens que ilustram a reportagem, por sua vez, mostra um modelo de corpo definido, sem camisa, em situações que acionam um imaginário erótico centrado na figura de um homem fardado/policial. (Cf. Anexo H).

desafiada por desejos de leitores que nem sempre correspondiam à identidade afirmativa idealizada na redação; e, de tentar construir tais negociações sem o risco de cair no que seus jornalistas considerariam como um jornalismo “contaminado” no domínio do “vulgar”.

CAPÍTULO 4 - JUNIOR: GAROTOS DA CAPA, “DIREITOS” E O JORNALISMO GAY CONTEMPORÂNEO

Encontrei Gean, jornalista/colaborador da revista *Junior*, na entrada do Conjunto Nacional, centro comercial e residencial localizado na Avenida Paulista. Em nosso primeiro contato, feito por meio de uma rede social *online*, apresentei-me como pesquisador da imprensa gay brasileira e que procurava entrevistar os jornalistas da publicação.

Ao consultar o histórico das mensagens trocadas na *web* e minhas anotações no diário de pesquisa, a data da entrevista registrava 25 de abril de 2013, uma quinta-feira. No sábado anterior, tinha conversado com Néelson Neto, estagiário da revista, numa galeria localizada na rua Augusta. Após os cumprimentos de praxe, Gean me conduziu a um café numa das alamedas que atravessam a avenida.

No caminho, que não durou mais do que dez minutos, trocamos apresentações rotineiras: ele dissera que tinha acabado de sair do expediente, pois trabalhava como assessor num órgão estadual sediado naquela região. Mencionei o plano de passar alguns meses em São Paulo para consultar arquivos e realizar entrevistas. Enquanto caminhávamos, lembrei do encontro anterior com Néelson, em particular o fato de ambos terem escolhido marcá-los na mesma região. A “Paulista”, à princípio, era uma escolha óbvia: acesso facilitado por linhas de metrô e ônibus, cafeterias e restaurantes espalhados na via e nas ruas vizinhas. Não consegui evitar, porém, de associá-la a um outro aspecto: é ali, nos eixos da (rua) “Augusta” e (do bairro) dos “Jardins”, com sua ampla oferta de serviços e lazer, bares e casas noturnas, que se tem vivenciando parte expressiva da “vida gay” de classe média paulistana das últimas três décadas.

Pouco mais de dois anos tinha se passado desde que a mesma avenida ganhara as manchetes como palco de uma cena marcante: câmeras de um circuito interno de TV mostraram cinco jovens agredindo um rapaz, golpeando-o no rosto com duas lâmpadas fluorescentes. Também foi na avenida Paulista que pude me juntar, ainda na primeira viagem a São Paulo para as atividades desta pesquisa, a um pequeno mas animado grupo para comemorar a decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) de reconhecimento das “uniões civis entre pessoas do mesmo sexo”.

Relendo minhas observações no diário de pesquisa, acredito que esta associação entre a região dos locais das entrevistas e os dois acontecimentos (a agressão a um jovem na avenida, a comemoração pelo reconhecimento jurídico da “união civil”) de alguma forma trazia à tona algumas das principais questões privilegiadas nos debates em anos recentes no

Brasil (em campos diversos como o acadêmico, o jurídico, o “ativismo LGBT”, a imprensa – gay e a dita “grande imprensa”), de como essas mesmas questões se insinuavam recorrentes nos discursos de *Junior* e na construção, ao longo destes seis anos, de sua linha editorial: os usos de noções como “homofobia” ou as variações “homofóbico” ou “violência homofóbica”, por exemplo; o destaque à “união civil” ou “casamento igualitário” na pauta de “defesa dos direitos sexuais” e “humanos”.

Quando finalmente me acomodei com Gean numa das mesas do café, resolvi seguir a regra habitual que estruturava as entrevistas: pedi para que ele começasse a contar um pouco de sua trajetória de vida antes de ingressar na *Junior*. Perguntei, um tanto burocraticamente para dar início à conversa, se ele era paulistano. Ele respondera que não, que tinha nascido no interior da Bahia, mas tinha vindo com o pai e a mãe (ele, metalúrgico; ela, babá) para a capital paulista com um ano de idade, o que fez “ter uma trajetória muito mais paulistana do que baiana”, “toda a vida centrada em São Paulo”¹⁸².

Ao ouvir posteriormente a entrevista no gravador, chamou minha atenção como ele, em pouco menos de cinco minutos, passa a apresentar um discurso bastante articulado para um profissional recém-formado de apenas 22 anos de idade. Informa ter feito o curso de jornalismo na Universidade Mackenzie¹⁸³, após ter tentado ingressar na Escola de Comunicação da Universidade de São Paulo (USP). Aprovado na seleção da Universidade Estadual Paulista (UNESP), em Bauru, optou pela instituição localizada na capital, financiando seus estudos através do Prouni¹⁸⁴.

Gean entende que sua “trajetória na faculdade assemelha-se, choca-se várias vezes com a *Junior*”. Reproduzo este momento da entrevista:

Boa parte da minha trajetória no Mackenzie foi pontuando jornalismo e direitos humanos, jornalismo e minorias. Meu projeto de iniciação científica foi sobre a imprensa gay brasileira, pesquisa que durou até o meu trabalho de conclusão de curso, que é sobre mídia e cultura das minorias. Ampliei, não falo só de LGBTs, mas de mulheres e do movimento negro. Gerou um livro-reportagem para a disciplina, não publicado, chamado “Laços de Luta”. Como hoje, na agenda pública brasileira, temas LGBT, mulheres e negros são os principais nos direitos humanos... São três agendas muito fortes, muito impactantes, e nada diz isso mais do que os jornais.

—Você pode me falar um pouco mais dessa pesquisa sobre a imprensa gay?
Fiz uma análise histórica e discursiva, analisando os discursos e visões de mundo que cada revista ou periódico queria apresentar. Dividi em três períodos: a década de

¹⁸² Entrevista ao autor em 25 abr 2013.

¹⁸³ Universidade privada presbiteriana localizada entre o centro e um bairro de classe média e alta da capital paulista.

¹⁸⁴ Programa do Ministério da Educação que confere bolsas integrais ou parciais no ensino superior privado a estudantes egressos da rede pública cujas famílias não excedam a renda de três salários mínimos.

[19]70, com o *Lampião* [da Esquina], a de [19]90, um “boom mercadológico”, com a *Sui Generis*, e mais recentemente, a década de 2000, com revistas que partem para um discurso de um leitor plural, pluralistas, pontuei na análise a *DOM*, não pontuei a *Junior*¹⁸⁵.

Reconstituo esta cena pois a considero uma das surpresas que se revelam no desenvolvimento de uma pesquisa: em questão de segundos, Gean passou a dividir a posição de “colaborador de pesquisa” com a de um interlocutor que também “estudava” a “imprensa gay brasileira”, inclusive alguns dos veículos que me propus a analisar¹⁸⁶. Também ressalto o fato dele destacar a importância de jornais, e da mídia em geral, como espaço destacado para construir “visibilidade” aos “temas LGBT” e dos “direitos humanos”. E, como me informaria em passagem posterior da entrevista, de acreditar que essa posição de ter estudado os periódicos “gays” e de se dedicar “ao jornalismo e minorias” foi importante para – aliado ao fato “de ser jovem” – ter sido selecionado para estagiar em *Junior*.

Algo que somente passei a atentar quando escutei alguns meses depois a entrevista, e após ter concluído a primeira leitura dos textos que compõem o *corpus* analítico da revista, foi perceber ainda como Gean articula na sua fala, com certa desenvoltura, expressões condizentes aos discursos e pautas reivindicadas no universo que ele situa como “agenda pública brasileira” (LGBT/contemporânea).

Depois de “decupar” o arquivo sonoro, precisei então fazer um novo movimento analítico, que exponho aqui por revelar como se estruturou este capítulo: voltei ao meu arquivo de primeira análise dos editoriais, da seção de cartas dos leitores e das reportagens de capa do periódico, fazendo uma leitura de algumas anotações traçadas na primeira leitura desse *corpus*. Era possível identificar nessas anotações alguns dos termos e expressões semelhantes, ou semanticamente próximas, àquelas utilizadas por Gean: “direitos humanos”, “pluralidade”, “minorias”... Não é um dado surpreendente, mas sugeriu-me que seria fundamental problematizar como alguns desses referentes circulam nos discursos de *Junior*, num contexto mais específico de virada da primeira para a segunda década do século XXI.

Trata-se, enfim, de analisar e pôr em tensão como se constrói editorialmente, nas pautas privilegiadas e nos discursos selecionados, algumas das dimensões que vão delinear tanto um perfil editorial hegemônico em *Junior*, com discursos (verbais e visuais) que

¹⁸⁵ Entrevista ao autor em 25 abr 2013.

¹⁸⁶ Na sequência, quando Gean falava de sua pesquisa, recordei que tinha lido um artigo sobre a “imprensa homossexual” nos anais de um congresso acadêmico da área de Comunicação (Intercom), ocorrendo-me então que ele era o autor. Indaguei e ele confirmou. Após a entrevista, quando caminhávamos em direção ao metrô, trocamos algumas impressões sobre o *Lampião da Esquina* e a *Sui Generis*, as questões e os recortes que ele abordou e as que eu estava analisando. Cf. Gonçalves e Santoro, 2011.

privilegiam certos modelos de corpos e relações (das quais o “casamento entre pessoas do mesmo sexo”, por exemplo, é uma das mais destacadas). Mas também de explorar zonas de abertura, em que os mesmos discursos e as atuações de seus jornalistas e colaboradores nos permitem interrogar criticamente as bases desta linha editorial, as tentativas de se elaborar uma “diversidade” e visibilidade a outros modos de ser (“gay”) numa revista endereçada majoritariamente a um público leitor que permanece situado/privilegiado como jovem, homossexual masculino, branco, de classe média e alta, consumidor de produtos de beleza e adepto do *fitness*, frequentador de “baladas”, turista...

Do cruzamento, assim, das entrevistas com os jornalistas de *Junior* e da primeira leitura do *corpus* (delimitado nas dez primeiras edições, entre 2007 e 2009; as edições 27 a 34 – abril a novembro de 2011; e os exemplares de número 47 a 52 – janeiro a junho de 2013), decidimos estruturar a análise discursiva da revista, a partir dos seguintes eixos: na primeira seção, analisamos a seção “Coverboy”, que consiste em ensaios fotográficos de modelos e ocupam o espaço de maior visibilidade da revista, a sua capa. Que modelo ideal de “homem” é constantemente veiculado ali? Há espaço para aberturas ou deslocamentos nesse espaço? Em caso afirmativo, o que eles consistem? Concentramo-nos num ensaio publicado na edição de março de 2013, justapondo a análise com outra capa de *Junior*, também lançada na mesma edição, cujo tema é discutir a pouca visibilidade midiática a diferentes padrões de “beleza”.

Na segunda seção, discutimos um conjunto de reportagens e editoriais que enfocam questões relacionadas a “direitos” (“sexuais”/“humanos”), com particular ênfase à cobertura da “união estável” e ao “casamento”. Interroga-se se é privilegiado um modelo de relação entre homossexuais, neste caso, que outras possibilidades os discursos da revista põem em segundo plano. Na terceira e última seção, problematizamos, a partir de algumas reportagens e dos depoimentos dos jornalistas de *Junior*, as possibilidades e os limites de uma “linguagem gay”, no sentido em que eles se referem a esta, no jornalismo desta revista.

A escolha por anos distintos busca, assim como feito na análise de *Sui Generis*, abarcar momentos diversos de elaboração da revista, permitindo-nos uma compreensão mais ampla da consolidação e dos eventuais deslocamentos na linha editorial, reiterando sua dimensão processual, em constante negociação, tensão e redesenho.

4.1 Uma edição, duas capas: *coverboy*, “verdadeira beleza”

A edição 49 (ano 6, março de 2013) chegou às bancas de revista com duas opções

de capa para o leitor. Não foi a primeira vez que isso ocorrera nos seis anos de circulação de *Junior*: na edição 16 (abril de 2010), podia-se optar em comprar o exemplar com o modelo Bernardo Velasco, que já tinha aparecido em outros ensaios fotográficos da publicação, ou levar para casa uma primeira página com a escritora e roteirista de televisão Fernanda Young¹⁸⁷.

Essa estratégia editorial foi sinalizada pelo *publisher*, André Fischer, e pelos jornalistas entrevistados, como uma abertura para experimentar outras possibilidades de apresentar a revista. Na primeira conversa que tive com Fischer, mais informal e sem registro de gravação, quando visitei pela primeira vez a sede do *Mix Brasil*, ele relatara algumas das capas que não seguiriam o “padrão” daquele ancorado na imagem do modelo retratado, a cada mês, na seção *Coverboy* (“Garoto da capa”). Fischer não mencionou números específicos de vendas quando duas capas são veiculadas, mas reiterou que era importante oferecer, em algumas edições, uma opção alternativa. Como demonstro adiante, a partir da análise de algumas cartas à redação, alguns leitores escrevem a *Junior* cobrando primeiras páginas que escapem do padrão “modelo jovem-sarado-sem (ou com poucos) pêlos”. Quando perguntei ao *publisher* se ele já tinha cogitado lançar um exemplar apenas com uma capa “alternativa”, ele ponderou que por ser uma editora pequena, não tinha como “bancar” o “risco” de uma edição sem o formato já consagrado.

Para analisar as características desse formato recorrente nas capas¹⁸⁸ e as tentativas de lançar outras que, publicadas mais ocasionalmente, são consideradas na redação de *Junior* alternativas ao “padrão” identificado à revista, propomos que, em vez de ilustrar diversos ensaios da seção *coverboy*, concentremo-nos numa leitura da edição 49 (ano 6, março de 2013). Esta, oferecida com duas opções de capa, foi escolhida por nos permitir uma leitura comparada: ao mesmo tempo em que traz elementos para explorarmos algumas das características do “padrão” estabelecido, tem como particularidade o fato de a capa “alternativa” remeter a uma reportagem que propõe discutir como o mercado editorial de revistas impressas reproduziria determinados modelos de “beleza”, negligenciando outras.

¹⁸⁷ Mulheres estamparam a capa de *Junior* apenas em duas edições. Além de Fernanda Young, a atriz Cláudia Raia, na época atuando numa telenovela das 19h da Rede Globo de Televisão e se preparando para lançar a temporada de um musical na capital paulista, é retratada no número 27 (abril de 2011). Ressaltamos, porém, que ela está acompanhada por um modelo, “coverboy” daquela edição. Em outros exemplares, a segunda opção de capa geralmente retrata atores de televisão ou cinemas entrevistados na revista (edições 14, 30). Na edição 23 (novembro de 2010), as opções consistiam em comprar uma capa com três modelos de sunga ou uma com um ator Paulo Vilhena numa foto de uma personagem “roqueira transexual”, que ele encenava num musical à época. No editorial, foram apresentadas como opções “mais sexy ou mais cult” (“Vale tudo”, Preliminares, *Junior*, ano 4, nov 2011, p. 6).

¹⁸⁸ Para exemplos de capa, cf. Anexos I e J.

No espaço da leitura entre uma capa e outra, queremos analisar como o formato “*coverboy*”, ao mesmo tempo majoritário comercial e editorialmente, também é desafiado por pressões de renovação e questionamentos acerca desta mesma fórmula. Por sua vez, a partir ainda das duas capas, também interrogar alguns dos pontos e, principalmente, dos limites da (auto)crítica nos discursos em defesa de “belezas diversificadas”, que a primeira página e a reportagem “alternativas” tentam oferecer aos leitores.

4.1.1 - “Um galã completo”

Iniciemos pela capa “padrão”. Ela é estampada por um modelo da agência “40 Graus”, Beto Malfacini, com torso nu, bronzeado, sem pelos no torso, mas de barba, aparentando a faixa de 30 anos de idade. Na chamada, em caracteres situados abaixo do seu nome em destaque, uma descrição das expectativas que ele deveria sintetizar: “Um galã completo”.



(Imagem 13 – Capa, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013)

Quais características um “galã completo” deveria encarnar? Na capa, alguns

indícios: o torso nu é trabalhado a partir de formas bem delineadas, em que os músculos do abdômen sobressaem-se. Esses traços ficariam mais evidentes ou pela ausência de pelos ou pelo fato destes serem pouco notados. Compõem, na verdade, um conjunto, em que os ombros largos e os braços também parecem esculpidos como resultado da prática contínua de exercícios físicos.¹⁸⁹

A “completude” do galã também se faz em performar uma *masculinidade*¹⁹⁰, agenciada tanto nos traços físicos como nos gestos, na postura e na construção de uma *sensualidade*. O rosto do modelo é anguloso, com uma barba ligeiramente rala. Os cabelos, lisos e curtos, parecem retocados com produtos modeladores, conferindo um aspecto em que a masculinidade é assim conciliada a um visual *atualizado*, contemporâneo. A mão encaixada num dos bolsos e o fato de morder o colar reforça essa vinculação que se busca construir entre ser másculo e ser sensual.

Entretanto, é importante frisar que tal masculinidade agencia-se no interior de uma revista endereça a uma audiência masculina projetada como “gay”/ não-heterossexual. Numa leitura de ensaios fotográficos publicados em revistas “homo-orientadas” brasileiras e estrangeiras (incluindo *Junior*), Mendonça (2013, p. 119) afirma que “se uma codificação moral utilizou-se da beleza para conduzir o olhar sobre o masculino, é fato que o uso de corpos belos nas imagens de moda das revistas homo-orientadas provoca o ideal dominante de masculinidade”. Como ele também destaca:

¹⁸⁹ Nesse sentido, é interessante perceber que *Junior* possui uma seção específica (Fitness/Bem Estar) que sugere aos leitores as técnicas para construção desse corpo idealizado. Na edição 27 (abril de 2011), matéria “O que comer?” indagava: “Abdomen sarado é sonho distante? Nada, basta ser rigoroso”. Na coordenada, é indicado o consumo de suplementos. Na capa da edição 29 (junho de 2011), a manchete de capa enuncia: “Exercícios caseiros para aumentar e definir o peitoral”. Na edição 31 (agosto de 2011), novamente o abdômen é o mote. A chamada remete ao modelo da capa: “Conquiste uma barriga chapada como esta”. Na matéria, uma dieta ensina a consumir “alimentos e suplementos que secam a barriga”, uma vez que “ter aquele abdômen incrível é o sonho da maioria dos homens” (“Alimentos e suplementos que secam a barriga”, *Junior*, ano 4, n. 31, p. 78). Na edição 32 (setembro de 2011), cuidados com a pele são destacados: “A pele requer cuidados específicos com o passar do tempo. Aprenda a cuidar da sua a partir da faixa etária” (“Espelho meu”, *Junior*, ano 5, set 2011, p. 88). Já na edição 33 (outubro de 2011), chamamos a atenção para duas matérias da seção. Na seção específica de Fitness, exercícios de agachamento para deixar o “bumbum durinho” (“Agache por um bumbum durinho”, *Junior*, ano 5, out 2011, p. 188). Na de Beleza, “Truques de maquiagens para boys” traz dicas para “manter o rosto com aspecto natural, bonito e sem imperfeições sem que para isso você saia por aí parecendo uma drag queen” (*Junior*, ano 5, n.33). Na seção que engloba *Fitness* e *Beleza*, assim, são delineadas técnicas, amplamente ilustradas por fotografias de exercícios físicos realizados por *personal trainers*, como produtos de consumo que permitiriam, segundo os discursos sugeridos ali, alcançar um modelo de beleza semelhante ao que é estampado em muitas de suas páginas: forte/delineado, masculino, sem (ou com a possibilidade de camuflar) imperfeições.

¹⁹⁰ A partir de uma perspectiva elaborada em investigação etnográfica de uma comunidade no interior de Portugal (Pardais), Vale de Almeida observa que “a masculinidade não é construída apenas por meio da divisão de trabalho, da socialização em família ou na escola, ou por formas ritualizadas de sociabilidade e interação. O domínio de noções de pessoa, corpo, emoções e sentimentos, e de tudo o que constitui a dinâmica entre personalidade e regras culturais, é uma área da experiência humana que constitui e é constituída pelas categorias de gênero” (VALE DE ALMEIDA, 1996, p.47).

A fruição do leitor não será conduzido pelo esquema predeterminado do editorial de moda. Frente ao texto verbo-visual que reúne significações diversas, o leitor em algum momento irá contemplar os corpos, em outro se reconhecerá nas personagens ou se identificará com o mundo narrado. Esses textos verbos-visuais apresentem um dos muitos modos possíveis da vida homossexual. Não existe um corpo puro, muito menos uma beleza única. O corpo nas imagens de moda será sempre uma prática significativa, conformado discursivamente. Ao reunir discurso e figura em um editorial, o criador das imagens terá os corpos como um tipo de texto, um sistema de significação (MENDONÇA, 2013, p. 120)

Em que termos podemos pensar essa “provocação”? Sugerimos continuar a análise com o ensaio do modelo da capa. O título e o breve parágrafo de apresentação, únicos registros verbais, reiteram a centralidade da categoria *beleza*, a ser alcançada como “perfeita”: “De cair o queixo – Beto Malfacini é um dos homens mais bonitos do Brasil, modelo campeão de campanhas publicitárias, ele mostra nestas páginas o caminho da perfeição” (“De cair o queixo”, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013, p.27).

As três primeiras imagens do ensaio foram registradas numa praia. Ao mesmo tempo em que trajar apenas uma sunga permite uma maior exposição do corpo, alguns imaginários são acionados quando se escolhe uma locação como esta: na terceira imagem, o modelo ganha o primeiro plano apoiando-se numa prancha de *surf*. A praia, porém, não é apenas o cenário para esta prática esportiva, mas também lugar onde se constrói um corpo *bronzado*, característica aqui valorada eroticamente. Interconectam-se ainda uma ideia de *saúde e sensualidade*, associada a um espaço de fruição e exposição. Essa sensualidade, por sua vez, não reside apenas em retratar o corpo de modo estático: no espaço aberto, “natural”, as imagens também sugerem movimento nas poses:



(Imagem 14, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013, p. 26-27)

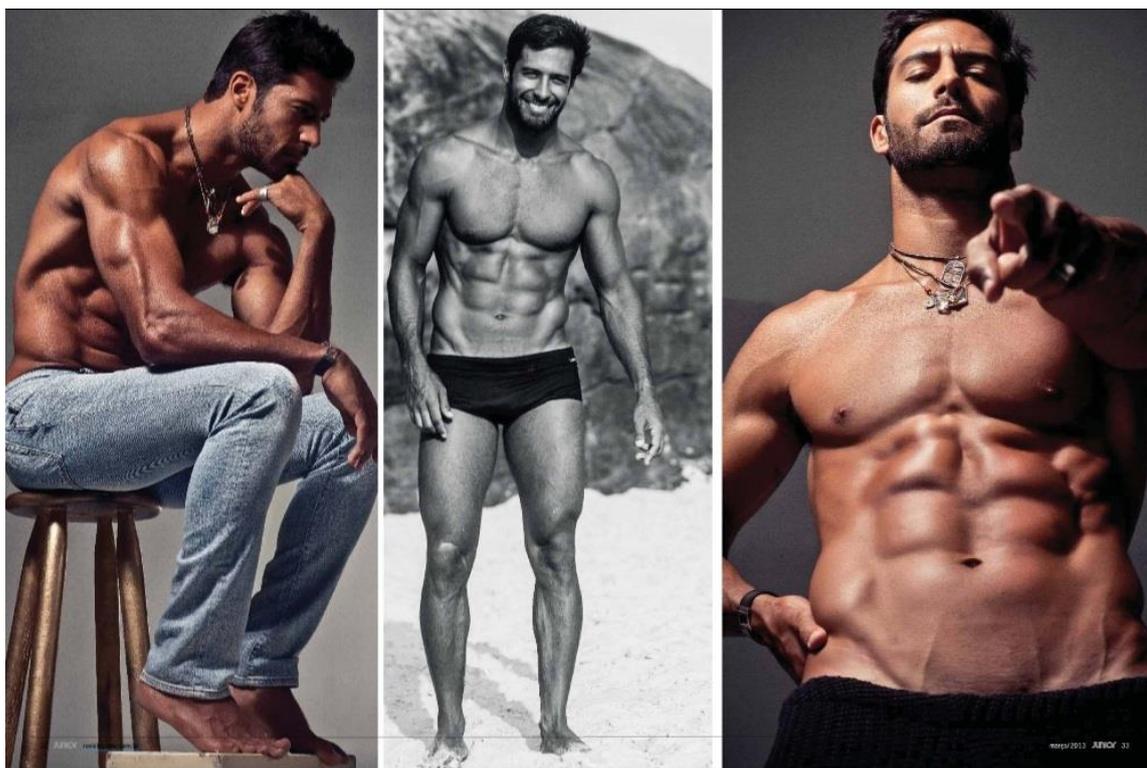


(Imagem 15 – *Junior*, ano 6, n. 49 mar 2013, p. 28-29)

O segundo cenário é um ambiente interno de estúdio. Os enquadramentos das

fotografias aproximam o leitor ainda mais do corpo do modelo. Nas páginas 30 e 31, três registros. No primeiro, ele está sentado numa cadeira, e uma ideia de sensualidade tenta ser construída no fato de a calça estar parcialmente aberta e no gesto de flexionar o braço a partir de um movimento do dedo polegar na boca. Na segunda imagem, como na capa, o modelo é retratado com a cintura da vestimenta dobrada, sorrindo de frente para o leitor. A terceira, com o modelo deslocando o corpo para a lateral, contrasta com um semblante sério. Essa breve inclinação, por sua vez, amplia a visualização dos traços físicos: na parte inferior, a calça jeans (com o botão também aberto); na parte superior, um jogo de sombra e luz, em que um dos braços (sobressaindo-se uma veia a contornar o bíceps e o ombro, parte do abdômen e do peitoral são realçados.

As duas páginas finais, por sua vez, são compostas por três fotografias:



(Imagem 16 - *Junior*, ano 6, n.49, mar 2013, p. 32-33)

A primeira (à esquerda) remete à escultura “O Pensador”, do francês Auguste Rodin. Ao mesmo tempo que a pose permite salientar a forma física e o vigor, novamente há aqui um exercício de atualização dessa referência ao manter acessórios que são realçados no fato de trajar apenas uma calça jeans, um colar, um relógio no pulso direito e um anel na mão esquerda. Na foto localizada no centro, o único registro em preto e branco, uma nova imagem

retirada na praia, visualiza-se em conjunto também pela primeira vez todo o corpo do modelo, que aparece sorrindo. Na fotografia da direita, última do ensaio, retoma-se uma expressão facial de seriedade, mas dois elementos chamam a atenção: um enquadramento de plano americano que, registrando o modelo aparentemente vestido com uma toalha, reforça uma posição de superioridade do retratado. A pose encenada também reitera tal posição: o modelo põe a mão direita na cintura e, com a esquerda, aponta para o leitor, como se o lembrasse que é ele, o modelo, que está no domínio da situação/contemplanção (erótica).

A partir do ensaio, podemos identificar uma dinâmica que permite situar a capa “tradicional” pautada nos ensaios dos garotos em *Junior*. Ela aciona, mediante a forma física, gestos e movimentos corporais, referenciais associados a uma masculinidade hegemônica (virilidade, força e vigor físico)¹⁹¹. Mas não se pode tomar aqui esta mesma “masculinidade” como construção absoluta que seria simplesmente “replicada” ou reiterada no domínio de uma revista “gay”. Ela, para usar novamente a expressão de Mendonça (2013), também é “provocada” e negociada a partir de novas possibilidades de produção de sentido: joga-se para o leitor (não-heterossexual) com a sensualidade de um colar mordido, com um quadril levemente inclinado, com o botão de uma calça aberto ou em dobrar sua cintura. As poses e movimentos sugeridos também buscam sugerir uma aproximação erótica ao leitor. Ao comentar uma das seções *Coverboy*, um dos jornalistas entrevistados sugeriu que nos ensaios existiria um movimento duplo: a revista busca vender para o leitor tanto um modelo que ele gostaria de *ser*, mas também *ter* no domínio do desejo. Assim, emerge algo não menos importante, o fato deste padrão de beleza (masculina) precisar ser permanentemente renegociado frente a demarcação da revista “gay” e feita para “gays”, nos modos como projetam os anseios de sua audiência leitora. Ao mesmo tempo, tal padrão, na medida em que

¹⁹¹ O conceito de masculinidade hegemônica, como sugere Connell e Messerschmidt (2013) tem, nas últimas três ou quatro décadas, tanto influenciado como sendo objeto de crítica no campo dos estudos de sexualidade e gênero. A partir de uma reavaliação do conceito, eles sugerem, entre outros tópicos, reconhecer “que não apenas as masculinidades sejam entendidas como encorporadas [embodiement], mas também que sejam tratados os entrelaçamentos das encorporações com os contextos sociais” (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 269). Também consideram que “devemos reconhecer agora explicitamente a estratificação, a potencial contradição interna, dentre todas as práticas que constroem masculinidades. Tais práticas não podem ser lidas simplesmente como expressando uma masculinidade unitária. Elas podem, por exemplo, representar transformações comprometidas por desejos contraditórios ou emoções, ou por resultados de cálculos incertos sobre custos e os benefícios de diferentes estratégias de gênero (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 271). Já Miskolci (2013b, p. 317), no contexto mais específico de uma etnografia das “relações homoeróticas masculinas criadas on-line”, observa que nas relações entre usuários que se identificam como “machos” ou “brothers”, o “culto da masculinidade hegemônica equivale à criação de uma forma de desejo por ela (...) Assim, seu desejo é homoerótico, mas se dirige ao homem 'heterossexual' e aos valores e às práticas de uma masculinidade historicamente construída, alcançando-os a uma superioridade em relação aos claramente homossexuais, assim como à partilha de controle sobre as mulheres”.

vai se estabelecendo, também é continuamente objeto de aberturas, questionamentos e contradições (seja internamente na redação, ainda que em regra acomode-se ou seja justificado pelo que os jornalistas entendem como necessidade do “mercado” ou do “público que compra a revista”, seja pelas correspondências enviadas por leitores interrogando outras possibilidades de representação e visibilidade editoriais).

4.1.2 “Brasil de todas as belezas”

Exploremos agora a capa “alternativa” e a reportagem a ela associada (na manchete da primeira página, “Verdadeira beleza”; no título interno, “Brasil de todas as belezas”), que traz cinco tipos que a revista entende estarem “em segundo plano” nas “campanhas publicitárias, revistas e até mesmo programas de TV”: “negros, pardos, pessoas acima do peso, orientais”¹⁹²:



(Imagem 17 - *Junior*, ano 6, n. 49, capa 2, mar 2013)

¹⁹² O enunciado na reportagem interna menciona em sequência: “E também os idosos (ou os não tão jovens)” (“Brasil de todas as belezas”, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013, p. 36).

Cinco modelos selecionados para compor esta capa tentariam reproduzir uma “mistura brasileira” que, segundo a revista, teria ocasionado a formação de um “país de homens lindos”. O texto disposto abaixo da manchete assume um tom enfático, de urgência: “Já está na hora de termos orgulho de nosso próprio DNA”¹⁹³. A ideia de “diversidade seria sugerida numa escolha por modelos que, à princípio, escapariam ao padrão analisado (do topo para cima: o primeiro, com cabelo mais longo e cacheado; o segundo, um modelo negro; o terceiro, ruivo; o quarto, apresentado nas páginas internas como “ator de porte”; o quinto, ainda que não se identifique e registre apenas “mistura boa”, aparenta ter ascendência oriental). Como fica evidenciado num primeiro olhar, porém, apenas um dos modelos escaparia ao padrão de corpo “definido”.

A manchete, por sua vez, ao estampar no título “Verdadeira beleza”, implicitamente também remete a indagarmos: qual beleza não seria a verdadeira, ou verdadeiramente contida no “DNA” brasileiro? Estaria, assim, no domínio de uma confissão da revista acerca de um padrão desvinculado de uma “realidade” brasileira, mas que é comumente retratado nas suas capas? É sugestivo que a edição tenha sido apresentada, no editorial, também sob o prisma de uma (“quase”) confissão, com ressalvas, sobre essas escolhas editoriais: “Quase um mea culpa. Ou não”. Acompanhado da negativa, o enunciado sinaliza tanto um discurso de justificativa como de revelar as pressões (de parcela do leitorado, de uma projetada “militância”) no privilégio conferido pela revista ao padrão estabelecido. Vamos nos deter inicialmente no editorial:

Desde 2007, a JUNIOR vem estampando em suas capas homens que materializam um ideal de beleza que não é muito diferente de revistas de todo mundo. Com raras exceções, todos jovens, magros, musculosos, brancos, morenos e de aparência máscula estão nas capas de revistas masculinas gays e não gays da Alemanha ao México, da Austrália a Portugal. São chamados de modelos porque são apresentados justamente como modelos de beleza a ser desejada, consumida e reproduzida.

É uma fórmula consagrada há décadas e que o mercado editorial, por medo de perder vendas em bancas, raramente ousa transgredir. Já fomos acusados de covardes e preconceituosos. Mas ainda que alguns editores ouvidos na matéria principal digam que essa realidade está mudando e lembrem de suas experiências, colocando não-brancos em suas publicações, a verdade é que eles ainda são exceções. Dê uma olhada na banca: 99% dos títulos (sendo otimista) ainda trazem homens e mulheres jovens, magros e musculosos. Se você prestar bem atenção, nem loiros são muito comuns (“Quase um mea culpa. Ou não”, *Junior*, ano 6, n. 49, p. 6)

Há, nesses dois parágrafos, indícios significativos das negociações que envolvem um título como *Junior* no mercado editorial. A forte dependência da venda em bancas reitera um movimento de continuamente privilegiar a “fórmula consagrada”, abrindo assim pouco

¹⁹³ Exploramos mais adiante a construção de um discurso a associar beleza, mistura/miscigenação e brasilidade.

espaço para uma transgressão. Alinhar-se a outros títulos “estrangeiros”, por sua vez, tanto insere a revista num circuito de revistas “gays” transnacional¹⁹⁴ como, num exercício de justificativa, desvia o que se confessa também para um *estrangeiro*: somos assim porque as revistas “masculinas”, no mundo todo, o são. Mas devemos refletir sobre um enunciado calcado na indeterminação: “Já fomos acusados de covardes e preconceituosos”. Quem “acusa”?

É importante notar a emergência, nas cartas dos leitores, de correspondências que põem em perspectiva crítica o padrão corporal estampado nos modelos de capa. Na edição 30, leitor comenta: “A JUNIOR é famosa por seu sempre ótimo casting de modelos, mas peca por não trazer, ainda que eventualmente, homens mais maduros. Não tenho nada contra os de 20, mas há beleza aos 30, 40, 50...” (Cartas, *Junior*, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 10). Na edição 47, é pela ótica de um “desejo” que se mudaria o padrão e, assim, permaneceria “atual”: “Chega de modelos de corpo perfeito e sem sal nenhum. Existem homens lindos no Brasil e a JUNIOR é famosa por mostrá-los, mas os desejos mudam e a revista mostrou que sabe atualizar-se” (Cartas, *Junior*, ano 6, n. 47, jan. 2013, p.8)¹⁹⁵. Na edição 34, o questionamento amplia-se para, similarmente ao que identificamos na análise de *Sui Generis*, um contraponto entre texto verbal como “conteúdo jornalístico” e o que leitor identifica como uma predominância de um regime visual (“fotográfico”):

Fiquei muito feliz com as mudanças na revista, mas achei que vocês estão dando mais valor para o conteúdo fotográfico, o que me desagrada muito. A JUNIOR é a única revista gay com conteúdo jornalístico nas bancas e deveria dar ainda mais peso a essas páginas. Todos gostamos de ver homens bonitos, o que a revista faz muito bem, mas eles não precisam dominar as páginas. Eu quero mais “ler” do que “ver” (Cartas, *Junior*, ano 5, n. 34, nov 2011, p. 10)

Essas críticas, não obstante interrogarem um padrão construído ao longo dos anos,

¹⁹⁴ Nesse circuito, chamamos a atenção de que não apenas há uma iconografia construída nas capas que se reproduzem entre os principais títulos, algumas mencionadas em editoriais anteriores de *Junior* como referências ou “inspiração” (a francesa *Têtu*, a espanhola - atualmente extinta - *Zéro*, a inglesa *Attitude* e a australiana *DNA*): quando questionados sobre a rotina na redação, os jornalistas de *Junior* mencionaram a *clippagem* dos portais de notícias das principais revistas gays internacionais. Um dos jornalistas informou ainda que esta foi uma das recomendações que recebeu na entrevista de seleção para ingresso no veículo, de modo a acompanhar notícias que fossem feitas de um “ponto de vista” gay. Também ressalto que modelos já retratados em capas e ensaios fotográficos de *Junior*, em algumas ocasiões, despontam em algumas seções dos sites dessas revistas estrangeiras. Como exemplo, o modelo Bernardo Velasco, capa da edição n. 16, compôs a seção “Sorriso do dia” da publicação australiana *DNA*. Cf: <http://www.dnamagazine.com.au/articles/news.asp?news_id=20388> Acesso em 15 out 2013. Cf. Anexos K e L.

¹⁹⁵ Neste caso, a diferença do “padrão” residiria no fato de o modelo usar uma espessa barba e pêlos no peitoral. Na capa a que se refere o leitor (edição 46), podemos identificar este como musculoso e jovem. O ensaio tem como chamada “Beleza austera”.

algo reconhecível por parcela dos leitores, situam-no num plano relativizado: aqui, não é a onipresença de “homens bonitos” que está em xeque, mas a beleza predominantemente jovem, de torsos geralmente depilados ou que, mesmo agradando como fórmula consagrada, não deveria se sobrepor ao “conteúdo jornalístico”¹⁹⁶.

A reportagem “Brasil de todas as belezas”, alocada numa seção designada “Especial: abaixo aos padrões”, investe numa categoria semântica recorrente em *Junior*, “lindo” (ou a correlata “homens lindos”). Tenta-se, a partir daí, pôr em perspectiva uma crítica a um padrão (reproduzido também em suas capas) centrado no “tipo europeu”. Chamamos a atenção, inicialmente, para a ênfase conferida a uma associação entre diversidade, beleza, sensualidade e brasilidade¹⁹⁷, que poderia ser atestada por um olhar externo (“gringo”) como no parágrafo de abertura do texto:

O Brasil é conhecido no mundo inteiro como celeiro de homens e mulheres lindos. Não só modelos, diga-se. Pode perguntar a qualquer gringo que visita o País que ele vai dizer que o brasileiro é um povo bonito. Bonito e sexy. Por outro lado, as campanhas publicitárias, as revistas e até mesmo os programas de TV costumam dar mais espaço a um tipo específico de beleza. Uma consagração do tipo europeu, branco, esguio, malhado. A valorização deste tipo único de beleza coloca em segundo plano negros, pardos, pessoas acima do peso, orientais. E também os idosos. (ou os não tão jovens). São tipos, por assim dizer, menos valorizados e com menos espaços na mídia (“Brasil de todas as belezas”, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013, p. 36)

Na sequência, o discurso recorre a dados extraídos de censo do IBGE de modo a estruturar quais segmentos da “população” não estariam “representados” proporcionalmente na “mídia”:

A questão é ampla: mais da metade da população negra, segundo o IBGE, se considera negra (97 milhões de brasileiros se declararam pretos ou pardos e 91 milhões, brancos). Ainda segundo o IBGE, 60% da população adulta está acima do peso. E, para terminar, a mais recente pesquisa do IBGE sobre envelhecimento, de setembro de 2012, aponta que os idosos – pessoas com mais de 60 anos – somam 23,5 milhões de brasileiros, mais que o dobro do registrado em 1991, quando a faixa etária contabilizava 10,7 milhões de pessoas. Se cruzarmos estes dados todos, o poço da falta de representação da maior parte da população ao consumo é bastante

¹⁹⁶ Neste discurso, o leitor desloca, assim, a seção do ensaio fotográfico de capa como algo não “jornalístico”, situando este último como “conteúdo” textual (ou seja, que poderia ser “lido”).

¹⁹⁷ Na visão de Parker, a noção de “sensualidade”, mais do que ligada “à percepção de existência individual”, estaria ligada, no Brasil, “à auto-interpretação de uma sociedade inteira”. Assim, ele entende que “os brasileiros consideram-se como seres sensuais não apenas em termos de sua individualidade (embora isso também seja importante), mas num nível social e cultural – como indivíduos sensuais, pelo menos em parte, em virtude de sua compartilhada brasilidade” (PARKER, 1991, p. 23). Conforme sugerimos em outra passagem, leituras dessa ordem podem ser postas numa perspectiva crítica, como a empreendida por Carrara e Simões, particularmente sobre a leitura que estes fazem das apropriações das noções de “homossexualidade” na antropologia brasileira. O que queremos salientar é que o discurso da revista aciona essa vinculação de uma sensualidade (“bonito e sexy”) como característica “brasileira”.

profundo. Por que são tão poucos negros em capas? Por que o mercado plus size não aparece nem é reconhecido nas revistas e nas campanhas publicitárias? E por que os idosos não possuem programas de TV, revistas ou sites específicos no Brasil? (“Brasil de todas as belezas”, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013, p. 36)

A partir desses dados e das interrogações enunciadas, desdobram-se na reportagem depoimentos colhidos com editores de revistas e consultores de moda. No primeiro, uma editora “de importantes revistas brasileiras” atribui a pouca diversidade na “grande mídia” ao fato de o Brasil incorporar os “chamados padrões globais de ser e estar”. Desse modo, os repórteres concluem que “culturalmente, [o país] continua 'importando' como padrão uma estética que não é sua” (“Brasil de todas as belezas”, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013, p. 36). Outro editor, por sua vez, comentando a presença de modelos e atrizes negras nas capas de revista, sugere que “há um grande esforço das publicações para contemplar outros públicos e corrigir este déficit histórico”, deslocando a crítica para um eixo “cultural” (“É inegável que precisamos dar o primeiro passo para que haja um equilíbrio cultural de representação entre brancos e negros no Brasil”) e que ao mesmo tempo constata: “mas não dá para dizer que um sistema de cotas funcionaria”.

É mediante o ingresso de uma classe média em ascensão (“Classe C”) e de novos “consumidores” que se torna “perceptível” “a entrada de padrões menos radicais de beleza”. Um dos editores ouvidos na reportagem retoma então a contraposição “padrão europeu” X “diversidade”/ “miscigenação”¹⁹⁸ como marca distintiva da sociedade brasileira: “A indústria da moda e do consumo, em menor escala, tem aberto seus olhos para estilos variados, não apenas dicotomicamente falando (brancos versus negros, gordos versus magros), mas abraçando o que no fundo nós temos de diferencial em relação a outros países, que é a mistura social e cultural”. Ele sugere ainda que é mediante uma mudança na “economia” que uma nova “imagem” se estabelecerá, mais uma vez conciliada com a especificidade de uma “pluralidade” brasileira:

¹⁹⁸ Numa tradição que ecoa Gilberto Freyre, atravessa a reportagens discursos que valorizariam nossa “mistura social e racial” como interpretação e valorização da sociedade brasileira. Sobre essa persistência, diz Cardoso (2013) sobre a obra do pernambucano: “As oposições simplificadoras, os contrários em equilíbrio, se não explicam logicamente o movimento da sociedade, servem para salientar características fundamentais. São, nesse aspecto, instrumentos heurísticos, construções do espírito cuja fundamentação na realidade conta menos do que a inspiração derivada delas, que permite captar o que é essencial para a interpretação proposta. Não preciso referir-me aos aspectos vulneráveis já salientados por muitos comentadores de Gilberto Freyre: suas confusões entre raça e cultura, seu ecletismo metodológico, o quase embuste do mito da democracia racial, a ausência de conflitos entre as classes, ou mesmo a 'ideologia da cultura brasileira' baseada na plasticidade e no hibridismo inato que teríamos herdado dos ibéricos. E como, apesar disso, a obra de Freyre sobrevive, e suas interpretações não só são repetidas (o que mostra a perspicácia das interpretações) como continuam a incomodar a muitos, é preciso indagar mais o porquê de tanta resistência para aceitar e louvar o que de positivo existe nela” (CARDOSO, 2013, p. 86-87).

Daqui pra frente, com a economia reestabelecida, vamos parar de nos mirar no ideal europeu e recriar a nossa auto-estima, a partir desta imagem miscigenada, plural e incisiva. Não é uma mudança fácil de paradigma, mas sou otimista neste ponto e acho que vai acontecer naturalmente, sem protestos, apenas com uma nova percepção do que é ser brasileiro” (“Brasil de todas as belezas”, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013, p. 37)

A pouca representatividade de padrões desviantes do corpo “definido” ou jovem recebe comentários menos otimistas dos editores escolhidos como fontes da reportagem e, em duas passagens, o discurso da revista assume ainda um tom mais incisivo. Na primeira, afirma-se: “As novas possibilidades de comportamento e de auto-imagem influenciam não só os nichos, mas toda a sociedade. Não estamos aqui falando no fim da ditadura da magreza, do corpo dito sarado, mas na inclusão de novos padrões menos xiitas e mais próximos da realidade”. Na segunda, por sua vez, recorre-se à ideia de “invisibilidade”: “Se parece haver um esforço na inclusão e democratização dos modelos de beleza e comportamento, há de fato uma população que parece renegada à invisibilidade: os idosos” Uma das editoras ouvidas como fonte interroga: “Vocês já viram um editorial de moda com modelos da terceira idade? Já viram propaganda familiar onde o velho ou o idoso não seja sempre o avó ou avô?” (“Brasil de todas as belezas”, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013, p. 38).

É relevante situar que reflexões sobre esse padrão de beleza também são operadas nos modos como os jornalistas de *Junior* avaliam seus trabalhos e a linha editorial da revista. Um dos repórteres comenta a reportagem como um esforço de conciliar um “discurso da pluralidade”, uma “abertura” por parte da revista, e o seu “lado comercial”:

Se você tem o perfil do leitor, se você sabe para quem tá escrevendo, não é comum tanta visibilidade assim a grupos que não estão lendo. Apesar de, eu estou sentindo com o tempo, de que a *Junior* tá ampliando um pouco mais isso. Esse quinto ano da revista serviu para refletir sobre isso. Não sei exatamente por quê. A maior crítica é focar no homem alto, gay, branco, musculoso, que é o que tá na capa. Vários leitores falam que não se sentem representados. A capa das múltiplas belezas mostra uma abertura. Acho que não tão cedo a revista vai mudar, a não ser que descubra esses novos leitores.

_Você acha que a revista hesita em mudar?

Não acho que a revista hesita, acho que é comercial: privilegiar em número o leitor que te lê. Não vejo uma hesitação, ou pisar com ovos, medo de falar.

O parágrafo que encerra o texto principal da reportagem¹⁹⁹ é o único a relacionar

¹⁹⁹ Complementam ainda a matéria um relato das “histórias de dois homens que passaram por mudanças físicas radicais”, uma entrevista com um norte-americano que fez “mais de 90 plásticas” e um artigo assinado por um psicólogo debatendo “a democratização dos padrões”.

“as bandeiras de inclusão na sociedade de 'tipos' não consagrados como perfeitos (branco, magro, cristão, hétero)” às “bandeiras da comunidade LGBT”. O desfecho reenfatiza a noção de “mistura”: “As bandeiras da comunidade LGBT também estão sendo ampliadas. Nos Estados Unidos já se fala na aposentadoria da sigla LGBT, que passaria a incluir assexuados, intersexuais e outras minorias menos visíveis. As bandeiras, no fim das contas, se misturam” (“Brasil de todas as belezas”, *Junior*, ano 6, n. 49, mar 2013, p. 39).

Em consonância, o desfecho do editorial também recorre à ideia de “belezas absolutamente brasileiras”, mas concluindo-se aquilo que era apresentado como “quase”: a capa “alternativa” configura-se em “risco” editorial/comercial na medida em que também se faz possível reconhecer um “bom e conhecido estilo JUNIOR”:

Como somos uma editora pequena – e que não pode correr riscos tão grandes assim – publicamos mais uma vez duas opções de capa, uma delas no bom e conhecido estilo JUNIOR. O estonteante moreno, forte e jovem Beto Malfacini garante aos leitores fiéis imagens que de uma certa maneira atestam também porque homens com esta estampa fazem tanto sucesso (“Quase um mea culpa. Ou não”, *Junior*, ano 6, mar 2013, p. 6)

4.2 “Igualdade de direitos”, “Cenas de um casamento”

As políticas em torno do reconhecimento institucional e/ou jurídico dos “direitos sexuais” e “humanos” constituem um terreno privilegiado de análise, na medida em que agenciam saberes, discursos e práticas sociais que perpassam campos como o jurídico, o acadêmico e o midiático, pautando desde decisões mais cotidianas nas vidas de sujeitos à margem da heterossexualidade dominante às demandas coletivas do ativismo LGBT contemporâneo.

Podem-se considerar tais reivindicações, num primeiro olhar, sob um panorama transnacional, como atestam conferências e fóruns globais²⁰⁰. Podemos situá-las ainda como desdobramento e ao mesmo tempo, problematização da célebre “Declaração dos Direitos Humanos”, proclamada em Assembleia Geral das Nações Unidas em 1948. Esta, em seu

²⁰⁰ Para mencionar em décadas recentes, a IV Conferência Mundial sobre as Mulheres, realizada em Pequim (1994) e a Comissão Internacional de Juristas, reunida na Indonésia (2006). Nesta, especialistas em “direitos humanos” lançaram um documento com os Princípios de aplicação das leis de direitos humanos internacionais em relação à orientação sexual e à identidade de gênero”. Composta por 29 princípios que abrangem do direito à igualdade à privacidade e à fundar uma família e participar na vida pública, os “Princípios de Yogyakarta” estabelecem que “todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos. Todos os seres humanos são universais, interdependentes, indivisíveis e interrelacionados. A orientação sexual e a identidade de gênero são integrais para a dignidade e humanidade de toda pessoa e não devem ser a base de discriminação ou abuso”. O documento completo pode ser conferido em : <<http://www.refworld.org/pdfid/48244e602.pdf>>. Acesso em 08 ago 2013.

artigo primeiro, preconiza que “todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos”²⁰¹. Em anos mais recentes, por exemplo, destaca-se num número crescente de países a pauta pelo reconhecimento da união estável civil e/ou do casamento “entre pessoas do mesmo sexo”, revelando sua inserção no domínio dos “direitos sexuais” e “humanos”, ao mesmo tempo em que complexifica e sinaliza tensões nestes domínios²⁰².

As estratégias e conflitos emergentes nas reivindicações desses “direitos”, porém, somente podem ser compreendidas no reconhecimento de que se dão localmente, em dimensões jurídicas e socioculturais específicas. Assim, políticas de negociação colocam a questão do casamento “entre pessoas do mesmo sexo”, por exemplo, em primeiro plano em alguns locais e em alguns segmentos sociais no interior de cada país, enquanto em outros, ainda que façam parte da agenda ativista LGBT ou da imprensa (“gay” ou geral), não necessariamente constituem sua pauta mais urgente. Tais especificidades dizem respeito, como não poderia deixar de ser ressaltado, a modos assimétricos com que a “universalidade” da pauta dos “direitos humanos” é elaborada nos circuitos locais/transnacionais²⁰³.

Vale de Almeida lembra que, no caso português, por exemplo, “a primeira grande reivindicação sobre casamento entre gays veio da ILGA Portugal²⁰⁴, dos ativistas”, ainda que “o primeiro grande caso foi o de duas mulheres que se dirigiram a um cartório e, por si

²⁰¹ O artigo segundo, por sua vez, estabelece que “toda pessoa tem capacidade para gozar os direitos e as liberdades estabelecidos nesta Declaração, sem distinção de qualquer espécie, seja de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição”. Especificamente sobre o casamento, afirma o artigo XVI: “Os homens e mulheres de maior idade, sem qualquer restrição de raça, nacionalidade ou religião, têm o direito de contrair matrimônio e fundar uma família. Gozam de iguais direitos em relação ao casamento, sua duração e sua dissolução”. Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm> Acesso em 08 ago 2013.

²⁰² É possível identificar no sítio da ILGA (Internacional Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association) um mapa que classifica, até o momento da escrita deste trabalho, os países em razão do reconhecimento do “casamento e substitutos do casamento”. As categorias são: 1) Casamento reconhecido a nível nacional (caso, por exemplo, dos Países Baixos, Bélgica, Espanha, Portugal, Argentina, Uruguai, México, Canadá, África do Sul, Nova Zelândia, França, Suécia e Noruega); 2) As leis de casamento variam dependendo da área (Austrália, Estados Unidos); 3) Substituto inferior ao casamento e reconhecido apenas em algumas áreas; 4) Substituto inferior ao casamento e reconhecido a nível nacional (Irlanda, República Tcheca, Eslovênia e Croácia); 4) Substituto igual ou quase igual ao casamento e reconhecido em algumas áreas; 5) Substituto igual ou quase igual ao casamento e reconhecido a nível nacional (Brasil, Colômbia, Equador, Reino Unido, Alemanha, Áustria, Hungria, Finlândia e Suíça); 6) Casamento reconhecido em algumas áreas; 7) Não há nenhuma lei (Rússia, Índia, Paraguai, Egito, Itália, Angola, entre outros); 8) Países sem dados (Indonésia, Cuba, Japão, Bolívia, Peru, entre outros). Disponível em: <<http://ilga.org/ilga/pt/index.html>>. Acesso em 19 set 2013..

²⁰³ Uma discussão sobre os “direitos humanos” a partir, sobretudo, de uma reflexão de suas relações com o “engajamento antropológico”, é delineada por Goodale (2009). Garcia e Parker (2006) exploram, por sua vez, as dinâmicas entre um discurso global e ações locais na esfera das políticas de construção de um “movimento dos direitos sexuais”. No caso brasileiro, para sugerir uma leitura mais recente, indico a seção “Direitos” da coletânea organizada por Miskolci e Pelúcio (2012).

²⁰⁴ Principal associação ativista LGBT portuguesa.

próprias, sem nenhum apoio do movimento LGBT, anunciaram que queriam casar-se”. O antropólogo pondera que no interior do ativismo LGBT daquele país instaurou-se uma discussão se a reivindicação “deveria seguir pela via judicial ou via política”. Ressaltando que, embora estrategicamente o resultado positivo via judicial seria uma possibilidade a ser acatada, optou-se pela segunda via. Ele lembra que pesou nessa estratégia tanto o fato de o Judiciário ser um poder “muito conservador” do ponto de vista “dos costumes” como ter um sistema político parlamentarista “partidocrático”, menos dependente de “alianças transpartidárias” e que “permite mais o debate”. Ao comparar, assim, a situação de Portugal com a realidade brasileira, entende que “nós [portugueses], se tivéssemos ido pelo judiciário, não chegávamos muito longe”²⁰⁵.

No Brasil, um marco em âmbito legislativo, ainda nos anos 1990, foi o envio do Projeto de Lei Federal n. 1.151, de autoria da então deputada Marta Suplicy ao Congresso, que tinha como objetivo “disciplinar a união civil entre pessoas do mesmo sexo”²⁰⁶. Rejeitado em votação na Câmara Federal, os anos subsequentes foram marcados por conquistas na esfera do Judiciário, que se revelou terreno mais favorável em acolher as reivindicações de sujeitos LGBTs, enquanto o Legislativo segue como terreno de negociações, conflitos e barganhas entre deputados e “bancadas” de interesses diversos.

É impossível reconstituir neste espaço as trajetórias dessas mudanças no âmbito jurídico e institucional no Brasil nas duas últimas décadas, bem como as complexidades que se revelam no cruzamento dos domínios dos “direitos sexuais” e “direitos humanos” e sua incorporação na linha de frente das reivindicações políticas, individuais e coletivas dos sujeitos LGBTs. Lembramos o que dizem Rios e Rodrigues de Oliveira: “a luta pelo reconhecimento e a promoção dos direitos de homossexuais é um caso emblemático da necessidade de compreensão dos direitos sexuais na perspectiva dos direitos humanos” (2012, p. 253), pois “nos debates sobre diversidade sexual e direitos humanos, são invocados vários direitos: liberdade sexual, integridade sexual (...) expressão sexual, informação sexual” (*Ibid.*), constatando que “neste campo, os direitos cuja invocação se revelou mais capaz de proteger homossexuais em face da homofobia e do heterossexismo foram, basicamente, o

²⁰⁵ Vale de Almeida, in Revista Universidade Pública, ano 11, n.61, mai/jun 2011, p. 7-11. Para um panorama de questões como o casamento entre pessoas do mesmo sexo, homoparentalidade e políticas de gênero e sexualidade no Portugal contemporâneo, além de uma perspectiva comparada dos casos espanhol, francês e norte-americano, cf. também Vale de Almeida (2009). Uma discussão mais pontual sobre a trajetória dos debates sobre direitos humanos e sexuais em Portugal é realizada por Santos (2004).

²⁰⁶ Uma síntese do projeto pode ser conferida em: <http://www.ggb.org.br/projetolei_1151.html>. Acesso em 12 ago 2013.

direito da privacidade e o direito da igualdade (*Ibid.*, p. 254). Destacam também, por sua vez, que a “reificação das identidades sexuais e a repetição de modelos heterossexistas, nas relações homossexuais são manifestações particularmente persistentes desta dinâmica”, no encontro destes “direitos”, questão que exploramos mais adiante. Assim, em consonância com o campo demarcado de nossa investigação (a “imprensa gay”), abordamos como algumas dessas dimensões (o que inclui tangenciar alguns desses marcos “jurídicos” e disputas políticas), em particular os “direitos civis” e “humanos” e o reconhecimento das “uniões estáveis” e do “casamento entre pessoas do mesmo sexo”, ganham forma nos discursos de *Junior*. Os textos selecionados são tomados, assim, como ponto de partida para refletirmos, sob o prisma do jornalismo feito neste veículo, sobre questões que atravessam e desafiam não apenas o universo dos produtores e leitores projetados na sua linha editorial, mas as políticas sexuais e de gênero em evidência (e em contínua disputa) no Brasil dos últimos anos.

4.2.1 “Direitos sexuais” e “direitos humanos” nos discursos “modernizadores” de *Junior*

Para abordar os modos em que noções como “direitos civis” ou “direitos humanos” tornam-se estratégicos na construção, ao longo dos anos, do lugar que *Junior* reivindica para si no mercado editorial jornalístico (“gay”) e na cena pública, tomamos como referência inicial para análise o editorial da edição 51:

França ou Irã?

Nunca antes na história a discussão dos direitos LGBT ocupou tanto espaço na mídia e no cenário político do Brasil. E ainda que nossa presidenta faça a linha avestruz, há um motivo muito claro para que a sociedade esteja discutindo esses temas.

Estamos vivendo um dilema de identidade enquanto nação e precisamos fazer uma escolha: queremos ser um país civilizado e avançado socialmente ou dar uma guinada para o obscurantismo fundamentalista e retroceder para uma era de trevas? A pergunta é simples assim: você preferiria viver na França ou no Irã?

De um lado, um Estado laico que respeita integralmente seus cidadãos e, ainda que existam conservadores e que eles tenham uma voz importante, a religião não restringe a liberdade. Do outro, uma teocracia onde cada aspecto do cotidiano é determinado por líderes religiosos, que demonizam todos que discordam do que eles alegam ser a lei de Deus.

O que diferencia um aiatolá iraniano de um deputado-pastor brasileiro é que ainda temos uma Constituição que diz que a justiça dos homens está acima da justiça divina por um bem simples: cada religião interpreta a palavra de Deus de sua maneira. E os que não acreditam em Deus são protegidos da fogueira inquisidora.

A questão não se limita a direitos de uma minoria, mas a uma maneira de ver o mundo.

Gays, lésbicas e transexuais estão a frente das manifestações contra os Felicianos da vida, por serem diretamente mais afetados pelos fanáticos emponderados por uma sociedade inerte que está se tornando refém deles.

O risco concreto é a manutenção da visibilidade alcançada a duras penas nos últimos anos – como a própria existência dessa revista – e a conquista da igualdade de direitos.

Ainda que possa parecer uma chatice militante, é fundamental que neste mês do orgulho LGBT você escolha a sua maneira de levantar essa bandeira (“França ou Irã?”, Preliminares, *Junior*, ano 6, n. 51, mai 2013, p.6)

O título parte de uma interrogação, reiterada no interior do texto a partir do questionamento endereçado diretamente ao leitor: “queremos ser um país civilizado e avançado socialmente ou dar uma guinada para o obscurantismo fundamentalista e retroceder para uma era de trevas?”. Fica evidente que a França encarna, neste discurso, um modelo “civilizado”, enquanto o Irã, o polo oposto. Para além da dimensão contextual dessas associações²⁰⁷, e das nuances que uma simplificação desta natureza impõe em cada uma das duas esferas, destacamos que, ao fazê-lo, *Junior* busca também demarcar de modo mais esquemático para o leitor uma posição editorial em que a “igualdade de direitos” e a “visibilidade” de “gays, lésbicas e transexuais” são elementos estratégicos para construir o que o próprio texto designa como “visão de mundo”.

Também queremos enfatizar que, não obstante o mérito de se posicionar

²⁰⁷ No mês anterior ao da edição 51 de *Junior*, o Parlamento francês aprovou, sob forte polarização e protestos nas ruas das maiores cidades do país, projeto de lei que expandia a noção de casamento e o direito à adoção a “casais do mesmo sexo”. Desde 1999, existe no país o artifício jurídico do PaCS (Pactos Cívicos de Solidariedade), que permite a “pessoas do mesmo sexo” a possibilidade de registrar civilmente suas uniões. Como destaca Vale de Almeida em análise dos debates em torno do “casamento” e “cidadania” naquele país, sobressai-se no contexto francês uma considerável “reação ao suposto *comunitarismo* das reivindicações LGBT”, ancorada no “fantasma triplo de: a) a ‘americanização’ dos costumes, correlata da ‘globalização’; b) o ‘comunitarismo’ da política de identidade, ele mesmo visto como americano; e c) o receio da perda das características da República Francesa que são vistas como simultaneamente nacionais e ‘universais’” (2009, p.55). Soma-se a isto outra particularidade, “o uso dos saberes científicos, nomeadamente o antropológico”, em que muitas vezes Freud ou Lévi-Strauss são invocados para “defender o dispositivo heteronormativo” (*Ibid.*, p. 56). Uma leitura panorâmica da cobertura da grande imprensa francesa e internacional sugere que esses fantasmas continuaram a operar, quando não se amplificaram, no debate mais recente sobre o “casamento entre pessoas do mesmo sexo”. Destacamos ainda a leitura de Eribon (2008) sobre o “casamento gay”, que retomo no tópico seguinte. Uma análise das articulações entre as políticas gays e LGBTs na França, do período da Segunda Guerra Mundial aos primeiros anos do século XXI, em consonância com discursos universalistas e dos “valores republicanos franceses”, é feita por Gunter (2009). Este, inclusive, discute tais discursos no cenário de aprovação e dos anos posteriores à implementação do PaCS. O autor traça ainda uma análise crítica do conteúdo editorial da “mídia gay francesa”, a partir de uma leitura das revistas *Têtu* e *Préférences* e do canal televisivo PinkTV.

No Brasil, em março de 2013, o pastor Marco Feliciano, deputado federal pelo Partido Social-Cristão (PSC), foi eleito presidente da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados. Considerando um dos principais representantes do que se designa “bancada evangélica”, este fato, associado a declarações recorrentes, em anos recentes, deste e de outros parlamentares desta “bancada”, em oposição a decisões jurídicas como o reconhecimento à união estável e ao casamento “entre pessoas do mesmo sexo” ou ao projeto de lei (PLC) 122, que busca instituir a criminalização do preconceito baseado em orientação sexual e/ou identidade de gênero, refletiu-se numa intensa cobertura midiática. Como fica claro, assim, a associação ao Irã no editorial de *Junior* institui este como símbolo máximo de uma “teocracia”, estruturando-se o paralelo com o cenário que poderia se desenhar no Brasil, em que “líderes religiosos” interfeririam tanto no “cotidiano” como nas políticas do Estado, que deve ser defendido em sua “laicidade”, ajustando-se ao contraponto de um lugar a ser defendido, símbolo de encarnação de valores democráticos e “republicanos”, notadamente a liberdade de expressão e de um Estado acima de pressões religiosas/fundamentalistas (simbolizado na França).

enfaticamente em defesa desses “direitos”, a construção dessa mesma “visão de mundo” no seu perfil editorial é atravessada por exclusões que tornam seus discursos menos “universais” do que aparentemente eles se propõem ou reivindicam ser.

Num nível mais superficial do discurso, ressalta-se que a articulação dessa “visão de mundo” está diretamente ligada a uma agência (ou reação) dos sujeitos “gays, lésbicas e transexuais”, uma vez que estes seriam os mais “afetados” pelas ações dos “fundamentalistas”. O mesmo discurso, por sua vez, recorre a uma noção em que tais direitos legitimam-se justamente por transcender um particularismo de uma “minorias”, em que se faria urgente optar entre um modelo desejado de “liberdade” e, outro, “teocrático”.

Chamamos a atenção para dois aspectos que se sobressaem nessa operação: o primeiro, remete a sua incorporação num processo em que, na visão do editorial, a reivindicação da “igualdade de direitos” é peça-chave de um processo “modernizador”, de optar assim por seguir um modelo de Estado/Nação (ou um Estado/Nação modelo, a “França”), numa escolha que, enquanto não a “fizemos”, nos condicionaria de tal modo a ser uma “nação” marcada por um “dilema de identidade”²⁰⁸.

Como já mencionamos a partir de Rios e Rodrigues de Oliveira (2012), a reivindicação dos “direitos dos homossexuais” no plano da “igualdade dos direitos” tem sido uma atuação estratégica de inserir estes nos debates e nas políticas dos “direitos sexuais” e, mais amplamente, dos “direitos humanos”. Vianna, por sua vez, problematiza a vinculação do

²⁰⁸ Diante da impossibilidade de restituir aqui um extenso debate sobre identidade e nação no Brasil, propomos a consulta a partir de um recorte, a leitura de Miskolci quando este se propõe a articular, a partir de uma leitura dos romances *O Ateneu*, *Bom Crioulo* e *Dom Casmurro* e das trajetórias de seus respectivos autores, uma análise do “desejo da nação”, inserindo numa investigação de uma “economia erótica brasileira” o estudo das “relações entre pessoas do mesmo sexo”. Centrando sua análise no final do século XIX, o autor afirma: “Nossa transição de regime político se relaciona com a passagem de uma primeira concepção de nação, implantada pelo Império de acordo com os moldes vigentes no início do século [XIX], para uma segunda, que emergiu a partir dos debates e embates dentro de nossas elites políticas e intelectuais no terço final do mesmo século. Assim, nossa troca de regime político se conduziu em meio a uma troca de visão nacional de um imaginário simbólico para a de um projeto político modernizante como compreendido aqui, algo que se constitui a partir das condições estratégicas de poder em uma determinada época e não a partir de planos delineados e seguidos por um ou outro grupo social entendido como detentor das condições culturais, materiais e políticas para implementar seus objetivos à revelia das oposições, resistências e alternativas existentes” (MISKOLCI, 2012b, p.33-34). Afirma ainda: “Uma imagem idealizada que se criara aqui a respeito da Europa como quinta-essência da Civilização guiou as investidas do poder que se configurou em meio à decadência do Império e a consolidação da Primeira República. ‘Ordem e Progresso’ era mais do que mera alusão a Auguste Comte e ao Positivismo, era um compromisso do novo regime político de levar ordeiramente a sociedade brasileira em direção evolutiva, afastando-a dos seus grandes fantasmas: a anarquia e a degeneração” (*Ibid.*, p. 147). Trago esta referência não para sugerir, evidentemente, uma correspondência entre discursos do final do século XIX e o discurso de *Junior* no início do século XXI, mas de problematizar o eco de alguns dos vínculos entre o projeto de nação (republicano) e discursos que preconizam vertentes de “direção evolutiva” (no editorial da revista, encarnado num ideal de “país civilizado e avançado socialmente”), situando assim essa reivindicação modernizadora (novamente no editorial, simbolizada “francesa”/europeia) em sua historicidade. Também recomendamos, para uma perspectiva histórica da noção de cidadania no Brasil, a leitura de Carvalho (2001).

“enunciado plural” dos “direitos sexuais” como reivindicações de “direitos humanos”. Como ela ressalta,

o que a enunciação da sexualidade como parte dos direitos humanos faz é promover sutis deslocamentos, às vezes dentro de uma mesma seara de sujeitos já consagrados (como as mulheres), mudando a forma de falar das relações de poder em que tais sujeitos estariam colocados e dando à sexualidade uma posição destaque para o seu fazer-se político. Em outras vezes, funcionando para denunciar a insuficiência das rubricas e personagens políticos encobertos pela noção heterogênea de “minorias”, insuficiente simbolicamente para dar conta das dissidências sexuais e da própria fluidez da sexualidade. Teríamos, assim, uma situação em que para alguns desses sujeitos os direitos relativos à sexualidade poderiam ser pensados como parte de uma plêiade de condições, experiências e relações de poder, enquanto para outros seria a forma principal de indexação em um mundo de classificações e possibilidades de atuação coletiva. Entre o sexo dos sujeitos e os sujeitos do sexo, os pesos iriam sendo distribuídos, não apenas entre as pessoas e seus enquadramentos nos dispositivos de sexo/gênero (mulheres hétero, mulheres lésbicas, homens gays, pessoas trans etc.) mas também relacional e situacionalmente face a contextos, dramas, reivindicações e estratégias (VIANNA, 2012, p. 231)

Seguindo os termos de Vianna, os “sexos dos sujeitos” e os “sujeitos do sexo” vão sendo moldados/ “assujeitados” estrategicamente na linha editorial de *Junior*, num contexto em que são acionados discursos a favor dos direitos de “gays, lésbicas e transexuais”, mas numa revista que, como demonstramos na primeira seção deste capítulo, valoriza majoritariamente um modelo de sujeito centrado numa figura masculina, jovem, “bonito”, de considerável poder aquisitivo e que, com somente algumas exceções, põe em primeiro plano outros sujeitos (por exemplo, “lésbicas” e “transexuais”, para permanecermos nas categorias citadas no editorial).

Não é o caso de interrogar a legitimidade de *Junior* em reivindicar “direitos” e inseri-los numa perspectiva mais geral de “direitos humanos”, mas de entender que nesta reivindicação: 1) enfatiza-se uma lógica de (auto)celebração em que a revista busca reafirmar um lugar como ator privilegiado do debate público²⁰⁹ e de “fazer-se política” (mesmo que “possa parecer uma chatice militante”, como pondera); e 2) o faz mediante uma estratégia discursiva que apela a uma noção de “igualdade” – convergente a noções como a “defesa da diversidade” e da “pluralidade”, mas que deve ser vista como relacional e no interior de dinâmicas em que estes mesmos discursos borram as diversidades e pluralidades no interior do universo (“gay”), acomodando-se aos rumos mais gerais de uma linha editorial que corresponda às expectativas dos leitores que projeta como público majoritário e de ser uma

²⁰⁹ O enunciado “como a existência dessa revista”, ressaltado no editorial, torna-se, assim, não apenas recurso de atestar uma “visibilidade alcançada a duras penas nos últimos anos”, ameaçada por “um risco concreto” em função da atuação de “fundamentalistas”, mas de reiteração do lugar de destaque que a revista reivindica para elaboração dessa “visibilidade”.

revista “moderna”.

Assim, podemos compreender a ênfase do discurso deste editorial, e de outros textos de nosso *corpus*, em situar como “ameaça” categorias situadas como “fundamentalistas” (“religiosos”)²¹⁰: na medida em que estes intensificam suas ações políticas, tanto nas esferas institucionais do Congresso Nacional como no campo midiático, tornam-se um contraponto de referência para que se prossiga nas lutas e no “avanço” de conquistas e visibilidades gays/LGBTs. Entretanto, entendemos que também é um recurso estratégico que opera num deslocamento de parte da revista: centrando-se na oposição a um elemento externo (“fundamentalistas”, “religiosos”, o “Irã” etc.), as diferenças e contradições no interior do que a revista situa como universo de “gays, lésbicas e transexuais” tendem a ser “universalizadas” ou deixadas na periferia dos debates, de modo que a revista possa continuar utilizando-se do discurso de “porta-voz” da visibilidade de um nós em que “lésbicas e transexuais”, por exemplo, à margem da linha editorial privilegiada em suas páginas, ficam restritas praticamente ao plano de uma mera citação.

4.2.2 “Já pode casar”: “união civil” e “casamento”

Na construção do *corpus* selecionado, definido a partir de três momentos da trajetória de *Junior*, podemos esboçar como as pautas da “união estável” e do “casamento” (ora designado apenas por este termo, ora sublinhado como “gay” ou “entre pessoas do mesmo sexo”) foram sendo moldadas nos discursos privilegiados na revista.

No primeiro conjunto (2007-2009), tanto a reivindicação do reconhecimento jurídico da “união estável” como do “casamento” não despontam como uma questão premente, traduzidas em destaque editorial. Efetivamente, nas chamadas de capa, em apenas duas dessas edições encontramos referências a “casais”: na segunda edição, em referência a perfis ilustrados compostos por “12 homens, 06 casais” (Ano 1, n. 2, novembro de 2007); e na de número 9, em matéria sobre um “casal paulista” que adotara quatro irmãos (“Família feliz”, *Junior*, ano 2, n. 9, 2009, p.74-76).

²¹⁰ É também o caso do editorial da edição 30, que situa a decisão jurídica de reconhecimento das uniões civis entre pessoas do mesmo sexo num contexto mais amplo de “avanços”, em que “nossa questão entrou na pauta da vez”, contraposto a posições celebradas por “fundamentalistas e enrustidos”: “Casais estão legalizando suas uniões afetivas, novos negócios surgindo, novelas apresentando bons personagens gays, pessoas tendo a coragem de denunciar ofensas gratuitas e maus tratos. Todos esses avanços têm sido o pesadelo dos fundamentalistas e enrustidos – sobretudo os que são políticos e religiosos – que resolveram usar o santo nome de Deus em vão para justificar suas teorias e a sujeira que está em suas cabeças” (“Sonhos, pesadelos e realidade”, *Junior*, ano 4, n. 30, jul 2011, p.8).

Isso não significa que uma noção menos formal ou jurídica de “casamento” fosse “invisível” nos primeiros exemplares de *Junior*. No caso de “12 homens, 06 casais”, por exemplo, a pauta busca ilustrar para os leitores “histórias de amor”, de modo que estes pudessem “ver o que acontece quando duas metades se encontram”. Os perfis, constituídos todos por casais masculinos, descrevem como suas relações afetivas foram construídas, as dificuldades vivenciadas pelos personagens retratados, a partilha de um cotidiano etc. Os significados de “casados” ou de “casamento”, aqui, transitam entre “morar junto” e manter uma “relação estável” (“Flávio Espíndola, 36, analista de suporte de informática, e Fábio Bechepeche, 36, booker de modelos, casados há 11 anos”; “Lembro que ele vestia uma camisa vermelha e estava lindo. Três meses depois estávamos morando juntos. Um dia liguei para minha amiga e falei: 'Você tinha razão! Deu em casamento!'”). No caso específico de um casal constituído por um brasileiro e um norte-americano, o texto enfatiza a dificuldade destes permanecerem juntos, uma vez que as leis dos dois países não permitiam (na época da reportagem) as “relações gays para imigração” nem a possibilidade de ambos se fixarem a longo prazo em um dos dois países sob a condição de turista. O depoimento do personagem estrangeiro ressalta que “planejamos nos casar em algum país que reconheça a união civil entre gays para legitimar a relação”. Não obstante os entraves de ordem legal, “acho que quando você ama não existem barreiras”, complementa o parceiro brasileiro²¹¹.

De todo modo, na reportagem os aspectos jurídicos e a elaboração de um posicionamento editorial pautado explicitamente na reivindicação de reconhecimento legal das relações caracterizadas como “casal” não estão em primeiro plano. Prevalece um discurso em que noções como “amor” e “companheirismo” são salientadas (e mais valorizadas).

²¹¹ Destacamos também na segunda edição, mesmo não incluída nas chamadas de capa que delimitam nosso *corpus*, a entrevista realizada por André Fischer com o estilista Lorenzo Merlino e o produtor de eventos Pazzeto. O “abre” destaca que eles “têm em comum a paixão pela moda e a crença no poder da aliança na mão esquerda” (As duas primeiras páginas são ilustradas por duas fotografias de enquadramento fechado nas mãos de cada um deles). Após seis perguntas sobre o universo da moda, a entrevista passa a enfocar questões acerca do “casamento” “Vocês dois são casados, têm uma rotina de família com seus namorados? Sempre vão dormir juntos, acordam pra tomar café da manhã juntos?” No caso de Lorenzo, ele ressalta que por ser francês tem direito ao Pacto Civil de Solidariedade (PaCs), mas que este “não é casamento, é um contrato” e que, “mesmo assim, casamos no consulado com direito a padrinhos, convidados”. Pazzeto, por seu turno, enfatiza que “pensa em casar, infelizmente não se pode casar nesse país...”. O restante da entrevista gira em torno da condição de casado, de usar alianças às diferenças entre esse status e o de “namoro firme”. No final da entrevista, Fischer afirma que “casar e estabelecer família poderia ser chamado de um sonho heterossexual, uma normalização...”, recebendo uma breve resposta afirmativa de um dos entrevistados (“Casa, comida e roupa lavada”, *Junior*, ano I, n. 2, nov 2007, p. 32-37). Retornaremos a esta questão da normalização, associada a um referencial de casamento heterossexual, mais adiante, a partir de outras reportagens inseridas em nosso *corpus* analítico. Já a questão específica de “casais formados por pessoas de nacionalidades distintas” seria abordada na edição 21, retratando casais que enfrentavam, entre outros aspectos, “distâncias, a burocracia heteronormativa e os abismos entre culturas” (“Lá e cá”, *Junior*, ano 4, n.21, set 2010, p. 44-46).

Já no texto sobre casal que adotara quatro crianças, publicado na nona edição e intitulado “Família feliz”, o “gancho” jornalístico reside na adoção “definitiva” de quatro irmãos na cidade de Ribeirão Preto, interior paulista, enfatizando a decisão como uma “rara movimentação da justiça brasileira”.

Ao reconstituir a trajetória do casal, a matéria informa as instâncias jurídicas percorridas (carta enviada por um dos irmãos ao juiz, período “de adaptação e tutela”) e aborda as mudanças no cotidiano com a constituição da família. No primeiro parágrafo, este caso em particular é tomado como um “alento” num “momento em que a militância gay de todo o mundo briga para que famílias homoparentais conquistem na Justiça os mesmos direitos à adoção já gozados pelos héteros” (“Família Feliz”, *Junior*, ano 2, n. 9, 2009, p.76).

Dois *boxes*, “Raridade” e “Revés”, complementam o texto principal, destacando decisões jurídicas. O primeiro compila os “raros casos” (informava-se haver “registro público de quatro casos”) de adoção definitiva de crianças por “casais formados por gays ou lésbicas”, contrapondo que a adoção por “homossexuais solteiros” seria mais “comum”. O segundo registra decisão da Câmara dos Deputados de 20 de agosto de 2008 de retirada do Projeto de Lei que “atualizaria as normas de adoção de menores de 18 anos” permitindo “casais homossexuais adotarem crianças oficialmente no Brasil”. Centra-se na análise de uma “advogada especializada em Direitos Homossexuais” em que esta opina que “o Legislativo não está acompanhando o compasso do Judiciário”, destacando que “grande parte dos legisladores e julgadores do país não reconhece os direitos de liberdade, igualdade e dignidade, assegurados pela Constituição Federal, a todos os cidadãos” (“Família Feliz”, *Junior*, ano 2, n. 9, 2009, p.76).

Como o próprio título desta reportagem enuncia, o relato em boa parte enfatiza as dimensões positivas que a constituição desta família representou, seja na vida do casal, seja nas das crianças adotadas. Salienta-se que “a rotina dos pais mudou para melhor”, ao passo que “o casal passou a ter hábitos mais saudáveis, como fazer refeições em casa e diminuir o ritmo da jogação”. Essa associação entre um estilo de vida mais saudável e uma vida “caseira” e “casada” (privada, familiar, em contraposição a uma vida implicitamente menos saudável, “noturna”, de “jogação”) é reiterada pela fotografia do casal e dos filhos, apresentada graficamente numa moldura de um tradicional quadro dourado de madeira, reforçando o sentido de tradicionalidade do registro “familiar” (cf. Anexo M).

Se na reportagem podemos identificar a valorização do casamento e da instituição da família, na mesma edição (n.9) entrevista com o “diretor de cinema cult” Bruce LaBruce, (apresentado na abertura do texto como “anticapitalista convicto, avesso à cultura de

celebridades e defensor do sexo sem tabus”) traz, de modo breve, uma passagem em que o entrevistado questiona a noção de “casamento tradicional”. Ele afirma que, por o “casamento gay” ser legal no Canadá e o parceiro, por ser cubano, “precisar do papel para ficar no país”, optou por “estar casado agora”. Descreve a relação como “relativamente aberta”, informa viver em “casas separadas” e conclui afirmando “não acredito no casamento tradicional monogâmico que diz que você deve fazer isso ou aquilo”, defendendo “que a noção tradicional de casamento deve ser destruída” (“O anticapitalista”, *Junior*, ano 2, n. 9, 2009, p.66-69).

A partir da edição 18 (ano 3, junho de 2010), *Junior* inicia uma campanha que consiste em “convidar personalidades que apoiam o direito universal ao casamento – passo importante no caminho do fim do preconceito institucionalizado que discrimina relações homossexuais” (“A taça do mundo é nossa, *Junior*, ano 3, jun 2010, p. 6). Esta permanece até a edição 25 (ano 4, fevereiro de 2011), ilustrada por atrizes, cantores/as e apresentadores de TV que posam com um cartaz onde se lê “Sim, eu aceito!”²¹².

No segundo conjunto do *corpus* de análise (exemplares 27 a 34, abril a novembro de 2011), o período inclui um importante marco jurídico, o reconhecimento da “união estável para casais do mesmo sexo” pelo Supremo Tribunal Federal (STF) em sentença realizada em 05 de maio daquele ano²¹³. Ainda que a decisão legal não se reflita numa cobertura de peso desta temática por *Junior* (nenhuma chamada de capa no período faz referência ao acontecimento), é possível analisar os editoriais e as reportagens que tangenciam a questão, acrescentadas aqui ao nosso recorte como estratégia de ampliar a discussão da temática.

Na edição 27 (ano 4, abril de 2011), por exemplo, uma das chamadas de capa remete à declaração da Ministra titular da Secretaria de Direitos Humanos, Maria do

²¹² Participaram, nas oito edições, a apresentadora de televisão Astrid Fontenelle, o apresentador de TV Cazé Peçanha, a atriz Betty Faria, o cantor Rogério Flausino, a atriz Marisa Orth, a cantora Elza Soares e o cantor Nando Reis. Cf. Anexo N.

²¹³ Em julgamento realizado em dois dias, o STF analisou a Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 4277 e a Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) 132. Como indica o sítio do tribunal, “a ADI 4277 (...) buscou a declaração de reconhecimento da união entre pessoas do mesmo sexo como entidade familiar. Pediu, também, que os mesmos direitos e deveres dos companheiros nas uniões estáveis fossem estendidos aos companheiros nas uniões entre pessoas do mesmo sexo. Já na Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) 132, o governo do Estado do Rio de Janeiro (RJ) alegou que o não reconhecimento da união homoafetiva contraria preceitos fundamentais como igualdade, liberdade (da qual decorre a autonomia da vontade) e o princípio da dignidade da pessoa humana, todos da Constituição Federal. Com esse argumento, pediu que o STF aplicasse o regime jurídico das uniões estáveis, previsto no artigo 1.723 do Código Civil, às uniões homoafetivas de funcionários públicos civis do Rio de Janeiro”. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=178931>> Acesso em 12 ago 2013.

Rosário²¹⁴: “Estado tem uma dívida com a população LGBT”. Reproduzimos parcialmente os trechos da entrevista, em particular quando se menciona o “casamento gay” e a “união civil”:

Durante a campanha, no segundo turno, temas espinhosos como o casamento gay e o aborto foram tratados de forma leviana por ambas as campanhas. Afinal qual é a posição do governo sobre casamento gay e lei anti-homofobia?

A presidenta Dilma Rousseff definiu que os Direitos Humanos são prioridade do seu governo. Isso significa um posicionamento firme nas relações com países que violam direitos, mas também significa avançarmos internamente numa cultura de respeito. Eu tenho manifestado claramente a posição de que é necessário a ampliação dos direitos LGBT e o combate à violência homofóbica (...)

Você foi deputada federal e conhece bem os jogos de poder da casa. Avalia que existem chances reais de projetos como o PLC 122 e o de união civil passarem nesta legislatura?

Precisamos levantar esse debate na sociedade, mostrar o quanto atitudes preconceituosas estão presentes no cotidiano. É através dessa discussão que sensibilizaremos os parlamentares.

Como seu ministério pode ajudar na aprovação dos processos que correm no Supremo pela união civil homossexual? Marta Suplicy está visitando os ministros para falar sobre o assunto. Existe alguma forma de seu Ministério influir nestes processos?

Já estive reunida diversas vezes com a senadora Marta Suplicy para tratar do tema. Ela está liderando, ao lado do deputado Jean Willys²¹⁵, uma grande mobilização no Congresso Nacional para discutir esses temas. Também queremos debater com o Poder Judiciário sobre a importância de garantirmos decisões que reconheçam os direitos LGBT. Enfim, estamos trabalhando para consolidação de um ambiente favorável (“A bela que enfrenta as feras”, *Junior*, ano 4, n. 27, abr 2011, p. 42-43)

A ênfase do discurso do entrevistador, assim, incide na aprovação da união civil e do casamento (ambas as noções são utilizadas, tanto para as instâncias de decisões no Poder Judiciário como no Legislativo, sem delinear eventuais diferenças entre os status jurídicos concernentes a cada uma delas), enquanto a entrevistada apresenta um discurso que (embora se diga ao leitor que “na entrevista que segue, a a Ministra se posiciona sobre casamento gay”) desloca tais questionamentos para noções discursivas que, neste contexto, acabam por assumir dimensões mais genéricas, como “Direitos Humanos” ou “direitos LGBT”.

Na edição seguinte, a reportagem “Cenas de casamento” parte da associação do mês de maio como “o mês das noivas” e de “pencas de casamento” para apresentar “a versão gay deste momento tão especial” (*Junior*, ano 4, n. 28, mai 2011, p.62-64). Tomando o fato de igrejas “evangélicas inclusivas” não “discriminarem seus fieis pela orientação sexual”,

²¹⁴ Reeleita deputada federal pelo Rio Grande do Sul em 2010, a gaúcha assumiu a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República do Brasil em 1º de janeiro de 2011. Esta secretaria tem status de ministério.

²¹⁵ Deputado Federal, coordenador da Frente Parlamentar Mista pela Cidadania LGBT. Em seu sítio web, Willys declara apoio à campanha “casamento civil igualitário – os mesmos direitos com os mesmos nomes”. Disponível em: <<http://jeanwyllys.com.br/wp/bio>>. Acesso em 12 ago 2013.

argumenta que “o Brasil assiste a cenas antes inimagináveis como duas mulheres vestidas de noiva e dois homens vestidos de noivos”, ressaltando que “não há nada de errado nisso”.

O discurso da reportagem, que narra as cerimônias vividas por quatro casais (três formados por homens, um por mulheres) reforça a correspondência entre o modelo tradicional de cerimônia de casamento (heterossexual) e a do casamento realizado nas igrejas “inclusivas”, enfatizando que esta é realizada “como manda o figurino: com troca de alianças, vestido de noiva, buquê, padrinhos, madrinhas e igreja especialmente decorada”. Os registros fotográficos, em consonância com o que se retrata no texto, mostram momentos típicos de um casamento realizado sob tal “figurino”.

Destacamos que na matéria apresenta-se o argumento de questionamento à celebração religiosa do casamento. Contudo, este é imediatamente contraposto por uma positividade na atuação das igrejas que realizam as cerimônias: “Enquanto para uns a celebração religiosa possa parecer uma mimetização do relacionamento heterossexual, essas igrejas inclusivas vêm nos casamentos gays e lésbicos que realizam o sinal de que homossexuais conseguem superar complexos que muitas vezes o impedem até mesmo de amar” (“Cenas de casamento”, *Junior*, ano 4, n. 28, p.62-64).

A edição seguinte é a primeira produzida após a decisão do Supremo Tribunal Federal de reconhecimento jurídico da união civil “entre pessoas do mesmo sexo”. Como esperado, o editorial a destaca como “histórica”. Entretanto, o fato é apresentado sob ressalva: “A impressão era de que finalmente caminhávamos com passos firmes em direção às sociedades mais modernas, nos distanciando do fundamentalismo retrógrado”, pois em seguida informa-se que, “exatos vinte dias depois, a presidente Dilma barganha a distribuição do kit anti-homofobia, uma justa reivindicação de educadores, para tentar minimizar o bullying homofóbico nas escolas” (“Um passo à frente, um passo atrás”, *Junior*, ano 4, n. 29, jun 2011, p. 6). Fica evidenciado que, assim como nos discursos sobre “direitos humanos” e sobre a própria homofobia, *Junior* situa o reconhecimento da “união civil” como símbolo de uma “modernização” a se implantar no país, em atraso frente a outras “sociedades modernas”, sendo os “direitos civis de minorias” um terreno crucial, assim, para seu desenvolvimento²¹⁶.

A reportagem que trata deste tema, inserida na seção “Justiça”, baseia-se em “tirar as principais dúvidas dos leitores” a partir da “decisão do Supremo que reconheceu as uniões

²¹⁶ Ainda na edição 29, esse discurso é reiterado na fala do entrevistado da seção Política, o governador do estado do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral: “Mas essa [a “aprovação da união estável para casais homossexuais”] é uma causa de todos, humana, de uma dimensão profunda. É um marco civilizatório no Brasil”; “Não adianta avançar na tecnologia se os valores humanos não forem plenos. País de primeiro mundo é o que conquistou esses valores” (“A revolução de Cabral”, *Junior*, ano 4, n.29, jun 2011, p. 52-55).

gays no Brasil” (“E agora?”, *Junior*, ano 4, n. 29, jun 2011, p. 76). Para tanto, recorre a um advogado “especialista em direito da família e homoafetivo”, convidado a responder perguntas lançadas pelos leitores no portal *MixBrasil*. Sintetizando “cerca de cem perguntas” nos “cinco assuntos mais constantes”, o discurso do especialista, nos moldes propostos pela pauta, é didático e toca em questões como pensão, concessão de vistos para companheiros estrangeiros e os “regimes de bens possíveis para uniões homoafetivas”. Também distingue “união estável” e “casamento civil”, definindo a primeira como “legalmente reconhecida e considerada como entidade familiar não registrada”, enquanto o segundo “é ato jurídico solene, com atuação de duas pessoas de sexo distinto, conforme determina a lei e considerada como entidade familiar registrada, posto que altera o estado civil dos participantes”.

As edições posteriores passam a cobrir, geralmente na seção de política ou de notícias curtas (“Saladão”), os desdobramentos da decisão do Supremo Tribunal Federal²¹⁷, ou informar casos em que países alteraram a legislação acerca do tema²¹⁸. Na edição 30, por exemplo, “Eles se casaram” revela que “dois casais gays conseguem na Justiça direito ao casamento civil” (*Junior*, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 16). Destaca-se que, mediante “o efeito cascata e com decisões relâmpagos, o casamento civil entre pessoas do mesmo sexo já é realidade no Brasil”. No primeiro casal, privilegia-se a declaração de um dos parceiros à possibilidade de se constituir uma família: “Como um dos preceitos do casamento é a união de duas famílias para se constituir uma nova, estaremos oficialmente constituindo a família Sousa Moresi, onde eu irei incorporar o sobrenome do Sergio, o 'Sousa', e ele irá incorporar o meu, o 'Moresi', comemorou Luiz” (“Eles se casaram”, *Junior*, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 16).

Efetivamente, nesse conjunto de textos analisados, a noção de construir uma família, jurídica e/ou afetivamente, torna-se um tópico recorrente nas pautas sobre “união estável”/“civil” e do “casamento entre pessoas do mesmo sexo”. Nesse sentido, entendemos que os discursos hegemônicos circulantes em *Junior* não são apenas reflexos de um movimento em que a família seria posta em destaque como desdobramento natural ou meta a ser alcançada mediante uma nova legislação jurídica, mas valorizadores de um modelo em que, para usar uma expressão de Mello (2006), põe em relevo certo “familismo”.

Mello expõe duas dimensões que costumam ser tratadas (politicamente) como antagônicas, mas que operam simultaneamente como paradoxais da incorporação das

²¹⁷ É o caso, por exemplo, da reportagem “E agora que podemos, vamos nos casar?” (*Junior*, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 54-57), que traz depoimentos de casais (todos compostos por homens) para “contar suas histórias, falar sobre o relacionamento com família e amigos e como a aprovação da união homoafetiva pode modificar a relação de um casal”.

²¹⁸ “Casamento gay – Notícias frescas da união igualitária” (*Junior*, ano 5, n. 33, out 2011, p. 15).

bandeiras em defesa da “união civil”, do casamento e dos “relacionamentos amorosos e sexuais” como entidades familiares: ora uma “expressão da diversidade da instituição social família”, concomitantemente ao reconhecimento da “condição de cidadãos” aos sujeitos LGBTs; ora objeto de crítica, em argumentos que questionariam “por que gays e lésbicas reivindicam para si essa instituição conservadora e alienante que é o casamento?” (MELLO, 2006, p. 499).

O autor entende que há pelo menos dois argumentos que costumam ser acionados nos discursos que se posicionam contrários “à legitimidade do casamento homossexual”: um, que entende que os homossexuais não se qualificariam juridicamente, enquanto o segundo situa-se na interrogação dos sujeitos LGBTs reivindicarem uma instituição “conservadora”. Com o último “evita-se o risco de se parecer homofóbico, mas não se escapa de um preconceito claro: o de que a conjugalidade homossexual seria sinônima de uma certa liberdade sexual e de uma vida amorosa atípica” (MELLO, 2006, p. 500). Considera ainda que “em ambas as argumentações, nega-se a legitimidade da reivindicação principal: a igualdade na esfera pública entre relações heterossexuais e homossexuais”. Recorrendo a um repertório conceitual trabalhado por Gayle Rubin [1998(1984)], sugere que “tal hierarquização de distintas formas de conjugalidade pode ser pensada como expressão de injustiça erótica e opressão sexual” (*Ibid.*) em sociedades compulsoriamente heterossexuais.

O texto de Mello, convém lembrar, é anterior a algumas das principais decisões jurídicas acerca da “união civil” e do “casamento entre pessoas do mesmo sexo”, que *Junior* passa a retratar (e a defender editorialmente) em anos mais recentes, sobretudo a partir do ano de 2011. Entretanto, sua validade consiste em nos lembrar, não sem alguma contradição, de que também estão em jogo transformações no que se entende como “família”, e de que “uma política social para as famílias deveria levar em conta, fundamentalmente, a heterogeneidade e a dinâmica dos arranjos conjugais e parentais” (MELLO, 2006, p.503).

Recorrendo a uma passagem de Foucault em defesa de “uma política da amizade” (2004), pautada em “novas formas de existência para além da reivindicação da igualdade de direitos com os heterossexuais”, o autor também alerta para não desconsiderarmos “as múltiplas possibilidades de relações afetivo-sexuais que não se restrinjam ao modelo do casamento heterossexual moderno, vendo na experiência da homossexualidade uma alternativa anti-assimilacionista de reinvenção de si próprio e do mundo” (MELLO, 2006, p. 504). Não obstante, afirma a necessidade de problematizar os riscos de emergir uma “nova forma de regulação de cidadania, agora por meio da definição legal de quais indivíduos podem ser sujeitos de contratos conjugais e matrimoniais socialmente reconhecidos como

legítimos” (*Ibid.*, p. 505).

No esteio do argumento de Mello, Rios e Rodrigues de Oliveira (2012), a partir da análise discursiva de “conceitos-chave no campo dos direitos sexuais e seus usos na 'seara jurídica’ no Brasil das últimas três décadas, identifica como uma das principais tendências nas decisões judiciais a recorrência “dos argumentos do direito de família”, constituindo assim uma corrente que eles designam como “familismo jurídico”. Este estrutura-se na tendência de associar “o reconhecimento da dignidade e dos direitos dos envolvidos [nas “conjugalidades homoeróticas”] à assimilação de sua conduta e de sua personalidade ao paradigma familiar tradicional familiar”. Desse modo, é possível identificar em alguns precedentes judiciais

que deferem direitos ao argumento de que, afora a igualdade dos sexos, os partícipes da relação reproduzem em tudo a vivência dos casais heterossexuais – postura nitidamente nutrida na lógica assimilacionista. Nesta, o reconhecimento dos direitos depende da satisfação de predicados como comportamento adequado, aprovação social, reprodução de uma ideologia familista, fidelidade conjugal como valor imprescindível e reiteração de papéis definidos de gênero [...] Ainda nesta linha, a formulação de expressões, ainda que bem intencionadas, como “homoafetividade” revela uma tentativa de adequação à norma que pode revelar uma subordinação dos princípios de liberdade, igualdade e não-discriminação, centrais para o desenvolvimento dos direitos sexuais a uma lógica assimilacionista, o que produziria um efeito contrário, revelando-se também discriminatória, pois, na prática, distingue uma condição sexual “normal”, palatável e “natural” de outra assimilável e tolerável, desde que bem comportada e “higienizada”. Com efeito, a sexualidade heterossexual é tomada como referência para nomear o indivíduo “naturalmente” detentor de direitos (o heterossexual que não necessita ser heteroafetivo), enquanto a sexualidade do homossexual é expurgada pela “afetividade”, numa espécie de efeito mata-borrão (RIOS e RODRIGUES DE OLIVEIRA, 2012, p. 260)

Essa lógica assimilacionista, que se traduz em *Junior* também pelo uso, em seus discursos, do termo “homoafetivo” para designar o casamento, é predominante na revista, notadamente quando a pauta se desloca para o reconhecimento do “casamento gay”, algo evidenciado no terceiro conjunto do nosso *corpus* (janeiro-junho de 2013).

Concentremo-nos na análise do exemplar 48 (fevereiro de 2013), que traz em destaque o tema do “casamento” numa seção “Especial”, composta por um ensaio fotográfico de moda (incluindo uma das duas capas da edição disponibilizadas na venda para os leitores), duas reportagens e um editorial (“Quer casar? Mesmo?”, *Junior*, ano 6, n.48, fev 2013, p.6). Esta edição chegou às bancas após decisão da Corregedoria Geral de Justiça do Estado de São Paulo, publicada em 18 de dezembro de 2012 e tornada obrigatória a partir de 18 de fevereiro do ano seguinte, caracterizada pela “atualização do Capítulo do Registro Civil das Normas de Serviço da Corregedoria”, que incluía na prática as conversões de união civil entre pessoas do

mesmo em casamento civil, sem a necessidade de se recorrer à Justiça²¹⁹.

A primeira reportagem, intitulada “Vai um bem-casado aí?”, parte do registro de que “a decisão judicial que oficializa o casamento civil gay em São Paulo provoca correria em cartórios”, ressaltando ainda que “não falta gente disposta a engrossar essa fila”. Ainda que não apresente dados estatísticos que corroborem a sentença, entende que tal “iniciativa histórica vem mudando a vida de muita gente, e não só em São Paulo. Como a decisão pode servir para reforçar a jurisprudência e possibilitar casamentos gays também em outras unidades da Federação, pessoas de todo o País vêm se preparando para realizar o sonho de ver sua união oficializada e reconhecida como casamento, com todas as garantias legais que o matrimônio reserva” (*Junior*, ano 6, n.48, fev 2013, p. 44).

Após uma breve explanação acerca da norma instituída pelo Tribunal de Justiça paulista, a reportagem retrata estórias de vida de três casais: o primeiro, que já tinha feito uso da nova legislação e concretizado o casamento, enquanto outros dois tinham planos de efetivá-lo nos próximos meses. Nos três casos, os relatos das instâncias jurídicas vivenciadas pelos pares (no primeiro, a assinatura de contrato de parceria em 1994; o segundo, o registro do parceiro no plano de saúde; o terceiro, a assinatura de declaração de união estável) mesclam-se com um relato de tom mais informal (como já sugeria o jogo de palavras no título), em que o repórter/enunciador recorre a expressões coloquiais ou às impressões positivas que colheu ao observar os casais e as relações afetivas por eles vivenciadas.

Assim, o primeiro par é apresentado como “aquele casal fofo que desperta admiração nos amigos” e que “a cerimônia, linda de viver, parou o lugar”. Na sequência, o relato do repórter segue articulando a decisão pelo casamento como um ato que articula dimensões jurídicas e/ou públicas, políticas e afetivas:

Mesmo depois de 25 anos juntos, Ailton e Benedito choraram muito durante a

²¹⁹ A Subseção V da Seção VI do Capítulo XVII do Tomo II das Normas de Serviço da Corregedoria Geral de Justiça passa a registrar: “Do Casamento ou Conversão da União Estável em Casamento de Pessoas do Mesmo Sexo - 88. Aplicar-se-á ao casamento ou a conversão de união estável em casamento de pessoas do mesmo sexo as normas disciplinadas nesta Seção”. No parecer da Corregedoria, observa-se: “A pós-modernidade enquanto fenômeno em curso e, portanto, de difícil compreensão de seus exatos contornos, sem dúvida, alçou sua influência no modo de vida dos seres humanos acarretando profundas modificações no viver e na maneira de compreender o mundo. A finalidade do Registro Civil é justamente retratar os fatos e negócios jurídicos ligados à condição humana, assim, não há ser humano que esteja excluído de suas atribuições (...) As uniões estáveis são um fato social relevante, o Censo de 2010, realizado pelo IBGE, apurou o aumento das uniões estáveis de 28,6% em 2000 para 36,4% em 2010, bem como a diminuição dos casamentos de 49,2% em 2000 para 42,9% em 2010. (...) Noutra quadra, consoante recentemente tratado no Supremo Tribunal Federal e entendimento pacífico do Conselho Superior da Magistratura, o casamento e união estável de pessoas do mesmo sexo foram inseridos nas previsões das NSCGJ”. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/diarios/44385721/djsp-administrativo-18-12-2012-pg-33/pdfView>> Acesso em 20 ago 2013.

celebração. Tanto pela realização do sonho quanto por terem consciência do que aquele momento representava para toda a comunidade LGBT. Durante a conversa com JUNIOR, os dois não seguram as lágrimas ao lembrar que as famílias de ambos os lados compareceram em peso [...] Os dois reconhecem que, para muitos, a certidão de casamento pode ser apenas um pedaço de papel, mas para eles é muito mais. É, além da equiparação de direitos, a coroação de uma história de companheirismo, compreensão mútua e, sobretudo, muito amor (“Vai um bem-casado aí?”, *Junior*, ano 6, n. 48, fev 2013, p. 46)

A possibilidade de utilizar expressões como “linda de viver” ou “casal fofo” insere-se nas possibilidades de fazer jornalismo numa revista consolidada editorialmente como “gay”²²⁰. A cerimônia acompanhada pela reportagem, por sua vez, registra cenas que mimetizam o ritual associado ao casamento heterossexual: destacam-se as fotografias com os noivos trocando alianças, beijando-se após a assinatura do registro e o detalhe dos dois bonecos vestidos de terno no topo do bolo do casamento.



(Imagem 18 - “Vai um bem-casado aí?”, *Junior*, ano 6, n.48, fev 2013, p. 45)

Assim como nas reportagens “Família Feliz” e “Cenas de um casamento”, a paginação gráfica da revista reitera a associação à simbologia do casamento tradicional: fundo de página branco, fotografias dispostas como num álbum, título e “janelas”²²¹ da matéria

²²⁰ Retomaremos esta dimensão editorial na última seção deste capítulo.

²²¹ A *janela* ou *olho*, no jargão jornalístico, designa um extrato do texto selecionado e posto em destaque na página, de modo a ressaltar determinada passagem e, ao mesmo tempo, tornar o *design* da página mais leve para leitura.

acompanhados por linhas cujos desenhos remetem a convites de casamento. Ao contar a estória do terceiro casal, o texto encerra-se reforçando a aproximação à assimilação de um modelo de cerimônia tradicional: “E que venha a chuva de arroz!” (“Vai um bem-casado aí?”, *Junior*, ano 6, n. 48, fev 2013, p. 47).

A segunda reportagem também recorre a este imaginário de casamento ao trazer a manchete “Lá vem os noivos”, acompanhada de uma fotografia com duas mãos com alianças entrecruzando-se. Inserindo-se na seção *Test Drive*, cuja característica é o relato em primeira pessoa de uma experiência vivenciada pelo repórter, a pauta consistia em simular uma ida a um cartório e avaliar se “os atendimentos dos serviços de cartórios vão respeitar a dignidade de um casal gay”. O texto contextualiza aquilo que considera “uma das maiores bandeiras da comunidade gay nacional, o tratamento e reconhecimento igualitário de uniões de pessoas do mesmo sexo”, registrando a decisão da Justiça paulista, que é reiterada pela fala do “vice-presidente da Associação de Registradores de Pessoas Naturais do Estado de São Paulo” de inconstitucionalidade ao se “negar a união”. Para além das impressões do repórter (“com certo nervosismo”; “foi maravilhoso sentir, logo de cara, que não haveria nenhum empecilho ou maior burocracia para exercer um direito comum aos casais heterossexuais”), uma passagem do texto investe numa ideia de casamento que é tomada como pressuposto: “Afinal, quem nunca se imaginou casando?” (“Lá vem os noivos”, *Junior*, ano 6, n. 48, fev 2013, p. 48).

“Já pode casar” é o ensaio de moda da edição, e a escolha do tema decorre de a revista “comemorar a decisão da Justiça de São Paulo”. A ênfase na “festa de casamento” é explicitada já na abertura do texto de apresentação das fotos: “Você já foi a uma festa de casamento? Provavelmente sim. E na festa de um casamento gay? Se sua resposta foi 'não', não fique triste: é muito provável que você seja convidado a uma festa assim nos próximos meses” (*Junior*, ano 6, n. 48, fev 2013, p. 75-85).



(Imagem 19 - “Já pode casar”, ano 6, n. 48, fev 2013, p. 75-76)



(Imagem 20 - “Já pode casar”, *Junior*, ano 6, n. 48, fev 2013, p. 84-85).

As fotos do ensaio procuram recriar uma atmosfera de relativa informalidade (sorrisos, brindes e rodas de conversa, os noivos – no centro, na segunda imagem – posam com camisas com botões abertos) a esta “cerimônia gay” de casamento, mas ao mesmo tempo enquadram-se nas regras que se mostram padrão nesta seção da revista: protagonizados por modelos de agências renomadas de moda (e o texto reafirma isto ao informar que “chamamos

os modelos com que mais amamos trabalhar nos últimos anos”), que trajam peças de roupas e acessórios de grifes (informadas nas legendas). Também consideramos relevante destacar o fato de apenas uma mulher (também modelo) compor as cenas. No fim, o ensaio busca encarnar uma noção de celebração do casamento que coaduna com a (auto)imagem que a revista faz de si e projeta aos seus leitores, em que o estilista responsável pela montagem do figurino “ficou responsável em montar os looks com a nossa cara: jovem, feliz e otimista”.

Se nos exemplos analisados até aqui prevalecem discursos que “celebram” o casamento, o editorial da mesma edição 48 chama a atenção por constituir-se como um dos poucos discursos em *Junior* que põe esta instituição em questionamento. O título propõe ao leitor: “Quer casar? Mesmo?”.

O texto abre situando o “casamento igualitário” como uma “questão de tempo”, representando uma “ampliação” dos “direitos de todos”. Na sequência, contudo, os argumentos que o interrogam, ao situá-lo no plano dos “valores tradicionais”, são apresentados:

Mas quem diria que justamente os gays seriam defensores dos “valores tradicionais”? Se o movimento por direitos iguais começou com a luta para garantir a livre expressão do desejo, hoje ele batalha pelo enquadramento. E trata-se de um fenômeno mundial [...] Pouco tempo atrás, fazia parte do estilo de vida gay ser solteiro e não ter filhos – o que por muitos eram considerados pontos positivos. Assim como entre os casais homem-mulher de antigamente, há quase uma pressão social para que dois namorados formalizem sua relação. Até porque, a Justiça já tem dado os mesmos direitos de pensão e divisão de bens. Portanto, pense bem com quem se envolve. De qualquer forma, acredito que é chegada a hora de repensar casamento e família, ampliando e flexibilizando seus conceitos originais. Sempre sintonizada com seu tempo, a JUNIOR levanta essa bola nesta edição (“Quer casar? Mesmo?”, *Junior*, ano 6, n. 48, p. 6)

Como destacamos no primeiro capítulo, o editorial é um gênero jornalístico cujas características vão desde a apresentação dos princípios que norteiam a linha editorial às questões que o veículo elege como dignas de evidência no debate público. Em *Junior*, também como mencionamos, o fato de ser assinado por seu “publisher”, André Fischer, permite explorar um tom mais pessoal ou de conversa com os leitores²²². Neste caso, em particular, destaco dois pontos do discurso: o primeiro, da posição do enunciador, que em primeira pessoa pontua a necessidade de “repensar” noções tradicionais e das transformações no “estilo de vida gay”, em que casar (ou a “formalização da relação”) torna-se um modelo que reproduz uma lógica de “antigamente”, dos “casais homem-mulher”; em consonância com uma estratégia discursiva que já identificamos em outras reportagens e editoriais, os

²²² Também é ilustrado por uma fotografia de Fischer, olhando para o leitor, o que reforça a ideia de conversa.

argumentos de “ampliar” e “flexibilizar” os conceitos de casamento e de família são elaborados numa estratégia de autocelebração da revista, de se posicionar para a audiência leitora como “sintonizada” com o presente, “com o seu tempo”. Entretanto, apesar de informar ao leitor que nas páginas seguintes “esta bola” estaria “levantada”, constata-se que as reportagens analisadas não abordam este contraponto, concentrando-se assim a abordagem no casamento e na família ora como conquistas jurídicas, ora como consagração privilegiada de uma relação amorosa/afetiva.

Ao constatar isso, não é nossa intenção sugerir que uma abordagem das questões concernentes ao reconhecimento jurídico das “uniões civis” ou da defesa do “casamento entre pessoas do mesmo sexo”, ou a interrogação sobre o que estas conquistas e instituições reproduzem de modelos conservadores ou “heterossexuais” sejam tratadas sempre como polos opostos e excludentes. Eribon nos alerta para o risco que se configura opor “gays ligados a um modo de vida fora de todo o reconhecimento institucional e até jurídico e, para muitos deles, a uma sexualidade livre e aberta sobre a multiplicidade de parceiros, àqueles que preferem viver em casal e que aspiram a um registro pelo direito dessa união” (2008, p. 55). Essa oposição, “aceita por muitos gays dos dois ‘campos’, seria uma armadilha ao passo que

nunca é muito nítida, mas pode-se até afirmar que ela se dissolve tão logo ali olhamos mais de perto. Primeiramente, a reivindicação do casamento “gay” não exprime simplesmente a aspiração, que seria o sinal de uma abdicação diante dos modos de vida heterossexuais, de certos homossexuais a entrar na instituição matrimonial; ela traria também, caso se realizasse, uma mudança profunda na própria instituição, que não poderia mais ser a mesma que antes, e isto ainda mais que, se os gays podem hoje reivindicar o direito de a ela ter acesso, é porque já não é mais o que era. É a dessacralização do casamento que torna possível a própria reivindicação de que se deva abri-lo aos casais do mesmo sexo. Mas pode-se igualmente ressaltar que o que parece corresponder a dois modos de vida opostos e irredutíveis um ao outro (a liberdade sexual, de um lado; o casamento, do outro) podem ser apenas etapas diferentes na vida dos indivíduos, aqueles que participam do primeiro durante um período mais ou menos longo, transformando-se com a idade em adeptos do segundo [...] Ou, ao contrário, pessoas instaladas em casal bem jovens que descobrem, após uma ruptura, as delícias da multiparceria. Sem mesmo evocar o caso daqueles que vivem em casal durável e nem por isso se sentem de modo algum forçados a renunciar aos encontros múltiplos. Mas a verdadeira razão que deveria conduzir a pensar que as duas aspirações não são opostas uma à outra, mas solidárias uma da outra, é que são produzidas pelas mesmas determinações e os mesmos “sofrimentos”, e são duas “saídas” inventadas para tentar escapar disso (ERIBON, 2008, p. 55-56)

Entendemos que a posição de Eribon convida a olhar para o debate numa perspectiva menos dicotômica, exigindo problematizar continuamente os efeitos dessas conquistas nos anos recentes, no presente e nas políticas que tem pautado e ao mesmo tempo interrogam os sujeitos, o ativismo LGBT e a imprensa “gay”. Se não é possível problematizar

tais efeitos em *Junior* sem um distanciamento maior que vá além do tempo da análise que fazemos até aqui, podemos destacar a partir da leitura do nosso *corpus* que, para além do importante reconhecimento, nas páginas da revista, das conquistas no âmbito jurídico e institucional, da celebração da existência de casais que optaram pelo “casamento no papel”, bem como da identificação de algumas brechas neste discurso majoritário, como o caso do editorial citado anteriormente, constatamos permanecer o desafio de se buscar dar visibilidade não a um único modelo de casamento, mas também elaborar discursos outros em que se possa por em debate as possibilidades de reivindicar, uma vez garantidas tais conquistas, relações, modos de vida e maneiras de ser mais “diversas” e “plurais” do que as dos discursos de “diversidade” e “pluralidade” que simultaneamente busca enunciar e reivindicar como imagem para si.

4.3 “Test drive”, “carão” e o “novo pajubá”: explorando a “linguagem jornalística gay”

Nas entrevistas com os jornalistas de *Junior*, uma seção em particular foi destacada quando descrevem a revista: *Test Drive*. A possibilidade de elaborar textos “diferentes” daqueles feitos numa rotina de apuração da matéria por telefone e escrevê-los em primeira pessoa, a partir de uma “imersão” do repórter na pauta; a vivência de “experiências” que poderiam “testar” os limites de ação do jornalista; o desafio de codificá-las em textos que “prendessem” a atenção dos leitores; o “retorno” expressos através de *e-mails* enviados à redação, comentando as situações retratadas ou narrando as tentativas de replicá-las no cotidiano, foram pontos ressaltados nas falas dos colaboradores, exemplificando e costurando elementos de uma reflexão que elaboram sobre suas atuações numa “revista gay”.

A seção surgiu na edição 13 (ano 3), e desde então trouxe pautas que abordaram da avaliação de camisinhas e géis lubrificantes²²³ a redes sociais de “pegação” em *smartphones*²²⁴ ou o “sexo artificial”²²⁵. Apesar da diversidade das situações retratadas, uma lógica comum costuma atravessá-las: o repórter deve ir “à campo”²²⁶ e vivenciar, sem se identificar como jornalista, uma situação preestabelecida na “pauta”, procurando então posteriormente narrá-la sob a forma de um depoimento em primeira pessoa.

²²³ “Com que roupa eu vou?”, *Junior*, ano 3, n. 15, mar 2010, p. 62-65.

²²⁴ “Pega no meu iPhone”, *Junior*, ano 4, n.25, fev 2011, p. 52-53.

²²⁵ “E que consolo!”, *Junior*, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 48-49.

²²⁶ Num dos textos da seção analisados, o repórter descrevia seu trabalho de apuração como “pesquisa de campo” (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n.32, set 2011, p. 51).

Selecionamos para análise uma reportagem de *Test Drive*, tomando-a assim como referência para problematizar algumas das principais questões sugeridas nas entrevistas pelos jornalistas quando destacaram essa seção. Na edição de número 32 (ano 5, setembro de 2011), o “teste” consistia em trazer relatos de repórteres de *Junior* sobre clubes de *swing* frequentados majoritariamente por casais heterossexuais. O título ajuda a delimitar o enfoque: “Eles topam?”, reforçado pelo subtítulo que informa: “Saiba o que rola nos clubes de swing hétero – Repórteres entram nos clubes de troca de casais héteros para saber: afinal, gay tem vez?”.

Antes dos três relatos em primeira pessoa, um parágrafo de apresentação busca valorizar o teste como inédito, algo reforçado por uma narrativa de cunho “aventuresca”:

Clubes de swing – ou troca de casais – não são propriamente novidade no universo sexual dos héteros. Neles, homens e suas esposas ou namoradas, trocam de parceiro (ou parceiras) com consentimento mútuo. Há várias regras (como em todo clube de sexo que se preze), mas a presença de gays nunca foi checada. Até aqui, pelo menos. Por isso enviamos nossos destemidos repórteres a alguns dos clubes de swing mais bombados de São Paulo. Ao lado de “namoradas” falsas, Felype e Irving foram checar se homem tem vez com outro homem. Já Hélio preferiu comprovar como é um clube de swing para homens (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n.32, set 2011, p. 50)

O próprio discurso promove uma ideia de desafio contido na ida de pessoas “gays” a um ambiente “hétero”, ao mesmo tempo tentando descontraí-la (na hipérbole de “nossos destemidos repórteres”) e a situando como singular ou atípica. No modo como a pauta é apresentada, a terceira situação (repórter visitando “clube de swing para homens”) não se encaixa propriamente na interrogação proposta na capa (circunscrito às “casas de swing HT²²⁷”), mas que no todo serve como contraponto: como demonstraremos a seguir, o relato desta terceira situação permite descrever algo que não se “realizou” nas experiências dos espaços “hétero”.

No primeiro depoimento (“Topa tudo por mulher”), o repórter investe em resumir, para o leitor, o que seria sua “missão”:

O meu desafio era simples: visitar uma casa de swing e ver, na real, se em um ambiente voltado a casais heterossexuais rola algum tipo de pegação gay, ou até mesmo se é possível encontrar algum hétero mais solícito a fazer algo de diferente. O local escolhido foi um badalado clube localizado no bairro nobre de Moema, na capital paulista, tradicional reduto de casas de sexo voltadas para heterossexuais. Acompanhado por uma amiga, entramos juntos no local como se fôssemos um casal. No ar, uma certa apreensão e, ao mesmo tempo, curiosidade em saber o que iríamos encontrar lá dentro, já que era a primeira vez de ambos. Poucos segundos na pista e já senti o impacto. Havia me esquecido de como os héteros se comportam dentro dos

²²⁷ Gíria para designar “heterossexual”.

clubes. Os passos de dança descoordenados, a paquera sem jeito e sem malícia, a falta de estilo. Brochante! (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 50)

Na descrição, é interessante notar como se enuncia a possibilidade de interação sexual com “algum hétero mais solícito a fazer algo diferente” e a construção de um relato a partir de um ponto de vista “gay”, em que o narrador demarca seu distanciamento/estranhamento dos “héteros” (“havia me esquecido de como os héteros se comportam”, eles não teriam malícia na paquera, não saberiam dançar, não teriam estilo etc).

A elaboração discursiva desse ponto de vista para o relato, a princípio, pode parecer evidente numa revista que se posiciona como “gay” no mercado editorial, mas devemos colocar em perspectiva essa observação: ao longo do texto, essa posição de ser “gay” deixa de ser evidente e somente se torna sustentável na narrativa do repórter ao ser *reiterada* num movimento pendular: distanciar os homens retratados como “héteros”, aproximar-se (como “gay”) deles nas possibilidades das interações eróticas. É nesse sentido que se faz necessário reforçar estereótipos em ambos os lados (“gay” x “hétero”): estes, como já foi apresentado, não dançam bem, são menos habilidosos na paquera; já aqueles também poderiam ser identificados/reconhecidos, como sugere o seguinte trecho:

Minha primeira missão foi observar todos os que estavam por ali para ver se conseguia captar algum gay no meio daquela multidão. De repente, surgem dois rapazes bem alegres. A luz acendeu. Minutos depois só ouvi um deles falar: “Nossa, esse lugar fede a racha²²⁸! Que horror!”. Todos, claro, deram risadas. Depois disso, não os vi novamente para conversar com eles e tentar extrair algum tipo de informação. Continuei na minha saga acompanhado de perto pela minha amiga. Como ela é linda, daqueles tipos capazes de seduzir o homem (hétero) que ela desejar, comecei a aproximar a mão dela do pau dos caras, levando junto a minha mão, deixando-os ver que eu também estava pegando. Nenhum deles tirou a mão (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 51)

“Hétero” e “gay” despontam nesse discurso, assim, como categorias cujas posições nas situações descritas necessitariam ser reforçadas (quando não exageradas)²²⁹, de modo a acentuar o interesse do leitor pelo relato, sem perder uma perspectiva “gay” dos próprios rumos com que os acontecimentos vivenciados são apresentados. Acompanhemos a sequência:

²²⁸ A expressão “racha” é utilizada como sinônimo de “mulher”, podendo assumir uma dimensão depreciativa.

²²⁹ Não serão explorados aqui as representações da figura feminina encarnada na “amiga” nos relatos, mas ressalto que ela também é chave na construção das dinâmicas de reiteração de categorias e das posições estratégicas que elas ocupam nos discursos analisados. Nesta passagem, a figura da mulher (bonita), com sua capacidade de seduzir homens (“héteros”), é o e meio de arriscar as abordagens eróticas entre o repórter “gay” e os “héteros”.

Depois de algumas voltas sem nada além de umas apertadinhas safadas – os homens dando umas pegadas na amiga, e as mulheres passando a mão no meu abdômen e beliscando minha bunda –, voltamos para a pista. Naquele momento começou um show de gogoboy e gogogirls. Enquanto minha amiga se distraía com a performance do gostosão no queijo, uma menina bem bonita veio de costas e começou a encostar a bundinha empinada em mim. Confesso que fui cedendo. Mas aquilo seria pouco para quem estava numa casa que prega o sexo livre.

Olhei discretamente para trás e notei um boy de beleza média perto de mim. Decidi arriscar e comecei a aproximar a mão do pau dele. Ele deixou. Passamos pelo menos alguns minutos naquele entusiasmo. O show rolando no centro da pista, e nós três fazendo acontecer no meio daquela gente. Até que o show acabou e todos se dispersaram. Minha amiga se reaproximou e decidimos voltar às cabines (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 51)

A narrativa assume, progressivamente, um formato próximo do conto pornográfico, narrativa que, como mencionamos no capítulo anterior a partir das características elencadas por Maingueneau (2010), articula-se na ênfase da descrição pormenorizada de atos e detalhes do corpo, de conferir a estes uma visualidade explícita, de modo a se atingir um “clímax”. Entendemos que isto somente se faz possível na mediação/cumplicidade de uma posição situada como “gay”, a ser construída entre o jornalista e o leitor. É ela quem tanto vai conduzir a descrição das cenas seguintes (“Tive quase certeza que somente gays é que poderiam estar dentro dessas cabines por tanto tempo. Mas tudo que consegui ver foram os héteros pondo o pau nos buracos e nada além disso”; “Voltamos para a nossa pesquisa de campo. Já estávamos quase desistindo quando surgiu um menino bem lindo, que deveria ter os seus 19 anos (ele disse que tem 23), e começou a dar bola para a amiga (...) Quando as cabines se fecharam, o menino pulou logo em cima da amiga, sem abrir espaço para a minha participação”). Diante do insucesso no ambiente “hétero” (e por estes controlados), o relato conclui-se com um discurso que sugere ao leitor ou optar por ambientes “gays” ou pelas possibilidades de experiências no *gloryhole*²³⁰ (onde a identificação como “gay” poderia não ser revelada, ou não ser considerada pelos “héteros”):

No final das contas, o fato é que pegação gay²³¹ parece uma tarefa difícil, quase impossível, dentro de uma casa de swing. O máximo que você vai conseguir, e isso dentro dos limites de cada hétero, é aproveitar as oportunidades que surgirem enquanto tiver uma mulher do lado. Se não tiver, corra para uma sauna ou uma suruba gay. Se quiser arriscar, chegue cedo e se tranque em alguma das cabines à espera de boas surpresas no *gloryhole* (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 51)

²³⁰ O *gloryhole* consiste numa parede com um orifício, destinado a práticas do sexo oral ou do intercurso anal sem o contato ou visualização dos sujeitos envolvidos.

²³¹ Observo que no contexto deste discurso, “pegação gay” é utilizado pelo repórter como modo de situar as interações eróticas entre homens.

O segundo relato, intitulado “Uma pegadinha?”, também se inicia a partir das impressões sobre o ambiente “hétero”:

O lugar já estava cheio quando chegamos. De maneira geral o público por ali era mais maduro do que estou acostumado a ver em clubes gays, mas também tinha uma garotada. Todo mundo bem arrumado, mulherada no salto e homens no melhor estilo mauricinho. De cara fomos ao bar para bebericar e observar o movimento. A estrutura do clube não fica devendo em nada a casas da cena gay e, à primeira vista, a pista não denunciava que ali estavam casais em busca de aventuras sexuais com outros parceiros. Mas o clima de sensualidade é evidenciado pelos dançarinos e pelas fotos provocantes colocadas nas paredes (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 52)

De modo similar ao primeiro relato, as experiências são narradas a partir das tentativas de aproximação do repórter aos “rapazes”, ainda que no segundo caso, é destacado o fato de que somente “as mulheres que retribuía[m]”. O depoimento avança na medida em que cresceria também o “tesão” do jornalista com as cenas observadas:

Fiquei superexcitado quando vi uma mulata de cabelos cacheados dar para um magrelo altão enquanto chupava um outro. Tentei uma aproximação no que estava recebendo o oral, mas recebi um “sai fora” em resposta. Ainda assim, com o tesão²³² aumentando, resolvi me aproveitar dos caras que vinham em cima da minha amiga. Enquanto ela, que é casada, tentava desconversar, eu ia com tudo. Um dos rapazes encarou um beijo triplo, coisa rápida, mas a maioria se assustava com minhas investidas” (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 52)

Como no primeiro exemplo, erotizar o relato, na descrição detalhada de toques, das abordagens, de reconstituir o que foi vivenciado naquele ambiente, revela-se crucial, tentando emular a atmosfera de “sacanagem” do local visitado, mas relativamente frustrada na pouca abertura a qualquer possibilidade de “pegação gay”. A conclusão do depoimento reinveste em manter uma noção de heterossexualidade como distanciada do repórter, algo reiterado pela surpresa de que, como os “gays”, “héteros” também poderiam misturar “balada e sacanagem”, mas de pouca “liberalidade” para além das interações eróticas entre homens e mulheres: “Já eu, quem diria, adorei ver que não só os gays que gostam de misturar balada e sacanagem em um mesmo lugar. Mas que os homens ali poderiam ser mais liberais, ah,

²³² Parker, em reflexão sobre o “tesão” como símbolo para o “desejo” e “excitação sexual” no contexto brasileiro, afirma: “(...) a noção de tesão derruba os limites criados em torno do erótico no mundo da vida normal, já que o sentido sexual se torna uma metáfora e um modelo para todas as formas de experiência. É através da noção de tesão, mais que qualquer outra construção particular, que o desejo se investe na excitação do corpo. Realmente, é o tesão que marca a prontidão física do próprio corpo. Como sacanagem, tesão é ao mesmo tempo difuso e localizado. É sentido em todo o corpo, mas, ao mesmo tempo, com mais intensidade, nos órgãos sexuais (...) Antecipando o prazer onde ele é mais explicitamente negado, noções como a de tesão e de fantasia tornam-se importantes à ideologia da cultura erótica brasileira. Ao mesmo tempo, propõem uma reinterpretação de todo o conjunto de significados sexuais: do corpo humano e seu potencial sexual, a variedade e estrutura das possíveis práticas sexuais e assim por diante” (PARKER, 1991, p. 166,167, 171).

poderiam” (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 52).

Tal “liberalidade” concretiza-se no terceiro relato, que foge ao pressuposto da pauta por não se enquadrar no teste de um ambiente “hétero”, mas que permite reiterar a diferenciação “gay”/“hétero” atravessadora dos dois textos anteriores, ao contrapor como bem-sucedida a experiência do repórter num “clube de swing para homens”. Aqui, é interessante notar que a ausência de mulheres no ambiente de *swing* faz com que, no discurso, se apague a necessidade de reafirmação, por parte do repórter, como “gay”: os marcadores “gay” e “hétero” não são acionados neste último texto²³³.

Entendemos que tais manipulações das categorias *gay* e *hétero* (e chamamos a atenção para o fato de não estarem restritas a uma noção de identidade sexual e de gênero ou de orientação sexual, mas são organizadoras e alocadoras, nos discursos analisados, de práticas, desejos, ambientes, “baladas” etc)²³⁴, em nosso campo de estudo em particular, não podem ser dissociadas do contínuo (re)endereço de *Junior* aos seus leitores, atendendo as expectativas de ambos como “gays” e estabelecendo, assim, um vínculo que seria renovado (e negociado) nessa mútua “identificação”²³⁵. Despertou nossa atenção, particularmente,

²³³ Após descrever como foi seu processo de inserção no grupo que organizava o “swing exclusivo para homens”, chega-se à seguinte passagem do relato: “No começo fiquei meio confuso porque não sabia muito bem como agir, como começar a entrar no emaranhado dos corpos, como fazer parte daquele coro de gemidos que me parecia tão gostoso. Logo um rapaz branco um pouco mais alto do que eu – completamente nu – já chegou esticando a mão e me levando pelo caminho dos tijolos amarelos” (“Cabe mais um” - “Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 51). Pressupõe-se do conhecimento do leitor (gay) a referência *camp* ao *Mágico de Oz* (romance do norte-americano L.Frank Baum, adaptado pelo cinema em 1939 e estrelado pela atriz Judy Garland), em que a personagem Dorothy aventura-se numa jornada de aventuras com a companhia de personagens como o Homem de Lata e o Espantalho. A estrada de tijolos amarelos é o caminho que a personagem deve seguir rumo à Cidade das Esmeraldas e ao encontro do Mágico. Novamente é acionado um tom aventureiro ao relato, algo também confirmado com o encerramento/concretização da experiência pelo repórter: “É como pular de pára-quedas ou bungee jumping, dá medo no começo, mas depois que você abre os braços e se joga não quer mais parar, sempre tomando os cuidados necessários para não se esborrachar com a cara no chão. E não se esqueça de esquecer seu preconceito do lado de fora da porta” (“Eles topam?”, *Junior*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 51).

²³⁴ Há um ponto que é sempre importante ressaltar: reconhecer que noções de “gay” e “hétero” são acionadas e manobradas nesses discursos, ao mesmo tempo em que é crucial para uma compreensão mais efetiva da dimensão processual de suas construções na revista e da sua posição no mercado editorial jornalístico como publicação “gay”, não deve ser tomado por si como indicio de deslocamentos ou desestabilizações de normatividades que se estruturam na relação entre elas (“gay” e “hétero”) ou no interior do universo “gay” que a revista constrói.

²³⁵ Aqui em aspas para indicar que este termo apareceu com certa recorrência nas falas dos colaboradores. Em linhas gerais, associava-se à descrição dos esforços que eles, jornalistas, faziam para manter o interesse dos leitores por suas matérias e pela revista. As falas também sugeriam que a ideia de identificação remetia a uma estratégia de aproximação, de intensificar os vínculos entre eles e os leitores, tornando assim uma relação menos distanciada ou impessoal, e de reconhecimento entre ambos. É interessante perceber que, assim, ela seria processual, tendo que ser rearticulada, renegociada a cada nova matéria, a cada nova edição. Sobre a identificação como conceito, Hall afirma: “Ela não é, nunca, completamente determinada – no sentido de que se pode, sempre 'ganhá-la' ou 'perdê-la'; no sentido de que ela pode ser, sempre, sustentada ou abandonada. Embora tenha suas condições determinadas de existência, o que inclui os recursos materiais e simbólicos exigidos para sustentá-la, a identificação é, ao fim e ao cabo, alojada na contingência (...) A identificação é,

como esta dinâmica presente nessa edição do *Test Drive* também aparecia na fala de um dos jornalistas de *Junior*:

Algumas matérias, como a da seção *Test Drive*, tratam de relatar experiências, e aí você pode seguir dois caminhos: ou você leva muito a sério, ou você leva na brincadeira, de que aquilo vai ser uma experiência divertida para você e, por consequência, divertida para o leitor. Você esquece a vergonha e entra na brincadeira. As matérias que mais repercutem, no sentido de chegar comentários dos leitores, são algumas de *test drive/sex drive*. Ou porque o leitor vai lá e faz para ver como é a experiência, ou escreve para o repórter para comentar. São textos que se diferenciam, que podem criar praticamente uma nova linguagem, quase que como jornalismo literário²³⁶, de pintar com ares de ficção algo que é real. E aí você pode brincar com o texto de todas as formas, ter essa liberdade.

—Você acha que numa revista que não fosse gay, seria mais complicado de fazer?
[pensativo] É muito complicado te dizer... Não sei se eu toparia fazer em outra

pois, um processo de articulação, uma suturação, uma sobredeterminação, e não uma subsunção. Há sempre 'demasiado' ou 'muito pouco' - uma sobredeterminação ou uma falta, mas nunca um ajuste completo, uma totalidade. Como todas as práticas de identificação, ela está sujeita ao 'jogo' da *différance*. Ela obedece à lógica do mais-que-um. E uma vez que, como num processo, a identificação opera por meio da *différance*, ela envolve um trabalho discursivo, o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas, a produção de '**efeitos de fronteiras**'. Para consolidar o processo, ela requer aquilo que é deixado de fora – o exterior que a constitui” (HALL, 2000, p. 106, grifo nosso). Contextualize-se que essa análise de Hall se dá numa interrogação da conceituação da “identidade” como conceito que opera “sob rasura”, de suas potencialidades e limites como eixo analítico. Destaque-se que ele ainda ressalva que a “identificação” é um conceito “tão ardiloso – embora preferível – quanto o de 'identidade'. Ele não nos dá, certamente, nenhuma garantia contra as dificuldades conceituais que têm assolado o último” (Ibid., p. 105). Também deve ser salientado o fato de Hall, em outro lugar (e a partir de uma discussão sobre o “significante 'negro’”), embora reconheça a importância que um “essencialismo estratégico” (nos termos consagrados por Gayatri Spivak) associado a uma política “identitária” possa ter tido em determinado “momento”, fundamentalmente nos lembra a necessidade de interrogar se tal essencialismo “ainda é uma base suficiente para estratégias das novas intervenções”. Assim, ele alerta que “esse momento essencializa as diferenças em vários sentidos. Ele enxerga a diferença como “as tradições dele versus as nossas” – não de uma forma posicional, mas mutuamente excludente, autônoma e auto-suficiente – e é, conseqüentemente, incapaz de compreender as estratégias dialógicas e as formas híbridas essenciais à estética diaspórica”. Questionar a “essencialização da diferença” exige deslocamentos para um “novo tipo de posição cultural”, “uma lógica diferente da diferença” (HALL, 2003, p. 344-345). Para uma abordagem do conceito de “diáspora”, cf. Gilroy (2001).

²³⁶ O conceito de “jornalismo literário” torna-se particularmente influente no jornalismo a partir dos anos 1960 e 1970, calcado numa valorização de reportagens especiais, mais extensas, com um tempo mais largo de apuração e experimentação estilística de escrita. Este movimento também tornou-se conhecido como “Novo Jornalismo”. Nos Estados Unidos, uma geração de nomes como Truman Capote, Norman Mailer e Tom Wolfe reivindicavam um novo status para o relato jornalístico. No Brasil, um dos casos mais bem sucedidos editorialmente foi a revista *Realidade*, publicada pela Editora Abril nos anos 1970. Como destaca Wolfe: “E, no entanto, no começo dos anos 60, uma curiosa ideia nova, quente o bastante para inflamar o ego, começou a se insinuar nos limites da *statusfera* das reportagens especiais. Essa descoberta, de início modesta, na verdade, reverencial, poderíamos dizer, era que talvez fosse possível escrever jornalismo para ser... lido como um romance” (2005, p. 19). Ele também aparece no depoimento de outro jornalista de *Junior*, como estratégia discursiva de “aproximação” ao leitor: “Em pautas sobre sexo, é recomendado fazer texto doce, gostoso de ler, criar um cenário. Para não ficar tão chato, pesado. Gosto de me envolver no texto, é gostoso para se aproximar do leitor”. É interessante notar nessa fala como também a preparação da escrita da matéria é descrita num jogo de sedução erótica para com o leitor. Ele informa ainda que busca um equilíbrio entre o texto informativo e algo “mais literário”, “próximo do leitor”: “Por isso escolhi trabalhar em revista. E de forma que não fique num padrão 'Veja’”. Entendemos que na seção *Test Drive*, especificamente, ela funciona tanto para ancorar uma ideia de jornalismo (a experiência relatada foi vivida pelo repórter, sendo do domínio “jornalístico” do “real”), como para ampliar as possibilidades de narrativa, aproximando-a do “literário” (de ser “brincada” no texto).

revista... É muito complicado.

_Você imagina que o público leitor de Junior seria mais aberto?

Quando você brinca com a situação, você, enfim, joga com a situação, aquilo te permite contar uma estória, joga com a linguagem e nem sempre esse tipo de brincadeira, essa linguagem... bem, ela faz parte, está inserida no modo como os gays conversam entre si numa roda de amigos. Então, faz parte de uma questão que é social, da sociabilidade entre os gays, que não é tao simples e tão comum de você encontrar num ambiente hétero, por exemplo. Se eu fosse fazer isso para uma revista hétero seria uma perspectiva totalmente diferente. A questão da sensualidade na matéria, enfim.

Outro jornalista que atua em *Junior* também destaca a escrita de “relatos” ou “experiências como uma das principais características editoriais da revista. Para ele, os jornalistas assumem uma posição de trazer aos leitores, em boa parte jovens, vivências do “meio” ou “universo LGBT”:

É muito comum na *Junior* seções de relatos, experiências, pois é muito comum o leitor que está conhecendo o universo LGBT agora, então a *Junior* é tipo uma fada-madrinha, pois se você tem jornalistas mais velhos, é como se eles colocassem a experiência deles no meio LGBT ali, dando dicas, orientações, acho que tem esse espírito.

_ Isso é muito conversado entre vocês na redação?

Eu acho que é mais sentido do que falado. A própria rotina impede a gente de discutir, analisar e refletir a própria revista. A redação é o momento da prática. Essa reflexão acaba aparecendo um pouco na reunião das concepções das pautas, nas reuniões de pauta. Também na execução de algumas pautas, alguns questionamentos sobre o gancho, sobre a execução. Mas essas observações são todas *feelings*, algo que pude perceber ali dentro [da redação].

_ No dia a dia, então, você vai intuindo...

Você vai sentindo. O que é apresentado desde o começo, claramente, é quem é o leitor.

No primeiro depoimento, emerge assim uma noção de “linguagem jornalística” (gay) como passível de ser “brincada”, de ser, portanto, maleada nas possibilidades de se fazer uma revista “gay”. No segundo, por seu turno, há uma associação a uma ideia de “experiência” em que o jornalista se investe, para o leitor, do papel de iniciador. É interessante notar que, mesmo quando tratado como algo do domínio da “prática”, o jornalismo que fazem passa assumir uma posição privilegiada na construção do que o primeiro depoimento situa como “sociabilidade gay”. Assim, o leitor “gay” não é apenas uma instância final na recepção do texto, mas algo crucial das construções dessas identificações (inclusive na apresentação de um perfil preferencial ao jornalista quando este ingressa no veículo), e o *gay* aqui assume significados que se negociam, se performam nas matérias, nas projeções feitas pelos jornalistas, no retorno e nas cobranças que os leitores conferem às suas matérias.

Como também revelam os depoimentos mencionados, um dos modos dos jornalistas de *Junior* negociar o referencial “gay” como dispositivo estratégico é associá-lo a uma noção mais geral de “linguagem”. Quero problematizar esse ponto a partir da seguinte situação: entrevistava um dos jornalistas quando pedi para que ele comentasse a primeira matéria que produziu na revista, bem como descrevesse os bastidores de sua produção. Em determinado momento da conversa, quando ele sinalizava algumas mudanças no resultado final após o crivo do editor, fez a seguinte observação: “Aí entra a questão da revista, eu fiz um abre que não era gay”.

Reagi com alguma surpresa à afirmação e pedi para ele definir o que tinha acabado de enunciar, mas inverti o que tinha sido dito: “O que seria um abre gay?”.

Um breve silêncio, interrompido na sequência por um riso: “Um abre gay...”. O jornalista pediu então o *tablet* com os exemplares arquivados de *Junior* e apontou para uma outra matéria, também redigida por ele. Insisti: “Certo, mas por que seria um abre gay?”. Ele, então, afirmou:

Bem, [o abre] está mostrando elementos do texto que estão na nossa fala. Por exemplo, está escrito “hotel” e entre parênteses, “motel”. Vai ficar implícito se é um motel ou hotel. Ou “a presa”, entre parenteses. Palavras que estão no senso da comunidade gay estão explícitas ali. E ele ainda tem um apelo erótico, mas não pornográfico. São as linguagens que identifique, que o gay se identifica, né?

– *Quais seriam outras características, além da escolha por determinadas palavras?*
Acho que o ritmo do texto. Quando você lê o texto, ele tem que ter um ritmo mais acelerado. Eu sempre tento evitar o máximo possível de vírgulas no abre, para que a pessoa leia e fale rápido como todo gay fala [risos]. Então, acho que é legal montar essa identificação na leitura, de som, no estilo, na estética do texto mesmo, né? É o que eu sempre busco nos meus textos.

Ao ouvir posteriormente essa conversa no gravador, vi-me num movimento de retorno analítico, acerca de uma ideia de “imprensa” ou “jornalismo gay” que, no ato de circunscrever o universo de jornais e revistas que se reivindicam como *jornalísticos*, busca equacioná-los também como *gays*.

Como já vimos na análise de *Sui Generis*, e algo também explicitado no editorial da edição de estreia de *Junior*, polos diferenciados como *erotismo* e *pornografia* (no editorial de *Junior*, a contraposição é entre *sensualidade* e *erotismo*) podem ser situados no interior de uma estratégia de valorar/legitimar os veículos em que estes jornalistas e colaboradores atuam e o seu próprio ofício. Também como demonstramos, esta polarização nem sempre é constituída por fronteiras rígidas, mas negociadas frente às demandas dos leitores/consumidores e do mercado editorial. Vimos, por exemplo, que ela oscila frente a

uma audiência que em parte cobra maior visibilidade ao nu (desde que “erótico” ou “sensual”, “artístico”, “de bom gosto”...) e outra que a rejeita em nome de um peso maior ao “jornalismo”, a uma cobertura “mais política”, “séria”, “ativista” etc. Não vamos nos deter novamente nessa questão, nem sugerir que ela se dê necessariamente nos mesmos moldes em *Sui Generis* e *Junior* (ainda que o “risco” de ser visto como “pornográfica” siga influente no domínio de uma “imprensa gay” contemporânea). Concentremo-nos agora, porém, e ainda partindo daquela passagem da entrevista, no fato de se enunciar que o processo de *identificação* entre o(s) jornalista(s) e o(s) leitor(es) é mediado por uma noção situada pelo jornalista como “linguagens”.

Um risco que uma análise da fala do jornalista poderia sugerir é a de interrogarmos em que medida tais “linguagens” (ainda a partir de seu relato, algo a abranger da escolha de determinados vocábulos a um “ritmo de leitura”) efetivamente seriam passíveis de verificação nos discursos veiculados em *Junior* (e, mais ampla e hipoteticamente, numa “imprensa gay”). Haveria, aqui, uma dupla armadilha: primeiramente, a de tomar o uso de determinadas “marcas” no texto como reflexo, seja de um modo “inato” (elaborando um raciocínio na linha “gays falam assim”, por exemplo), seja de uma “comunidade” (“o texto é assim ou usa certas expressões porque reflete o que está na ‘comunidade gay’”); segundo, de essencializar o referente *gay* na equação “jornalismo gay”, quando os discursos de nossos colaboradores sugerem que, ainda que possa estratégica e situacionalmente servir como referente “identitário”, opera como mediador de uma série de práticas e estratégias na construção desse “jornalismo”, de como os jornalistas se identificam e de como projetam os leitores.

Em relação à primeira armadilha, Cameron e Kulick (2003) lembram que um dos principais problemas no estudo da linguagem ou dos discursos articulados ao campo da sexualidade é que a relação entre estes domínios é mal representada: tende a conceber “desejos sexuais, práticas e identidades como realidades fixas que sempre existiram, apenas esperando as condições socioculturais que permitiriam a eles serem expressadas abertamente por palavras” (p. 18). Mesmo quando se considera os termos como socialmente construídos, sugere-se que eles somente fazem-se no discurso jornalístico por reproduzir o que estaria no social (na fala de outro jornalista de *Junior*, estaria na “sociabilidade” [gay]). Devemos, contudo, reiterar que estes discursos (parafraçando uma vez mais a conceituação de De Lauretis [1987]) se elaboram num espaço de práticas em que o jornalismo é um dispositivo em que a *representação* do marcador como “gay” numa revista como *Junior* seria também sua

construção; e que esta, por seu turno, se faria ainda por sua *desconstrução*²³⁷.

Observemos dois textos, publicados nas edições n.1 (“Batalha de Carão”) e n.29 (“Cuen the pajubá”). No primeiro (*Junior*, ano 1, n.1, set 2007, p. 70), a pauta busca “fundamentar a expressão usada em larga escala pela humanidade festiva: o bom e velho carão” (p. 70). O texto inicia-se do seguinte modo:

Que atire a primeira máscara de lama negra quem nunca fez um carão na vida, mesmo que involuntário. Ainda assim, é muito comum ouvir as pessoas elogiarem um lugar ou uma festa por que “ali não tem carão”. Oras, isso não é elogio, é uma ofensa às pessoas que tem o mínimo de crítica em suas vidinhas e algum nível de xoxômetro e ironia.

Se você ainda não sabe o que é carão, veja essa definição da “Aurélia, A Dicionária da Língua Afiada”. Carão – S.m.aum. Pose; esnobação; presunção. Bom, agora que nós falamos a mesma língua, vamos voltar ao tempo. Cleópatra, que amava maquiagens, se montou toda para fazer o maior carão da antiguidade para os romanos. Dizem os historiadores que a entrada dela em Roma foi um lash. Com certeza a mais famosa rainha do Egito foi a grande divulgadora do carão em seu tempo, uma espécie de Kate Moss da época.

Claro que ela não inventou o carão, mas com certeza fez caras e bocas quando entrou em Roma e nisso Liz Taylor fez uma interpretação luxuosa e fidedigna no filme “Cleópatra (1963, direção de Joseph L. Mankiewicz). Não é à toa que fazer o carão e fazer a egípcia são sinônimos. Aliás, aquilo (a civilização egípcia) deveria ser uma pós-graduação do carão? Vocês já repararam nos hieróglifos (a antiga escrita do povo egípcio?) (“Batalha de Carão”, *Junior*, ano 1, n. 1, set 2007, p. 70)

É interessante perceber o esforço, já no parágrafo inicial, de instituir o conceito de “carão”, pressuposto como ato já realizado pelo leitor, mesmo quando de modo “involuntário”. Também pressupõe uma partilha de referências entre enunciador e enunciatário, que abrange desde a figura de Cleópatra (e sua versão cinematográfica na interpretação da atriz Elizabeth Taylor) a Kate Moss (modelo, mas cujas referências são omitidas por supostamente serem conhecidas pela audiência do texto). A definição do vocábulo pode sinalizar que uma parcela dos leitores de *Junior* não domina o significado da expressão, mas de todo modo sua definição (“pose; esnobação; presunção”) é a porta de entrada para realinhar o universo de referências do autor e do leitor (“Agora que nós falamos a mesma língua”). O jornalista (e a revista, num plano mais geral), assume(m) a autoridade de definir o que seria tal postura, bem como do acesso e das fronteiras em torno do “carão”:

²³⁷ É interessante perceber que muitas vezes esse processo de construção, por mais que seja sugerido nas falas dos jornalistas, tende a ser relativizado numa ideia de que refletem ou traduzem o mundo. Ao entrevistar uma das editoras de *Sui Generis*, perguntei se ela tinha claro, na época, se estava participando ativamente da construção do que viria a ser situado como “cultura gay” ou “cultura GLS” no Brasil dos anos 1990. Ela me respondeu: “Construir? Olha, eu acho que nenhum jornalista tem esse poder de construir um mundo, não. A gente mostrava o que estava acontecendo. Você pode considerar até que a gente ampliava”. Entendemos que isto se dá dentro de uma dinâmica de evocação de valores atribuídos pelos jornalistas ao seu exercício profissional: “transparência”, “equilíbrio”, “objetividade” nos relatos etc.

daí, uma seção lista, ainda sob a forma de dicionário, “verbetes” para “entendê-lo”²³⁸, enquanto outra estabelece seus “10 mandamentos”²³⁹.

Em “Cuen the pajubá”²⁴⁰ (*Junior*, ano 4, n. 29, junho de 2011, p. 78), também prevalece uma lógica de a revista anunciar-se veículo de “atualização”, para o leitor, de novidades nas “rodinhas gays”: “Atualize seu vocabulário com as novas gírias faladas nas cinco regiões do país!”, é o que enfatiza o subtítulo. Partindo da constatação de que “a língua portuguesa é mutante e fica cada dia mais rica, ainda mais quando os gays decidem incorporar a ela gírias próprias para designar de tudo um pouco”, informa-se que o repórter “conversou com vários leitores de cinco capitais brasileiras para saber qual é o trocadilho do momento, a frase mais falada por todo mundo”. Assim, “o Nordeste, com sua riqueza fonética, sai na frente com uma lista vinda de Recife que mistura a cultura popular local com o pajubá dos bons”. Complementa-se com “o quê o povo anda dizendo de mais legal no Rio de Janeiro, São Paulo, Campo Grande e Porto Alegre” (*Junior*, ano 4, n. 29, jun 2011, p.78)²⁴¹.

Convém lembrar que no primeiro caso, a matéria, mais extensa (quatro páginas, incluindo ensaio fotográfico) foi publicada na primeira edição de *Junior*. Ainda que cada publicação chegue ao mercado apresentando-se ao leitor a partir de determinado perfil editorial, a primeira edição também é marcada por certa experimentação: algumas seções podem ceder espaço a outras, podem-se fazer ajustes de acordo com o retorno dos leitores nas

²³⁸ Além de “fazer carão”, incluem-se as expressões “fazer a egípcia” (“virar a cara de perfil (como as figuras egípcias)”, a fim de menosprezar ou ignorar alguém), lash (“do inglês”, “ato de jogar o picumã, fazer a egípcia, virar a cara, dar rabissaca, sempre com a intenção de tombar alguém”) e “jogar o picumã” (“virar a cabeça, mudando os cabelos de lado tal como as loiras fazem”) (“Batalha de carão”, *Junior*, ano 1, n.1. Set 2004, p. 71).

²³⁹ Entre os dez, listam-se “ande sempre com o nariz empinado”, “passe sempre reto e nunca olhe para os lados” e “um bom carão é feito de atitude, mas um bom make sempre ajuda” (“Batalha de carão”, *Junior*, ano 1, n.1. Set 2004, p. 72).

²⁴⁰ A expressão “cuen” é uma abreviação de “aquenda”, significando “preste atenção”, “olhe”, “se ligue” ou “pegue”. “Pajubá” (também conhecido por bajubá), remete a incorporação de expressões oriundas do léxico nagô-yourubá. Fortemente identificada às vivências de travestis no candomblé, alguns dos termos atualmente circulam em outros contextos *gays* de classe média.

²⁴¹ A partir das cidades escolhidas, são listados termos, acompanhados de breves definições. Em Recife, por exemplo, incluem-se “culeteira” (“gay cheio de culete, cheio de frescura, detalhista ao extremo”), “frango” (“o mesmo que bicha, viado”), “saboeira” (“lésbica”) e “cafuçú” (“homem sem cultura, sem estilo, sem educação, sem nível, mal vestido, sujo, mal tratado, mas que exala masculinidade e arrasa na cama”); em São Paulo, “baunilhinha” (“fraco para a bebida”), “maluca” (“que não faz carão no clube”), “boy RM” (“usada para designar moços da região metropolitana de São Paulo”) e “boy magia” (“lindo, cheiroso, gostoso”); em Campo Grande, “chipa” (“bicha fácil, todo mundo come – chipa é um tipo de pão de queijo popular no Estado”) e “piquê” (“pênis”); Porto Alegre, “fazer meia” (“ação do enrustido”), “eu, se rica” (“ao ver uma celebridade ou alguém muito estiloso”); e Rio de Janeiro, com expressões como “ele fez a Shakira” (“ele fez aloka”) e “puxaaaaado” (“quando algo é difícil de fazer ou alguém é difícil de aturar - estica o xaaaaa para alongar a palavra dando um sentido de difícil/cansativo”) (“Cuen the pajubá”, *Junior*, ano 4, n.29, jun 2011, p. 78).

edições seguintes²⁴². Parece haver um esforço, em “Batalha do Carão”, de escapar à certa rigidez predominante num jornalismo padrão, cujos critérios de avaliação tenderiam a valorizar a concisão, a objetividade, o uso de termos estabelecidos numa norma culta. As fotografias, por sua vez, revelam poses com expressões exageradas, o fundo da página é rosa em tom vibrante, contrastando com uma sobriedade de outras reportagens da mesma edição. O “carão”, assim, não seria apenas um gesto ou postura que poderia ser “retratado” como pauta de uma revista que se apresenta como “gay”, mas uma temática que abriria a possibilidade de performar formas de descrevê-lo ou narrá-lo para além do que se espera em publicações jornalísticas generalistas – ou nos discursos dos colaboradores desta pesquisa, seria possível por estar numa revista “gay”.

Usamos o condicional e mencionamos nessa leitura a ideia de “possibilidade”, porém, por entendermos que, apesar de identificarmos no texto sobre o “carão”, por exemplo, estratégias discursivas como o uso de hipérboles (“super mega-laster esnobe”; “super carão”) ou termos que sugerem a tentativa de explorar outras possibilidades de narrar (além dos elementos visuais mencionados), investindo-se numa oralidade ou coloquialidade, em ambas as matérias prevalecem uma dimensão normativa: são discursos calcados na instrumentalização ou de posturas (como o “carão”) ou das “novas gírias” (reconhecidas apenas num domínio circunscrito de uma lista a serem seguidas ou utilizadas sob forma de o leitor se manter “atualizado”).

Entendemos que tal normatividade não pode ser dissociada da consolidação, ao longo dos exemplares, mas já sinalizada desde a primeira edição, de uma linha editorial que, se por um lado tenta conferir estrategicamente uma mínima abertura editorial a outras possibilidades de representar uma audiência situada editorialmente como *gay*, tem no seu eixo principal o endereçamento para um público leitor estimado como de classe média e alta, não apenas masculino mas que valoriza atributos de uma masculinidade: o “pajubá” ou, mesmo o “carão”, seriam indiciadores de algo cujo valor somente é reconhecido/reconhecível num

²⁴² Essa dimensão processual da construção da linha editorial em *Junior* é externada aos leitores em diversos momentos. No editorial da décima edição, por exemplo, registra-se: “Chegamos ao número 10 e tivemos um encorajador aumento nas vendas em bancas e esses já são bons motivos para comemorar (...) Você que acompanha a JUNIOR desde o começo vai ver que dessa vez nos sentimos à vontade para fazer uma revista mais sensual, sem deixar de lado a profundidade e engajamento de matérias que vem ficando mais fortes a cada número” (“Dez, nota dez”, Preliminares, *Junior*, ano 2, n.10, 2009, p. 12); O editorial da edição 32, por seu turno, sugere a adoção da revista de uma “nova fórmula”: “Com essa edição, chegamos ao quarto aniversário da JUNIOR. Hora de mudar e consolidar alguns ajustes no projeto editorial – processo que já havia começado nos últimos meses atendendo às demandas dos leitores. Foram criadas novas seções para abrigar mais conteúdo e mais imagens, e adotado um lay out mais moderno, que inclui mudança de fonte (tipo de letra) para tornar a leitura mais clara e simples (“Nova fórmula”, *Preliminares*, ano 5, n. 32, set 2011, p. 8).

lugar seguro que seria o domínio do *exótico*, *externo* ou do *outro*. Quando muito, algo que o leitor pode mostrar ter conhecimento, ficando ainda restrito a seções “especiais” da revista (a reportagem do carão saiu na seção “Noite”, a das gírias, sob a rubrica “Especial”). Em outras palavras, o potencial de investir em modos menos convencionais de elaboração do texto jornalístico, ao mesmo tempo em que é reconhecido pelos colaboradores de *Junior* como uma possibilidade advinda de se estar numa “revista gay”, e dos esforços de seus profissionais em explorar tais possibilidades, precisa também ser pensando num projeto editorial de uma revista que se preza “sofisticada” e para uma audiência (gay, masculina, com alto poder aquisitivo) que ela tenta seduzir e que ao mesmo tempo, reinventar valorizando determinados modos de ser “gay”.

Também queremos destacar que, ao ouvirmos os depoimentos dos demais jornalistas que trabalham em *Junior*, ficou mais evidente, como já tinha sido percebido nas falas dos jornalistas de *Sui Generis* no capítulo anterior, como eles operam estrategicamente noções que simultaneamente valorizam a especificidade de trabalhar numa “revista gay” mas que, em certos contextos, pode assumir um discurso de que fazem, no fim das contas, “jornalismo” ou, como disse um dos colaboradores, “uma rotina normal como qualquer jornalismo”. Citando o “conselho” de uma editora de uma revista em que trabalhara anteriormente, o mesmo jornalista que sugeriu a noção de “abre gay” declarou que “aprendi que não existe jornalismo cultural, jornalismo de *hard news*²⁴³, jornalismo gay... Existe bom e mau jornalismo”. Já outro jornalista afirmou: “Eu não vejo muita diferença entre revista hétero e revista gay. É jornalismo. A diferença é que nossa temática é essa. E não ter o padrão da grande mídia de reproduzir preconceitos. Isso é o que diferencia a mídia LGBT de qualquer outra mídia, de não reproduzir padrões de opressão”.

Entendemos, assim, que estas não são dimensões excludentes, mas se complementam para a construção operacional e conceitual de uma noção de “jornalismo gay” e de “jornalismo” por seus repórteres. São nessas negociações entre fazer “jornalismo e “fazer jornalismo (numa revista) gay”, entre explorar outras possibilidades de enunciação e reiterar normativamente discursos consagrados no jornalismo e no universo “gay”, entre padrões e cobranças, tentativas de fugas e deslocamentos, que essa posição editorial “gay” é (re)inventada a cada exemplar que chega às bancas de revista.

²⁴³ As *hard news* consistem nas “notícias quentes”, mais imediatas, atuais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não deixa de ser um desafio fazer um balanço do que se “apreende” ao longo de uma pesquisa de quatro anos. Opto por um tom mais pessoal para registrar como, sendo jornalista de formação, uma investigação que se propôs fazer uma análise sócio-antropológica da imprensa gay brasileira foi, de muitos modos, um retorno, a partir de um lugar outro, ao “jornalismo”.

Digo isso por acreditar que a presente tese, ao interrogar inicialmente como algumas das principais categorias sexuais e de gênero eram (re)elaboradas nas páginas de jornais e revistas, transcende a estes objetivos para, justamente a partir da análise de práticas e discursos num segmento de imprensa “gay”, pensar as potencialidades e os limites que os agenciamentos dessas mesmas categorias e modos de identificações, no interior de políticas editoriais situadas num “fazer jornalístico”, operam. De que seus “usos” estratégicos também são marcados por movimentos que, se cruciais na construção de uma audiência leitora particular, reiteram tais categorias e modelos, também são marcados por discursos que ora delas se distanciam, ora as questionam ou as excedem por outras políticas: decisões “comerciais”, interpelações por outros “desejos” (penso aqui, mais uma vez, na questão do nu como atravessadora e desafiadora do próprio estatuto que algumas publicações reivindicam para si como “jornalísticas”)...

Acreditamos, assim, que a leitura em conjunto das publicações do nosso *corpus* revela discursos hegemônicos em torno das (múltiplas, cambiantes e contraditórias) formas de ser(mos) *gay*, mas também um leque de categorias e identificações que as escapam; negociações mais complexas e nuançadas que se revelam quando tais jornais e revistas constróem seus endereços como uma publicação “gay” e “para gays”; os modos como seus jornalistas e colaboradores avaliam aquilo que produzem, seja ao projetarem, a cada edição, um leitor que, como eles mesmo costumam relativizar em suas falas, é “imaginado” editorial e comercialmente, mas nunca de todo modo realizado num modelo *ideal* que insiste em desafiá-los; nas sugestões, críticas e cobranças expressas nas cartas enviadas às redações.

Queremos destacar, sinteticamente, algumas questões específicas decorrentes de nossa análise. Pelas páginas de *O Snob*, enfatizou-se a necessidade de leituras que não apenas identifiquem a recorrência de categorias como *bichas*, *bonecas*, *esposas*, *bofes* e *maridos*, mas de (re)situá-las, a partir do reconhecimento de que, como os próprios discursos desse jornal artesanal sugerem, é possível parodiar tais categorias. Não se defende que isto, necessariamente, signifique desconsiderá-las no interior do que se convencionou, nos estudos

sociais do campo de sexualidade e gênero brasileiro, de modelos de relações sexuais e de gênero “hierárquicas”, mas de que é preciso pensar tais hierarquias (*bicha X bofe, esposa X marido*) não como processos estabelecidos, mas que também estavam abertos a (re)apropriações, desestabilizações ao serem escritos pelas próprias “bichas” e “bonecas”.

Gente Gay circulou de modo muito breve de meados para final dos anos 1970, produzido pelo mesmo editor de *O Snob*, mas é digno de reconhecimento o esforço de se apresentar “profissionalmente” como jornal, particularmente num momento histórico em que a “questão homossexual” passava a ganhar um destaque público cada vez mais significativo. Fazendo uma transição entre o “jornalismo de fofocas e mexericos” que pontuou a maior parte dos anos d'*O Snob* e os anseios de um jornalismo “entendido” ou “gay” tido como “sério” e “consciente”, podemos perceber nas suas páginas algumas tendências editoriais (a reprodução de textos científicos ou de associações de militância estrangeiras sobre o “homossexualismo”/homossexualidade, a veiculação e o debate de textos sobre homossexuais que circulavam nos veículos da imprensa generalista) que somente conseguiriam se materializar como empreendimento jornalístico viável com o surgimento, em 1978, do *Lampião da Esquina*.

Na leitura do primeiro ano do *Lampião*, jornal indispensável por ter sido o primeiro a alcançar circulação nacional com venda em bancas de revista e produzido por jornalistas, artistas e intelectuais, problematizou-se a construção de um *homossexual* e de uma *homossexualidade* concebidos pelo viés de “minorias sociais”. Como demonstrado, porém, as páginas do mesmo veículo são reveladoras de que essa posição de *minorias*, se compreensível como estratégica de alinhamento a outros grupos como “mulheres”, “feministas” e “negros” num Brasil que iniciava os primeiros passos de sua “abertura política”, também era marcada por conflitos, tanto na sua construção entre os próprios homossexuais como nas relações destes com os demais grupos “minoritários” e com as pautas de luta da “esquerda” da época. Também se ressaltou o fato de que a associação do periódico com a “imprensa alternativa” não deveria ser automática, mas posta em perspectiva no interior destes mesmos conflitos mencionados anteriormente.

Sui Generis trouxe o desafio de simultaneamente explorarmos uma linha editorial marcada, no dia a dia da redação, pela valorização do *outing*, do “assumir-se” ou da “saída do armário” (sintetizada por um de seus jornalistas como “o *outing* como questão”), vinculada ao desejo mais amplo de afirmar uma “identidade” gay que fosse “positiva”, “bem-sucedida”, concomitante à divulgação de uma “cultura que gay” que fosse “vibrante, inteligente, alegre” e que investisse mais em “nossas semelhanças” do que “nossas diferenças”. Algo que nos

exigiu não somente a necessidade de um diálogo com o “armário” como “regime de conhecimento”, notadamente a partir das reflexões de Sedgwick (1990), mas de interrogarmos local e contextualmente os limites que tal política do *outing* e dessa afirmação “identitária” assimilacionista e calcada numa aparente “semelhança” dos sujeitos “gays” também engendram.

De certo modo, olhar para uma revista publicada no Brasil em meados dos anos 1990 permitiu pensar não só como se ensaiava, naquele contexto histórico específico, novas formas de atuação entre “militância” e “mercado”, como sugerem as leituras sociais do período, mas de como se anunciavam também os desafios desse mercado (no qual, como foi destacado, a imprensa gay deve ser menos um símbolo do seu sucesso ou dinamismo do que de suas dificuldades e lutas), ao se celebrar novas perspectivas para uma “identidade” ou “comunidade gay” que, na prática, tem sido atravessada por desafios a discursos que, não obstante suas boas intenções, seguem cobrando colateralmente os efeitos de valorizarem normativamente modos mais “honestos”, “naturais” ou “verdadeiros” de ser “gay”, e que ainda são desafiadas por segmentações, estilos, subjetividades e modos de vida que se revelam *na e para além* de siglas como “GLS” ou “LGBT”, que transitam com mais força no Brasil nos último vinte anos.

Nesse sentido, a análise da revista *Junior*, não apenas nos textos que compõem o *corpus*, mas também nas entrevistas realizadas e na oportunidade de discuti-los com seus jornalistas, permitiu explorar os desdobramentos das transformações e dos modos como que as homossexualidades são vivenciadas, reiteradas e reelaboradas nos anos mais recentes.

A partir da análise de um ensaio padrão que ilustrava a capa da publicação, situou-se como a revista investe majoritariamente na valorização de atributos como *masculinidade, beleza, juventude, boa forma* física, e num estilo de vida que se faz em elaborar um corpo definido no consumo de grifes de moda e produtos de beleza para pele e cabelo, suplementos protéicos e exercícios de musculação. Esses mesmos atributos, porém, não são apenas transpostos para um universo “gay”, mas reelaborados a partir do olhar editorial deste segmento impresso particular. E que esse “homem da capa” também é questionado como único modelo possível de representação por uma parcela de sua audiência leitora.

Também se fez necessário interrogar os discursos pretensamente “modernizadores” que investem numa maior visibilidade ao que um de seus jornalistas situou como temas emergentes nas pautas contemporâneas dos “direitos LGBT e humanos”. Destaque-se o fato de, muitas vezes investindo na defesa da “diversidade” ou da “pluralidade”, a revista não reflete necessariamente na sua linha editorial outros modos

possíveis, “diversos” e “plurais” em suas matérias. Um exemplo foi a análise do “Especial” constituído por reportagens e por um ensaio fotográfico que destacaram editorialmente o reconhecimento jurídico do “casamento gay”, veiculada em fevereiro deste ano corrente.

Numa perspectiva comparada frente aos demais jornais e revistas analisadas, *Junior* tem como diferencial estar vinculada a um grupo editorial multimídia bem estabelecido no terreno da “diversidade sexual”, como o *MixBrasil*, e seus festivais de cinema, sites, programa de rádio e de TV a cabo. Apresenta um acabamento gráfico e editorial que não deixa a desejar a publicações bem sucedidas na imprensa gay internacional. De todo modo, isso não significa que sua produção também não seja pontuada por limitações e desafios, produzida por uma equipe reduzida de estagiário e jornalistas fixos numa redação que não traduz as imagens de agitação de uma redação tradicional a que costumamos associar quando pensamos em grandes títulos impressos da imprensa em geral. Destaca-se a fala de André Fischer ao encerrar a entrevista concedida para esta pesquisa: para ele, *Junior* “cumpre um papel de marcar uma presença na banca” ao fazer “uma revista que parece ser muito maior do que é” e que, “ao mesmo tempo, se a gente não fizesse isso, não daria a oportunidade de o leitor se sentir empoderado, de dar a sensação de fazer uma coisa maior do que aquilo que você está vivendo. A relação que o leitor tem é de que é uma grande revista, que é gay como ele”²⁴⁴.

Muito do que contamos aqui é, por fim, um relato também daquilo que deixamos de contar, mas que ficam disponíveis para novas empreitadas analíticas. Há terrenos a serem explorados, seja no “passado” ou no que se anuncia no presente, que não abarcamos mas que desafiam futuras pesquisas: publicações que não compuseram nosso *corpus*; o aparecimento, em anos recentes, de revistas direcionadas para uma audiência leitora mais segmentada, como títulos endereçados aos sujeitos que se identificam como “ursos” (ou com a cena “ursina”), também são outros caminhos possíveis de trilhar²⁴⁵. O fato de serem distribuídas apenas na internet revelam muito das dificuldades de se publicar um veículo segmentado não-heterossexual no Brasil, mas também podem sinalizar para nós, pesquisadores, como um jornalismo para novos segmentos no interior das cenas gays e “LGBT” pode emergir a partir da exploração de outras estratégias de produção e divulgação, calcadas nas apropriações de conexões e ambientes *online*.

Ocorreu-me, ao finalizar este trabalho, lembrar do modo como o jornalista

²⁴⁴ Entrevista ao autor em 27 jun 2013.

²⁴⁵ É o caso de *Ambear*, distribuída em formato *pdf* e atualmente fora de circulação. Alguns de seus exemplares estão disponíveis para leitura em <<http://issuu.com/ambear>>.

Gilberto Scofield Jr iniciou sua entrevista para esta pesquisa. Ele pôs o estabelecimento de um “jornalismo gay” no Brasil a partir da seguinte perspectiva:

A questão do jornalismo gay, é algo engraçado, ela se dá aos soluços. Você tem ondas de jornalismo gay. A grande primeira onda, podemos dizer, foi o *Lampião* [da Esquina]. Depois, você tem uns anos em que não tem nenhuma produção jornalística. Depois, renasce sob a forma de um ou outro fanzine, ainda na década de [19]80. Porque essa coisa do jornalismo gay tende a se confundir com uma certa militância. E não poderia ser diferente, pois se trata de dar visibilidade à coisa, né? Ele é um jornalismo cuja primeira função é tornar visível a questão, tornar visível a causa e tornar visíveis as pessoas. Que, afinal de contas, dão a cara àquilo que se chama de... militância? Vivência gay? Porque, no fundo, no fundo, a gente tem muito pouco exemplo, especialmente no Brasil, poucos são os exemplos no sentido de dar a cara. Qual a cara do gay brasileiro ao longo dos anos? Então, a ideia desse jornalismo, a gente percebe sempre que é um pouco de mostrar as várias facetas, porque não tem uma única cara gay. A questão do jornalismo gay, então, acontece aos soluços²⁴⁶.

O que se explorou aqui, quando nos debruçamos numa análise dos discursos veiculados nos periódicos selecionados, quando os cruzamos com outros discursos proferidos por seus jornalistas e colaboradores nas entrevistas, nas centenas de cartas de leitores publicadas nos jornais e revistas, são também... soluços. Pois gosto de pensar que soluços aparecem para irromper, não sem incômodo, silêncios. As páginas não deixam de contar estórias sobre veículos e sobre sujeitos que reivindicaram, entre reiterações de normatividades e deslocamentos, entre (re)apropriações e (re)invenções de categorias e modos de identificações, mas também das possibilidades de excedê-las ou questioná-las, esforços de “dar a cara” e insistir em lembrar que somos “visíveis”.

O Snob, *Gente Gay*, *Lampião da Esquina* e, com mais ênfase, *Sui Generis* e *Junior* foram nossos “terrenos” de pesquisa, mas muitos outros “soluços” devem ser explorados. Alguns resistem em ecoar, mesmo em cenários tão adversos e a estigmas que permanecem, quando já puderam ser, num passado não muito distante, ouvidos alto por uma centena de milhar – é o caso de *G Magazine*, bastante influente no final dos anos 1990 e início dos anos 2000, ainda hoje nas bancas. Outros tantos, jornais caseiros que se esforçavam para ter um perfil mais “profissional”, foram soluços ouvidos apenas por dezenas ou centenas, mas permanecem como registros de sujeitos que quiseram e querem falar, serem ouvidos. Que nossa “amostra” de análise seja menos um registro de rodapé de suas existências do que o reconhecimento dos nossos limites de apreendê-los “cientificamente” em todas as suas singularidades e diversidades e, principalmente, um desafio que instigue futuras pesquisas.

Esperamos que, na investigação dos dilemas encontrados na produção dos

²⁴⁶ Entrevista ao autor em 10 mai 2011.

periódicos ditos gays, ao refletirmos sobre as decisões que levam à materialização de determinados posicionamentos editoriais e as políticas nestes envolvidas e por eles visibilizadas, ao analisarmos, enfim, os discursos que neles circulam, possamos ter contribuído para pensar algumas das mudanças sociais relevantes nos campos das homossexualidades e da sexualidade e gênero no Brasil, em que os jornais e revistas “gays” têm um lugar que, se há algum tempo não é mais ignorado por “acadêmicos”, também não deve ser subdimensionado. E, quando nos esquecermos dessas publicações, ou acreditarmos que de nossa tarefa finalmente conseguimos descansar, as “estórias” por elas contadas irrompam e possam dar sustos.

Como soluções.

REFERÊNCIAS

- ALTMAN, Dennis. The end of the homosexual? In: NARDI, Peter M. E SCHNEIDER, Beth E (eds). **Social perspectives in lesbian and gay studies: a reader**. Londres: Routledge, 1998.
- ANDRADE, Roberta Manuela Barros de. **O fascínio de Scherazade: os usos sociais da telenovela**. São Paulo: Annablume, 2003.
- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. Sociologia da cultura e sociologia da comunicação de massa: esboço de uma problemática. In: MARTINS, C. B. & MARTINS, H. H. T. de S.(orgs.). **Horizontes das Ciências Sociais no Brasil: Sociologia**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2010.
- AZEVEDO, Flávia Amaral de Oliveira. **Uma leitura queer da revista Junior**. 2010. 58p. Monografia (Graduação em Ciências Sociais) – Departamento de Sociologia, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2010.
- BAIM, Tracy (ed). **Gay press, gay power: the growth of LGBT community newspapers in America**. Chicago: Prairie Avenue Productions, 2012.
- BARBER, Karin. **The anthropology of texts, persons and publics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
- BARBOSA DA SILVA, José Fábio. O homossexualismo em São Paulo: um estudo de um grupo minoritário. In: GREEN, James N. e TRINDADE, Ronaldo(org). **Homossexualismo em São Paulo e outros escritos**. São Paulo: Editoria Unesp, 2005.
- BARTHES, Roland. **O prazer do texto**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1987.
- BATAILLE, Georges. **O erotismo**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.
- BUTLER, Judith. **Gender trouble: feminism and the subversion of identity**. Nova York: Routledge, 1990.
- _____. **Excitable speech: a politics of performative**. Nova York: Routledge, 1997.
- _____. **Cuerpos que importan: sobre los limites materiales y discursivos del “sexo”**. Buenos Aires: Paidós, 2010.

BUTTURI JUNIOR, Atilio. O discurso homoerótico na imprensa alternativa da década de setenta: uma análise do Lâmpião da Esquina. **Fórum Linguístico**, v.9, n.2, p.95-106, Florianópolis, abr/jun 2012.

CAMERON, Deborah; KULICK, Don. **Language and sexuality**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

CARDOSO, Fernando Henrique. **Pensadores que inventaram o Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

CARRARA, Sérgio; SIMÕES, Júlio Assis. Sexualidade, cultura e política: a trajetória da identidade homossexual masculina na antropologia brasileira. **Cadernos Pagu** (Unicamp), Campinas, v. 28, p. 65-99, 2007.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2008.

_____; MARCUS, George E. (eds). **Writing culture: the poetics and politics of ethnography**. Berkeley: University of California Press, 1986.

COMAN, Mihai. **Pour une anthropologie des médias**. Grenoble: PUG, 2003.

CONNEL, Robert W.; MESSERSCHIMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Estudos Feministas**, 21(1), Florianópolis, jan/abr 2013.

DANK, Barry M. Coming out in the gay world. In: NARDI, Peter M. E SCHNEIDER, Beth E (eds). **Social perspectives in lesbian and gay studies: a reader**. Londres: Routledge, 1998.

DE LAURETIS, Teresa. **Technologies of gender: essays on theory, film and fiction**. Bloomington: Indiana University Press, 1987.

DIAZ-BENÍTEZ, Maria Elvira. **Nas redes do sexo: os bastidores do pornô brasileiro**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

EDWARDS, Jason. **Eve Kosofsky Sedgwick**. Londres: Routledge, 2009.

ERIBON, Didier. **Reflexões sobre a questão gay**. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.

ESTEVES, João Pissarra. **Sociologia da comunicação**. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa, 2011.

FACCHINI, Regina. **Sopa de letrinhas**: movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 1990. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

FISCHER, André. **Como o mundo virou gay?**: crônicas sobre a nova ordem sexual. São Paulo: Ediouro, 2008.

FONTCUBERTA, Mar de. **La noticia**: pistas para percibir el mundo. Barcelona: Paidós, 1993.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. **Philosophie**: anthologie. Paris: Éditions Gallimard, 2004.

_____. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1999.

_____. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

_____. O triunfo social do prazer sexual: uma conversa com Michel Foucault. In: FOUCAULT, Michel. **Ética, sexualidade e política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

FRANÇA, Isadora Lins. **Cercas e pontes**: o movimento LGBT e o mercado GLS na cidade de São Paulo. 2006, 257 p. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Departamento de Antropologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

_____. **Consumido lugares, consumindo nos lugares**: homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo. 2010, 291 p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Programa de Doutorado em Ciências Sociais, Universidade de Campinas, Campinas, 2010.

FRY, Peter. **Para inglês ver**: identidade e política na cultura brasileira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1982.

GALLAS, Ana Kelma Cunha; OLIVEIRA, Yakowenko Guerra de. Publicações destinadas aos homossexuais no Brasil: O Snob (1963-1969) e Lampião da Esquina (1978-1981). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1516-1.pdf>>. Acesso em 05 fev. 2013.

GARCIA, Joanthan; PARKER, Richard. From global discourses to local action: the making of a sexual rights movement?. **Horizontes Antropológicos**, ano 12, n. 26, p.13-41, Porto Alegre, jul/dez 2006.

GEERTZ, Clifford. **The interpretation of cultures**: selected essays by Clifford Geertz. Nova York: Basic Books, 2003.

GENTE GAY, Camilly, **a elegante dama do protesto**. Rio de Janeiro, ano 2, n. 15, out/nov/dez 1978, p. 2.

_____. **Sociais**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 11, out 1977.

GILROY, Paul. **O atlântico negro**: modernidade e dupla consciência. São Paulo: Editora 34, 2001.

GONÇALVES, Gean Oliveira; SANTORO, André Cioli. Voz da diversidade: os discursos da imprensa homossexual no Brasil. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. São Paulo, 12 a 14 de maio de 2011.

GONTIJO, Fabiano. **O Rei Momo e o arco-íris**: homossexualidade e carnaval no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Ed. Garamond, 2009.

GOODALE, Mark. **Surrendering to utopia**: an anthropology of human rights. Redwood City: Stanford University Press, 2009.

GOULD, Deborah B. **Moving politics**: emotion and ACT UP's fight against AIDS. Chicago: University of Chicago Press, 2009.

GREEN, James N. **Beyond carnival**: male homosexuality in twentieth-century Brazil. Chicago: The Chicago University Press, 1999.

GUIMARÃES, Carmen Dora. **O homossexual visto por entendidos**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

GUNTER, Scott. **The elastic closet**: a history of homosexuality in France, 1942 – present. Nova York: Palgrave Macmillan, 2009.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. Que “negro” é esse na cultura negra? In: HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HALPERIN, David. **One hundred years of homosexuality**. Nova York: Routledge, 1990.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

HARAWAY, Donna. “Gênero” para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. In: CRESPO, Ana Isabel, MONTEIRO-FERREIRA, Ana; COUTO, Anabela; CRUZ, Isabel; JOAQUIM, Teresa. **Variações sobre sexo e gênero**. Lisboa: Livros Horizonte, 2008.

HOMENS, **Prazer em conhecer**, Editorial, Rio de Janeiro, ano 1, n.1, 1997.

HONNETH, Axel. Visibilité et invisibilité: sur l’epistémologie de la “reconnaissance”. **Revue du MAUSS**, n. 23, 2004.

HORKHEIMER, Max e ADORNO, Theodor W. A indústria cultural – O Iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

IRVINE, Janice M. A place in the rainbow: theorizing lesbian and gay culture. In: NARDI, Peter M. E SCHNEIDER, Beth E (eds). **Social perspectives in lesbian and gay studies**: a reader. Londres: Routledge, 1998.

JAMES, Allison; HOCKEY, Jenny; DAWSON, Andrew (orgs). **After writing culture**: epistemology and praxis in contemporary anthropology. Londres: Routledge, 1997.

JUNIOR, **A bela que enfrenta as feras**, São Paulo, ano 4, n. 27, abr 2011, p. 42-43.

_____. **A revolução de Cabral**, São Paulo, ano 4, n.29, jun 2011, p. 52-55.

_____. **A taça do mundo é nossa**, São Paulo, ano 3, jun 2010, p. 6.

_____. **Agache por um bumbum durinho**, São Paulo, ano 5, n.33, out 2011, p. 188.

_____. **Alimentos e suplementos que secam a barriga**, São Paulo, ano 4, n. 31, p. 78.

_____. **Batalha de Carão**, São Paulo, ano 1, n. 1, set 2007, p. 70.

_____. **Brasil de todas as belezas**, São Paulo, ano 6, n. 49, mar 2013, p. 36.

_____. **Cartas**, São Paulo, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 10.

_____. **Cartas**, São Paulo, ano 6, n, 47, jan. 2013, p.8.

- _____. **Casa, comida e roupa lavada**, São Paulo, ano 1, n. 2, nov 2007, p. 32-37.
- _____. **Casamento gay** – Notícias frescas da união igualitária, São Paulo, ano 5, n. 33, out 2011, p. 15.
- _____. **Cenas de casamento**, São Paulo, ano 4, n. 28, p.62-64.
- _____. **Chegou a hora**. Editorial, São Paulo, ano 1, n. 1, set 2007, p. 11
- _____. **Com que roupa eu vou?**, São Paulo, ano 3, n. 15, mar 2010, p. 62-65.
- _____. **Cuen the pajubá**, São Paulo, ano 4, n. 29, junho de 2011, p. 78.
- _____. **De cair o queixo**, São Paulo, ano 6, n. 49, mar 2013, p.27.
- _____. **Dez, nota dez**, Preliminares, São Paulo, ano 2, n.10, 2009, p. 12.
- _____. **E agora?**, São Paulo, ano 4, n. 29, jun 2011, p. 76.
- _____. **E agora que podemos, vamos nos casar?**, São Paulo, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 54-57.
- _____. **Eles se casaram**, São Paulo, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 16.
- _____. **Eles topam?**, São Paulo, ano 5, n.32, set 2011, p. 51.
- _____. **E que consolo!**, São Paulo, ano 4, n. 30, jul 2011, p. 48-49.
- _____. **Família feliz**, São Paulo, ano 2, n. 9, 2009, p.74-76.
- _____. **França ou Irã?**, Preliminares, São Paulo, ano 6, n. 51, mai 2013, p.6.
- _____. **Já pode casar**, São Paulo, ano 6, n. 48, fev 2013, p. 75-85.
- _____. **Lá e cá**, São Paulo, ano 4, n.21, set 2010, p. 44-46.

- _____. **Lá vem os noivos**, São Paulo, ano 6, n. 48, fev 2013, p. 48.
- _____. **Nova fórmula**, Preliminares, São Paulo, ano 5, n. 32, set 2011, p. 8.
- _____. **O anticapitalista**, São Paulo, ano 2, n. 9, 2009, p.66-69.
- _____. **O que comer?**, São Paulo, ano 4, abr 2011, p.66.
- _____. **Pega no meu iPhone**, São Paulo, ano 4, n.25, fev 2011, p. 52-53.
- _____. **Quase um mea culpa. Ou não**. Preliminares, São Paulo, ano 6, n. 49, p. 6.
- _____. **Quem é você**, São Paulo, ano 4, n. 26, mar 2011, p. 40-41.
- _____. **Quer casar? Mesmo?**, São Paulo, ano 6, n.48, fev 2013, p.6.
- _____. **Sonhos, pesadelos e realidade**, São Paulo, ano 4, n. 30, jul 2011, p.8.
- _____. **Truques de maquiagens para boys**, São Paulo, ano 5, n.33, p. 190.
- _____. **Um passo à frente, um passo atrás**, São Paulo, ano 4, n. 29, jun 2011, p. 6.
- _____. **Vai um bem-casado aí?**, São Paulo, ano 6, n. 48, fev 2013, p. 46.
- _____. **Vale tudo**. Preliminares, São Paulo, ano 4, nov 2011, p. 6.
- _____. **12 homens, 06 casais**, São Paulo, ano 1, n. 2, nov 2007, p.42-51.

KATZ, Jonathan. The invention of heterosexuality. **Socialist Review**, n.31, p. 7-34, 1990.

KRONKA, Graziela Zanin. **A encenação do corpo**: o discurso de uma imprensa (homo) erótico-pornográfica como prática intersemiótica, 2005, 206p. Tese (Doutorado em Linguística) – Departamento de Linguística, Universidade de Campinas, Campinas, 2005.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: EDUSP, 2003.

LAMPIÃO DA ESQUINA, **Abaixo o gueto**, Rio de Janeiro, ano 1, edição experimental - número zero, abr. 1978, p. 2.

_____. **As palavras: para que temê-las?** Rio de Janeiro, ano 1, n. 3, jul-ago 1978, p. 5.

_____. **Assumir-se? Por quê?**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 2, jun-jul 1978, p. 2.

_____. **Cartas na Mesa**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, mai-jun 1978, p. 15.

_____. **Cartas na mesa**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 2, jun-jul 1978, p. 14

_____. **Cartas na Mesa**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 2, jun-jul 1978, p. 15.

_____. **Cartas na Mesa**, Rio de Janeiro, ano 1, n.3, jul-ago 1978, p. 15.

_____. **Cartas na mesa**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 4, ago-set de 1978, p. 17.

_____. **Cartas na Mesa**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 4, ago-set 1978, p. 18.

_____. **Cartas na mesa**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 4, ago-set 1978, p. 19.

_____. **Concurso da Bixórdia**. Rio de Janeiro, ano 1, n. 5, out 1978, p. 12.

_____. **Demissão, processo, perseguições**. Mas qual é o crime de Celso Curi?, Rio de Janeiro, ano 1, n. zero, abr 1978, p. 6-7.

_____. **Estão querendo convergir. Para onde?**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 2, jun-jul 1978, p. 9.

_____. **Extra, mulheres chegam para ficar**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 11, abr 1979, p. 2.

_____. **História da imprensa baiana**, Rio de Janeiro, ano 1, número 4, ago-set 1978, p. 4.

_____. **Lésbicas vendem mais jornal?**, Rio de Janeiro, ano 1, n.10, mar 1979, p. 2.

_____. **Mulheres do mundo inteiro**, Rio de Janeiro, ano 1, n. zero, abr 1978, p. 5.

_____. **Nós também estamos fazendo história**. Rio de Janeiro, ano 1, n. 9, fev 1979, p. 15.

_____. **Nossas gaiolas comuns**. Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, mai-jun 1978, p. 2

_____. **O que pensa a sociedade civil sobre o assunto.** Rio de Janeiro, ano 1, n.9, fev1979.

_____. **O que vem a ser bixórdia?**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 5, outubro 1978, p. 12.

_____. **Qual é a da nossa imprensa,** Rio de Janeiro, ano 1, n. zero, abr 1978, p.5.

_____. **Quem tem medo das minorias?**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 10, mar 1979, p. 10.

_____. **Sobre tigres de papel,** Rio de Janeiro, ano 1, n.4, ago-set 1978, p.9.

_____. **Sugestões para o pesadelo da madrugada,** Rio de Janeiro, ano 1, n. 11, abr1979, p. 20.

_____. **Travestis! Quem atira a primeira pedra?**, Rio de Janeiro, ano 1, n.4, ago-set 1978, p. 8.

LEVINE, Martin P. Gay Ghetto. In: NARDI, Peter M. E SCHNEIDER, Beth E (eds). **Social perspectives in lesbian and gay studies: a reader.** Londres: Routledge, 1998.

LEZNOFF, Maurice e WESTLEY, William A. The homosexual community. In: NARDI, Peter M. E SCHNEIDER, Beth E (eds). **Social perspectives in lesbian and gay studies: a reader.** Londres: Routledge, 1998.

LIB, Fred; VIP, Angelo. **Aurélia:** a dicionária da língua afiada. São Paulo: Editora do Bispo, 2006.

MACHADO, Elias. O pioneirismo de Robert E. Park na pesquisa em jornalismo. In: **Revista Estudos em jornalismo e mídia**, v. 2, n.1. Florianópolis: Insular, 2005, p. 23-34.

MACRAE, Edward. **A construção da igualdade:** identidade sexual e política no Brasil da “Abertura”. Campinas: Ed.Unicamp, 1990.

_____. Em defesa do gueto. **Novos Estudos Cebrap**, São Paulo, v.2, 1, p. 53-60, abr 1983.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso.** Campinas: Pontes – Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

_____. **O discurso pornográfico.** São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

Manual da Redação: Folha de S. Paulo. São Paulo: Publifolha, 2005.

MARCUS, George E. O que vem (logo) depois do “pós”: o caso da etnografia. **Revista de Antropologia** (USP), São Paulo, v. 37, p.7-34, 1994.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo brasileiro**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2003a.

_____. **História social da imprensa**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003b.

MARTINS DA COSTA, Rogério da Silva. Sociabilidade homoerótica e relações identitárias: o caso do jornal O Snob (Rio de Janeiro, década de 1960). In: **Tempo e argumento** (UDESC), Florianópolis, v.2, n. 2, p.61-92, jul/dez 2010.

MELLO, Luiz. Familismo (anti) homossexual e regulação da cidadania no Brasil. **Estudos Feministas**, 14 (2): 248, Florianópolis, mai/ago 2006.

MENDONÇA, Carlos Camargo. **E o verbo se fez homem: corpo e mídia**. São Paulo: Intermeios, 2013.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'água/ Fapesp, 2001.

MISKOLCI, Richard. A gramática do armário: notas sobre segredos e mentiras em relações homoeróticas masculinas mediadas digitalmente. In PELÚCIO, Larissa (org). **Olhares plurais para o cotidiano**. Marília: Oficina Universitária, 2012a.

_____. Reflexões queer sobre a revista Junior. Disponível em: <<http://www.ufscar.br/cis/2010/06/reflexoes-queer-sobre-a-revista-junior/>> Acesso em 12 ago 2013a.

_____. Machos e brother: uma etnografia sobre o armário em relações homoeróticas masculinas criadas on-line. **Estudos Feministas**, 21(1): 424, Florianópolis, jan/abr 2013b.

_____.; PELÚCIO, Larissa (orgs.). **Discursos fora da ordem: sexualidades, saberes e direitos**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2012.

_____. **O desejo da nação: masculinidade e branquitude no Brasil de fins do XIX**. São Paulo: Annablume, 2012b.

MONTEIRO, Marko Synésio Alves. Masculinidades em revista: um estudo de VIP Exame, Sui Generis e Homens. **Dissertação**. Mestrado em Antropologia Social (Unicamp). Campinas, 2000.

O SNOB, s/t, Rio de Janeiro, ano 1, n.1, julho de 1962, p.1.

_____. **Cantinho da Edna**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 3, 1962.

_____. **Rumores da semana**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 3, 1962,

_____, s/t, Rio de Janeiro, n.5, ago 1963.

_____, s/t, Rio de Janeiro, n. 7, set 1963.

_____, s/t, Rio de Janeiro, n.12, nov 1963.

_____, s/t, Rio de Janeiro, ano 7, n.1, mar1969.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2001.

PAIVA, Antônio Cristian Saraiva. Seres que não importam? Sobre homossexuais velhos. **Bagoas**, v.3, n. 4, Natal, 2009.

PARK, Robert E. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (orgs). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa, volume 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. A história natural do jornal. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (orgs). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa, volume 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. Notícia e o poder da imprensa. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (orgs). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa, volume 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. Foreign language press and social progress. In: **On social control and collective behavior**. Chicago: The University of Chicago Press, 1967.

PARKER, Richard. **Abaixo do Equador**: culturas do desejo, homossexualidade masculina e comunidade gay no Brasil. Rio de Janeiro: Record, 2002.

_____. **Corpos, prazeres e paixões**: a cultura sexual no Brasil contemporâneo. São Paulo: Best Seller, 1991.

PÉRET, Flávia. **Imprensa gay no Brasil**: entre a militância e o consumo. São Paulo: Publifolha, 2011.

PERLONGHER, Néstor. **O negócio do michê**: a prostituição viril em São Paulo. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.

PETERSON, Mark Allen. **Anthropology & mass communication**: media and myth in the new millennium. Nova York: Berghahn Books, 2005.

QUIROGA, José. **Tropics of desire**: interventions from queer Latino America. Nova York: NY University Press, 2000.

RIAL, Carmen. Antropologia e mídia: breve panorama das teorias da comunicação. **Antropologia em primeira mão**. Programa de Pós-graduação em Antropologia (UFSC), Florianópolis, 2004.

RIOS, Roger Raupp; OLIVEIRA, Rosa Maria Rodrigues de. Direitos sexuais e heterossexismo: identidades sexuais e discursos judiciais no Brasil. In: MISKOLCI, Richard; PELÚCIO, Larissa (orgs.). **Discursos fora da ordem**: sexualidades, saberes e direitos. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2012.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. Em busca de um ponto cego: notas sobre a sociologia da cultura no Brasil e a diluição da mídia como objeto sociológico. **Revista Sociedade e Estado**, vol. 26, n. 3, Brasília, set/dez 2011.

RODRIGUES, Jorge Caê. **Impressões de identidade**: um olhar sobre a imprensa gay no Brasil. Niterói: EdUFF, 2010.

RUBIN, Gayle S. Thinking Sex: notes for a radical theory of the politics of sexuality. In: NARDI, Peter M. E SCHNEIDER, Beth E (eds). **Social perspectives in lesbian and gay studies**: a reader. Londres: Routledge, 1998.

SANTOS, Ana Cristina. Direitos humanos e minorias sexuais em Portugal: o jurídico ao serviço de um novo movimento social. In: CASCAIS, Antonio Fernandes (org). **Indisciplinar a teoria**: estudos gays, lésbicos e queer. Lisboa: Fenda, 2004.

SCOTT, Joan. Género: uma categoria útil de análise histórica. In: CRESPO, Ana Isabel, MONTEIRO-FERREIRA, Ana; COUTO, Anabela; CRUZ, Isabel; JOAQUIM, Teresa. **Variações sobre sexo e género**. Lisboa: Livros Horizonte, 2008.

SEDGWICK, Eve Kosofsky. **Epistemology of the closet**. Berkeley/Los Angeles: University of California Press, 1990.

_____. **Between men**: English literature and male homosocial desire. Nova York: Columbia University Press, 1985.

SILVA, Cláudio Roberto da. *Reinventando o sonho: história oral de vida política e homossexualidade no Brasil contemporâneo*. Dissertação (mestrado) História Social (USP). São Paulo, 1998.

SIMÕES, Júlio Assis. Homossexualidade e movimento LGBT: estigma, diversidade, cidadania. In: BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Agenda brasileira**: temas de uma sociedade em mudança. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

_____. Marcadores de diferença na “comunidade LGBT”: raça, gênero e sexualidade entre jovens no centro de São Paulo. In: COLLING, Leandro (org). **Stonewall 40+ o que no Brasil?**. Salvador: EdUFBA, 2011.

_____; FACCHINI, Regina. **Na trilha do arco-íris: do movimento homossexual ao LGBT.** São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2009.

_____; FRANÇA, Isadora Lins. Do “gueto” ao mercado. In: **Homossexualismo em São Paulo e outros escritos.** São Paulo: Editoria Unesp, 2005.

SIMON, William; GAGNON, John N. Homosexuality: the formulation of a sociological perspective. In: NARDI, Peter M. E SCHNEIDER, Beth E (eds). **Social perspectives in lesbian and gay studies: a reader.** Londres: Routledge, 1998.

SOUSA, Jorge Pedro de. **Elementos de jornalismo impresso.** Florianópolis: Ed. Letras contemporâneas. 2005.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010.

STREITMATTER, Rodger. **Unspeakable: the rise of the gay and lesbian press in America.** Winchester: Faber and Faber, 1995.

SUI GENERIS, **Abuso policial,** Rio de Janeiro, ano 5, n. 43, 1999, p. 40-45.

_____. **A Hora da Fama,** Rio de Janeiro, ano 3, n. 20, p. 26-28.

_____. **Até o fim,** Rio de Janeiro, ano 1, n. 6, out. 1995.

_____. **Baby Face,** Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, jan 1995, p. 16-17.

_____. **Cartas,** Rio de Janeiro, ano 1, n. 7, nov 1995, p. 6.

_____. **Cartas,** Rio de Janeiro, ano 1, n. 8, dezembro 1995, p. 6

_____. **Cartas,** Rio de Janeiro, ano 1, n. 9, 1995, p. 8.

_____. **Cartas,** Rio de Janeiro, ano 2, n. 9, fev 1996, p. 9.

_____. **Cartas,** Rio de Janeiro, ano 2, n. 10, março 1996, p. 7-8.

_____. **Cartas,** Rio de Janeiro, ano 2, n. 11, abril 1996, p. 6-7.

- _____. **Cartas**, Rio de Janeiro, ano 2, n. 13, 1996, p. 6.
- _____. **Cartas**, Rio de Janeiro, ano 2, n. 14, 1996, p. 6.
- _____. **Cartas**, Rio de Janeiro, ano 5, n. 44, 1999, p. 7.
- _____. **Chega de cara feia**, Rio de Janeiro, ano 1, n.8, dez 1995, p.3.
- _____. **Conhecendo o paraíso**, Rio de Janeiro, ano 1, n.1, p.20-23.
- _____. **Deboche público**, Rio de Janeiro, ano 3, n. 23, 1997, p. 4.
- _____. **Editorial**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, jan 1995, p. 4.
- _____. **E Deus recriou a mulher**, Rio de Janeiro, ano 2, n. 11, 1996.
- _____. **Invasão de Privacidade, a televisão devassa sua intimidade**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 41, 1998.
- _____. **Machões de batom**, Rio de Janeiro, ano 1, n.7, nov 1995, p 10.
- _____. **Marina Livre**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 8. dez 1995, p. 32.
- _____. **Mudança de Comportamento**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, jan 1995, p. 38-40.
- _____. **Os efeminados dão a cara aos tapas**, Rio de Janeiro, ano 5, n. 44, 1999, p. 49.
- _____. **Quem tem medo do Uálber** – Por que o guru esotérico de Suave Veneno apavora tanta gente?”, Rio de Janeiro, ano 5, n. 44, 1999.
- _____. **Renato Gaúcho: o craque fala de sexo, mulheres, homossexualismo e dinheiro**, Rio de Janeiro, ano 2, n. 10, março 1996).
- _____. **Saint Cassia's Blues**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, jan 1995, p. 68.
- _____. **Sexo, mentiras e jornalismo**, Rio de Janeiro, ano 4, n.31, 1998, p. 4.

_____. **Sílvio de Abreu esclarece quem matou Leila e Rafaela**, Rio de Janeiro, ano 5, n. 44, 1999.

_____. **Só entre nós, não!**, Rio de Janeiro, ano 2, n. 9, jan 1996, p. 6.

_____. **To Wong Foo do cangaço**, Rio de Janeiro, ano 2, n.13, jun 1996.

_____. **Uma imagem ridícula dos gays**, Rio de Janeiro, ano 5, n. 44, 1999, p. 48.

_____. **Vieira** – a lésbica de Catarina Abdala em A Indomada, Rio de Janeiro, ano 3, n. 23, mai 1997.

_____. **Você decide** – Elas arrasaram como lésbicas na Globo, Rio de Janeiro, ano 4, n. 30, 1998.

_____. **Xô monotonia** – Pedro Paulo Rangel, um especialista em personagens de exceção”, Rio de Janeiro, ano 5, n.43, 1999.

TAVARES, Frederico de Mello B. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. In: TAVARES, Frederico de Mello B; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo** (orgs). Porto Alegre: Penso, 2003.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1992.

_____; FARIAS, Patrícia (orgs.). **Antropologia e comunicação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso**: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. Homocultura e política homossexual no Brasil: do passado ao por-vir. In COSTA, Horácio *et al* (org). **Retratos do Brasil homossexual**: fronteiras, subjetividades e desejos. São Paulo: Imesp, 2010.

TRINDADE, Ronaldo. De dores e amores: transformações da homossexualidade paulistana

da virada do século XX. **Tese** (Doutorado em Antropologia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

TUCHMAN, Gaye. **Making news: a study in the construction of reality**. Nova York: Free Press, 1978.

_____. Métodos cualitativos en el estudio de las noticias. In: **Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas**. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1993.

VALE DE ALMEIDA, Miguel. **The hegemonic male: masculinity in a Portuguese town**. Oxford: Berghan Books, 1996.

_____. **A chave do armário: homossexualidade, casamento, família**. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2009.

_____. Entrevista. *Revista Universidade Pública*, ano 11, n.61, mai/jun 2011, p. 7-11.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso, notícia e ideologia: estudos na análise crítica do discurso**. Porto: Campo das letras, 2005.

VEJA, **Um gay power à brasileira**, n. 468, 24 ago. 1977, p. 66-68.

VÉRON, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.

VESCESLAU, Pedro. O (super) mercado gay. São Paulo, **Revista Imprensa**, n. 237, 2007.

VIANNA, Adriana. Atos, sujeitos e enunciados dissonantes: algumas notas sobre a construção dos direitos sexuais. In: MISKOLCI, Richard; PELÚCIO, Larissa (orgs.). **Discursos fora da ordem: sexualidades, saberes e direitos**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2012.

WEBER, Max. Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa. In: **Lua Nova**. Revista de Cultura e Política, n. 55-56. São Paulo: Centro de Estudos de Cultura Contemporânea, 2002, p. 185-194.

WOLFE, Tom. **Radical chique e o novo jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

ZELIZER, Barbie. **Taking journalism seriously: news and the academy**. Londres: Sage, 2004.

ANEXOS

ANEXO A – LISTA DE MATÉRIAS DE CAPA – SUI GENERIS

Edição	Ano	Seção	Chamada de capa	Título	Páginas
1	Jan 1995	Capa	O Pet Shop Boy Neil Tennant abre o jogo: “I am gay”	Mudança de comportamento	38-41
1	Jan 1995	Especiais	Caio Fernando Abreu desafia a Aids e as hipocrisias do Brasil-Barbie	Conhecendo o paraíso	20-23,72
1	Jan 1995	Viagem	Points – roteiro fervido no eixo RJ-SP	São Paulo- Rio de ponto a ponto	58-59
1	Jan 1995	Moda	Verão – 19 páginas de moda e consumo	Verão de novo	várias
1	Jan 1995	Especiais	Cássia Eller – Renato Russo revela a estrela do blues	Saint Cassia's Blues	68-70
1	Jan 1995	Entrevista	Stephan Elliott se apaixona no Brasil	Baby Face	16-17,72
6	Out 1995	Capa	Sandrinho – A vingança gay no horário nobre da Globo	1995 - Touché	30-35
6	Out 1995	Perfil	Zélia Duncan – mais uma estrela na MPB	A voz viril de Zélia Duncan	18-20
6	Out 1995		Ziriguidum – A velha guarda gay no samba	Os bambas do samba	22-23
6	Out 1995	Moda	Cafajestes – cuidado com eles!	Cafajestes (ensaio fotográfico)	24-28
7	Nov 1995	Capa	Almodóvar – o dono da bola	O midas da vida comum	
7	Nov 1995	Moda	Fernanda Abreu – moda para mulheres que não usam saia	Fernanda Abreu – Abuso pop	20-25
7	Nov 1995	Especial	Tenho 17 anos; Tenho AIDS; Tenho planos pro futuro. KIDS – o que pensam nossos adolescentes?	O X da questão	40-44
7	Nov 1995	Especial	Victor Fasano – homofobia ou hipocrisia	Perfeição imperfeita	32-35
7	Nov 1995	Cinema	Patrick Swayze – Ghost de batom	Machões de batom	10-11
7	Nov 1995	Entrevista	Gilberto Braga – entrevista com o autor	Gilberto Braga	18-19
8	Dez	Capa	Entrevista exclusiva! –	Marina Livre	26-33

	1995		Marina Lima		
8	Dez 1995	Moda	Moda Verão – Homens com pouca roupa e muito corpo	Formas de verão (ensaio fotográfico)	34-41
8	Dez 1995	Especial	Pasolini – O complô por trás do amante-assassino	Pasolini	22-25
8	Dez 1995	Especial	Sexo – Na cama com os caretas	Caretas – uma estranha atração	18-20
8	Dez 1995	Livros	Gore Vidal – Histórias indiscretas de um provocador	Jornada de poucos heróis	14-15
9	Fev 1996	Capa	Força na patolada – o país do futebol põe a mão no preconceito	Viva a patolada	22-27
9	Fev 1996	Entrevista	Melissa Etheridge – guitarra de um lado e namorada de outro	Melissa Etheridge – o furacão do rock	18-20
10	Mar 1996	Capa	Renato Gaúcho – o craque fala de sexo, mulheres, homossexualismo e dinheiro	Narciso no espelho	30-35
10	Mar 1996	Especial	Texto inédito de Caio Fernando Abreu	A lenda das Jaciras – duas homenagens e uma história inédita de Caio Fernando Abreu	27-28
10	Mar 1996	Vortex	Rose Bom Bom é fogo na roupa	Rose Bom Bom	36
10	Mar 1996	Mosaico	Trevisan devassa as armadilhas do outing	Outing hetero a ferro e fogo	20-21
10	Mar 1996	Vortex	São Sebastião, o santo sexy	São Sebastião	37
10	Mar 1996	Mosaico	A aventura sexual de Michael Cunningham	O novo Cunningham	18-19
10	Mar 1996	Moda	Modar em casa com o namorado	Soft babies	24-29
11	Abr 1996	Capa	Roberta Close – as dores do parto da mulher quase perfeita	E Deus recriou a mulher	28-35
11	Abr 1996	Entrevista	Guilherme Araújo	Mãos dadas	18-21
11	Abr 1996	Música	Cássia Eller	Ao vivo e poderosa	11
11	Abr 1996	Moda	Phytoervas	O homem que veio pro frio	22-27
11	Abr 1996	Música	Nana Caymmi	Um talento moody	10
12	Mai	Capa	Donos da fé – Bíblia na	Caminhos da Fé	30-35

	1996		mão, eles dizem quem é digno do amor de Deus		
12	Mai 1996	Moda	Nova geração escândalo	Freshmen	20-25
12	Mai 1996	Mosaico	Trevisan – Gays e o beco da solidão	Veredas do desejo I	16
12	Mai 1996	Entrevista	Erika Palomino – No topo com o DJ Felipe Venâncio	O homem do momento	26-27
12	Mai 1996	Especial	George Michael só está out no Brasil	Alarme falso	28-29
13	Jun 1996	Capa	Diogo Vilela – ele encarou a morte e cinco anos sem sexo	Diogo, turbilhão zen	24-29
13	Jun 1996	Especial	Norma Bengell – a diva revela seu amor feminino	Livre, leve e assumida	22-23
13	Jun 1996	-	Jaguarari – transex agita sertão baiano	To Wong Foo do cangaço	36-38
13	Jun 1996	Especial	Camille Paglia – uma lésbica contra os puritanos	As vadias somos nós	20-21
14	Jul 1996	Capa	Marta Suplicy – rica e sexy, ela inquieta Brasília	Furacão Marta	28-33
14	Jul 1996	Especiais	Tudo sobre a união gay – Lei pode vencer no Congresso!	Cruzada no Congresso	34-41
14	Jul 1996	Especiais	Tuca Andrade – bad boy por acaso	Outsider ocasional	20-21
14	Jul 1996	Especiais	Paulinho Moska – o que você faria?	Vôo em forma de arte	18-19
14	Jul 1996	Moda	Bumbum – última fronteira masculina	- (ensaio fotográfico)	42-43
19	Jan 1997	Capa	Alexandre Frota – Cuidado! A garra e o bote do Apolo da TV	O homem original	26-33
19	Jan 1997	Entrevista	Carnaval – Milton Cunha e quem vai dar pinta na Beija-Flor	Sensação da Beija-Flor	22-25
19	Jan 1997	Especial	Negros – quanto o preconceito triplica	Força da cor	42-45
19	Jan 1997	Vortex	Teste – descubra se você é descolado	Você é um descolado?	12
19	Jan 1997	Vortex	10 formas de ganhar o bofe	10 dicas para descolar um bofe hetero, argh!	10
19	Jan 1997	Moda	Moda – lua-de-mel em clima de verão	Verão	34-39
20	Fev 1997	Capa	Garotos de Programa- Depois das drags, eles vão	A hora da fama	26-33

			invadir a sua vida		
20	Fev 1997	-	Guilherme Piva – a biba Zé Maria de Xica da Silva	Preciosidade rococó	40-42
20	Fev 1997	-	MTV – Minissérie lança jovem gay à fama	A cara da geração out	23-25
20	Fev 1997	Vortex - Teste	Bolachas – qual o seu tipo?	Que tipo de bolacha você é?	12
20	Fev 1997	Moda	Moda – deu branco nos homens	Meio branco	34-39
23	Mai 1997	Capa	Masculino ou feminino – nova androginia rompe os limites do sexo	A nova androginia	29-32
23	Mai 1997	-	Vieira – a lésbica de Catarina Abdala em A Indomada	Charme indiscreto	42-45
23	Mai 1997	-	Exclusivo – Prefeito do Rio é simpatizante	Tecnopolítico com vista pro mar	18-20
23	Mai 1997	-	Caribé X Milhem – Quando os homens se enfrentam	O desafio gay de Rubens Caribé e Milhem Cortaz	24-27
23	Mai 1997	Moda	S & M – Vestidos para matar	Extremos (ensaio fotográfico)	34-39
23	Mai 1997	-	Prepare-se – Nasce um poeta gay do obscuro	Enjôo poético	21-23
24	Jun 1997	Capa	Leonardo Brício – o gostosão de A Justiceira	Um herói à brasileira	30-35
24	Jun 1997	-	Orlando Moraes – Ex-parceiro de Cazuza defende o enrustimento	O mundo visto do leste	21-23
24	Jun 1997	-	Bigode – o cineasta do nu masculino	Esteta da polêmica	42-45
24	Jun 1997	-	Jorge Salomão e o barraco com Adriana Calcanhoto	Guerreiro inconformista	15-16
24	Jun 1997	-	Gabeira – homossexualismo da guerrilha ao Congresso	Companheiro de todas as horas	24-27
24	Jun 1997	-	Vamos comer Rodolfo Bottino	Bom de boca	18-20
24	Jun 1997	Moda	Moda- Abrigos de peso	Alta resistência	36-41
30	1998	Capa	Du Moscovis	Homem Bom Bom	34-43
30	1998	-	Bornay casou-se com mulher, mas só para ajudar	Pérolas, plumas e escândalos de Clóvis Bornay	22-25
30	1998	-	Você decide – Elas arrasaram como lésbicas na Globo	Dupla faz gol de placa para torcida gay	26-27

30	1998	-	Maurício Branco - “Eu não sou gay”	Mocinho com pinta de bad boy	44-47
30	1998	Moda	Moda – Look rural urbano	Destino Oeste	28-33
31	1998	Capa	Ao ataque! Torez Bandeira é uma das beldades que de caçador viram caça no carnaval	Narciso em evolução	26-33
31	1998	-	Marcello Antony – o belo também pode ser mau	O belo e o travesti	40-43
31	1998	-	Guilherme Karam vai vestir santas de Versace	Entre a cruz e o babadão	44-46
31	1998	-	Ed Motta - “Você acha que sou algum boçal”	Malabarismo radical e dançante	24-25
31	1998	-	Gontijo – O furacão de Algo em Comum	Em busca de experiências	22-23
31	1998	Moda	Moda – Meninos calientes	Fantasia de verão	34-39
34	1998	Capa	Robson Caetano – Campeão olímpico com os genes do futuro	Um gentleman corre atrás do sucesso	28-31
34	1998	-	Alexandre Pires	Pagode com cara fashion	53-55
34	1998	-	Tony Garrido	Orfeu do ano 2000	47-49
34	1998	-	Lui Mendes	Os passos do Lui	50-52
34	1998	-	Luiz Melodia	Rebelde sedutor	44-46
40	1998	Capa	Família gay – inseminação, adoção e sexo tradicional rompem as barreiras da procriação	A barreira da procriação	28-33
40	1998	-	Marta Suplicy – Sucesso político vai afastar deputada das minorias?	E a parceria, três milhões de votos depois?	24-25
40	1998	-	Nelson Motta – Gay brasileiro não quer poder	Um romântico em Nova York	26-27
40	1998	-	Baby do Brasil – O lance é ser masculino e feminino	Baby para o Brasil	40-42
41	1998	Capa	Invasão de privacidade – A televisão devassa sua intimidade	A invasão do bizarro	26-33
41	1998	-	Carlinhos Brown – Cantor fala de strip na Bahia	Omelete inter-racial	22-25
41	1998	-	Luciana de Moraes – a filha do poeta	Uma artista de negócios	40-41
41	1998	Moda	Moda – sungas e ereção	Puro duro absurdo	34-39
41	1998	-	Fernando Alves Pinto	Um estrangeiro familiar	44-46
43	1999	Capa	Abuso policial – Gays denunciam casos de	Flagrantes na madrugada	41-45

			tortura, humilhação e extorsão praticados por policiais		
43	1999	-	Pedro Paulo Rangel – o chato é ser galã	Xô monotonia – Pedro Paulo Rangel, um especialista em personagens de exceção	30-32
43	1999	-	Carmen Miranda – Tia faz 90 anos	Viva Carmen Miranda!	46-47
43	1999	Vortex	Tom Cruise em nu frontal, será?	Loucos, devassos e nus	8
43	1999	-	Backing vocal – a voz é boa, mas o corpo é tudo!	Uma dupla do barulho	27-29
43	1999	-	Moda – O que vestem os homens do inverno	Coleção outono/inverno 99	34-49
44	1999	Capa	Dia dos namorados – Amar é dar beijo na boca	Depois daquele beijo	42-43
44	1999	-	Quem tem medo do Uálber – Por que o guru esotérico de Suave Veneno apavora tanta gente?	Quem tem medo do Uálber?	44-49
44	1999	-	Scarlet Moon - “Vi a misoginia dos gays”	Histórias escaldantes	23-25
44	1999	-	Sílvio de Abreu esclarece quem matou Leila e Rafaela	A imprensa matou Leila e Rafaela	46
44	1999	-	Walmes Rangel – Atleta olímpico, tá meu bem!	Coragem para romper barreiras	26-28
44	1999	-	Roberto Jefferson – Cantada de homem, não!	Xeque-mate da vez	32-33
44	1999	-	Moda – homem nu e cru	Cru	34-41
47	1999	Capa	A Estrela sobe	Louro, alto e poderoso	25-33
47	1999	-	São Paulo – Marcha histórica com 20 mil – Texto de João Silvério Trevisan	Enfim, a parada do milênio	40-43
47	1999	-	Constanza Pascolato defende o prazer pelo prazer	Um toque de classe	22-24
47	1999	Moda	Moda – A hora e a vez da cor	A volta da cor	34-39
47	1999	-	Freira lésbica – Caso de amor durou 4 anos dentro do convento	Do hábito à calça jeans	44-46
48	1999	Capa	Cássia Eller – Abusada e assumida, ela ocupa o vazio deixado por Renato Russo	Príncipe do rock'n blues	28-33

48	1999	-	Glauco Mattos – Poeta da cabeça aos pés	Poesia na ponta dos pés	44-47
48	1999	-	Festival do Rio – Mostra exibe 15 dos melhores títulos do atual cinema gay	Badalação na sala escura	40-42
48	1999	-	Mario Frias – Gostoso, gostoso e gostoso	Sou espada, quer dizer, punhal!	22-25
48	1999	-	Moda – Novo padrão de beleza masculina	Sexy quente	34-39
52	1999	Capa	Que ragazzo! Gabriel Braga Nunes dispara – quem há de resistir?	Entre dois amores	30-37
52	1999	Política	Baixaria – Deputados X Grupo gay – quem ganha?	Nobres colegas?	26-27
52	1999	Comportamento	Sexo sem parar – Cultura de pegação pode ser normal?	O império do desejo	20-22
52	1999	-	Lampião – descoberto o arquivo polêmico	Quem diria, o Lampião foi parar em... Realengo!	49-51
52	1999	-	Frei Betto – quando a religião é do bem	Um frei na contramão	6-10
52	1999	-	Moda – Se segura: a hora e a vez das sungas	Movimentos do verão	42-47
54	Fev 2000	Capa	Rapazes da banda – a programação para cair na folia no último carnaval do século	Olha o baticum aí, gente	
54	Fev 2000	Especial	Carecas do ABC matam em SP/ Trevisan devassa o neonazismo emergente	O amor que os carecas tanto temem	18-23
54	Fev 2000	Entrevista	Exclusivo – entrevista com o secretário de segurança Marco Petrelluzzi	“Não basta polícia para evitar as gangues”	
54	Fev 2000	Internacional	Hip Hop gay – eles não curtem house	Aparências enganam	44-47
54	Fev 2000	Comportamento	Nudismo – povo adere ao prazer hippie	Volta às origens	48-49
55	Mar 2000	Capa	(Edição final sem chamada principal de capa)	-	-
55	Mar 2000	Especial	Victor Arruda – Gênio na vida e na arte	Retrato 3x4	26-31
55	Mar 2000	Moda	Moda – Estilo de inverno	Morumbi Fashion Brasil – 8a edição	34-43
55	Mar 2000	Política	Política – Arco-íris vence	Deputados dão título a grupo GAY	52

55	Mar 2000	Memória	Política – GGB faz 20 anos	Vinte anos de luta	33
55	Mar 2000	Perfil	Rupert Everett – de garoto de programa a astro de Hollywood.	Galã fora do armário	22-25
55	Mar 2000	Comporta mento	Ciúme – quando o barraco é a solução	Eles amam.. e dão vexame	46-49

ANEXO B – LISTA DE MATÉRIAS DE CAPA – JUNIOR

Edição	Ano	Seção	Chamada de capa	Título	Páginas
1	Set 2007	Capa	3,2,1... Chegou a hora	(referência à chegada da revista ao mercado)	-
1	Set 2007	Dossiê	+ Músculo Vs. Sexo	(H) Alter-Ego – O músculo como extensão sexual de gênero	74-81
1	Set 2007	Pop	New Romantic	New Romantic	92-93
1	Set 2007	Hi-Tech	Mundo digital	Qual é a música?	98
1	Set 2007	Noite	Batalha de carão – quem nunca fez?	Batalha de carão	70-73
1	Set 2007	Comportamento	Boys wanna dance – balé, moda e testosterona	Boys wanna dance	30-37
1	Set 2007	Beleza	20/30/40/50 – 4 homens, 4 idades, 4 modos de ver a vida	20/30/40/50	62-69
2	Nov 2007	Capa	O segredo da casa	(conjunto de reportagens sobre decoração e saúde)	-
2	Nov 2007	Comportamento	Futebol que se assume	A copa é nossa	22-31
2	Nov 2007	Artsy	Topwear Vs. underwear	Freestyle canetinha	38-41
2	Nov 2007	Beleza	Pêlos, melhor mantê-los?	Pêlos, melhor mantê-los	110-112
2	Nov 2007	Pensata	Neonarcisismo	Neonarcisismo	94-95
2	Nov 2007	Purpurina	Pão-com-ovo	Fundamento pão-com-ovo	98-101
2	Nov 2007	Ensaio	Garotos do Arpoador	Arpoador In	62-71
2	Nov 2007	Consumo	Sneakers	Cultura sneaker	122-123
2	Nov 2007	Casais	12 homens, 06 casais	Amor vida real	42-51
3	Fev 2008	Ensaio	Tattoo – Amor à flor da pele	À flor da pele	74-81
3	Fev 2008	Moda	Bondage	Nós – Submissão. Dominação. (I)Mobilidade. Cordas. Fetiche para as massas. Fetiche para todos nós.	86-93
3	Fev 2008	Exclusivo	Bears	Woof – Mike Smarro faz sucesso ajudando a criar a iconografia da	82-85

				moderna comunidade dos ursos	
3	Fev 2008	Moda	Marcas de sunga	Marcas de sunga	58-65
3	Fev 2008	Viagem	Thelma e Luiz – on the road com a melhor amiga	Thelma e Luiz	118-121
3	Fev 2008	Internet	O poder dos blogs – quem é quem na blogosfera	Blogger Power	14-15
3	Fev 2008	Dossiê	E Cristo, Buda, Maomé com isso?	Entre a fé e o desejo	100-105
3	Fev 2008	Esporte	Esporte + diversão =gay bikers	Diversão entre as pernas	26-31
4	Abr 2008	Dossiê	Amor & Sexo na prisão	Fora do armário, dentro da cela	102-105
4	Abr 2008	Internet	Queer nerds – quadrinhos, homens e joysticks	A revolta dos nerds	38-41
4	Abr 2008	Beleza	Tudo sobre cabelo	Tudo sobre cabelo	110-113
4	Abr 2008	Drama	Namoros sempre acabam em barraco?	Histórias de amor sempre acabam mal	116-119
4	Abr 2008	Esporte	No vestiário com os rapazes do vôlei	Pódio – time de vôlei treina firme para representar o Brasil nas Olimpíadas Gays de 2009	36-37
4	Abr 2008	Moda	Backstage boys	Bastidores	92-99
4	Abr 2008	Moda	Moda cama	Já pra cama! Conforto e liberdade na hora de dormir é mais que essencial	74-83
4	Abr 2008	Moda	Príncipes urbanos	Príncipes urbanos	68-73
4	Abr 2008	Noite	5 clubes, 5 estilos	Clubwear	48-57
5	Mai 2008	Dossiê	Irmãos e gays – meninos e meninas contam como assumiram em família	Irmãos e gays	110-113
5	Mai 2008	Pop	Garotos desfrutam 15 minutos de fama na internet	Internéticas	98-99
5	Mai 2008		Personal Trainers	Força garoto! Um personal trainer para chamar de seu	44-49
5	Mai 2008	Pensata	Visibilidade: perdas e ganhos no culto à imagem	Visibilidade X Visualidade – filósofo analisa perdas e ganhos no culto à imagem	106-107

5	Mai 2008		Empregadas simpatizantes	Simpatia doméstica – empregadas contam como é trabalhar na casa de homens gays	100-103
5	Mai 2008	Ensaio	Ney Matogrosso Remix	Ícone	54-61
5	Mai 2008	Editor convidado	Bom Retiro cheap & chic	Bonra cheap & chic	26-27
5	Mai 2008	Drama	Os esnobes que não vão à Parada	Nós, os esnobes que não vamos mais à Parada	108-109
6	Jul 2008	Cover boy	65 homens incríveis! Tipo este aqui: o top Carlos Freire	Nocaute	27-37
6	Jul 2008	Moda	Moda – Skatewear e as tendências para o verão 2009	Skate obsession	52-59
6	Jul 2008	Turismo	Turismo – Por que você precisa ir para Berlim a-go-ra	Alguma coisa acontece	112-115
6	Jul 2008	Programão	Finde- Cansado de boate? Se joga na Festa do Peão	Seguuura, bee!!!	80-81
6	Jul 2008	Pop	Pop- Continua na TV a dinastia dos Pablos	Uma nota, maestro!	84-85
6	Jul 2008	Dossiê	Vida Real – Gays que moram nas ruas de SP contam seus dramas e sonhos	À margem da margem	38-43
6	Jul 2008	Urbanismo; Forma	Porrada! Parkour ganha as cidades brasileiras; novo corpo é moldado sob o sol	Uma raladinha não dói/ Por um corpo mais natural	44-47; 48-51
7	Set 2008	Capa	31 modelos de tremer as pernas! Pra começar, 2 Felipes	(Chamada geral)	-
7	Set 2008	Cover boys	Escaldantes – Verão já bomba com homens lindos, livres e bem soltos	Homens de areia	36-51
7	Set 2008	Entrevista	Sem medo – Ney Matogrosso fala sobre tudo: sexo, medos, solidão, aids, drogas, amor e cantadas	Eu sou é homem	52-57
7	Set 2008	Programão	Favela chic – Festa em laje carioca é bafo	Favela underground	58-59
7	Set 2008	Moda	Moda – Vista-se para desafiar o comum	Monocor	60-67

7	Set 2008	Beleza	Antes da faca – Adie o botox com cuidados básicos	Antes da faca	120-123
7	Set 2008	Dossiê	Interior – Como gays enfrentam preconceito e fofoca em cidades pequenas	No banco da praça	68-71
8	Nov 2008	Cover boys/ Performance	Beleza Pura – Da pele negra africana aos garotos dourados das praias, este verão é seu!	Muito além do jardim/ Black Power	26-35/ 46-49
8	Nov 2008	Comportamento	Você também é meio bolacha?	Os bolachas	80-81
8	Nov 2008	Programão	Burning Mary – Sete dias de puro hedonismo no deserto	Corpos em chamas	44-45
8	Nov 2008	Dossiê	Homofobia – sobreviventes contam como superar um coió	A outra face	36-39
8	Nov 2008	Hot Ticket	Seu dinheiro – Saiba o que comprar nos próximos meses	Para manter este corpícho bacana	115-125
8	Nov 2008	Show	Fuerza bruta – os lindos do espetáculo revelam segredos e se exercitam só pra gente	A força que não é bruta	54-57
9	2009	Cover boy/ensaio	Sai do chão, Brasil – rasgue as fantasias e enterre os ossos com Rodrigo Calazans	Fantasia real +	26-35
9	2009	Turismo	Na areia – Testamos as melhores pousadas gay-friendly do litoral brasileiro	Tem cama de casal?	104-108
9	2009	Entrevista	Fora da ordem – o pornógrafo Bruce La Bruce e a crise do capitalismo	O anticapitalista	66-69
9	2009	Saúde	É bomba – Médicos já receitam anabolizantes	É bomba!	100-103
9	2009	Família	Grande família – casal paulista adota quatro irmãos	Família feliz	74-76
9	2009	Inspiração	Clone – Peter Berlin ressurgue em jeanswear	Garotos de Berlin	92-99
9	2009		Seis ponto zero – Aqui não tem só broto, não!	Questão de tempo	

		Moda	Balanção SPF	Brilho preto	53-56
9	2009	TV	Beijinho doce – por que nos identificamos tanto com as malvadas da TV	Má que é boa	18
9	2009	Pop	Tc de onde – você é MLK, BROW, KSDO ou SARADAO?	Bas-fond.com.br	46-47
9	2009	Política	Política – O que Harvey Milk tem a ver com a gente?	Além do arco-íris	70-73
10	2009	Musos	10 homens que amamos	10 homens que amamos	22-31
10	2009	Beleza	Tanquinho – Conquiste o seu com dieta e os exercícios certos	Em busca do tanquinho	104-107
10	2009	Dossiê	Serial Killer – Crimes não inibem sexo no parque	O Horror	82-85
10	2009	Religião	Deus 2.0 – Igrejas inclusivas desafiam dogmas	Deus é di-vi-no!	44-47
10	2009	Mercado	Doritos – Por trás do comercial que causou na web	Bafo de Doritos	32-33
10	2009	Turismo	OutGames – Quer participar de uma Olimpíada já?	A cidade perfeita	72-75
10	2009	Entrevista	Marina Lima - “Tenho inveja dos gays que podem ir às saunas”	Marina Linda	76-81
27	Abr 2011	Ícone /Coverboy	Cláudia Raia – Diva abre o jogo e causa com novo look em ensaio matador / Veja fotos quentíssimas do morenã aqui do lado	Absoluta/ Renato Gabriel – gato encara um boxeador de frente	36-41; 32-35
27	Abr 2011	Entrevista	Macho Man	Macho man, sim, mas pode chamar de Dzi	24-26
27	Abr 2011	Política	Ministra Maria do Rosário: “Estado tem uma dívida com a população LGBT”	A bela enfrenta as feras	42-43
27	Abr 2011	TV	Armando Babaioff – beijo na TV é uma questão de tempo	O surfista apaixonado	20
27	Abr	Música	Disco Teen – Os Justin	Disco Teen	18-19

	2011		Bieber e Rebecca Black mande in Brazil		
27	Abr 2011	Dossiê	Whoof! Nova geração de ursos é mais linkada e bem resolvida	Ursinhos carinhosos	28-31
27	Abr 2011	Esporte	Surfistas assumidos	Como uma onda no mar	44-47
27	Abr 2011	Bem-estar	3 dietas: para secar a barriga, definir músculos e treinar aeróbico forte	O quê comer?	66-67
28	Mai 2011	Cover boy	Tuca Andrada – vilão na TV, gostosão aqui	Ão	28-33
28	Mai 2011	Bem-estar	Academia em casa – Personal inicia série de treinos para ficar fortão sem drama	Fitness	67
28	Mai 2011	Bem-estar	Defesa pessoal – dicas e golpes para se proteger de ataques	Levou, tomou!	
28	Mai 2011	Turismo	Londres- Roteirão da nova cena alternativa	East End Boys	58-60
28	Mai 2011	Dossiê	Final Feliz – Histórias reais de quem saiu do armário	Eu contei	34-36
28	Mai 2011	Relacionamento	Longe dos olhos – Casais contam o que fazem para o relacionamento à distância dar certo	Amor a quilômetros – como sobreviver?	40-43
28	Mai 2011	Ativismo	Punks gays – Rebeldia em dobro	Meu amigo punk	52-53
28	Mai 2011	Mercado	Primeiro emprego – Como conquistar a independência financeira	Do armário ao emprego	50-51
28	Mai 2011	Test Drive	Disque homofobia funciona na real?	Disque para denunciar	48-49
29	Jun 2011	Coverboy	Sem faixa – Lucas Malvacini mostra porque foi eleito Mister Brasil 2011	O rei está nu	28-35
29	Jun 2011	Bem- estar/Fitness	Exercícios caseiros para aumentar e definir o peitoral	Nosso personal Cassio Marcus ensina a malhar o peitoral em casa	82
29	Jun 2011	Test Drive	Test Drive – A marca do carro faz diferença	Quer andar de carro velho, amor?	60-61

			na hora da paquera?		
29	Jun 2011	Política	Governador Sérgio Cabral - “Políticos têm que sair do armário e vencer preconceitos”	A revolução de Cabral	52-55
29	Jun 2011	Especial	Novo pajubá – Atualize seu vocabulário	Cuen the pajubá	78
29	Jun 2011	Dossiê	20,30,40,50 - O que muda no sexo com o passar do tempo	Sexo dos 20 ao 50 e poucos	36-39
29	Jun 2011	Religião	Católico e simpatizante – Paróquias brasileiras que cultivam a diversidade	As paróquias que dizem sim	56-58
30	Jul 2011	Entrevista	Agora vai? Marcos Damigo pronto para dar o beijo mais aguardado da TV	O namorado que sua mãe pediu	28-33
30	Jul 2011	Moda	Especial Moda – 91 looks para vestir no próximo verão	Moda homem	88-93
30	Jul 2011	Coverboy	O mais pedido – Franklin David do jeito que você quer	Sol no inverno	34-41
30	Jul 2011	Bem-estar	Corpaço: A solução contra as estrias/ O segredo das coxas grossas	Lisa e macia/ Poxa, que coxa!	
30	Jul 2011	TV	André Gonçalves: “Fui a saunas fazer laboratório”	Duas vezes gay	26
30	Jul 2011	Test Drive	Sexo artificial – Quase tão bom quanto o de verdade, na pág 48	E que consolo!	48-49
30	Jul 2011	Dossiê	Skatistas gays revelam suas manobras	Rolê de Sk8	42-45
31	Ago 2011	Coverboy	Miro Moreira – Cada vez melhor	Miro – O supermodelo está cada vez mais lindo – e isso é tudo!	32-39'
31	Ago 2011	Moda	Moda para o dia: xadrez + conforto/ Para a noite: muita cor + pouca roupa	Sai do chão / Color, dust	84-95
31	Ago 2011	Bem-estar	Conquiste uma barriga chapada como esta: confira na pág.78	Dieta – Alimentos e suplementos que secam a barriga	78
31	Ago	Entrevista	Rodrigo Andrade	Suave	26-31

	2011		defende seu personagem em Insensato Coração		
31	Ago 2011	Religião	Dossiê Evangélicos – Crivela admite negociar; Magno Malta: “Não há homofobia no Brasil”; A história da pastora que voltou a ser lésbica	O fim da trincheira?	48-50
31	Ago 2011	Bem-estar	Underwear – roupa de baixo para você ficar por cima	Cueca da sorte	80-83
32	Set 2011	Especial	Parabéns pra você – 10 modelos lindos comemoram nosso 4º aniversário na página 54	Os ícones	54-63
32	Set 2011	Coverboy	Erasmu Viana em uma noite ensandecida	Ócio criativo	32-39
32	Set 2011	Test Drive	Eles topam? Repórteres gays penetram nas casas de swing HT	Eles topam?	50-51
32	Set 2011	Dossiê	Todas bate (<i>sic</i>) ²⁴⁷ continência! Dossiê: Homens fardados	Vida guarda – A vida por baixo da farda	40-42
32	Set 2011	Perfil	Musos das picapes – Djs bons de ver e de ouvir	Toca aí, meu lindo	46-49
32	Set 2011	Turismo	Friozinho em Ushuaia ou ferveção em Recife?	Ushuaia, destino gay do fim do mundo/ Recife a mil por hora	78-79, 82-83
32	Set 2011	Beleza	Beleza – Perca a pança sem esforço nem cirurgia	Rumo ao abdomen sarado	86
32	Set 2011	Beleza	9 produtos pra dar jeito na sua pele	Espelho meu	88
32	Set 2011	Entrevista	Zé Celso - “Tenho tesão por um corpo lindo, habitado por uma alma perversa	Zé Celso contra o homem	28-31
33	Out 2011	Coverboy	Teste do sofá – Felipe Aníbal	Força da natureza	32-67
33	Out	Cult	19º Festival Mix Brasil	Festival Maior Melhor	16

²⁴⁷ A expressão no singular, mais do que um erro gramatical, sugere uma apropriação pela revista de uma coloquialidade recorrente no universo gay e nas redes sociais da época.

	2011		invade telas e palcos		
33	Out 2011	Moda	0% de gordura! Mais recheio! 10 sungas, 7 bermudas, uma piscina, na pág 76	Tchibum	156-185
33	Out 2011	Test Drive	Funcionários do sexo – Investigamos e testamos	Casa de atendimento – Dando duro nas saunas e casas de primo	74-75
33	Out 2011	Dossiê	Socos e beijos – relatos verídicos de quem apanhou do bofe que levou pra casa	Dormindo com o inimigo – quando o algoz é o próprio amante da vítima	68-70
33	Out 2011	Fitness/ Beleza	Make para boys, glúteos fortes e muito mais em 69 dicas de cuidados pessoais	Truques de maquiagem para boys/ Agache por um bumbum durinho	188
34	Nov 2011	Coverboy	Tanque de praia – Renato Ferreira	Tensão flutuante – Renato Ferreira Paisagem viva	30-35
34	Nov 2011	(Chamada geral)	Verão a toda – Bíceps maiores, pele bronzeada, regatas, bonés	Quer ter um braço?! Deliciosas cavadinhas	86; 90-93
34	Nov 2011	Portfólio	9 saradões malham pra você ver, na pág 44	Os lasanhas	44-49
34	Nov 2011	Ensaio	Dress like Justin – Aquele visu de Bieber em 6 páginas	Já é	50-55
34	Nov 2011	Moda	Moda navy – elegância máxima ao seu alcance	Navegar é preciso	74-83
34	Nov 2011	Turismo	Istambul, Cuzco, Curitiba, Lisboa, São Paulo – Guia para se jogar no mundo inteiro	(Conjunto de textos sobre as cidades citadas)	65-73
34	Nov 2011	Entrevista	Gaby Amarantos	Gab(ee)y – A poderosa	26-29
34	Nov 2011	Dossiê	Dossiê Gays na periferia – Bom dia, comunidade!	Sou da periferia	36-39
34	Nov 2011	Test Drive	Ungidos no batidão – Hip Hop evangélico e outras festas de Cristo	Coisa de santinhos	42-43
47	Jan 2013	Coverboy	Pablo Morais – o gato da série Suburbia, da Globo	Off road	26-37
47	Jan 2013	Moda	Moda retrô – moderno é revisitar os anos 40	Retrô	58-63

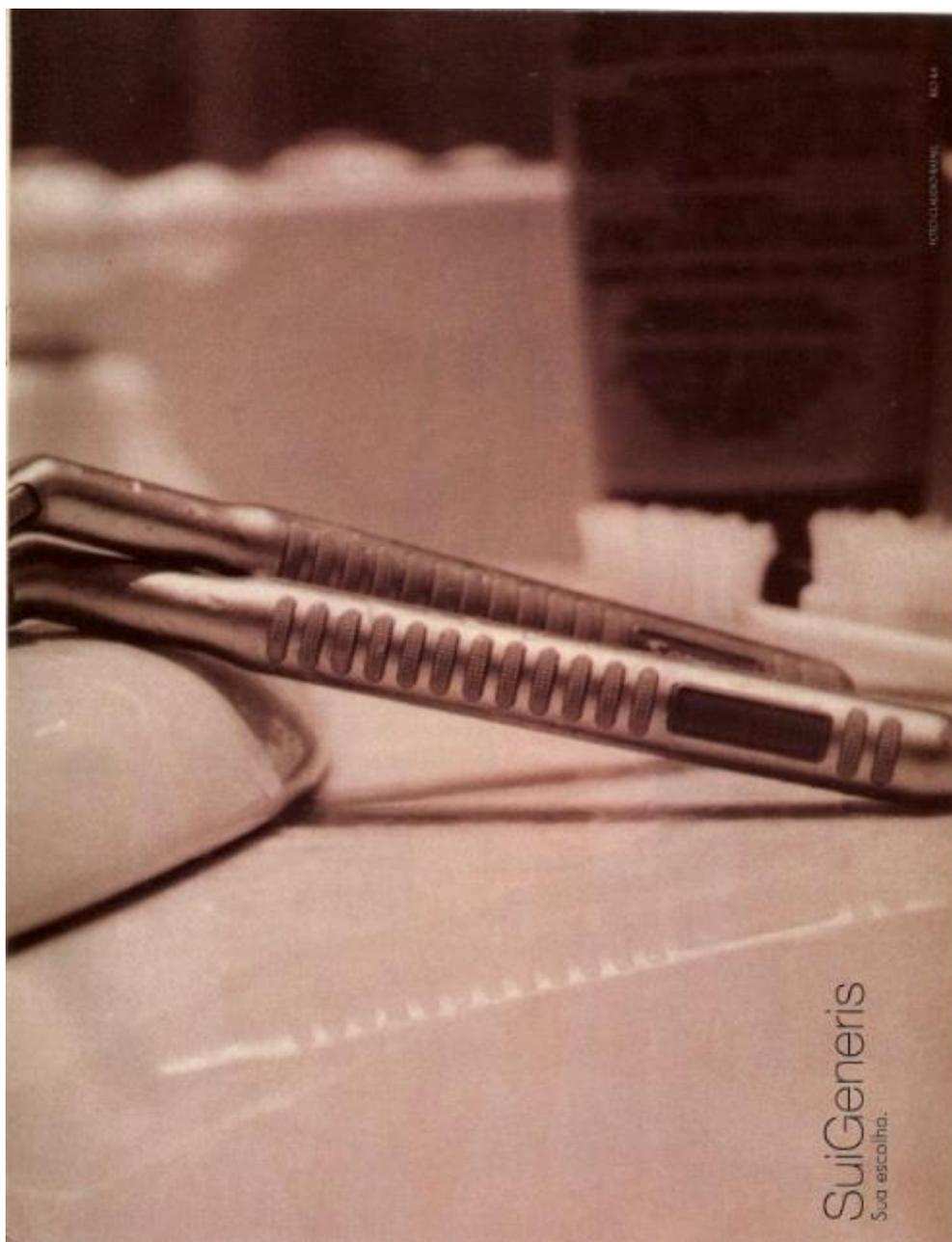
47	Jan 2013	Beleza	Pronto para a praia – Proteja-se do sol sem perder o estilo	Pronto para o sol	70
47	Jan 2013	Perfil	Os 50 + Sexy – Os homens mais quentes do ano	Sexy Dreams	46-55
47	Jan 2013	Horóscopo	Ano novo, pode chegar	Pé na tábuca: entre com tudo no novo ano	78-79
47	Jan 2013	Turismo	Já já é carnaval – O guia completo para se dar bem pelo Brasil	É carnaval	64-67
47	Jan 2013	Entrevista	“Gays de 30 anos são solitários” - Entrevista com Rica Benozzati, host do Programa Sexo no Sofá	Moda, sexo, humor e amor	22-25
47	Jan 2013	Especial	Querem te curar? Jura? Como assim?	Curar o quê?	38-44
48	Fev 2013	Coverboy	Rodiney Santiago – O modelo brasileiro que virou celebridade nos Estados Unidos	Caminho de Santiago	26-43
48	Fev 2013	Fitness	Fitness – Aprenda a fazer o rei dos exercícios	Rei dos exercícios	96-97
48	Fev 2013	Delícias	Ellen Oléria – Vencedora do The Voice Brasil fala conosco, pág. 12	Voz Brasil	12
48	Fev 2013	Dossiê	Meu primeiro beijo – Histórias reais deste momento marcante	Meu primeiro beijo foi assim...	54-56
48	Fev 2013	Especial	Aceito! Casar: agora pode/ Estado de SP libera casamento para gays/ Armamos uma festa de casamento	Vai um bem-casado aí?/ Já pode casar	44-48/ 74-85
48	Fev 2013	Test Drive	Repórter casa e conta	Lá vem os noivos	48
48	Fev 2013	Entrevista	Sunga boy – Papo gostosinho com Caio Braz, o repórter do GNT Fashion	Príncipe da Geração Y	22-25
48	Fev 2013	Orgulho/Política	Entrevista – Deputada Iara Bernardi de volta à Câmara	Iara Bernardi: nova missão na Câmara	70-71
48	Fev 2013	Na Real	Boy Exportação – Os garotos que vão para o	Tipo exportação	66-68

			exterior fazer programa		
48	Fev 2013	Perfil	Profissão de hétero: Isso existe? Frentista gay conta sua experiência	Aê fera, troca o óleo?	50-51
49	Mar 2013	Coverboy	Beto Malfacini – um galã completo	De cair o queixo	26-33
49	Mar 2013	Perfil	Instagram – conheça quem são os reis do aplicativo	Instagatos	48-49
49	Mar 2013	Entrevista	Aislan revela o que interessa do Big Brother	Depois daquele beijo	22-24
49	Mar 2013	Especial	Verdadeira beleza – Negros, índios, ruivos, loiros... a mistura brasileira gerou um país de homens lindos. Já está na hora de termos orgulho do nosso próprio DNA	Brasil de todas as belezas	34-41
49	Mar 2013	Test Drive	Dia seguinte – Tudo sobre o tratamento de 28 dias para quem se expôs ao vírus HIV	A pílula do dia seguinte para o HIV	42-43
49	Mar 2013	Relacionamento	Amor na noite – Namoros entre profissionais das baladas	Amores noturnos	46-47
49	Mar 2013	Tecnologia	Grindr – o gaydar de bolso está dominando o Brasil	Sexo fácil	44-45
49	Mar 2013	Beleza	Queda de cabelo – impeça enquanto é tempo	Pouca idade, pouca telha	68
50	Abr 2013	Coverboy	Jesus brilha com Luz própria	Jesus amado	26-39
50	Abr 2013	Moda	Verão 2014 – Os looks que você vai usar	Roupa de vitrine	64-69
50	Abr 2013	Entrevista	José de Abreu assume que é hétero em entrevista exclusiva	Aberta mente	20-25
50	Abr 2013	Religião	Papa pop – seria Francisco um simpatizante enrustido?	Será um papa pop?	40-43
50	Abr	Positivo	Vida com HIV – nova	Sem medo de ser feliz	78-80

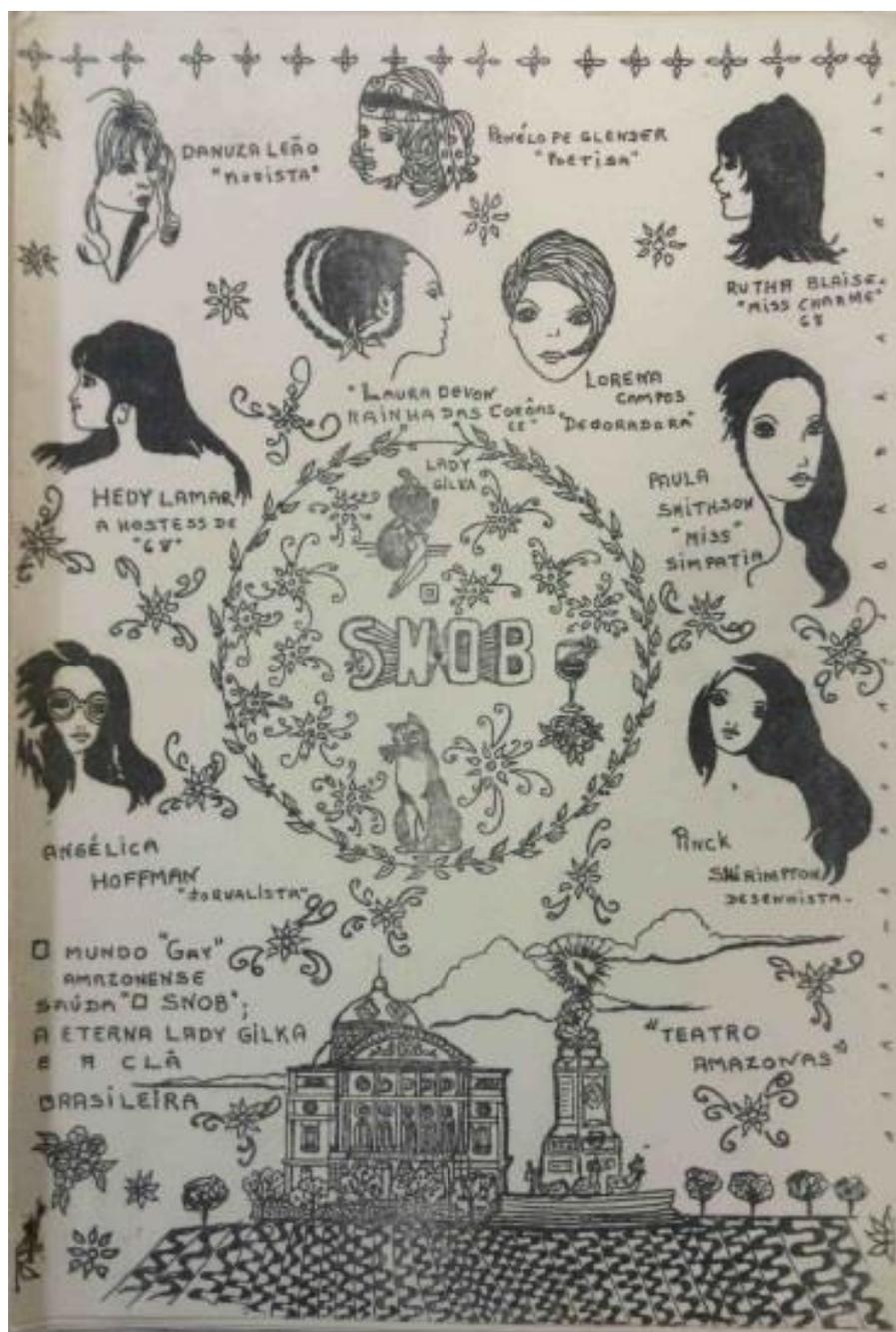
	2013		série aborda cotidiano de quem vive com o vírus		
50	Abr 2013	Dossiê	Como evitar que alguém cometa suicídio	Pra frente é que se anda	44-46
50	Abr 2013	Saladão	Chora, Feliciano! O casamento igualitário toma conta do país	Mapa mais inclusivo	10-11
51	Mai 2013	Coverboy	Gêmeos Coppini: dose dupla	Espelho meu	24-39
51	Mai 2013	Religião	Fé inclusiva – As igrejas que acolhem gays só crescem	Rumo ao céu	54-56
51	Mai 2013	Especial Orgulho 2013	Parada Gay 2013 – As razões para celebrar e batalhar	As razões do orgulho	40-47
51	Mai 2013	Dossiê	Transhomem – tem que ser muito macho pra deixar de ser menina	Eu sou homem	72-74
51	Mai 2013	Tribos	Punks gays – anarquia e viado sim. Vai encarar?	Punks também amam, caralho!	58-60
51	Mai 2013	Entrevista	Edgar de Sousa – entrevistamos o único prefeito assumido do Brasil	O prefeito apaixonado	20-23
51	Mai 2013	Cult	Vida de Mr – Evandro Maia, Mr Gay Brasil 2013	Nocaute de beleza	18-19
51	Mai 2013	Beleza	Corpo perfeito – segredo da boa forma dos Misterys	Corpo de Mister	84-89
51	Mai 2013	Esportes	Futebol – torcidas coloridas	Futebol também é coisa de viado	80-81
52	Jun 2013	Coverboy	Especial Sexy: Saboroso – Pornô, Marc Jacobs e chocolates: Harry Louis conta tudo e mostra quase tudo	Saboroso	26-39
52	Jun 2013	Portfólio	Muitas fotos – provamos porque o homem brasileiro é o mais desejado do mundo	Pele exposta	42-63
52	Jun	Entrevista	Daniela Mercury –	Nossa diva	22-25

	2013		entrevista com a diva: “Eu luto por todos: gays, mulheres, negros”		
52	Jun 2013	Bem-estar	26 apps fora de série que você precisa baixar no seu celular	Além do Grindr	72-75
52	Jun 2013	Direitos	Casamento de verdade? Como a justiça e cartórios recebem os primeiros casais homossexuais	Marido <i>et</i> Marido	70-71
52	Jun 2013	Turismo	Paraíso simpatizante – cidadezinha do meio oeste americano acolhe turistas LGBT há mais de um século	Pequeno paraíso	64-65

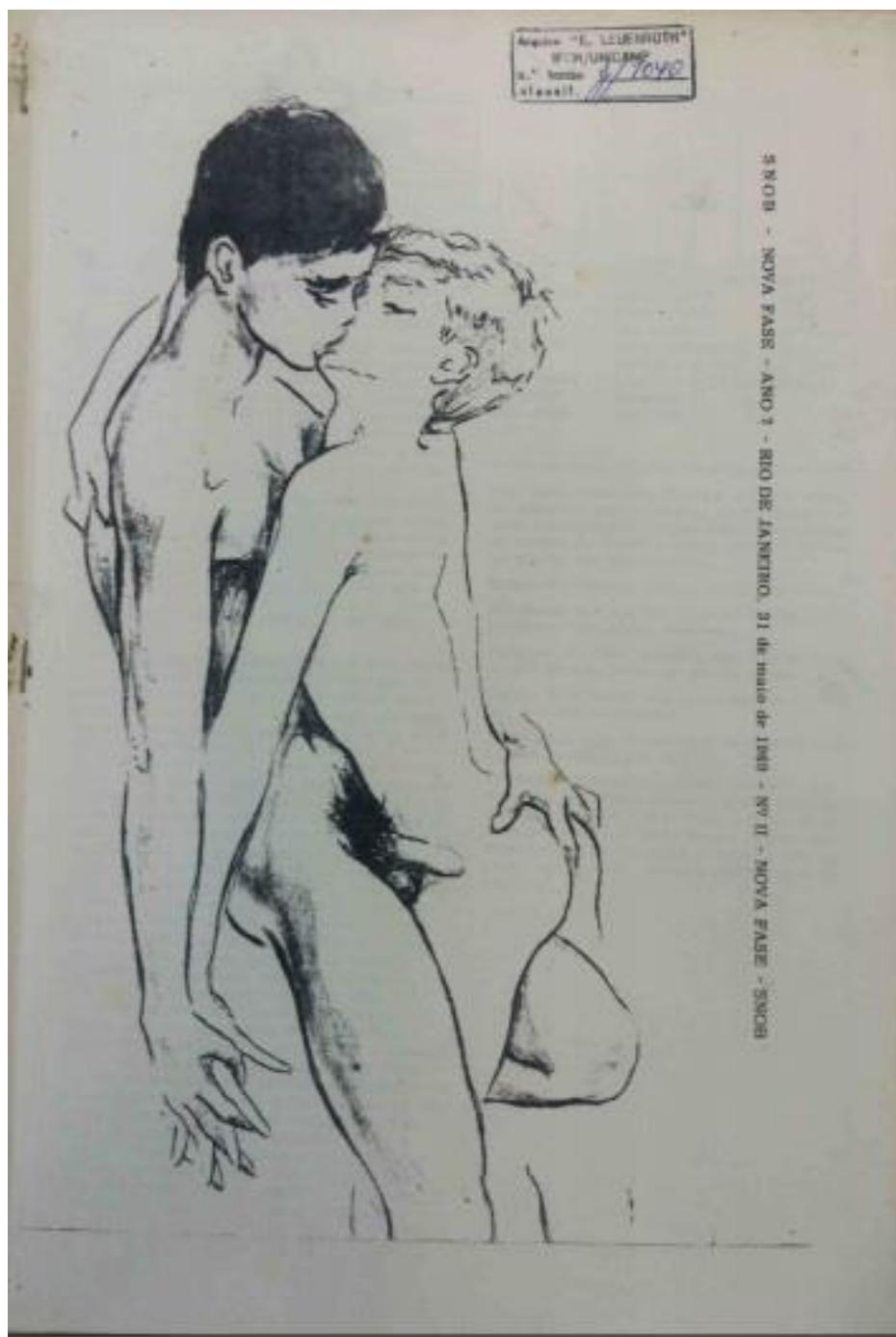
ANEXO C – CALHAU (SUI GENERIS, N. 6)



ANEXO D – O SNOB (CAPA, MARÇO 1969)



ANEXO E – O SNOB (MAIO 1969)



SNOB - NOVA FASE - ANO 1 - RIO DE JANEIRO, 31 de maio de 1969 - Nº II - NOVA FASE - SNOB

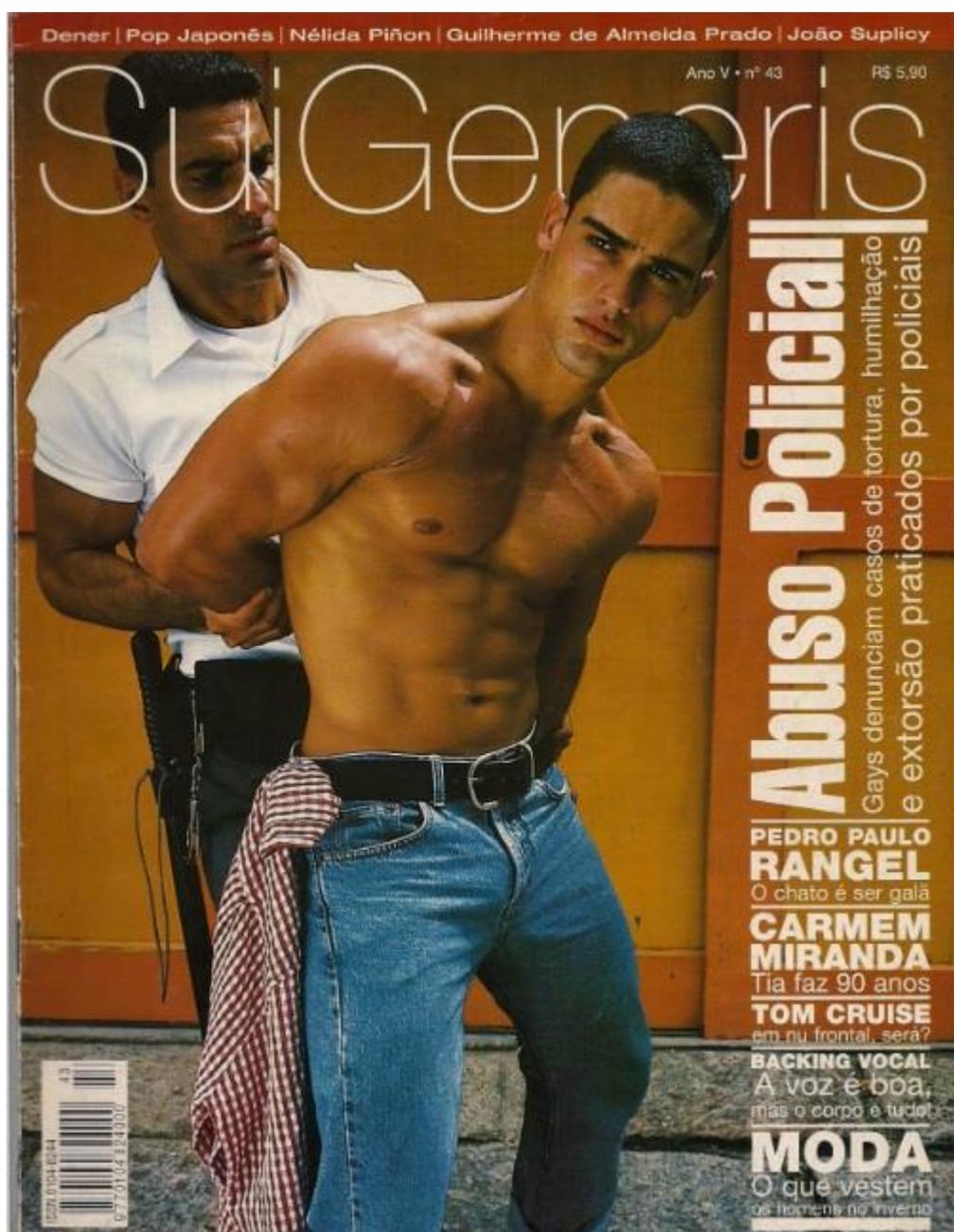
ANEXO F – SUI GENERIS (CAPA, N. 44)



ANEXO G – SUI GENERIS (CAPA, N. 41)



ANEXO H – SUI GENERIS (CAPA, N. 43)



ANEXO I – JUNIOR (CAPA, N. 20)

JUNIOR

revistajunior.com.br
agosto | 2010

Editora **mixbrasil**
ISSN 1609-4001

GOLDEN BOY
O último ensaio de Edilson Nascimento

ALEXANDRE BORGES
leva cantadas na boa

ALIMENTOS
PARA AUMENTAR
MÚSCULOS

QUERO SER HÉTERO
A jornada de quem luta contra sua sexualidade

BRUNO CHATEAUBRIAND
"Vamos ser pais antes do próximo 14 de julho"

TEST DRIVE
Serviços para descolar o príncipe encantado

EM BUSCA DOS BELOS FORA
DOEIXO RIO-SP

QUAL CABELO LHE CAI BEM?

ÁLAMO FACÓ
também tem gay na Grande Família

xangai
fandines relógios
fábio xavier
basquete
mauricio ianés
skate edith modesto
happy rock
casais binacionais

ANEXO J – JUNIOR (CAPA, N. 39)

JUNIOR
 revista junior.com.br

ESTILO
 ÍCONES DO
 ROCK E DO
 CINEMA

DOSSIE
 HOMENS
 VICIADOS EM
 AMOR E SEXO

BELEZA
 NOVIDADES DAS
 CLÍNICAS PARA VOCE
 FICAR MAIS LINDO

NOITE
 ROUPAS PARA
 A PISTA
 pág. 82

DJ DELÍCIA
**BRUNO
 PACHECO**
 BOM DE VER,
 BOM DE OUVIR,
 BOM DE PAPO,
 BOM DEMAIS!

Linda, talra e legal
ELLEN JABOUR
 A apresentadora
 da LUV/MTV falou
 com a gente

Sex drive
**QUANTO É O
 PROGRAMA?**
 Nos infiltramos
 em bordéis hétéros
 - e sobrevivemos
 para contar

Moda para homens
O PREÇO
 Roupas caras, lojas
 vazias. Por que a
 moda masculina
 brasileira não
 decola?

Mulher com mulher
**FAMÍLIAS
 COM DUAS
 MÃES: AMOR
 EM DOBRO**

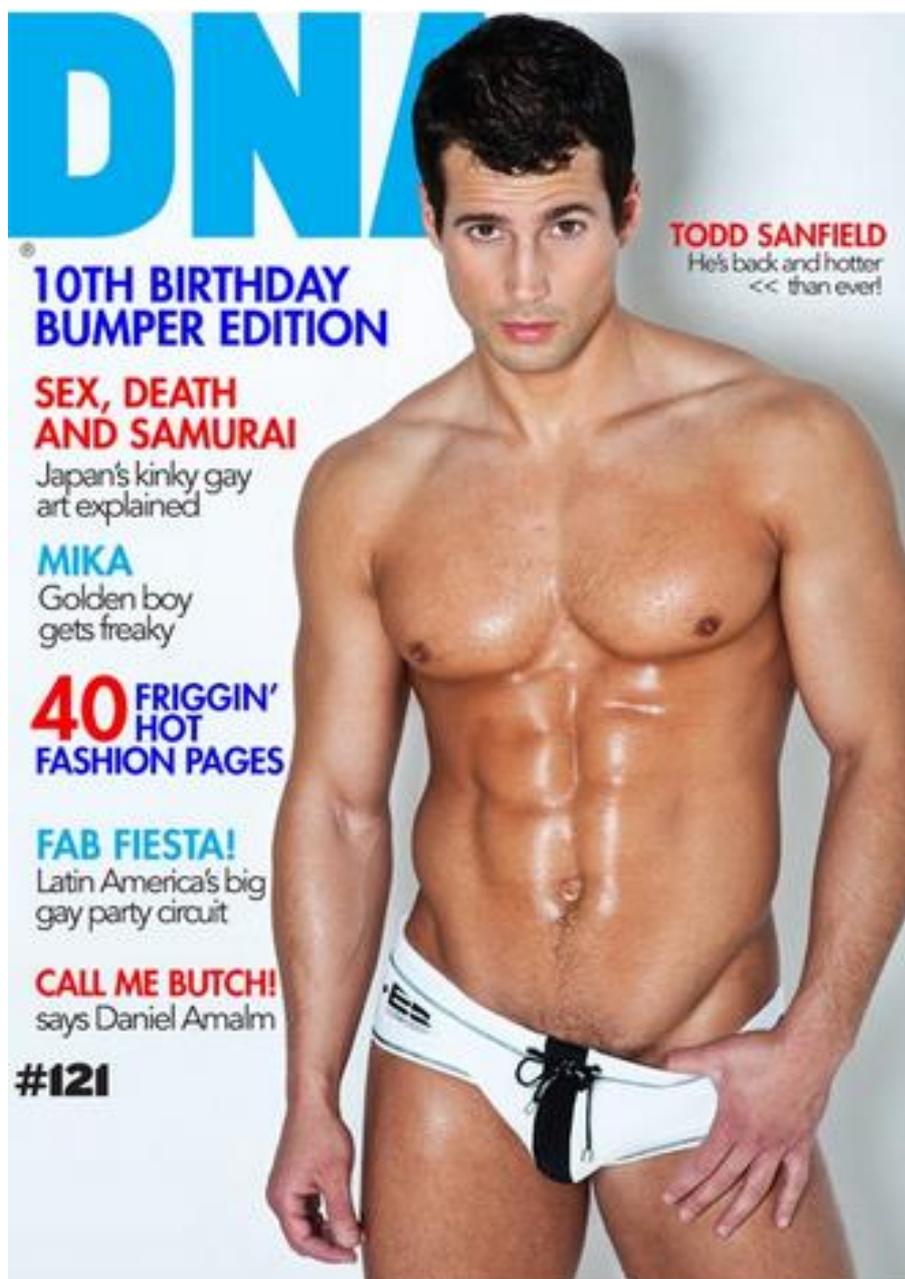
Edição
mixbrasil
 #39 R\$ 12 | €5 | US\$7

9 781200 390000

ANEXO K - REVISTA TÊTU (CAPA, N. 188)



ANEXO L – REVISTA DNA (CAPA, N.121)



ANEXO M - ("FAMÍLIA FELIZ", JUNIOR, N.9)

ANJO JUNHO 2015
FAMÍLIA
 TEREZA MARCELLO



Supriano, Antônio, Rita e Carlos no topo. Do lado, João, o Davi, e o menino de Ribeirão Preto, assim como com Rita Wilson, Rodrigo de Barros, Diana, Paulo Augusto e Hugo

Família feliz

Justiça garante a casal de Ribeirão Preto, em SP, a adoção de quatro irmãos, em rara movimentação da justiça brasileira.

Jão Luciano e Diana Torres conseguiram superar em definitivo quatro crianças. A quatro meses Fábio se juntou aos três filhos naturais de Fábio. Agora a família conta com sete filhos. Não há como dizer que não estão felizes. Mas o motivo está na existência que de cada criança briga para que famílias brasileiras possam se juntar e crescerem felizes e adotar já grande parte brasileira, uma história que vem de Ribeirão Preto, cidade de São Paulo, e um abraço, juramos há 17 anos, os cabanos não são pais de verdade magem. O amor para a paternidade de possibilidade para três filhos naturais de Torres, Fábio, 36, e Diana Augusto, 34, são frutos do casamento feliz, vivenciado pelo casal em 1998. Já Davi, 13, foi concebido quando o casal passou por uma crise e Diana teve uma

grávida de cinco. A relação com as mães não era tranquila, mas o desejo de ter outro filho era forte, principalmente para Fábio Andréoli, mas com certeza na cidade como mãe. Apesar de eu participar da criação dos filhos do Fábio, sempre tive o desejo de ser chamado de "pai", revela, num papo com a JURECO. Depois de estabelecer a ideia de aumentar a família, o casal começou um experimento por um mês, com a ideia de viverem juntos por um período que acabaria ficando. E foi na Casa Café que em 2006, o destino se cruzou entre a frente com um quarto, quando Carlos Wilson e sua, que hoje estão com 10, 11, 12 e 13 anos, foram adotados, após terem sido abandonados para garantir um novo lar depois de um tempo de vida bem difícil. O filho do pai e mãe não são dependentes quanto os irmãos adotados e a chegada de três

28
 ANJO 28

ANEXO N (JUNIOR, CAMPANHA “SIM, EU ACEITO”, N. 20)

