

**TRANSGRESSÃO E FELICIDADE: UMA ABORDAGEM DA TEMÁTICA
HOMOSSEXUAL A PARTIR DAS CARTAS DOS LEITORES ENVIADAS À
REVISTA G MAGAZINE**

Por

Ellis Regina Araújo da Silva

Dissertação apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília
como requisito parcial à obtenção do título de mestre

Fevereiro, 2003

Dedico esta pesquisa a meu pai, Francisco Cardoso da Silva. Ao meu companheiro Emerson que, nos últimos onze anos, tem sido a luz da minha vida e toda a razão para que eu ainda escreva. À amiga Elizete Cristina que pacientemente revisou toda esta dissertação. Ao dar-me sugestões e incentivar-me, ela conseguiu valorizar cada madrugada, cada pensamento, cada leitura desses últimos anos. Espero sinceramente que um dia eu possa retribuir.

Agradecimentos

Sem dúvida alguma esta é uma das etapas mais difíceis. Apavora-me o sentimento de que, por algum motivo qualquer alheio a minha vontade, eu me esqueça de alguém. São muitas as pessoas que contribuíram com essa tarefa. Todas importantes e necessárias.

Início pelo meu professor orientador Denilson Lopes. Humano, silencioso, protagonista dessa história. Há dois anos, escrevi uma carta a ele pedindo que fosse o meu orientador.

Desde essa época, jamais consegui pensar que pudesse ser diferente.

A professora Elen Geraldine que mostrou-me a visão da tranquilidade e do saber do mestre confortador e incentivador. A Elen é uma estrela!

A professora Tânia Montoro que aceitou fazer parte da minha banca de avaliação. Recebo como uma homenagem todas as suas contribuições ao meu trabalho.

Ao professor Lunde Braghni. Pessoa iluminada por Deus. Sem dúvida alguma, a primeira pessoa a achar que esse projeto seria possível.

Aos amigos Eugênio, Débora e Lica, pessoas fundamentais que estão presentes em todos os momentos decisivos da minha vida. Sem elas, certamente, este trabalho não seria possível. A vida foi muito boa ao dar-me amigos como estes.

A toda a equipe da *G Magazine*, em especial Ana Fadigas e Ita Wilde que me receberam em São Paulo, como quem recebe a uma irmã.

A minha mãe, meus irmãos Edilson, Shirley e Jussara. Com certeza, não mereço todo o valor que eles sempre me dedicaram.

A todo o restante da família. Sempre a referência de um porto seguro.

A família do Emerson que sempre torceu por mim e por tudo que faço, em especial ao Rildo que sempre foi nosso companheiro.

Aos amigos Denis, Nalva, Pig e Edilma que acreditaram em mim e deram doses de alegrias a minha vida. Estar com eles é sempre uma festa!

Ao amigo Mario Assunção que me deu a maior parte das revistas que usei. Sem essa contribuição, tudo seria mais difícil.

Ao professor Pedro Jorge. Sempre caloroso e como ele próprio se denomina: um bruxo.

A todos os professores e funcionários do departamento de pós-graduação em comunicação que sempre me receberam com um sorriso.

Ao professor José Jorge Carvalho do Departamento de Antropologia. As aulas dele são
pura poesia.

Ao professor Antônio Barros que certa vez disse que esse trabalho
poderia ser uma boa pesquisa.

A professora Tânia Navarro. Talvez ela não se lembre, mas eu jamais a esquecerei.

As amigas Daniele e Valéria. Presentes em meu coração, para sempre.

A amiga Daniele, da Radiobrás, pelo apoio.

A amiga Gisela que estou aprendendo a admirar.

A todas as pessoas que eu não mencionei, mas que contribuíram direta ou indiretamente
com este projeto.

A todos os leitores da *G* que escreveram as cartas que usei para análise.

A todos aqueles que de alguma maneira se sentirem tocados por esse trabalho.

A Deus e todos os anjos. A luz maior de minha vida.

SUMÁRIO

	página
LISTA DE ANEXOS.....	viii
LISTA DE FIGURAS.....	ix
LISTA DE TABELAS.....	x
INTRODUÇÃO.....	13
Capítulo	
I – A HOMOSSEXUALIDADE EM REVISTA.....	24
O discurso libertino.....	24
O discurso libertino em jornais.....	28
O discurso libertino em revista.....	30
Pornografia e legislação no Brasil.....	34
O discurso libertino homoerótico.....	37
Os jornais cor-de-rosa.....	38
O discurso <i>gay</i> em revista.....	44
O surgimento da revista para o mercado <i>gay</i>	45
II – <i>G MAGAZINE</i> EM REVISTA.....	51
Toda nudez será premiada – o surgimento da <i>G Magazine</i>	51
Folheando a <i>G</i> – um perfil editorial da revista.....	56
O comércio cor-de-rosa - O estilo <i>gay</i> de viver.....	61
O Tio <i>Sam Pink</i>	62
O arco-íris que compra no Brasil.....	64
Os limites inexistentes da fantasia – o comércio que te captura.....	67
Cadê os anunciantes?.....	72
Até onde chega a revista?.....	76
A <i>G Magazine</i> por Ana Fadigas e por Ita Wilde.....	79

III – IDENTIDADE, UMA QUESTÃO DE GÊNERO?	90
A construção da diferença.....	90
O papel de gênero na constituição de uma identidade homossexual.....	92
O múltiplo de nós.....	96
As narrativas como modo de falar de si – as autobiografias.....	98
IV – EROTISMO, ROMANCE E DOR	101
O surgimento das seções de classificados, contos eróticos e seções de aconselhamento	101
Um pouco de açúcar e pimenta.....	102
Fantasias que libertam, fantasias que capturam.....	109
Procura-se um amor.....	113
As múltiplas homossexualidades.....	114
<i>Bibas</i> preconceituosas – a visão que exclui.....	115
A docilização dos corpos – a idealização do belo.....	118
Um discurso de negação.....	121
Não conte a ninguém – o dilema de sair do armário.....	122
Um pedido de ajuda – <i>SOS</i>	124
É difícil ser alegre – suicídio e dor do jovem homossexual.....	127
Escola, casa, igreja e Aids – os espaços de normatização.....	131
É possível proteger?.....	137
ÚLTIMAS ANOTAÇÕES.....	143
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	152
ANEXOS.....	158

LISTA DE ANEXOS

Página

PARA ENTENDER MAIS.....	158
A homossexualidade.....	159
A heterossexualidade.....	161
O lesbianismo.....	162
A bissexualidade.....	164
O travestismo.....	165
A transexualidade.....	166
Homofobia.....	167
ALGUMAS EXPRESSÕES DE SIGNIFICADOS ERÓTICOS E GAYS.....	167
<i>Gay</i>	168
<i>Dragqueens</i>	169
<i>Gender Fuckers</i>	169
<i>Barbies</i>	169
<i>Michês</i>	170
<i>GLS</i>	171
Algumas gírias encontradas na revista.....	172

LISTA DE FIGURAS

Figuras	Páginas
. Ilustração Nº 01-Fotos de <i>Pnups</i>	31
. Ilustração Nº 02: <i>O menino Gouveia</i> (1914).....	37
. Ilustração Nº 03: Capa do número 95 do <i>Snob</i>	39
. Ilustração Nº 04: O último número do <i>Snob</i>	39
. Ilustração Nº 05: Capa de <i>Gente Gay</i>	40
. Ilustração Nº 06: Capa do <i>Lampião da Esquina</i>	42
. Ilustração Nº 07: Primeira edição da revista <i>Sui Generis</i>	48
. Ilustração Nº 08: Revista <i>Sui Generis</i> com a capa do Dia dos Namorados.....	49
. Ilustração Nº 09: As edições Nº 04 e Nº 05 da <i>Bananaloca</i>	54
. Ilustração Nº 10: Capas da <i>G Magazine</i> : edições Nº 01, Nº 01 especial e Nº02.....	55
. Ilustração Nº 11: Capas da <i>G Magazine</i> : edições Nº 33, Nº 28 e Nº 30.....	56
. Ilustração Nº 12: Anúncio de contra capa da <i>G Magazine</i> edição Nº 28.....	68
. Ilustração Nº 13: Anúncio na contra capa da <i>G Magazine</i> edição Nº 02.....	68
. Ilustração Nº 14: Anúncio veiculado na página 20 da <i>G Magazine</i> edição Nº 27.....	69
. Ilustração Nº 15: Anúncio veiculado na página 15 da <i>G Magazine</i> edição Nº 31.....	69
. Ilustração Nº 16: Anúncios da página 52 da <i>G Magazine</i> edição Nº 31.....	70
. Ilustração Nº 17: Anúncio da página 46 da <i>G Magazine</i> edição Nº 01.....	71
. Ilustração: Nº 18: Anúncio da página 18 da <i>G Magazine</i> , edição Nº 29.....	71
. Ilustração: Nº 19: Mapa de distribuição das cartas no país.....	78
. Ilustração: Nº 20: Fotografia de Ana Fadigas.....	79

. Ilustração: Nº 21: Fotografia Ana Fadigas e a secretária de redação	80
. Ilustração: Nº 22: “O menino que brincava de ser” de Georgina da Costa Martins.....	92
. Ilustração: Nº 23: Foto de anúncio da edição Nº 30 da <i>Gi Magazine</i>	101
. Ilustração: Nº 24: Foto de Reportagem da <i>Gi Magazine</i> , edição Nº 52.....	113
. Ilustração Nº 25: Capas das edições Nº 52, Nº 26 e Nº 51 da Revista <i>Gi Magazine</i>	118
. Ilustração Nº 26: Cena do filme <i>Drácula e Frankenstein</i> , do ator alemão Udo Kier, homenageado com uma retrospectiva no <i>Mix Brasil</i> de 2001.....	124

LISTA DE TABELAS

TABELA	página
1. Distribuição da linha editorial.....	59
2. Distribuição da linha editorial.....	60
3. Distribuição da publicidade.....	75
4. Como se nomeiam e nomeiam ao outro.....	114
5. Atributos físicos exigidos nas cartas.....	115
6. Atributos exigidos de personalidade	122

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar cartas de leitores enviadas à revista *gay G Magazine*. Nosso interesse é pesquisar de que forma a identidade homossexual é construída a partir dessas cartas.

A busca de reconhecimento e de pertencimento em um grupo social implica a constituição de uma identidade *gay* “socialmente aceitável”. O que passa não somente pela cristalização de uma identidade *gay* específica, que busca ser homogênea e coerente, mas também pela constituição de um consumidor específico. Assim, um dos vetores de aceitação do *gay* na sociedade, como cidadão legítimo, é a sua capacidade especial de consumir. O mundo comercial *gay* das últimas décadas ligou nitidamente a sexualidade ao desenvolvimento de estilos de vida e de uma economia específica.

Aceitamos que os meios de comunicação de massa não apenas veiculam, mas constroem discursos, produtos, sentidos, identidades e sujeitos. A revista *G Magazine* é um espaço privilegiado de produção de sujeitos. A revista reforça, imagina, dinamiza ou polemiza representações sobre o corpo masculino.

Palavras-chave: identidade, gênero, diferença, homossexualidade, feminismo, revista, cartas.

ABSTRACT

This research has as its main objective the analysis letters sent by readers of the Brazilian Gay Magazine called G Magazine. Our interest is to search the homosexual identity constructed through those letters.

The research for recognition and to be part of a social group lead to a gay identity “social accepted”. What means also a clear specific gay identity, that is homogeneous, but also a specific consumer. So, one of the vectors of the gay acceptability as a true citizen person is his special capacity to buy. The commercial gay world through the last decades linked directly the sexuality to development of life stiles and an ideal economy.

We accept that the mass communication channel no only shows, but also construct speeches, products, feelings and identities, and also human being. The G Magazine is a privileged space of human products. The magazine reinforces, imagine, or provoke representations about the masculine body.

Key words: identity, gender, difference, homosexuality, feminism, magazine, letters.

INTRODUÇÃO

Mesmo após dois anos de pesquisa e muitas horas de meditação diante do material recolhido, começar a escrever é árduo. Como iniciar? Como organizar o material? O que dizer que não tenha sido apresentado nas inúmeras teses e dissertações publicadas todos os anos?

André Gide em seu livro *Os frutos da terra*¹ fala “que a importância esteja em teu olhar, não na coisa olhada” (1986, p.18). É difícil fazer escolhas que implicam a renúncia de muitos outros caminhos. O ato de pesquisa é assim, supõe conformar-se em renunciar a outros estudos e optar por determinados ângulos que vão significar a ordem e os critérios de pesquisa. Ao escolher um objeto, precisamos selecionar também a perspectiva de análise, o viés de nosso texto; e determinar o nosso lugar de fala, as nossas condições de produção. O lugar de pesquisador não é um lugar de conforto, a pesquisa não é um ato de apaziguamento, mas de conflito, pois apesar de todo o cientificismo é preciso, na maioria das vezes, se deixar levar pela sensibilidade.

Podemos dizer que o ato de escrita tem sido um lugar de colapso, onde o texto é revisto, lido várias vezes, transformado, assujeitado às normas para finalmente não ser mais reconhecido, pois se ao final ele ainda for reconhecido, isto poderá significar que seu olhar permaneceu congelado; por isso, não basta ter um olhar, estabelecer uma escolha, é preciso estar atento para que se mostre as fissuras e as ambivalências.

Esta pesquisa também implicou atos de renúncia para privilegiar uma questão, embora tantas outras tenham surgido durante esses quase dois anos. Contudo, uma avaliação mais atenta mostrou que a maioria dos questionamentos passava por uma única grande questão:

Como a identidade homossexual aparece construída nas cartas dos leitores da revista *G Magazine*?

¹ André Gide morreu em 1951, entronizado como o escritor francês mais importante da primeira metade do século XX. Em 1947, recebeu o prêmio Nobel de literatura. Seu livro *Os frutos da Terra* foi editado no Brasil em 1986 pela editora Rio Gráfica.

Para responder a esta pergunta é necessário, antes, construir um quadro teórico com as categorias privilegiadas para estudo: identidade e homossexualidade. Esse quadro teórico poderá contribuir para esclarecer os elementos articuladores que formam o nosso objeto empírico: as cartas dos leitores da revista *G Magazine*. Nesse sentido, faz-se necessário a compreensão do conceito de identidade o que traz a necessidade de examinar como os papéis de gênero têm interferido na conceitualização de uma identidade homossexual e de utilizar esse referencial teórico para tratar das cartas e da revista.

Explicando os procedimentos de pesquisa

Inicialmente propomos algumas questões: como o material pesquisado foi traduzido para uma nova linguagem: a da interpretação? De que forma o trabalho empírico foi realizado?

Primeiramente, é importante frisar que a própria constituição do problema surgiu a partir de um contato mais íntimo com o objeto possibilitado no primeiro ano de pesquisa, quando foi eleita a análise de conteúdo como primeiro instrumento para mergulho no objeto. Neste sentido, é preciso explicar como foi esse contato, de que forma o material foi organizado e quais passos foram seguidos durante a pesquisa.

É necessário ressaltar que diferentes fases de análise compreendem este trabalho. Uma primeira etapa foi separar todo o material, um momento aberto a todas idéias, reflexões e hipóteses. Esse primeiro contato não desprezou nada, todo material referente ao tema escolhido foi separado e catalogado para leitura.

Após esse contato, elegeu-se como proposta de análise a pesquisa de cinco seções de seis edições da revista *G Magazine*. Neste momento, pergunta-se: Sob que fundamento metodológico essas seções foram determinadas como corpus deste trabalho?

As cinco seções analisadas - *SOS*, *Carta do leitor*, *Contos*, *Procurados* e *Foi Assim* - possuem textos curtos, um tipo de discurso que ocupa sempre as mesmas páginas da revista, apresentando algumas características formais fixas em todas edições. Por essas características o corpus de seis edições compreende um recorte significativo para formulação de hipóteses e questões.

Mas como surgiram as categorias que possibilitaram um recorte e a formulação de hipóteses e questões? Elas começaram a surgir por meio dos elementos apontados pelo instrumento da análise de conteúdo que indicou as categorias que ajudaram na formulação das hipóteses e no surgimento de pistas para a análise de discurso.

Esse procedimento foi fundamentado no trabalho da autora Laurence Bardin (1977) que defende que a análise de conteúdo organiza-se em torno de quatro momentos cronológicos (1977, p.95): a pré-análise, a exploração material, o tratamento dos resultados e a inferência e a interpretação.

Segundo Bardin (1977, p.95), a pré-análise tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as idéias iniciais, desenvolvendo um planejamento. Essa fase compreende a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação de hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.

Essas escolhas não seguem uma ordem cronológica, embora se mantenham estreitamente ligadas, pois a seleção de documentos depende dos objetivos ou, inversamente, os objetivos só são possíveis em função dos documentos disponíveis. A pré-análise tem por objetivo a organização do material mesmo que ela mesma tenha atividades não estruturadas:

- **Leitura flutuante:** estabelece-se contato com os documentos a analisar e conhece-se o texto, envolvendo-se em impressões. Em nosso caso, esse primeiro contato foi feito com as revistas e os livros referentes ao assunto. Nessa fase, tudo de interesse para a pesquisa foi negrito ou recortado sem muita ordem, sem desprezar nada.
- **Escolha dos documentos:** pode acontecer a priori: uma vez determinados os objetivos, escolhe-se o universo de documentos que podem oferecer informações relevantes sobre o problema. Nessa pesquisa, os objetivos foram sendo construídos por meio do contato com o material. Desde o momento que o objeto foi determinado, os documentos a serem analisados, no caso, a revista e todos os materiais referentes ao assunto, foram previamente separados. Estando o universo de pesquisa demarcado, procedeu-se à constituição de um *corpus*, expressão que denomina o conjunto de documentos a ser submetido à análise.

Após esse contato, surgiram as primeiras hipóteses sobre o tema. Segundo Bardin (1977, p.98), hipótese é uma afirmação provisória que um pesquisador se propõe a verificar. É uma suposição cuja origem é a intuição que fica em suspenso enquanto não for submetida à prova. Para a autora, é a finalidade geral a que se propõe o quadro teórico ou pragmático.

O recorte das cinco seções de seis edições da revista *G Magazine* reúne quinhentas e cinquenta e uma cartas. Essas edições compreendem o período de novembro e dezembro de 1999 e janeiro a abril de 2000. No total, oitenta e três cartas referentes a novembro, setenta e nove de dezembro, cento e duas de janeiro, noventa e oito de fevereiro, cento e uma de março e oitenta e oito de abril.

Nesse momento inicial, procedeu-se a busca de respostas às questões necessárias para um conhecimento maior do objeto:

- De onde vêm essas cartas?
- De que Estados e regiões brasileiras elas são procedentes?
- Qual a idade dos leitores que escrevem?
- Quais os atributos físicos e psicológicos que possuem e procuram no outro?

Essas questões foram agrupadas em quadros estatísticos referentes às seguintes variáveis:

- Localização geográfica;
- Faixa-etária;
- Perfil físico;
- Perfil sexual e psicológico.

Inicialmente, os dados referiram-se a cada revista. Depois, os dados foram agrupados em estatísticas gerais referentes ao conjunto pesquisado. As categorias apontadas nesses quadros estatísticos foram utilizadas como um primeiro caminho para análise de discurso a ser realizada, por isso elas estão distribuídas ao longo da pesquisa sem uma sistematização.

Na verdade, essa organização parte das necessidades que vão emergindo durante o processo de análise. Busca-se, nesse momento, articular essas categorias como elementos

formadores das próprias hipóteses que, na verdade, só surgiram após o contato mais íntimo com o objeto. As hipóteses que surgiram apresentaram-se como as seguintes questões:

- Quais são as múltiplas identidades que o homossexual comporta?
- Existe uma identidade homossexual dominante, um pensamento hegemônico de uma identidade *gay* que define como é e quem pode ou não ser homossexual?
- O indivíduo homossexual também pode estar encapsulado dentro de uma identidade fixa com experiências pré-estabelecidas?
- O homossexual está num espaço de fronteira. A fronteira é algo que por excelência vai contra uma tipificação. É possível, neste caso, estereotipá-la?
- Como é possível que os prazeres da fantasia sexual sobrevivam às pesadas demandas da interrogação moral?
- Podemos submeter os prazeres à análise e à interpretação?
- Como os prazeres experimentados pelas pessoas no sexo são pensados e regulados nos discursos existentes na revista?

Concluída a fase estatística e formulada estas hipóteses iniciais, procurou-se articular as categorias apontadas na análise com a revisão bibliográfica efetuada durante todo esse processo. A partir dessa etapa, iniciou-se o exame do aspecto discursivo das cartas. Nessa fase, elegeu-se a análise de discurso, destacando-se a escola francesa. Complementou-se o critério estatístico com a busca do processo de produção de sentidos.

Cumpre-nos esclarecer que nessa fase da pesquisa utilizamos as técnicas desenvolvidas pela pesquisadora e docente do Programa de Estudos de Pós-graduados em Psicologia Social da PUC-SP, Mary Spink Jane e pela pesquisadora da PUC Vera Mincoff Menegon (2000, p.105). As autoras desenvolveram, junto ao *Núcleo de Pesquisa em Psicologia Social e Saúde* da PUC-SP, várias técnicas de visualização que podem ser usadas como estratégias para assegurar um maior rigor metodológico, como as próprias autoras escrevem: “como uma objetividade possível no âmbito da intersubjetividade” (2000, p.105). Nesse momento, há um confronto possível entre os sentidos construídos no processo de pesquisa e de interpretação e aqueles decorrentes da familiarização prévia com o campo de

estudo da revisão bibliográfica. Procuramos, a partir das categorias apontadas na análise de conteúdo, construir os mapas de associação de idéias, árvores de associação e linhas narrativas criadas por Spink Jane e Menegon.

De acordo com Spink Jane e Menegon (2000, p.107), os mapas de associação de idéias têm o objetivo de sistematizar o processo de análise das práticas discursivas em busca de aspectos formais da construção linguística. Os mapas constituem instrumentos de visualização que têm duplo objetivo: dar subsídios ao processo de interpretação e facilitar a comunicação dos passos subjacentes ao processo interpretativo. A construção dos mapas, proposta pelas autoras, inicia-se pela definição de categorias gerais de natureza temática que refletem, principalmente, os objetivos da pesquisa. Neste trabalho, as categorias foram definidas a partir dos elementos recorrentes na análise de conteúdo. Junto a essas categorias, são relacionadas as seqüências dos textos trabalhados, respeitando-se a ordem de fala existente nas cartas.

Seguindo a proposta das pesquisadoras (2000, p.107), os mapas não são técnicas fechadas, o próprio processo de análise pode levar a redefinição das categorias anteriormente propostas pela análise de conteúdo. Interessava, sobretudo, nesta fase da pesquisa identificar possíveis apontamentos referentes às hipóteses de trabalho como a construção de uma identidade hegemônica *gay*, a construção de estereótipos, a produção da fantasia, a linguagem da transgressão.

Nesse momento, iniciou-se a construção de árvores de associação, idealizadas por Spink Jane e Menegon. As árvores de associação permitem visualizar o fluxo das associações de idéias de cartas diferentes. Nos mapas de associação, em uma mesma carta são trabalhadas as categorias recorrentes da análise de conteúdo. Nas árvores de associação, as categorias são trabalhadas no conjunto do universo pesquisado.

Outro instrumento utilizado, em especial, para análise dos contos e relatos foram as linhas narrativas. Segundo Spink Jane e Menegon (2000, p117), como nem sempre as histórias são contadas de maneira linear, as linhas narrativas constituem esforços de compreensão pautados numa perspectiva temporal que nem sempre faz justiça à construção argumentativa. As linhas narrativas são apropriadas para esquematizar os conteúdos das histórias utilizadas

como ilustrações e/ou posicionamento identitários. Esses esforços nortearam toda tentativa da análise de discurso.

O uso combinado das diversas técnicas, análise de conteúdo, mapas de associação de idéias, árvores de associação e linhas narrativas, funcionou como fonte de indicadores para análise de discurso. As categorias apontadas por esses instrumentos são usadas como formas de sentidos em ação, construções que dão sentido à experiência.

A grande interrogação é como essas categorias são socialmente construídas? Haja vista que, segundo o pensamento de Spink Jane e Menegon (2000, p78), essas categorias são estratégias lingüísticas, presentes na própria organização da linguagem, utilizadas para classificar e explicar o mundo. Essa capacidade classificatória possui especificidades vinculadas ao contexto que as produzem.

Segundo o pensamento de Mary Spink Jane e do pesquisador Benedito Medrado integrante do *Núcleo de Pesquisa em Psicologia Social e Saúde* da PUC-SP (2000, p.41.42), o sentido é uma construção social utilizada pelas pessoas para compreender e lidar com as situações e fenômenos. Os autores defendem que a produção de sentidos não é uma reprodução de modelos predeterminados, mas uma prática social, dialógica que implica a linguagem em uso. A produção de sentidos busca entender tanto as práticas discursivas que atravessam o cotidiano (narrativas, argumentações e conversas, por exemplo) como os repertórios utilizados nessas produções discursivas.

Segundo Spink Jane e Medrado (2000, p.44), é inegável que existem prescrições e regras lingüísticas que orientam as práticas discursivas das pessoas e que essas regras tendem a manter e reproduzir discursos. Embora o conceito de discurso aponte para uma estrutura de reprodução social onde a linguagem é vista a partir de suas regularidades, ao se procurar entender os sentidos da linguagem em uso, passa-se a focalizar a não-regularidade e a diversidade das práticas discursivas. De acordo com os autores, o conceito de práticas discursivas remete aos momentos de ressignificações, de rupturas, de produção de sentidos, os momentos ativos do uso da linguagem nos quais convivem tanto a ordem como a diversidade.

Ao definir práticas discursivas, Spink Jane e Medrado (2000, p.45) postulam o seguinte conceito: “Podemos definir ‘práticas discursivas’ como linguagem em ação, isto é, as maneiras a partir das quais as pessoas produzem sentidos e se posicionam em relações sociais

cotidianas”. Segundo os dois pesquisadores (2000, p.47), os repertórios interpretativos são as unidades de construção das práticas discursivas, o conjunto de termos, descrições, lugares-comuns e figuras de linguagem que demarcam o rol de possibilidades de construções discursivas, tendo como parâmetros o contexto em que essas práticas são produzidas.

O filósofo francês Michel Foucault (1968) no texto: *Sobre a Arqueologia das ciências. Reposta ao círculo da epistemologia* explica que a análise de discurso tem uma finalidade de aprender o enunciado na estreiteza e na singularidade de seu acontecimento, de determinar as condições de sua existência, de fixar de maneira mais justa os seus limites, de estabelecer suas correlações com outros enunciados aos quais ele pode estar ligado, de mostrar que outras formas de enunciação ele exclui. De acordo com Foucault, não se procura absolutamente, por baixo do que é manifesto, o falatório em surdina de um outro discurso. Deve-se mostrar por que ele não poderia ser diferente do que é, em que ele exclui qualquer outro discurso, como ele ocupa dentre os outros e em relação a eles um lugar que nenhum outro poderia ocupar. Foucault diz que a questão própria da análise de discurso poderia ser formulada da seguinte maneira: qual é essa irregular existência que emerge no que se diz – e em nenhum outro lugar?

Segundo a pesquisadora Eni Puccinelli Orlandi (1999, p.20,21), em seu livro *Análise de discurso princípios e procedimentos*, a análise de discurso distancia-se do conceito que dispõe emissor, receptor, código, referente e mensagem. Para a análise de discurso não há somente de transmissão de informação e não há linearidade na disposição dos elementos da comunicação. Ela não admite um só código em um processo sequencial. Segundo a autora, a análise de discurso considera que há um processo de significação e que ao invés de mensagem, a proposta é o estudo do discurso, “(...) as relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variados. Daí a definição de discurso: o discurso é efeito de sentidos entre locutores” (1999, p.21).

É por esse ponto de vista que é tratado o tema proposto nesta pesquisa, tomando como centro o objetivo de examinar sob o aspecto discursivo, o problema da constituição e expressão da identidade homossexual nas cartas dos leitores enviadas à revista *G Magazine*. É importante dizer que durante todo o processo de pesquisa nos preocupamos em trabalhar a materialidade dos textos encontrados nas cartas. Dessa forma, não nos preocupamos com o

caráter verdadeiro ou falso das mensagens, mas sim em pensarmos como essas narrativas seriam capazes de ressignificar experiências cotidianas. Mesmo porque, pensar no caráter autêntico dessas narrativas é pretender apagar o incontornável e inevitável mundo simbólico da mensagem. Inspiramos-nos no pensamento do Professor e pesquisador da Universidade de Brasília, Sérgio Porto, que, ao analisar a linguagem de *chats* na Internet, falou em uma verdade da Internet. Já que não podemos garantir o caráter autêntico dessas mensagens, optamos por pensar em uma verdade da revista, uma pequena verdade (*G Magazine*), expressa nos documentos pesquisados no *corpus* do trabalho.

O que te mobiliza é a tua justificativa

Os relatos das cartas dos leitores expõem uma faceta da sexualidade homossexual difícil de se apreender em pesquisas. Os leitores, ao revelarem seus temores, problemas, fantasias mais íntimas, com a segurança de um anonimato, têm um motivo condutor de reescrita da narrativa do eu. Ao procurar analisar como a sexualidade tem afetado a vida dos indivíduos na sociedade moderna, o pesquisador Anthony Giddens (1993, p.88 e 90), diz que em uma ordem pós-tradicional, a narrativa do eu tem de ser continuamente reelaborada, e a ela, alinhadas as práticas do estilo de vida em que a identidade sexual forma uma parte central da narrativa do eu. De acordo com Giddens (1993, p.25), na atualidade, a sexualidade tem sido descoberta, revelada e propícia ao desenvolvimento de estilos de vida bastante variados “(...) é algo que cada um de nós ‘tem’, ou cultiva, não mais uma condição natural que um indivíduo aceita como um estado de coisa preestabelecido”. Na opinião de Giddens, as escolhas de estilo de vida constituem a narrativa reflexiva do eu.

A importância de um estudo mais detalhado da revista *G Magazine* como produto cultural, pode assim ser qualificado utilizando este pensamento de Giddens (1993, p.39): “Na área do discurso sexual, os textos que informam, analisam e comentam a sexualidade, na prática são de muito mais longo alcance em seus efeitos do que aqueles abertamente propagandistas”. Para Giddens (1993, p. 39-40), trabalhos que visem a analisar o que se está passando em uma área particular da atividade social podem influenciar e iniciar debates. Essas

discussões podem se tornar parte de um domínio público amplo e servem para modificar opiniões de leigos sobre as próprias ações e envolvimento sexuais.

O aspecto científico de tais investigações ajuda a neutralizar a inquietação moral em relação à adequação das práticas sexuais peculiares. Mas, segundo o autor, o mais importante é que o avanço das pesquisas assinala e contribui para uma aceleração do que Giddens (1993, p.40) chama de “reflexividade das práticas sexuais habituais e cotidianas”, em outras palavras, a incorporação reflexiva de conhecimentos sobre o tema.

Giddens (1993, p.41) ressalta que a auto-identidade torna-se particularmente problemática na vida social moderna. Homossexuais masculinos e femininos contestam os estereótipos heterossexuais dominantes; mas segundo o autor, a questão de identidade sexual não é só isso, hoje em dia, o eu é para todos um projeto reflexivo, uma interrogação mais ou menos contínua do passado, do presente e do futuro. É um projeto conduzido em meio a uma profusão de recursos reflexivos: terapia e manuais de auto-ajuda de todos os tipos, programas de televisão e artigos de revista.

Ao fazer um levantamento da sexualidade feminina nos anos de 1970, a historiadora Shere Hite (1996, p.927) pontua que, todos nós, homens e mulheres, temos o direito de ver e ler sobre as relações íntimas entre as pessoas e desse modo obter um conhecimento maior nas próprias vidas e sentimentos participando, das vidas e percepções do outro. Embora as cartas dos leitores enviadas à *G Magazine*, não ofereçam um relato exato das alterações que afetam a identidade homossexual, elas correspondem a expressões de processos de reflexividade que esboçam e ajudam a conformar. Conforme disse Giddens (1993, p.75), “são textos de nossa época”, documentos sobre mudanças pessoais e sociais em andamento, mas também sintomático dessas mudanças.

Com base nessas considerações, constituímos a estrutura dessa dissertação que está dividida em quatro capítulos. Inicialmente, detivemos-nos a analisar o surgimento do tema da homossexualidade no meio impresso que é o nosso objeto de pesquisa. Para isso, argumentamos sobre como o discurso erótico foi se constituindo na imprensa, em especial nas revistas, para então buscarmos como eixo de análise a constituição do discurso homoerótico nas revistas brasileiras. Nesse sentido, estudou-se o processo de segmentação editorial sofrido

pela imprensa e o surgimento da revista *gay* como um veículo comercial para um mercado crescente.

Em seguida, no segundo capítulo, acompanhamos o surgimento da revista *G Magazine* e traçamos um perfil editorial da revista. Particularizamos a análise ao propor que a constituição crescente de um mercado consumidor de homossexuais ainda encontra resistências no mercado editorial. Encerramos essa etapa com a análise que a própria direção da revista traça da *G Magazine* e das cartas dos leitores que chegam até a revista.

No terceiro capítulo, constituímos o referencial teórico que norteia a dissertação: o estudo de identidade e de gênero, buscando articular esses elementos com o tema das narrativas e autobiografias que são o objeto de nossa pesquisa.

No quarto e último capítulo, apontamos os resultados da análise de conteúdo e buscamos complementar o estudo com a análise de discurso das cartas dos leitores. Buscamos, nesta etapa, identificar com quais outros elementos o discurso homossexual articula-se: fantasias, erotismo, romance, preconceito, idealização do belo, clandestinidade, medo, suicídio, dor e normatização. Ao final da dissertação, apresentamos as considerações finais da pesquisa, a referência bibliográfica e propomos um glossário que busca mostrar o significado de alguns termos, e como eles foram se constituindo como discurso.

CAPÍTULO I

A HOMOSSEXUALIDADE EM REVISTA

O discurso libertino

Segundo as pesquisadoras Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.46), no livro *O que é pornografia*, o discurso libertino fala de sexo e expõe abertamente o erótico; estimulando os corpos e dizendo libertá-los da moral. De acordo com as autoras, a afirmação de que o discurso libertino é fruto de sociedades capitalistas não parece acertada, basta lembrar a figura de Marques de Sade, considerado o maior libertino do século XVIII. Contudo, na sociedade capitalista, o imperativo erótico do discurso libertino está, na atualidade, atrelado às marcas do consumo dessa sociedade. Nela, a sexualidade é induzida a manifestar-se, cada vez mais, com a proliferação de *sex shops*, revistas eróticas, pornovídeos e toda uma série de produtos da indústria pornográfica.

É preciso ressaltar que esse discurso que, em princípio, deveria ser de transgressão², também fixa limites e padrões de produção e consumo. Essa espécie de ordenação do obsceno implica numa delimitação do que seja pornografia e o que deve ou não ser proibido. Nesse contexto, a pornografia³ é consumida como um interdito e seus produtos transformados em

² A pornografia se inscreve no universo do proibido. Cada pessoa tem uma forma própria de lidar com as proibições e com a transgressão desse universo proibido. A prática do proibido só é possível na forma de transgressão que está intrinsecamente relacionada à proibição.

³ Pornografia do grego *Porne* = prostituta e *graphein* = escrever (escritos sobre prostitutas). Material erótico explícito, apresentado de forma escrita ou ilustrada, com o propósito de excitar sexualmente ou de satisfazer a curiosidade ou o interesse sexual. A ênfase geralmente recai sobre os detalhes anatômicos, formas mais incomuns da atividade sexual e materiais frequentemente considerados obscenos (Dicionário do sexo, 1989, p.215). Segundo Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.10), é muito difícil definir pornografia, até pela própria relatividade do termo, haja vista, que o que uns consideram pornográfico, não é para outros. De acordo com as

fetiches e desejos. Segundo Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.47), lançando uma cortina de fumaça sobre a repressão, o atual discurso libertino atua no sentido de incentivar a prática sexual no seu sentido estrito; o que interessa é a performance, o desempenho na cama, a eficácia preconizada pela sexologia. Assim, o capitalismo e o consumismo se conjugam para normalizar a sexualidade, eliminando, sobretudo, a diferença. Conforme as autoras (1985, p.84), o que há, na verdade, “(...) é uma mistificação da repressão, que conduz os indivíduos a uma liberdade condicional, sob vigilância de esquemas reducionistas”.

Destacamos que assim como o discurso sobre a pornografia liberou-se, ele foi também intensamente consumido como convém às sociedades de consumo. Um exemplo trata das revistas pornográficas. A cada número anunciam a publicação seguinte, prometendo sempre mais, repetindo velhos *slogans* e clichês. E assim, os impulsos vão se disciplinando e a satisfação é garantida pela repetição do que lhe é conhecido. Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.48) apontam que muito longe disso representar um afloramento do prazer, produz uma satisfação pré-fabricada, descartável e imediatamente repostada pela máquina do consumo, “(...) um ciclo vicioso interminável, incentivado por uma indústria que organiza a transgressão e domestica o desejo. A palavra de ordem é *exibir para controlar*” (1985, 48).

As autoras descrevem esse discurso libertino como a outra face do discurso da moral. Na articulação de ambos, encontram-se os mecanismos de controle e poder. Segundo as pesquisadoras, ainda que exista uma certa tensão entre eles como a censura, as proibições e outras formas de repressão, os dois discursos fazem parte de uma mesma estratégia: a estratégia da sexualidade.

O filósofo francês Michel Foucault em sua busca de se fazer uma história da sexualidade descreveu, em seu livro *História da sexualidade - a vontade de saber* (1999) que nos últimos três séculos, com suas contínuas transformações, em torno e a propósito do sexo criou-se uma verdadeira explosão discursiva. Segundo o autor (1999, p.21), sobre o sexo os discursos não pararam de proliferar em um processo que Foucault denomina como uma fermentação discursiva que se acelerou a partir do século XVIII. Diante desse contexto, segundo Foucault

autoras, ainda que a pornografia seja considerada um produto comum, ela aciona um mecanismo todo particular do ser humano: a fantasia. Nesse sentido, mesmo com todo esforço que a sociedade de massa tem empregado em direção à homogeneização da sexualidade, cada indivíduo possui um modo singular de se relacionar com o material pornográfico

(1999, p.21,22), surge um vocabulário autorizado, onde novas regras de decência filtraram as palavras. Aquilo que Foucault chama de uma “polícia dos enunciados” definiu de maneira muito estrita onde e quando não se era possível falar de sexo.

De acordo com Foucault (1999, p. 26), o homem ocidental, há três séculos, permaneceu atado a essa tarefa de dizer tudo sobre o seu sexo. A partir da época clássica, houve uma majoração constante e uma valorização, cada vez maior, do discurso sobre o sexo. Esperou-se desse discurso analítico efeitos múltiplos de deslocamento, intensificação, reorientação e modificação sobre o próprio prazer. Focalizou-se o sexo por meio de um dispositivo completo e de efeitos variados que não se pode esgotar na simples relação com uma lei de interdição. Essa técnica talvez tivesse ficado restrita à espiritualidade cristã ou à economia dos prazeres individuais se não tivesse sido apoiada e relançada por outros mecanismos. Essencialmente por um interesse público de mecanismos de poder para os quais o discurso sobre o sexo passou a ser essencial. Nesse sentido, Foucault assim se pronuncia:

“Em vez da preocupação uniforme em esconder o sexo, em lugar do recato geral da linguagem, a característica de nossos três últimos séculos é a variedade, a larga dispersão dos aparelhos inventados para dele falar, para fazê-lo falar, para obter que fale de si mesmo, para escutar, registrar, transcrever e redistribuir o que dele se diz. Em torno do sexo toda uma variação de transformações em discurso específicas e coercitivas? Uma censura maciça a partir das decências verbais impostas pela época clássica? Ao contrário, há uma incitação ao discurso, regulada e polimorfa” (1999, p.35).

Segundo o autor, quatro conjuntos estratégicos desenvolveram dispositivos de saber e poder a respeito do sexo a partir do século XVIII (1999, p.99,100):

- Histerização do corpo da mulher: O corpo feminino foi analisado, qualificado e desqualificado como corpo integralmente saturado de sexualidade. Esse corpo foi integrado, sob efeito de uma patologia que lhe seria intrínseca, ao campo das práticas médicas pelo qual foi posto em comunicação orgânica com o corpo social (cuja fecundidade deve assegurar); com o espaço familiar (do qual deve ser elemento substancial e funcional); e com a vida das crianças (uma responsabilidade biológica moral que dura todo o tempo de educação).
- Pedagogização do sexo da criança: Dupla afirmação de que quase todas as crianças se dedicam ou podem se dedicar a uma atividade sexual; e que tal atividade sendo indevida, ao mesmo tempo natural e contra a natureza, traz consigo perigos físicos,

morais, coletivos e individuais; Essa pedagogização manifestou-se principalmente na guerra contra o onanismo, que durou quase dois séculos no ocidente;

- Socialização das condutas de procriação: Socialização econômica por intermédio de todas as incitações, ou freios à fecundidade dos casais por meio de medidas sociais ou fiscais;
- Psiquiatrização do prazer perverso: O instinto sexual foi isolado como instinto biológico e psíquico autônomo; fez-se análise clínica de todas as formas de anomalias que podem afetá-los e procurou-se uma tecnologia corretiva para tais anomalias.

Segundo Michel Foucault (1999, p.100), no século XIX quatro figuras esboçam-se como objeto privilegiado de saber: a mulher histérica, a criança masturbadora, o casal malthusiano e o adulto perverso. Todos se tornaram alvos e pontos de fixação de empreendimentos de saber.

De acordo com Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.48), essa estratégia da sexualidade inaugurada pelas sociedades burguesas do século XVIII, se desenvolveu privilegiando uma dominação: a da mulher. A mesma dupla moral que permite que coincidam os discursos libertino e moralista, orienta dois grandes estereótipos femininos da cultura patriarca; de um lado a “santa mãe” e “rainha do lar” e do outro, a “prostituta pecadora”.

É para criticar essa realidade, segundo as autoras (1985, p. 49,50), que surge um terceiro discurso: o daqueles que propõem uma nova ordem para a sexualidade, recusando-se a aceitar estereótipos tradicionais pautados em estigmas que tão bem se prestam a situações de dominação. Trata-se do discurso libertário proposto pelas feministas e pelos integrantes de grupos homossexuais. Esse novo discurso propõe um deslocamento estratégico no campo da sexualidade com a reinvenção do erotismo e de novas formas de prazer.

Segundo Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.50), esse novo discurso mostra a exploração da mulher nos textos pornográficos que parecem sempre organizados do ponto de vista masculino. Mostra também que a pornografia, em muitos dos casos, veicula uma propaganda que hostiliza e ridiculariza mulheres e homossexuais. Segundo as autoras (1985, p.52), o assunto é ainda mais complexo que isso; por essa razão, é preciso tomar-se cuidado para não cair em fórmulas fáceis que acabem coincidindo com idéias conservadoras

de defesa da censura. Refere-se, na verdade, em se aprofundar a análise das fantasias, ultrapassando sua mera superfície. Isso, segundo as autoras, não invalida as denúncias feitas até agora, mas é necessário aprofundar mais sobre questões a respeito da pornografia⁴. As autoras assim se pronunciam:

“Enfim, o discurso libertário hoje preocupa-se em pensar uma alternativa para a pornografia, ou pelo menos para esta produção que aí está privilegiando os órgãos em detrimentos dos corpos, e os corpos em detrimentos dos seres. Talvez o que se precise – pelo menos para começar – seja de uma pornografia mais democrática: que represente não só as fantasias masculinas, mas também as femininas e homossexuais.” (1985, p.52,53).

O discurso libertino em jornais

O século XIX, em especial a partir da década de 30, assistiu ao surgimento de uma verdadeira onda de publicações de pequeno porte e de curta duração. Essas publicações eram chamadas de pasquins, que, com o correr dos anos foram desaparecendo gradativamente e dando lugar aos grandes jornais que surgiram no final do século.

Segundo o pesquisador Preti Dino, autor do livro *A linguagem proibida: um estudo sobre a linguagem erótica* (1983, p.12), é dentro desse contexto que começa a aparecer uma série de tablóides de caráter obsceno. Eles constituíam uma imitação dos jornais e revistas congêneres de Paris e surgiram como uma ampliação das seções cômicas e das caricaturas dos diários.

Entre essas publicações de cunho obsceno-cômico destacam-se: *O Coiô* (1901-1904), *O Rio Nu* (1898-1916), *O Tagarela* (1902-1904), *O Gavroche* (1902), *O Pau* (1905), *Fiau!*

⁴ Inspirados nos trabalhos de Michel Foucault, estudos contemporâneos sobre a história da pornografia nos mostram que, embora o desejo, a sensualidade e, até mesmo, a descrição explícita dos órgãos sexuais possam ser encontrados em diversos tempos e lugares, o pornográfico como categoria legal e artística parece ser uma noção especificamente ocidental do século XIX. Apenas quando a cultura impressa abriu às massas a possibilidade de ganhar acesso a textos e imagens outrora restritos à elite foi que – revelam os historiadores – a pornografia começou a emergir como representação escrita e visual. Ela foi definida, inicialmente, como todo material que pudesse distrair homens e mulheres das obrigações pátrias (combate, reprodução e trabalho produtivo). Esse contexto suscitou o empenho para a regulamentação cuidadosa do consumo pela sociedade.

Situando-se além dos limites do respeitável ou do bom gosto, a pornografia atraiu preconceitos que, em geral, rondam a cultura de massa, preconceitos manifestos em termos morais, estéticos e pseudocientíficos.

In: (FREIRE, João. Prazeres desprezados: a pornografia, seus consumidores e seus detratores. Lugar Comum. Estudos da mídia, cultura e democracia. Nº 12. setembro – dezembro 2000).

(1903), *O Nu* (1901), *Século XX*, *O Mês* (1906), *Tam-Tam*, *O Diabo*, *O Degas* (1908-1909), *O Trapo*, *O Badalo* (1893-1894), *Os Tomates*, *A Banana*, *O Nabo*, *O Empata* (1906), *Está Bom Deixa* (1903). Quase todas essas publicações, segundo Preti Dino (1983, p13), caracterizavam-se pelo uso de uma linguagem dúbia, maliciosa, em que o elemento obsceno velado era fruto da exploração da polissemia dos vocábulos, dos jogos de palavras e trocadilhos. A matéria interior se distribuía entre pequenas narrativas e versos de motivos libertinos, comentários de fundo crítico-humorístico, capítulos de folhetins, piadas, charadas, mexericos, palpites para o jogo do bicho, notícias teatrais e de bastidores e propagandas.

De acordo com Preti Dino (1983, p14), as publicações possuíam um aspecto lúdico, mas sempre malicioso e aproximavam-se muito do estilo e da ideologia da boemia carioca da *belle époque*; tanto que alguns de seus redatores e colaboradores, encobertos por pseudônimos diversos, eram populares e tradicionais boêmios do Rio de Janeiro como Artur Azevedo e Olavo Bilac. O escritor Olavo Bilac, por exemplo, assinou usando vários pseudônimos, muitas poesias eróticas para *O Rio Nu*, mais tarde identificadas como de sua autoria (1983, p.15).

Preti Dino descreve que o desaparecimento dessa geração de boêmios, paralelo às transformações que o Rio vivenciou na primeira década do século, parece coincidir com a decadência desse tipo de imprensa. O autor assim escreve (1983, p.15):

“De fato, a piada, o trocadilho, a charada, os mexericos, os versinhos de improviso ou de encomenda, as tiradas cômicas eram parte comum da atividade de jornalistas e boêmios, quando a vida social do Rio se concentrava em torno da Rua do Ouvidor e adjacências, locais muito restritos, onde pontificavam esses intelectuais que dedicavam seu tempo à observação e comentário do dia-a-dia político, literário e doméstico, ao relato das intrigas dos bastidores teatrais, à elaboração espirituosa da última anedota”.

Nesse ambiente, nasceu boa parte da matéria lúdica, humorística e obscena que dominava os jornaizinhos da época, muitos dos quais tinham sua redação em plena Rua do Ouvidor. Contudo, a abertura da Avenida Central dispersou a vida da cidade, ampliou-a muito além do grupo de confeitarias e bares do centro do Rio onde se reuniam jornalistas e boêmios. Essa dispersão, segundo Preti Dino, foi uma das causas para a decadência das rodas boêmias e do espírito lúdico que as caracterizava e, indiretamente, da imprensa mais lúdica e obscena.

O desaparecimento desses periódicos se dá por volta do fim das primeiras décadas do século XX. Esse declínio, segundo Preti Dino (1983, p14), deve-se não só ao fator acima citado, mas à exaustão dos motivos eróticos, sempre repetidos, e a um conjunto de circunstâncias históricas e econômicas que acentuaram a concorrência com a grande imprensa. Aliás, quase todos esses jornais não resistiram mais do que alguns anos. Segundo o autor, talvez apenas *O Rio Nu* tenha ultrapassado o limite dos dez primeiros anos do século (1898-1916).

O discurso libertino em revista

No livro *O que é pornografia* as autoras Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.37) apontam que na segunda metade do século XX um tipo de indústria editorial passou a crescer rapidamente. Trata-se da indústria pornográfica. Nessa época, aparecem estudos e pesquisas sobre sexualidade, estimulados pelo avanço da psicanálise e pelas discussões dos grupos feministas e dos grupos homossexuais. O cinema erótico e a fotografia desenvolvem-se de maneira invulgar, e grosso modo, segundo as autoras, a maioria das formas de expressão artística passam a abordar temas sexuais; entre elas, formas de literatura que florescem rapidamente tendo o erotismo como tema central. Nesse contexto, o tema sexo deixou de ser tabu e houve uma verdadeira dispersão da pornografia.

Neste contexto, lá estão elas, em um canto discreto das bancas (atualmente nem tão discreto assim), embaladas com um saco transparente, inevitavelmente em todas as bancas, com menor destaque que as revistas femininas ou os jornais, mas suficientemente à mostra para atender ao seu público: as revistas pornográficas. As promessas de delícias ou desvelamentos de segredos do sexo que se acumulam a cada nova capa, incitam o consumidor à compra, favorecendo o filão mercadológico e motivando a constante produção de novas revistas.



Ilustração Nº 01- fotos de *Pinups*

Fonte: OLIVETO, Paloma. (2002, 11 de abril). Divas de papel. *Correio Braziliense*, p.3.

A partir de um histórico da Editora Abril, a pesquisadora da Unicamp Maria Celeste Mira na pesquisa intitulada *O leitor e a banca de revistas: o caso da editora Abril* (1997) descreve que em 1959, surgiu no Brasil a primeira tentativa de se publicar uma revista erótica para homens. Tratava-se da revista *Senhor*. Lançada pela editora Delta, do Rio de Janeiro, trocando várias vezes de editor, a revista deixou de circular em 1963. Em 1970, foi relançada, mas não obteve sucesso.

Maria Celeste Mira escreve que entre 1966 e 1971, circulou no país, a revista pioneira *Flairplay*, da Editora Efecê. No início, era uma revista de *Pin-ups* - divas desenhadas que reproduziam o padrão de beleza considerado ideal na época: seios fartos, pernas grossas e cintura fina. As *Pin-ups* se tornaram famosas durante a segunda guerra, mas já existiam desde a década de 1930, quando o nu feminino ainda era considerado tabu. Elas surgiram nos Estados Unidos desenhadas em cartões, calendários e maços de cigarros. Uma das *Pin-ups* mais famosas foi a atriz americana Marilyn Monroe) - a *flairplay* não possuía pretensões intelectuais, nem projeto gráfico e nem anunciantes. Segundo seus produtores o objetivo era mostrar as mulheres e nada mais.

Mas a partir do seu décimo número, os editores resolveram melhorar a qualidade da revista, atraindo uma outra faixa de público Além da melhora no aspecto gráfico, a revista passou a reunir articulistas como os escritores Carlos Drummond de Andrade, Vinicius de Moraes, Manoel Bandeira e Nelson Rodrigues. Com o prestígio adquirido pela revista, atrizes da época, como Norma Bengell, Odete Lara, Darlene Glória e Leila Diniz, disputavam para aparecerem em suas páginas. Parecida com a revista americana *Playboy*, a *Fairplay*

equilibrava seu perfil editorial em 60% de artigos e 40% de fotografia de mulheres. Na época, sua circulação girava em torno dos 80 mil exemplares.

Em 1968, a Editora Bloch lança *Ele & Ela*, uma revista erótica que, devido a dificuldade em conseguir anunciantes, posicionava-se como voltada ao interesse de ambos os sexos. Em 1974, a Editora Três dirige-se ao público masculino com *Status* e, no ano seguinte, o circuito de revistas eróticas se completa com a revista *Playboy*. Maria Celeste Mira aponta o aparecimento da *Playboy* brasileira como produto, em 1975. Nessa época, segundo a autora, a editora Abril assinou um acordo com a milionária publicação do americano Hugh Hefner. Como a revista *Playboy* era proibida de circular no país, por causa da censura, a editora resolveu lançá-la como *a revista do Homem*. Suas 140 páginas traziam além de mulheres, humor picante, seções dedicadas ao bom paladar, além de artigos de economia e artes plásticas.

As revistas *Status*, *Ele & Ela* e *Homem* (depois chamada de *Playboy*) disputavam, na década de 1970, o mesmo mercado. Voltadas para o público masculino da classe média, juntas, elas tinham cerca de 500 mil compradores. Nesse contexto, um outro perfil de revistas começa a se formar, buscando uma linha editorial mais popular. Essas publicações com esse novo perfil eram, em sua maioria, de produção e preço mais baratos saídas de pequenas editoras, feitas com muito material estrangeiro.

De acordo com Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.70), em 1980, eram registrados cerca de 160 títulos que circulavam no país com vendagem em torno de sete milhões de exemplares. Nessa época, circulavam no país basicamente três grupos de revistas com material erótico. O primeiro trata de publicações destinadas a um público cujo poder aquisitivo é alto e calcadas em padrões que são comuns a quase todas: *Penthouse*, *Playboy*, *Status*, *Ele&Ela* e *Club*. Essas eram revistas classe A, cujo recheio era fiel a uma receita básica: notícias do *jet-set*, depoimentos de pessoas famosas, artigos políticos, humor, um ensaio fotográfico com mulheres famosas, esportes, a seção de aconselhamento e psicotestes e as propagandas que, entre uma seção e outra, saltavam aos olhos e bolsos do leitor. A não ser pelo ineditismo que cada matéria trazia, a linha editorial mantinha-se a mesma.

No segundo grupo de revistas que circulavam no país na época, estavam as revistas *Cover-boy*, *Eva*, *Macho Sex*, *Velvet*, *Uma idéia erótica*, *Sex Gay*, *Naturalismo*. Essas

publicações se destinavam ao público *gay*, diferentemente das revistas classe A, citadas acima, que se destinavam a casais heterossexuais. Nesse grupo, as revistas possuíam um tratamento gráfico inferior, tanto no papel quanto na reprodução de fotografias. Eram publicações que se valiam de ensaios fotográficos, que representavam em torno de 80% da revista, acionando o sentido da visão, buscando um aspecto *voyeurístico* que todas as publicações trazem, mas que essas privilegiavam em maior grau. Essas revistas não tinham como ponto forte a escrita, o visual presente nos ensaios e no material promocional é que representavam a linha editorial. Presentes no conteúdo estavam pequenas histórias e comentários que insinuavam relações homossexuais ou estimulantes *ménage à trois*, onde não faltavam relações anais e orais.

O terceiro grupo de revistas representava as revistas de fotonovelas e contos eróticos: *Super novela play girl*, *Central privé de fotonovelas*, *central Eva de fotonovelas*, *central Homem de fotonovelas* etc. Essas revistas exploravam a fotografia em quadrinhos com cena de cama, e os contos eróticos privilegiavam a narração picante caracterizada por enredos simples, onde a relação sexual era perseguida ferozmente. Nessas fotonovelas que tinham como valor máximo o prazer, o herói e heroína encontravam o seu *happy-end* na satisfação imediata dos corpos.

A autora Maria Celeste Mira descreve que se observava nas revistas masculinas que circulavam no país, um evidente recorte de classe. Com frequência a linha que separava as revistas mais caras das mais populares, nesse caso, tenha sido traçada pela diferença entre erotismo e pornografia.⁵ Enquanto as bem produzidas são chamadas de eróticas, as populares são designadas de pornográficas. Conforme a autora, embora tanto o erotismo quanto a pornografia tematizem a sexualidade por sua origem etimológica – escritos sobre a vida das prostitutas – a pornografia tem sempre recebido uma conotação mais vil. Maria Celeste Mira assim escreve: “(...) a obscenidade é sempre relativa ao contexto e à oportunidade, *Playboy* trouxe a pornografia *soft* para a mesa do café da manhã (...). No entanto, a pornografia *hard core* continua fora de cena, mesmo após a liberalização dos costumes”.

⁵ Um dos aspectos centrais que norteia as distinções feitas entre pornografia e erotismo está enraizado na própria etimologia da palavra. pornografia – do grego *pornós* (prostituta), derivado do verbo *pernemí* (vender) + *gráfo* (escrever) – põe em relevo sua natureza comercial, referindo-se a escritos de ou sobre prostitutas e seus clientes. O erotismo, porém, tem raízes etimológicas vinculadas ao amor. O erótico, da maneira como ele é tradicionalmente concebido, trata do sexo no contexto mais amplo e intrincado do envolvimento emocional.
In (FREIRE, João. Prazeres desprezados: a pornografia, seus consumidores e seus detratores. Lugar Comum Estudos da mídia, cultura e democracia. Nº 12. Setembro – dezembro 2000)

A pesquisadora argumenta que na sociedade capitalista, o pertencimento de classe cria contextos diferentes, o das revistas dirigidas ao público de bom poder aquisitivo e as revistas populares. Nesse contexto de classe social, o julgamento sobre a obscenidade desloca-se. Com isso, as revistas populares são consideradas, em geral, como pornográficas, e as revistas tipo “classe A” como eróticas.

No estudo sobre erotismo, a autora e pesquisadora da Universidade Federal de Minas Gerais, Lucia Castello Branco (1984, p.18) aponta que muita tinta tem sido gasta para diferenciar erotismo de pornografia. Uma das definições mais corriqueiras refere-se ao teor “nobre” e “grandioso” do erotismo em oposição ao caráter “grosseiro” e “vulgar” da pornografia. Essas definições, segundo a autora, desembocam, invariavelmente em afirmativas do tipo: pornografia é o sexo explícito e no erotismo o sexo está implícito. Segundo Lucia Castello, essas definições estão de tal maneira cristalizadas na sociedade, que apelos comerciais sobre material pornográfico utilizam, em sua maioria, esse aspecto “cenas de sexo explícito”.

De acordo com Lúcia Castello Branco (1984, p.20), essas definições possuem um caráter moralizante ao determinarem que o erótico é nobre e o pornográfico é grosseiro. Essas explicações normatizadoras funcionam como regras reguladoras do comportamento dos indivíduos. Lucia Castelo (1984, p.21) aponta que, com o surgimento da indústria cultural, a distinção entre material pornográfico e material erótico recai forçosamente sobre a distinção de cultura popular e cultura erudita. Passam a ser consideradas eróticas as chamadas obras de arte que abordem temáticas vinculadas à sexualidade; enquanto são considerados pornográficos os materiais sobre sexo, geralmente produzido em série, e com o objetivo prioritário de comercialização e consumo.

Pornografia e legislação no Brasil

Segundo a autora Maria Celeste Mira, durante a década de 1970 a censura prévia exercia um forte controle sobre as publicações obscenas no Brasil. Estava em vigor, na época, o Decreto-Lei, do mesmo ano de 1970, cujo objetivo declarado era defender “a moral e os bons costumes” e “proteger a instituição da família, preservar-lhe os valores éticos e assegurar

formação sadia e digna da juventude”. A juventude, quando do sexo masculino, foi a mais fiel compradora dos chamados catecismos, os famosos quadrinhos pornográficos publicados sob o pseudônimo de Carlos Zéfiro, vendidos, lidos e passados de mão em mão nas décadas de 1950 e 1960. Por este Decreto, a pornografia é compreendida como qualquer publicação ou exteriorização contrária à moral e aos bons costumes e que explore a sexualidade. A ambigüidade de uma legislação como essa, interfere de forma clara na conduta dos indivíduos e sobre suas produções. Assim, as questões sobre o tema eram resolvidas subjetivamente, de acordo com as convicções morais do juiz. Haja vista que não fica claro de que tratam afinal os conceitos de “bons costumes” e “exploração da sexualidade”.

Em 1977, o diretor de censura Federal regulamentou, no Brasil, a publicação de nus, proibindo fotografias que mostrassem os atos sexuais, nádegas completamente nuas, seios totalmente à mostra, região púbica descoberta, modelos em poses lascivas, relacionamento homossexual e indumentárias transparentes que permitissem visualizar partes íntimas do corpo. Segundo Maria Celeste Mira este foi o “anedótico período em que só podia ser mostrado um seio, ou apenas uma das nádegas”.

O fim deste tipo de censura só veio com a década de 1980, quando a revista *Ele & Ela* publica o primeiro nu frontal feminino da história das revistas brasileiras. Com a publicação do nu, a edição esgotou-se em 48 horas e elevou a tiragem da revista de 170 para 420 mil exemplares.

Em 1988, a Constituição Federal garantiu a liberdade de expressão em seu artigo 5º: “é livre a expressão de atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente de censura ou licença”. No Art. 220, que trata da Comunicação Social brasileira, assim está escrito “A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição”. § 1º “Nenhuma Lei contera dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, incisos IV, V, X, XIII e XIV”. § 2º “É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica artística”.

A pornografia é um meio de expressão que tem sua liberdade assegurada como outro qualquer, desde que não se torne ilegal, como no caso de envolvimento de crianças ou o

material ser vendido a menores. A exploração sexual de crianças e adolescentes no Brasil teve sua expressão política na década de 1990, quando o fenômeno, fruto de desigualdades sociais, de gênero e de etnia, foi incluído como questão relacionada à luta nacional e internacional pelos direitos humanos de crianças e adolescentes, preconizados na Constituição brasileira, no Estatuto da Criança e do Adolescente – Lei nº 8.069/90 e na Convenção Internacional dos Direitos da Criança.

No relatório, publicado em 1999, sobre exploração sexual comercial de meninos, meninas e de adolescentes na América Latina e Caribe, o Cecria, (*Centro de Referência, Estudos e Ações sobre Crianças e Adolescentes* (1999, p.25), define a pornografia infantil como “todo material audio-visual utilizando crianças num contexto sexual”. O Cecria cita também a definição da Interpol sobre pornografia infantil: “a representação visual da exploração sexual de uma criança, concentrada na atividade sexual e nas partes genitais dessa criança”. Em maio de 1999, um encontro em Lyon na França sobre pornografia infantil na Internet definiu pornografia infantil como “uma exposição sexual de imagens de crianças incluindo fotografias de sexo explícito, negativos, projeções, revistas, filmes, vídeos e discos de computadores”.

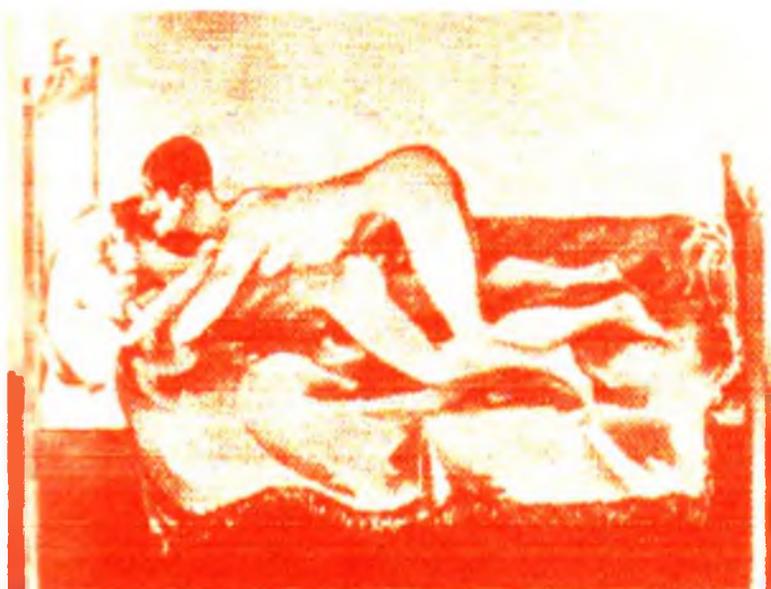
Segundo o Cecria (1999, p.26), a produção pornográfica utilizando crianças e adolescentes constitui exploração sexual e são considerados exploradores os produtores (fotógrafos, *videomakers*), os intermediários (aliciadores e pessoas de apoio), os difusores (anunciantes, comerciantes e publicitários), os colecionadores e os consumidores do produto final.

O Estatuto da criança e do adolescente determina: “Art. 240. e 241. produzir ou dirigir representação teatral, televisiva ou película cinematográfica utilizando-se de criança ou adolescente em cena de sexo explícito ou pornográfica e fotografar ou publicar cena de sexo explícito ou pornográfica envolvendo criança ou adolescente: Pena – reclusão de um a quatro anos”.

A Constituição Federal assim se pronuncia: “Art. 27§4º A Lei punirá severamente o abuso, a violência e a exploração sexual da criança e do adolescente”.

O discurso libertino homoerótico

No livro *Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX*, publicado em 2000, o historiador James Green pesquisou a homossexualidade masculina no Rio de Janeiro e em São Paulo, ao longo do século XX. Segundo o autor (2000, p.68), em 1914, foi lançada no Brasil aquela que talvez tenha sido a primeira pornografia homoerótica brasileira. Ela foi publicada no jornal *O Rio Nu* que trazia em suas páginas mulheres seminuas, *cartuns* picantes, contos e colunas de fofocas.



Segundo Green, *O Rio nu* marcou posição eminente na área do jornalismo satírico e ridicularizou seus concorrentes pelo moralismo de classe média. Por isso, as críticas dos concorrentes não fizeram com que os editores do jornal deixassem de promover a pornografia homossexual.

Ilustração Nº 02: *O menino Gouveia* (1914), talvez a primeira pornografia homoerótica brasileira para homens, cortesia da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro publicada no Livro de James Green, 2000 p.71.

De acordo com James Green (2000, p.68,69), de fato, propagandas para encomendas, via correio, revelam o que parece ser a primeira história pornográfica homoerótica brasileira: *O menino Gouveia*. *O Menino Gouveia* apareceu na publicação *O Rio Nu* em 1914. O livreto de 15 páginas, dividido em quatro capítulos e incluindo uma ilustração de dois homens praticando o intercursos anal, foi publicado como o sexto de uma série de dezesseis contos rápidos. Segundo Green (2000, p.69), “A tiragem exata dessas publicações pornográficas é desconhecida, mas o simples fato de que o sexto da série reproduza um conto insolente sobre deleites eróticos entre homens indica, no mínimo, a existência de algum mercado para o tema homossexual”.

O título desse conto erótico faz um jogo com o termo, da gíria da época, “Gouveia”, ou homem velho que deseja garotos jovens, segundo Green (2000, p.69), “fiel ao gênero da literatura pornográfica, *O menino Gouveia* não é exatamente uma obra-prima de estilo e de prosa, embora, o conto seja escrito num tom agradável, positivo, destituído de qualquer condenação moralista e subliminar das relações sexuais entre homens”.

Segundo Green (2000, p.73), o texto pornográfico e as expressões de humor popular enfatizavam e promulgavam os estereótipos dos chamados “frescos” da época, homens bem-vestidos, efeminados, que se prostituíam para satisfazer seus impulsos sexuais. Nem todas as imagens literárias, porém, reproduzem esse clichê. Em 1895, Adolfo Caminha, um jovem autor, escreveu o romance *Bom-Crioulo* que apresentava uma visão alternativa do erotismo entre indivíduos do sexo masculino no Brasil⁶. Esse romance raro do fim do século XIX, da escola literária naturalista, é uma das primeiras obras com tema explicitamente homossexual na literatura latino-americana. Segundo Green, “*Bom-crioulo* é um romance complexo que envolve múltiplas noções de raça e de sexualidade no Brasil da virada do século”. No romance, Caminha se refere em inúmeras ocasiões, a homens mais velhos que seduzem garotos para obter prazeres sexuais, ao mesmo tempo em que lhes oferecem uma orientação paternal para enfrentarem o mundo. Na verdade, segundo Green (2000, p.75), isso não difere muito das relações descritas em *O menino Gouveia*.

Os jornais cor-de-rosa

O autor James Green (2000, p.252) destacou que as influências da revolução sexual do fim da década de 1960 e o movimento *gay* internacional ofereceram formas diferentes de pensar sobre os papéis sexuais e de relacionar-se perante os modelos hegemônicos. A revolução sexual e o movimento *gay* internacional ajudaram as pessoas a agir com mais abertura em relação à sexualidade. No fim da década de 1960, mudanças culturais passaram a questionar valores e enfraquecer os papéis sexuais tradicionais. Nesse contexto, os jornais e

⁶ Segundo João Silvério Trevisan, *O Bom Crioulo*, talvez tenha sido o primeiro romance de temática homossexual do mundo. Escrito em 1895, o livro retrata o relacionamento entre o marinheiro negro – o bom crioulo – e o marinheiro lourinho, o Amaro, tudo escrito, segundo Trevisan, por um heterossexual, pelo menos aparentemente (Caros Amigos, outubro de 2001).

obras literárias passaram a oferecer novos veículos para a discussão da homossexualidade (2000, p.424).

Segundo Green, os preceitos sexuais e sociais foram abrandados nos anos 60, permitindo uma atitude mais liberal perante a sexualidade (2000, p.262). Nessa época os bailes de carnavais aceitavam a participação de *gays* e recebiam ampla cobertura da imprensa. Os bailes de travestis alcançaram fama internacional e desfrutavam de uma relativa tolerância do público e da polícia. Nesse contexto, no Rio de Janeiro, um grupo de homossexuais começou a fazer circular um pequeno jornal, o *Snob* que chegou a inspirar, com a sua criação, trinta publicações similares no país. O *Snob* era um jornal cheio de fofocas, humor e auto-afirmação (2000, p.253). Sua primeira edição saiu em 1963 e o jornal circulou durante 99 edições.



Ilustração Nº 03: capa do número 95 de o *Snob*, homenageando o editor fundador Agildo Guimarães, Lady Gilka Dantas, agosto de 1968 publicada no livro de James Green (2000), p.299.

De um jornal mimeografado com simples desenhos e traço de modelos femininos, tornou-se uma publicação que incluía trinta a quarenta páginas, trazendo ilustrações elaboradas, colunas, concursos de contos e entrevistas com os famosos travestis do momento. Embora o *Snob* não tenha sido o único periódico caseiro deste gênero, ele foi o mais duradouro e influente.



Ilustração Nº 04: o último número de o *Snob*, em maio de 1969. Cortesia de Agildo Guimarães publicada no livro de James Green, 2000, p.311.

Segundo o pesquisador Edward MacRae (1990), no livro *A construção de igualdade: Identidade sexual e política no Brasil da abertura*, na década de 1960 e no começo de 1970, chegaram a circular 27 publicações dirigidas ao público homossexual no Brasil.

Segundo MacRae (1990, p.65): “No Rio de Janeiro, Agildo Guimarães e Anuar Farah, dois dos principais responsáveis por essas publicações admitem, em entrevista concedida a Leila Micolis, que eram trabalhos ingênuos embora não se pudesse deixar de

reconhecer o seu valor criativo, inclusive quanto aos seus recursos de impressão”. MacRae afirma: “Alguns eram verdadeiras obras de arte artesanais, como os jornaizinhos baianos de um único exemplar, feitos à mão por Waldeiton Di Paula, o *Gente Gay* de 1976, que trazia reduções e reproduções de fatos por processo xerox e uma diagramação moderna” (1990, p.65).

MacRae (1990, p.65) ressalta que a maioria dos textos desses jornais reportavam-se a amenidades e acontecimentos do cotidiano das pessoas, mesmo que também houvesse indicações culturais, reportagens, classificados, concursos de contos, poemas, roteiros *gays*, textos transcritos de jornais ou revistas de grande imprensa assinados por nomes como Darcy Penteadó, Antônio Bivar e outros. Nessas publicações encontram-se *Fotos e Fofocas*, *Little Darling*, *Zéfiro*, *Gay News*, *Jornal do Gay* e em 1980 veio *Baby*, todos como os outros batidos à máquina, com uma tiragem de 50 cópias xerografadas.

Em dezembro de 1976, surge *Gente Gay*, uma versão mais elaborada do aspecto visual e conteúdo de o *Snob*. *Gente Gay*, segundo James Green (2000, p.314), representou a primeira de uma onda de novas publicações que marcaram o início de um movimento politizado de *gays* e lésbicas no país.



Ilustração Nº 05: Capa de *Gente Gay*, uma das primeiras tentativas de lançar uma publicação *gay* de grande circulação, em 1976. Cortesia de Agildo Guimarães publicada no livro de James Green, 2000 p.315.

De acordo com MacRae (1990, p.71), existe um mito de origem do surgimento do jornal. Segundo o autor, a idéia do *Lampião* começou com a visita ao Brasil, em 1977, do editor do *Gay Sunshine*, uma publicação homossexual americana. Winston Leyland veio ao

Nesse contexto, surgiu, durante o período de maior proliferação dos jornais alternativos, um jornal que segundo MacRae (1990, p.71): “motivado pela mesma seriedade de propósitos oposicionistas que os demais, mostrou-se mais questionador da moral vigente, voltando-se para o público homossexual”. Esse jornal teve seu número zero publicado em abril de 1980 e chamava-se *Lampião de Esquina*.

Brasil com o intuito de contatar autores brasileiros, procurando contos para uma proposta de antologia de literatura *gay* latino-americana. O jornalista João Antônio Mascarenhas reuniu, então, um grupo de jornalistas para entrevistar Leyland para o *Pasquim*. O grupo, empolgado com a idéia de lançar no Brasil uma publicação que tratasse de maneira séria a homossexualidade, realizou diversas outras reuniões e ampliou-se com a inclusão de alguns intelectuais. As discussões serviram para mostrar as diversas divergências entre os participantes que, com o passar do tempo, resolveram passar da teoria à prática, produzindo o número zero do *Lampião de Esquina*.

Conforme a expôs MacRae (1990, p.71-72), para financiar o jornal, os idealizadores arrecadaram dinheiro através de uma carta endereçada a 12 mil amigos de homossexuais de todo o Brasil, além de se cotizarem para criar uma editora de capital fixo. O dinheiro arrecadado serviu para financiar os dois primeiros números do jornal em formato tablóide de 20 páginas, que começou com uma tiragem inicial de 10 mil exemplares, passando logo depois para 15 mil.

Edward MacRae ressalta que, desde o seu primeiro número, o *Lampião* já manifestara a ênfase a ser dada à temática homossexual, ridicularizando os tabus sociais e ressaltando os aspectos criativos e prazerosos. Resgatou-se a linguagem do gueto com um uso constante de palavras consideradas de baixo calão, como “*bicha*”, por exemplo. Muitas matérias foram dedicadas às possibilidades de prazer escondidas nas ruas e praias do Rio e outros locais brasileiros. Segundo MacRae (1990, p. 77), geralmente esses temas eram tratados de maneira jocosa e bem humorada. O *Lampião* fomentava a imagem estereotipada de que os homossexuais seriam mais sensíveis, artísticos e inteligentes.

MacRae descreve que depois de um começo vitorioso, com muitas vendas e apoio de diversas áreas identificadas com as lutas das chamadas minorias, o *Lampião* começou a sofrer um sério desgaste. Começaram a surgir publicações sem nenhuma pretensão cultural ou política, mas dispostas a preencher suas páginas com fotos de nus masculinos, contrariamente à decisão de alguns dos conselheiros do *Lampião* que, por princípios políticos, não utilizavam nus para aumentar as vendas do jornal. Isso levou a desavenças no conselho e a demissão de um conselheiro.

Esse fator, afirma MacRae (1990, p.92), aliado aos dissabores internos provocados pela rivalidade existente entre conselheiros residentes no Rio de Janeiro e conselheiros de São Paulo, originou uma desagregação interna que propiciou a derrocada do jornal. O *Lampião*, amargava os altos custos de produção por causa do preço do papel que começou a subir sensivelmente. Já nos números finais, o jornal começou a publicar fotos eróticas. Com essa transferência do enfoque, *Lampião* perdeu a credibilidade, já que pornografia a indústria cultural produzia melhor e mais barato. Embora tenha durado pouco, o jornal marcou a



imprensa brasileira pelo seu vanguardismo nas posições defendidas. Em junho de 1981, saiu o último número do *Lampião*, o 37.

O pesquisador James Green (2000, p.423) argumenta que essas primeiras tentativas de se produzir jornais *gays* falharam por uma série de motivos. Segundo o autor, faltavam aos editores, habilidades jornalísticas e administrativas (distribuição e vendas) necessárias para lidar com um empreendimento em larga escala.

Ilustração Nº 06: Capa do *Lampião* da Esquina. Capa do acervo de João Silvério Trevisan, publicada no livro de João Silvério Trevisan, 2000, p.275.

Contudo, essas publicações aumentaram o interesse do público e assinalaram uma mudança significativa no contexto em que indivíduos cada vez menos passam a ter restrições para assumir uma orientação sexual em uma publicação. Assim, Já na década de 1970, de acordo com Green (2000, p.416), apesar da censura do governo, as informações sobre o surgimento e o crescimento do movimento internacional de *gays* e lésbicas começaram a encontrar espaço na chamada grande imprensa brasileira.

Grandes jornais passaram a publicar artigos que informavam os leitores sobre os protestos, ações legais e atividades voltadas à ampliação dos direitos de *gays* e lésbicas. Alguns exemplos podem ser encontrados no *Jornal da Tarde* que, em 1969, publicou uma reportagem da *Reuters* sobre o “*gay power*” em São Francisco, nos Estados Unidos. Em 1970, *O Globo* publicou uma matéria da *Associated Press* sobre a marcha em Nova York organizada pela frente de liberação *gay*. No ano seguinte, o *Jornal do Brasil* deu espaço em suas páginas

para uma matéria sobre um grupo italiano a favor dos direitos dos *gays* e publicou uma reportagem sobre a segunda marcha anual de protesto de *gays* e lésbicas em Nova York.

O autor James Green (2000, p.417) lembra que, a partir dessa época, os jornais brasileiros passaram a trazer informações aos leitores sobre as reivindicações de *gays* e lésbicas pela legalização do casamento entre pessoas do mesmo sexo e a eliminação da classificação que definia a homossexualidade como doença na Associação Psiquiátrica Americana. Essas manifestações eram esparsas e irregulares. Nessa época, o jornal semanário *Pasquim*, sediado no Rio de Janeiro, possuía uma coluna intitulada “*gay power*” com uma série de notas breves e notícias reunidas e assinadas por Sylvio Lamenha. Essa publicação, de grande circulação em todo o país, empregava o humor como principal arma para criticar a ditadura militar e os costumes sociais conservadores. No entanto, segundo Green (2000, p.419):

“Mas homens efeminados, que não conseguiam transformar a si mesmos em imitações perfeitas de modelos femininos, nem expressavam uma virilidade masculina, não eram tratados de um modo muito lisonjeiro nas páginas do jornal. Muitos números continham piadas grosseiras sobre bichas. E, de fato, o historiador do *Pasquim* José Luiz Braga afirma que o jornal foi responsável pelo uso do termo em todo o país”.

Em 1976, a edição paulista do *Última Hora* passa a publicar uma coluna diária do jornalista Celso Curi intitulada “Coluna do meio” que incluía comentários sobre personalidades *gays* e notícias sobre bares e clubes entendidos no Rio de Janeiro e em São Paulo. A coluna tornou-se um canal aberto para milhares de *gays* de todo o país que queriam fazer contato uns com os outros. Ela serviu de inspiração para outros jornalistas e, em 1977, Glorinha Pereira escreveu uma coluna intitulada “*Guei*” no *Correio de Copacabana*, e o jornalista Antonio Moreno publicou, no mesmo ano, uma coluna chamada “Tudo entendido” que aparecia no diário carioca *Gazeta de notícias*.

A grande imprensa descobrira o filão. Alguns jornais começam, então, a produzir ao menos uma página semanal dedicada ao público *GLS*. É o caso da *Folha de São Paulo*, que possuía uma coluna estritamente *gay*, que depois foi ampliada para a página *Noite Ilustrada*, sob a responsabilidade da jornalista Érica Palomino.

O discurso *Gay* em revista

De acordo com James Green (2000, p.268), até os anos de 1950, o Brasil não produzia nenhuma pornografia masculina homossexual e a importação de material estrangeiro não era facilitada. Por isso as revistas e os concursos de fisiculturismo eram a alternativa mais próxima.

O autor James Green (2000, p.268) relata o episódio de um líder pioneiro de uma das primeiras organizações *gays* norte-americanas chamado Jim Kepner. Em entrevista a James Green, Kepner lembrou que certa vez, no início dos anos 50, os editores de “*One*”, a publicação homófila do “*One Institute*”, sediado em Los Angeles, receberam uma cópia de uma das revistas brasileiras de fisiculturismo acompanhada de uma carta. Segundo Kepner, o remetente desculpava-se pela qualidade da modesta revista, mas explicou que ela se tratava da única publicação desse tipo para homossexuais no Brasil.

Nesta época, o Brasil contava com duas publicações dedicadas ao assunto: *Força e Saúde*, lançada em 1947, seguida de *Músculo*, publicada em 1953. Segundo James Green (2000, p.268) a revista *Músculo* era uma publicação carioca, com cerca de 36 páginas, que mostrava principalmente os bíceps volumosos de campeões nacionais e estrangeiros de fisiculturismo. Atletas musculosos com roupas de banho escassas e justas, com tiras de couro cruzadas no corpo acentuando suas poses, ofereciam estímulo erótico para um público leitor interessado. Além disso, como a revista podia ser encomendada pelos correios, os homens podiam recebê-la em todo o país.

Conforme escreve Green (2000, p.269), de fato existia um subtexto por trás da fachada da revista mensal produzida para brasileiros, uma prova disso foi uma série de ilustrações executadas por Jean Boulet, artista famoso na França nos anos 50, que pintava homens nus e seminus com tendências claramente homossexuais. Em 1952, após obter o quarto lugar no concurso de *Mr. Universo*, João Baptista, astro musculoso brasileiro, foi a Paris, onde pousou para Boulet. Logo depois, os donos de *Saúde e Força* e *Músculo* ofereceram ao seu público a possibilidade de receber uma foto de Baptista acompanhada de quatorze gravuras do campeão brasileiro em “*poses atléticas*” criadas por Boulet. Nas

gravuras, Baptista não veste nada além de uma tapa-sexo de couro preso por tiras de couro levemente amarradas em seus quadris.

Green (2000, p.270) argumenta que os editores dessas publicações conseguiram captar a dualidade de seu público. Os brasileiros que compravam *Músculo e Força e Saúde* simplesmente para se manter atualizados sobre notícias dessa modalidade esportiva no Brasil, cuja federação era comandada pelos editores das revistas, podem não se ter dado conta do erotismo das contribuições artísticas e fotos seminuas, mas os homossexuais compravam as publicações por causa de seus homens musculosos em poses eróticas. Estas revistas forneciam um estímulo excitante para a sexualidade solitária. Acobertada pela fachada de uma publicação esportiva, este era um dos poucos caminhos pelos quais indivíduos distantes do Rio de Janeiro e São Paulo, tinham acesso constante a uma certa pornografia atlética. Uma carta de um leitor da Revista *G Magazine* publicada na edição nº 32 de maio de 2000 refere-se a existência dessas revistas de duplo sentido:

“Janeiro de 1959. Na São Paulo, ainda tranqüila dos anos dourados, um adolescente compra pela primeira vez uma revista *gay* disfarçada de fisiculturismo. Era a americana *Tomorrow's Man*, que tenho até hoje. Assim começou o meu caso de amor com as revistas *gays*. Portanto, pelo fato de há quatro décadas amar e colecionar essas revistas estrangeiras e brasileiras que reafirmam o meu orgulho e gostosamente completam a minha sexualidade (...)”

A partir da década de 1980, a imprensa homossexual brasileira foi tomada pelo pornográfico. Dezenas de publicações surgiram explorando o nu masculino. Primeiramente, disfarçadas em revistas como *Naturismo*, que pregava a vida saudável e o fisiculturismo; aprimorou-se depois, em publicações específicas, especialmente em São Paulo. Surgiram as revistas *Gato*, *Alone Gay*, *Young Pornogay*, entre outros títulos. Mesmo revistas não-*gays*, chegaram a publicar, na seção de cartas, uma coluna dedicada aos anúncios homossexuais, reeditando o *Correio Elegante*, de Celso Curi, no *Jornal Última Hora*.

O surgimento da revista para o mercado *gay*

Segundo o trabalho de Maria Celeste Mira (1997), dos anos de 1970 até a atualidade, houve um intenso processo de segmentação do mercado editorial. Nesse período, concebeu-se

que o produto editorial revista deveria buscar menos um espectro amplo de gostos, para se concentrar cada vez mais em interesses específicos de grupos menores de consumidores e anunciantes. As revistas que marcaram a primeira metade do século, elaboradas para serem capazes de atender a todos os gostos, cederam seu lugar a publicações mais especializadas, dentre as quais a primeira a se destacar foi a imprensa feminina.

É um momento de especialização em que se buscam públicos mais específicos. Segundo a autora, ao final da “era das grandes revistas” faz-se imprescindível conhecer o leitor. Este faz parte de um público mutante e cada vez mais exigente, que obriga as revistas a se reformularem constantemente. Um consumidor que leva as editoras a sondar seus desejos e a descobrir novos nichos de mercado, num processo de segmentação dentro do meio.

Nesse novo contexto, um dos grandes vetores do processo de segmentação da mídia contemporânea, em especial da mídia impressa, é a separação cada vez mais rígida entre os universos masculino e feminino, o sexo a que se pertence como fator que define as preferências, as idéias e hábitos. É de acordo com o sexo que os redatores e pesquisadores procuram construir diferentes abordagens tanto em termos editoriais quanto mercadológicos. Depois do sexo, outras duas variáveis são importantes para traçar um perfil do leitor: A faixa etária e a classe sócio-econômica. Estas variáveis cruzadas com as questões de gênero oferecem as bases do processo de segmentação.

Essa segmentação é vista também com a introdução da temática *gay* na grande imprensa, especialmente nas duas últimas décadas do século XX com o surgimento do chamado mercado *gay*. O autor João Silvério Trevisan publicou, no ano de 2000, a terceira edição revista e ampliada do livro *Devassos no paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade* texto originalmente publicado em 1985. Nessa pesquisa, o autor busca reconstruir a história da homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. Em sua abordagem sobre o florescimento desse mercado no Brasil, Trevisan aponta (2000, p.410) que as últimas duas décadas do século XX foram protagonistas do crescimento do mercado *gay* com o incentivo e a expansão dos guetos homossexuais nas principais cidades brasileiras. Além da multiplicação de saunas, boates, hotéis, bares e restaurantes, apareceram cinemas pornô *gays*, agências de turismo e de matrimônio, academias, linhas telefônicas, revistas e jornais *GLS*, colunas e anúncios sentimentais, em jornais de grandes tiragens para

homossexuais masculinos e femininas, além de serviços direcionados ao público *GLS* nas áreas de moda, esportes e cultura.

Segundo Trevisan, acuada entre o pânico da Aids e as expectativas do novo milênio, a década de 1990 assistiu a uma definitiva inserção de homossexuais no mercado em todos os sentidos: “O consumo *guei*, que continuou crescendo vertiginosamente, revelou aos olhos da sociedade a capacidade de consumir a partir de necessidades homossexuais”. Essa época é responsável pelo surgimento de inúmeros jornais e revistas de teor mais cultural ou mais erótico, dirigidos ao público *GLS*, com alcance ora local, ora nacional, e tiragens freqüentemente de 10.000 a 30.000 exemplares.

Nesse contexto de efervescência mercadológica, ressalta Trevisan (2000, p.375,376), surgiu no Brasil um novo empresariado homossexual com perfil mais definido e profissionalizado que, de um modo ou de outro, acabou se aproximando das lutas pelos direitos civis dos seus consumidores. Nesse panorama, em que se misturam militância e mercado, é natural, segundo o autor, que a tônica da luta pelos direitos homossexuais tenha passado de uma contestação social mais abrangente para uma busca de uma maior integração social, ampliando os limites do gueto, “a ênfase de um ‘movimento de massa’ orientou-se para outros parâmetros, envolvendo a mídia, que desempenhou a função de fazer ‘chegar à massa’”.

Na segunda metade dos anos de 1990, diversas iniciativas acabaram convergindo para produzir um novo panorama na cena homossexual: as marchas do orgulho *gay*, capazes de reunir milhares de pessoas; as experiências de políticas públicas em segurança e cidadania; a literatura homoerótica; as iniciativas de legislação antidiscriminação e de ampliação dos direitos civis; a multiplicação de *sites* na Internet; o surgimento de novos formatos de militância que tentam conjugar política, mercado e prazer; o reconhecimento da homossexualidade como objeto de investigação socialmente relevante para pesquisadores e universidades.

Esse quadro favoreceu o desenvolvimento de uma série de publicações jornalísticas no mercado editorial brasileiro voltadas para o público homossexual. Isso tem contribuído para a massificação e reprodução de moldes comportamentais do público *gay*. Surge assim, em janeiro de 1995, a revista *Sui Generis*.

Na dissertação de mestrado, defendida no ano de 2000, apresentada ao Departamento de Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, o pesquisador Marko Monteiro faz uma análise sobre o homoerotismo nas revistas *Sui Generis* e *Homens*. Na pesquisa, Marko Monteiro traça um histórico da revista *Sui Generis*. Segundo ele, em 1994, saía o número zero da revista *Sui Generis* no Rio de Janeiro, feita artesanalmente pelo jornalista Nelson Feitosa. Conforme o próprio Nelson, a revista não tinha pretensões muito ambiciosas. O que ele queria era um periódico pequeno e informativo para circular na Zona Sul do Rio de Janeiro, algo bastante restrito e íntimo. Mas o projeto caseiro se expandiu e tornou-se uma das revistas *gays* mais conhecidas do país, com distribuição nacional que durou até 2000.

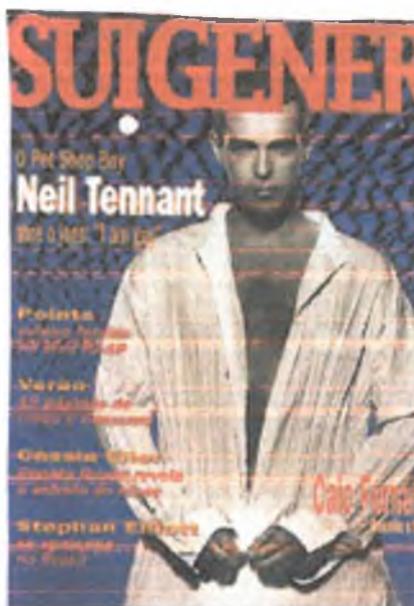
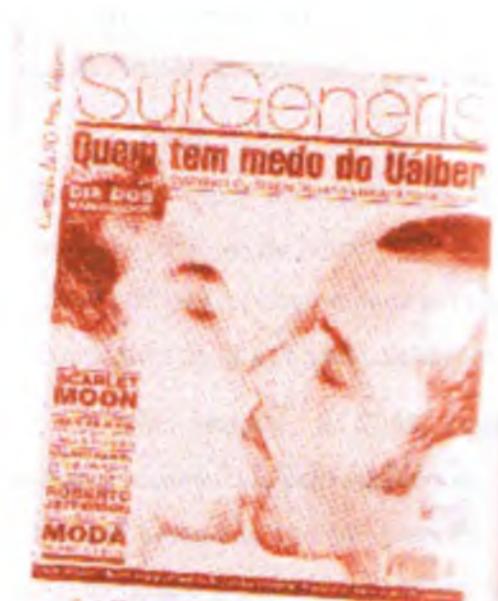


Ilustração Nº 07: Primeira edição da revista *Sui Generis*. Na capa, o vocalista da banda *Pet Shop Boys*, Neil Tennant

A revista foi lançada junto com o conceito *GLS* (sigla que significa *gays*, lésbicas e simpatizantes) que viria renovar toda a concepção por trás do *marketing* de produtos *gays* no Brasil. A *Sui Generis* fugia da fórmula mais comum de periódicos *gays*, que se baseavam quase que, exclusivamente, no *nu masculino*, em contos eróticos e em correspondência amorosa/sexual entre os leitores. A *Sui Generis* buscou, desde o início, fugir da pornografia, marca registrada de qualquer publicação *gay* de grande porte até então, para investir numa fórmula mais próxima de títulos *gays* do exterior, com ênfase em temas de cultura, comportamento e moda. Na revista, um dos fatores importantes no seu perfil editorial é a sua perspectiva do que significa ser *gay*, a sua postura em relação ao preconceito da opção de ser



Devido a essa preocupação em não ser vista como uma publicação ancorada em fotos de homens nus, a *Sui Generis* investiu em reportagens, entrevistas, seções de moda, comportamento e cultura. Nunca, porém, a revista conseguiu público e anunciantes para se sustentar. Em abril de 2000, com uma tiragem de 20.000 exemplares, chegou ao seu último número. Em entrevista à revista *Veja*, Nelson Feitosa argumenta: “*Cansei de renegociar as dívidas todos os meses. Essa tinha virado minha principal ocupação. O jornalismo estava ficando em segundo plano*”.⁷

Ilustração Nº 08: Revista *Sui Generis* com a capa do Dia dos Namorados, que foi censurada pela distribuidora. Cortesia da SG Press Editora, publicada no livro de João Silvério Trevisan, 2000, p274.

Mesmo com o fim da *Sui Generis*, Feitosa argumenta que o público gay como consumidor de material erótico é um mercado consolidado. Três anos antes do fim da *Sui Generis*, lança a revista *Homens* com um perfil completamente diferente, um produto eminentemente erótico, onde a maior parte do conteúdo é composta por ensaios fotográficos de nu masculino. *Homens* é uma filha da revista *Sui Generis*. Feita pela mesma editora da *Sui Generis* a SG Press, ela veio atender àquela parcela de leitores que escreviam para a *Sui Generis* exigindo homens nus na revista, e acabou se firmando no mercado editorial brasileiro.

O mesmo não aconteceu com a revista *Front*, lançada em outubro de 1997. O primeiro exemplar circulou nas bancas do Rio de Janeiro e São Paulo e algumas cidades do Sudeste. O segundo número chegou mais longe e alcançou as principais capitais brasileiras. Editada pelo jornalista Silvio Bahia, a *Front* publicou no primeiro número matérias sobre o movimento gay no Brasil, uma entrevista com o ator Marcos Breda, que na época interpretava um bissexual na novela da *Rede Globo de Televisão*, e trazia matérias sobre comportamento, turismo; além de entrevistas com *drag queens*, cultura e diversão. Publicada pela editora SG Press, seu segundo e último número tratava sobre pontos da “*pegação gay*”. A revista que

⁷ CAMACHO, Marcelo. (2000, 19 de abril). Quem mostra vende. *Revista Veja*, pp.102,103.

tinha pretensões de atender a um público mais consciente e politizado teve dificuldades com anunciantes e não conseguiu se firmar no mercado editorial.

Nesse vácuo deixado especialmente pela *Sui Generis* foram lançadas revistas que procuravam suprir a necessidade de um conteúdo diversificado e informativo, não somente baseados em fotos de homens nus ou de sexo entre eles. Assim, em junho de 2000, foi lançada a *Somos Brasil*, revista voltada para área de comportamento que, durante sua curta existência, ficou aquém do que já havia alcançado a *Sui Generis*.

Em setembro de 2001, surge no mercado editorial a *G News* publicação da Fractal edições responsável pelo sucesso da revista *G Magazine*, lançada em 1997. A publicação em princípio trimestral, contém conteúdo bem escrito e boa diagramação. Em seu *site* na Internet, o GGB (grupo *gay* da Bahia) elogia o primeiro número da revista que destacou a presença de *gays* assumidos em cargos políticos no Brasil e exterior. Segundo o grupo, a matéria tinha o mérito de não resumir à questão de orientação sexual como meio de ascensão dos políticos citados. Durante as edições foram feitos perfis de ícones homossexuais do mundo das artes como Freddie Mercury, Pedro Almodóvar e Frida Kahlo.

CAPÍTULO II

A G Magazine em revista

Toda nudez será premiada – O surgimento da *G Magazine*

De acordo com João Silvério Trevisan (2000), no livro *Devassos no paraíso*, em um contexto de mercado editorial baseado no trinômio masculino-feminino-homossexual, considerando o desejo sexual por opostos ou semelhantes como um dos critérios para segmentação jornalística, aliada a uma fase de abertura para discussão da questão *gay* levantada e difundida pelo jornalismo dirigido a esse público, ao lado da revista carioca *Sui Generis*, apareceu a paulista *G Magazine*.

Conforme ressalta Trevisan (2000, p.375), a revista tornou-se um fenômeno de vendas quando passou a apresentar em suas páginas fotos de artistas, cantores, roqueiros e jogadores de futebol, “não apenas nus, mas expondo suas medidas íntimas muito rígidas”. Com tiragens médias de 90 mil exemplares que chegaram a atingir o pico de 150.000, o país inteiro podia conferir seus ídolos em poses explícitas ao gosto de outros homens, numa revista assumidamente *gay*, embora a revista tenha nas mulheres heterossexuais uma faixa calculada em 30% do seu público leitor. Em entrevista à revista *Época*, a diretora da *G Magazine* Ana Fadigas afirma que quando o ensaio é com alguém famoso, as vendas se equilibram entre homens e mulheres.

“Embora a estética das imagens seja toda construída para este público, as leitoras nem ligam. Devoram, com os olhos, homens com corpos depilados e besuntados com óleos, por pura curiosidade. Declaram que jamais usam a revista para se excitar, ao contrário dos *gays*. As cartas masculinas que recebemos são mais românticas e fantasiosas. As mulheres vão direto ao ponto:

querem homens famosos e sem roupa [...]” (Entrevista de Ana Fadigas. Revista *Época* edição 37 de 1999).

Em entrevista que nos foi concedida, em outubro de 2002, Ana Fadigas afirma:

“Elas compram pouco a revista, mas quando sai uma edição com algum artista, elas são as principais compradoras, inclusive, acabam comprando mais que os *gays*. Mas os artistas são difíceis de sair na revista, pois eles são muito caros”.

Duas cartas enviadas à seção *Carta do leitor* manifestam-se nesse sentido:

“(…) Que bom que nós, mulheres, assim como os *gays*, podemos ter a oportunidade de ver essas maravilhas. Agora, nós também temos o direito de ver e esconder dos maridos, como eles fazem com as revistas de mulheres peladas (…).” (Revista *G Magazine* edição nº 26, seção *Carta do leitor*).

“(…) Por que ter uma revista só com fotos de mulheres? Que bom que o público feminino (seja ele composto ou não por lésbicas) agora também pode ser brindado com fotos especiais (nu masculino verdadeiro). Continuem nesse bom caminho. Como ponto negativo, porém, penso que uma ou outra foto fica um pouco vulgar (…).” (Revista *G Magazine* edição nº 31, seção *Carta do leitor*).

A diretora da Fractal, Ana Fadigas explica que a tiragem da revista depende basicamente do modelo da capa. Tal qual revistas como *Playboy* ou a *Sex*, a *G Magazine* vende de acordo com referência da capa. Atualmente, quando as capas apresentam pessoas desconhecidas a tiragem chega a 65 mil. Quando a capa é de alguém relativamente conhecido, a tiragem pode chegar a 75 mil exemplares. Quando uma pessoa muito famosa posa para a *G*, a tiragem pode chegar até 120 mil exemplares, como a tiragem do ator Alexandre Frota. Ana Fadigas assim se expressa:

“A tiragem da revista caiu bastante. Houve época, num período de dois anos, em que jamais se vendia menos que 90 mil exemplares. Essa era a média de tiragem. Atualmente, essa média caiu para 65 mil exemplares. A tiragem caiu tanto quanto a venda geral no mercado. Revistas como a *Playboy*, quando não tinha na capa super estrelas, vendia, em bancas, cerca de 400 mil exemplares, hoje vende cerca de 170 mil. Quando trabalha-se com segmento, o problema agrava-se, além do que, jamais tivemos tantos concorrentes quanto agora. Desses alguns sobrevivem, apenas, por duas edições” (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Em uma pesquisa intitulada “*Imprensa gay no Brasil, uma questão de gênero?*” o pesquisador da Universidade Federal de Pernambuco, Valmir Costa, faz um histórico do

surgimento da revista *G Magazine*. Na pesquisa Valmir conta que a revista foi lançada sob o título *Bananaloca*, em abril de 1997. Na época era uma versão impressa de um *site* que possuía esse mesmo nome. Os diretores Ana Fadigas e Otávio Mesquita da Fractal associaram-se aos jornalistas idealizadores do *site* Sérgio Lhamas e Paulo Negrão e formaram o conselho editorial. O primeiro número da *Bananaloca* teve uma tiragem de 50 mil exemplares, e foi vendida nas bancas com um vídeo pornô *gay*. A publicação surgiu com pretensões mercadológicas, sem compromissos militantes da causa *gay*. Isso pode ser percebido no editorial da revista:

“Chega de meias verdades: não usar nem desocupar a moita... E aqui está a novíssima Bananaloca, sua revista de diversão G. Afinal, nós achamos essa praia o máximo. A preferência do cardápio da cama é algo ainda bastante polêmico, assunto encarado com preconceito por boa parte do mundo. Mas o que se discute pouco (ou quase nada) é que ser *gay* implica algo mais que o desejo de um homem por outro homem. É uma maneira especial de olhar o mundo. É um universo inteiro com estilos de vida tão diversos como os diferentes rostos humanos são capazes de ser. E mais ainda, *gay* é um público, um mercado representativo pelo seu número potencial de consumo (...).” (Revista *Bananaloca* edição de abril/97).

Antes do lançamento, foi feita uma pesquisa de mercado junto ao público *gay*, perguntando o que eles gostariam de ter numa publicação dirigida a eles. As seções de cultura, entretenimento, turismo e ensaios de nus masculinos foram as mais apontadas na pesquisa. O apelo de venda da publicação são os garotos da capa, responsáveis pelos ensaios de nus masculinos. Esse tipo de publicação veio atender a uma boa parcela de público que exigia nus masculinos na *Sui Generis* e não estava encontrando.

A *Bananaloca* circulou no mercado nacional até o quarto número, que data de agosto de 1997. Por conta de desentendimentos internos do conselho editorial entre os responsáveis pelo *site* e da revista impressa, acabou com a divisão da equipe e a mudança do nome da publicação. A revista passou a se chamar *G Magazine*, o projeto gráfico permaneceu o mesmo, assim como sua linha editorial.



Ilustração Nº 09: À esquerda, o número 04 da *Banaloca* do mês de agosto. À direita o número 05 de setembro apresentado o novo nome da revista que circularia a partir do mês seguinte.

Para não perder o público que já havia começado a formar, os editores da revista lançaram um encarte no número quatro com a capa do número zero da *G Magazine* comunicando a mudança do nome: “A Fractal Edições LTDA comunica que não publicará mais o título *Banaloca* por motivos de força maior. A partir do próximo mês, procure nas bancas a 1ª edição da sua revista *G Magazine*. O que muda é só o nome. Mas o nosso projeto é o mesmo (...)”. O número 5 da revista, de setembro de 1997, veio impressa na capa a seguinte chamada: *Banaloca* apresenta *G Magazine*.

O lançamento da *G Magazine*, cujo slogan é: “A revista do homem com *G* maiúsculo”, aconteceu na boate *Mad Queen*, em São Paulo, no dia 23 de outubro de 1997. Nesse período, a revista já se firmou no mercado, há menos de um ano de publicação, e firmou-se como título para homossexuais, com nu masculino frontal e pênis ereto, mas sem cenas de sexo. Ana Fadigas se refere às dificuldades desse começo:

“O início foi muito difícil. A mídia sempre foi muito delicada comigo. Contudo, à exceção da família, as críticas foram inúmeras. Alguns chegavam a dizer, ‘você vai mexer com esse mundo! Esse baixo mundo! Isso é um sub mundo!’ e olha que eu possuía a credibilidade de 21 anos de trabalho na editora Abril. Em vários momentos, isso doeu bastante. Mas existia o sonho e a vontade de fazer.

Mas tudo foi muito dolorido. Em vários momentos nenhuma distribuidora queria fazer a distribuição da revista. A mesma empresa que distribuía a *Sexy*, na época editada por mim, se recusava a distribuir a *G*. Essa situação se reverteu num desafio

que depois se transformou na ligação humana com o leitor. Mas, realmente, a distribuição foi o nosso principal obstáculo a transpor. Aliado a isso, os próprios jornalheiros se recusavam, também, a vender a revista e até o próprio Universo *On Line*, de início, mostrou resistência. Evidentemente, o nome Ana Fadigas facilitou bastante. Havia até os que ficavam sem graça, quando eu chegava com a *Sexy*. Eles acabavam dando espaço à *G*. Mas aconteceu! Eu perdi a *Sexy* que meu sócio levou para outra editora, mas eu me recusei a levar a *G*, pois sempre acreditei que em outra editora a *G* iria morrer”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Em outubro de 1997, a Fractal coloca no mercado editorial a *G Magazine*, na capa o *stripper* Vitor Xavier, vencedor de um concurso do gênero no programa Raul Gil, exibido pela TV *Manchete*. Abaixo, as primeiras capas da revista:



Ilustração Nº 10. Da esquerda para direita, capas das edições número 01, número 01 especial de carnaval e edição número 02. Acervo de Ellis Regina Araújo da Silva.

Em suas páginas já pousaram jogadores de futebol como Vampeta e Dinei, o velocista Robson Caetano e atores famosos nacionalmente como Mateus Carrieri, Rubens Caribé e Marcelo Picchi. Um filão do mercado editorial que tem rendido dividendos, a tiragem com o jogador Vampeta foi de 138 mil exemplares a R\$ 6,90 cada revista. Na época, a expectativa de rendimentos para o jogador era de R\$ 130 mil reais, somando-se cachês com participações nos lucros.⁸

⁸ VIEIRA, João Luiz. (1999, 01 de fevereiro). Toda nudez será premiada. *Revista Época*.



Ilustração Nº 11: Da esquerda para direita edições número 33 (Marcelo Picchi), número 28 (Robson Caetano) e número 30 (Rubens Caribe). Acervo de Ellis Regina Araújo da Silva.

Folheando a G – Um perfil editorial da revista

A redação da *G Magazine* é formada por uma equipe pequena de profissionais que são responsáveis pelo perfil editorial da revista: um diretor de redação que coordena todos os trabalhos; um redator chefe que encomenda as matérias e analisa o perfil das entrevistas e reportagens; um editor júnior que escreve e edita textos; um editor de *casting* responsável pela contratação de modelos; um assistente de redação responsável pelos limites de prazos das edições; dois editores de arte que fazem a diagramação da revista; alguns colaboradores que produzem textos para a *G*; uma secretária; um ajudante de serviços gerais e fotógrafos e repórteres que são contratados por serviço.

Além dessa equipe, a revista possui um departamento comercial e financeiro. Este departamento é formado por um diretor financeiro que trata das contas a pagar, dos recursos humanos, da parte gráfica e que trata diretamente com fornecedores. Além do diretor, o departamento possui dois profissionais que cuidam das assinaturas e do atendimento ao leitor.

A análise do perfil editorial da *G Magazine* demonstra que a revista tem seguido sua proposta inicial de dedicar grande parte de suas páginas ao erotismo, embora a diretora editorial já tenha admitido que a revista possui outras ambições além dos ensaios fotográficos. De acordo com Ana Fadigas: “O próprio público vem cobrando reportagens de interesse geral. Nas nossas pesquisas, as pessoas pedem textos e entrevistas mais aprofundados. A *Sui Generis* foi pioneira nisso e estamos tentando seguir o seu caminho”⁹ Uma carta do leitor se manifesta neste sentido:

“Ainda não foi possível captar o verdadeiro intuito da *G*, e eu gostaria que não fosse somente o de mostrar homens nus, mas que fosse nosso farol, nossa bússola, nossa companheira. (...) gostaria que a *G* fosse tão completa quanto a *Marie Claire*, com dicas de comportamento, moda, beleza e até de culinária, por que não? Qual a comida que o gato mais gosta? Qual o prato para depois do amor? Como estabelecer um relacionamento feliz e duradouro? Discutir isso na *G* com profissionais qualificados pode ser muito saudável (...)”.(Revista *G Magazine*, edição nº 29. Seção *Carta do leitor*).

Ainda assim, cerca de 50% da revista é exclusivamente de conteúdo erótico que está presente nos contos, na publicidade e nos ensaios que chegam a ocupar cerca de 29% de páginas inteiras da revista. Entrevistas, ensaios de moda, notícias culturais, seção de turismo alcançam em torno de 32% do conteúdo que praticamente não apresenta reportagens investigativas. Opta-se por trabalhar com colunas tipo miscelânea que funcionam por meio de pequenas notas, comentários e artigos, sempre com muito humor, em um tom bastante intimista. Em um editorial, Ana Fadigas fala dessa proposta:

“Por aqui na *G Magazine*, queremos cumprir nossa missão de levar prazer, entretenimento e informação ao leitor, que tão amavelmente nos recebe em suas mãos! (...) prometemos cumprir nossa função: mostrar nus masculinos, divertir e entreter a todos - sejam homens e mulheres que nos lêem (...)” (Revista *G Magazine* edição nº 30 - Editorial).

O leitor também tem seu espaço nos contos, nos depoimentos, nas cartas e num espaço exclusivo para que divulgue trabalhos que retratem o nu. A revista *G Magazine* é, portanto, uma revista especializada no erótico. Ainda que dedique espaço para outros assuntos, o tom é sempre superficial, em raros casos o leitor pode realmente se sentir informado sobre o

⁹ CAMACHO, Marcelo. (2000, 19 de abril). Quem mostra vende. *Revista Veja*, pp.102,103.

tema. Nesses raros casos podemos citar as entrevistas e a seção de turismo que são mais completas.

No que diz respeito aos textos e imagens, tanto nas matérias quanto na publicidade há similaridades, com o uso de muito material fotográfico. É possível encontrar páginas inteiras somente de imagens com pequenos títulos e chamadas, ou seja, a revista investe numa diagramação que privilegia as imagens. Basta citar novamente os ensaios que praticamente não possuem texto e ocupam cerca de 29% da revista, além da publicidade que é basicamente visual seguindo a linha de imagens eróticas dos ensaios. Segue, nesta etapa do trabalho, tabelas que visam mostrar a distribuição da linha editorial da *G Magazine*.

Tabela 1

Distribuição da linha editorial

Edição 26		Edição 27		Edição 28	
Seção	Seção Nº Pg. (%)	Seção	Seção Nº Pg. (%)	Seção	Seção Nº Pg. (%)
Recado (editorial)	01 (1%)	Recado (editorial)	01 (1%)	Recado (editorial)	01 (1%)
Índice	01 (1%)	Índice	01 (1%)	Índice	01 (1%)
Babado (seção de variedades com notas de shows acontecimentos)	07 (7%)	Babado (seção de variedades com notas de shows acontecimentos)	07 (7%)	Babado (seção de variedades com notas de shows acontecimentos)	07 (7%)
David Brasil – notas de variedades	01 (1%)	David Brasil – notas de variedades	01 (1%)	David Brasil – notas de variedades	01 (1%)
Web-sites referentes ao público GLS	01 (1%)	Web-sites referentes ao público GLS	01 (1%)	Web-sites referentes ao público GLS	01 (1%)
Video – crítica de três vídeos	01 (1%)	Video – crítica de três vídeos	01 (1%)	Video – crítica de três vídeos	01 (1%)
Estante – crítica de três livros	01 (1%)	Estante – crítica de três livros	01 (1%)	Estante – crítica de três livros	01 (1%)
Globetrotter – turismo em Porto Alegre	04 (4%)	Globetrotter – turismo no Rio de Janeiro	04 (4%)	Globetrotter – cursos no exterior	03 (3%)
Corpo – como cuidar dos pés	02 (2%)	Corpo – como ter um bronzeado perfeito	02 (2%)	Corpo – o uso de esteróides	02 (2%)
Estilo – moda para praia e piscina	02 (2%)	Estilo – moda Réveillon	04 (2%)	Estilo – óculos	04 (4%)
Teste – será que ele é?	02 (2%)	Matéria como sair do armário	02 (2%)	Matéria primeiras peças de teatro com tema gay	02 (2%)
Ensaio da capa	18 (18%)	Ensaio da capa	16 (16%)	Ensaio da capa	18 (18%)
Artes&artistas – autores que tratam do nu	03 (3%)	Artes&artistas – autores que tratam do nu	02 (2%)	Artes&artistas – autores que tratam do nu	02 (2%)
e-mail-entrevista com André Boudlerice	01 (1%)	e-mail-entrevista 1ª rádio GLS do Brasil	01 (1%)	e-mail-entrevista Joan Corcoran	01 (1%)
Entrevista com Rogéria	04 (4%)	Entrevista Marta Suplicy	04 (4%)	Entrevista com Lukas Ridgeston	04 (4%)
Desejo - ensaio	08 (8%)	Desejo - ensaio	09 (9%)	Desejo - ensaio	08 (8%)
Matéria sobre dark room	03 (3%)	Matéria: parceiras do bem	03 (3%)	Matéria sobre a cidade de Augusto Corrêa	03 (3%)
Conto erótico	02 (2%)	Conto erótico	02 (2%)	Conto erótico	02 (2%)
Replay -Ensaio	04 (4%)	Replay -Ensaio	04 (4%)	Replay -Ensaio	04 (4%)
Procurados – busca de parceiros	04 (4%)	Procurados – busca de parceiros	04 (4%)	Procurados – busca de parceiros	05 (5%)
Cartas dos leitores	02 (2%)	Cartas dos leitores	02 (2%)	Cartas dos leitores	02 (2%)
Plantão médico – seção de consulta dos leitores	01 (1%)	Plantão médico – seção de consulta dos leitores	01 (1%)	Plantão médico – seção de consulta dos leitores	01 (1%)
Foi Assim, a primeira vez	01 (1%)	Foi Assim, a primeira vez	01 (1%)	Foi Assim, a primeira vez	01 (1%)
Conteúdo erótico	48,6%	Conteúdo erótico	48,6%	Conteúdo erótico	49%
Conteúdo informativo	31%	Conteúdo informativo	31%	Conteúdo informativo	31%
*Espaço do leitor	11%	*Espaço do leitor	12%	*Espaço do leitor	12%
Publicidade	26%	Publicidade	26%	Publicidade	25%
Editorial/índice	02%	Editorial/índice	2%	Editorial/índice	2%

O espaço do leitor e a publicidade também estão inseridos nos dados referentes a conteúdo erótico.

Tabela 2

Distribuição da linha editorial

Edição 29		Edição 30		Edição 31	
Seção	Seção Nº. Pg. (%)	Seção	Seção Nº. Pg. (%)	Seção	Seção Nº. Pg. (%)
Recado (editorial)	01 (1%)	Recado (editorial)	01 (1%)	Recado (editorial)	01 (1%)
Índice	01 (1%)	Índice	01 (1%)	Índice	01 (1%)
Babado (seção de variedades com notas de shows acontecimentos)	07 (7%)	Babado (seção de variedades com notas de shows acontecimentos)	07 (7%)	Babado (seção de variedades com notas de shows acontecimentos)	07 (7%)
David Brasil – notas de variedades	01 (1%)	David Brasil – notas de variedades	01 (1%)	David Brasil – notas de variedades	01 (1%)
Web-sites referentes ao público GLS	01 (1%)	Web-sites referentes ao público GLS	01 (1%)	Web-sites referentes ao público GLS	01 (1%)
Video – crítica de três videos	01 (1%)	Video – crítica de três videos	01 (1%)	Video – crítica de três videos	01 (1%)
Estante – crítica de três livros	01 (1%)	Estante – crítica de três livros	01 (1%)	Estante – crítica de três livros	01 (1%)
Globetrotter – turismo em Miami	04 (4%)	Globetrotter – turismo em Natal	04 (4%)	Globetrotter – turismo em Belo Horizonte	03 (3%)
Corpo – vitaminas naturais	02 (2%)	Corpo – barbear é preciso	02 (2%)	Corpo – nem tudo são hemorroidas	02 (2%)
Estilo – T-shirts	04 (4%)	Estilo – outono/inverno	04 (2%)	Estilo – moda Brasil	04 (4%)
Matéria o difícil surgir do registro da homossexualidade no palco	02 (2%)	Matéria dicas estapafúrdias sobre a busca do caso perfeito	02 (2%)	Artigo: 500 anos do Brasil homossexual	02 (2%)
Ensaio da capa	16 (16%)	Ensaio da capa	16 (16%)	Ensaio da capa	16 (16%)
Artes&artistas – autores que tratam do nu	02 (2%)	Artes&artistas – autores que tratam do nu	02 (2%)	Artes&artistas – autores que tratam do nu	02 (2%)
e-mail-entrevista com Luis Capucho	01 (1%)	e-mail-entrevista Paul Harris	01 (1%)	e-mail-entrevista Glauco Matoso	01 (1%)
Entrevista com a equipe que faz cirurgia de mudança de sexo no Brasil	04 (4%)	Entrevista com Clóvis Bornay	04 (4%)	Entrevista com Edwin Luise	04 (04%)
Desejo - ensaio	09 (9%)	Desejo - ensaio	09 (9%)	Desejo - ensaio	09 (9%)
Matéria sobre carnaval	03 (3%)	Matéria: fardas que enlouquecem	03 (3%)	Matéria sobre DJS	03 (3%)
Conto erótico	02 (2%)	Conto erótico	02 (2%)	Conto erótico	02 (2%)
Replay -Ensaio	04 (4%)	Replay -Ensaio	04 (4%)	Replay -Ensaio	04 (4%)
Procurados – busca de parceiros	05 (5%)	Procurados – busca de parceiros	05 (5%)	Procurados – busca de parceiros	04 (4%)
Cartas dos leitores	02 (2%)	Cartas dos leitores	02 (2%)	Cartas dos leitores	02 (2%)
Plantão médico – seção de consulta dos leitores	01 (1%)	Plantão médico – seção de consulta dos leitores	01 (1%)	Plantão médico – seção de consulta dos leitores	01 (1%)
Foi Assim – a primeira vez	01 (1%)	Foi Assim, a primeira vez	01 (1%)	Foi Assim, a primeira vez	01 (1%)
Conteúdo erótico	48%	Conteúdo erótico	48%	Conteúdo erótico	49,2%
Conteúdo informativo	32%	Conteúdo informativo	32%	Conteúdo informativo	31%
*Espaço do leitor	12%	*Espaço do leitor	12%	*Espaço do leitor	11%
Publicidade	25%	Publicidade	25%	Publicidade	27%
Editorial/índice	2%	Editorial/índice	2%	Editorial/índice	2%

O espaço do leitor e a publicidade também estão inseridos nos dados referentes a conteúdo erotico.

O comércio cor-de-rosa – O estilo gay de viver

Na atualidade as diferenças sexuais se refletem em padrões de consumo. O público *gay* transformou-se numa fatia importante de mercado. Uma expressão é utilizada pelos publicitários norte-americanos para definir essa “nova” parcela de consumidores: *dink* (*double income, not kids*), ou seja, na maioria dos casos, os casais *gays* possuem duas fontes de renda, e nenhuma criança. Assim, um novo mercado econômico, voltado para essa comunidade, se desenvolve rapidamente. De acordo com o boletim epidemiológico¹⁰ de dezembro a março de 2001 do Ministério da Saúde, no Brasil, 5,9% da população masculina é constituída de homossexuais. Este número que não é conclusivo pode ser ainda maior. A partir da pesquisa realizada pelo sexólogo Alfred Kinsey, sobre o comportamento sexual de 50 mil pessoas nos EUA, generalizou-se o entendimento de que aproximadamente 10% da espécie humana são predominantemente homossexuais, independentemente de quaisquer especificidades como nacionalidade, classe social e etnia.

De olho nesta fatia do mercado, a mídia e a indústria cultural e de produtos lançam mão de uma avalanche de objetos para serem consumidos num mercado *gay* cada vez mais visível, a partir dos anos 90. Esse contexto propiciou o surgimento de novos espaços de lazer dirigidos ao público homossexual e à própria formação de uma faixa de consumidores nos âmbitos do cinema, da literatura, da Internet, do jornalismo e da moda. Numa sociedade individualizada e de consumo, ser homossexual passou a ser, antes de tudo, ser um consumidor de produtos carregados dessa “identidade”. Nesse sentido, a sexualidade, a estética e a existência do “mundo *gay*” são expressões dessa nova realidade, onde o homossexual deixa de ser a vítima do mundo que o reprime e passa a ser sujeito de uma história escrita e edificada por eles. Uma leitura mais atenta dos classificados pessoais da revista *G Magazine* deixa claro essa postura ao flagrar preconceitos de várias naturezas. A atitude de muitos frente ao homossexual pobre, negro ou doente, enfim, aos que estariam fora da chamada “identidade dominante”. As relações entre indivíduos do mesmo sexo e mesma preferência sexual criam hábitos sociais bastante peculiares a esse grupo. Assim acontece ao chamado *Clube do Bolinha* e ao das *Luluzinhas* e, conseqüentemente, com os grupos homossexuais.

¹⁰ O boletim epidemiológico é uma publicação do Ministério da Saúde, editada trimestralmente, que contém uma base de dados de HIV/Aids e DST no Brasil por regiões e Estados, por sexo e faixa etária.

No estudo *Imprensa Gay no Brasil, uma questão de gênero?* apresentado no Congresso brasileiro de ciências da comunicação, em Recife, em 1998, o pesquisador Valmir Costa, ressalta que muito já se ouviu falar na cultura *gay* com moldes de comportamento e diversas condutas da comunidade homossexual. Costa explica que essa construção é parte do chamado “*gueto gay*”. É nele, que moldes de comportamento são construídos para e pelos homossexuais que passam a desempenhar o seu papel perante a própria comunidade *gay*. O vocabulário, o modo de ser, vestir, o perfume, dentre outros atributos, formam uma estética *gay* de ser. Eles fazem moda e ditam moda. A própria palavra *gay* – que denomina os homossexuais de alegres e descontraídos, procura associar um determinado tipo de comportamento a essa classe social. Em alguns casos, esses hábitos surgem no gueto, mas depois ocupam espaço mais amplo da sociedade. Principalmente a forma da linguagem da comunidade *gay*. Algumas expressões surgem no vocabulário *gay*, mas depois caem no uso popular.

Segundo Edward MacRae (1990, p.51), o homossexual constrói novos valores no gueto. Com esses valores, ele tem mais condições de “se assumir” e testar uma nova identidade social. “Uma vez construída a nova identidade, ele adquire coragem para assumi-la em âmbito menos restrito (...). Por isso, é da maior importância a existência do gueto que mais cedo ou mais tarde, também acaba afetando outras áreas da sociedade, criando novos espaços para a democracia sexual”.

Além do modelo criado socialmente pela comunidade *gay*, a mídia, bem como a indústria cultural e de produtos, lançam mão de uma avalanche de objetos para serem consumidos por *gays*. Existe uma busca pela diferenciação do homossexual pelo uso desses produtos. Algo que possa distingui-lo do modelo criado para o masculino e para o feminino.

O tio Sam Pink

Na pesquisa intitulada *Imprensa Alternativa* o pesquisador Marcos Antônio Assis Lima descreve que na década de 1990, a publicidade, principalmente a norte-americana, começa a utilizar uma “estética *gay*” em alguns de seus produtos. Nesse sentido, segundo o autor, existem dois aspectos a serem analisados. O primeiro, é quando as grandes companhias

vão atrás de um “mercado *gay*”, e o outro é quando implementam temas ou representações *gays* na publicidade. Dependendo de como são definidas as representações do *gay* na publicidade, por exemplo, se olharmos para o travestismo como uma representação *gay* ou como uma referência do “ser *gay*” veremos que o uso dessa estética começou há muito tempo. No entanto, se olharmos de uma forma mais específica e explícita, como a representação de casais e situações inconfundivelmente *gays*, essa apropriação pela publicidade torna-se mais recente.

O pesquisador Marcos Antonio Assis Lima escreve que a primeira representação de um casal *gay*, na rede televisiva norte-americana, foi feita em um comercial da loja de móveis *Ikea*, em 1984. A campanha esteve no ar em não mais que três ou quatro canais e, apenas 22 horas depois de veiculada, causou uma sensação generalizada, porque ninguém, até então, havia sido tão ousado e objetivo quanto ao tema. O comercial virou notícia em todo o mundo. (Revista da Criação, 1998, p.27).

Na mídia impressa, algumas divulgações importantes aconteceram mais ou menos na mesma época, como um catálogo da *Banana Republic* com uma foto sensual de dois homens, criado por Sam Shahid e fotografado por Bruce Weber. Essa dupla já havia feito trabalhos para a *Calvin Klein* e introduziu, nos Estados Unidos, a aceitabilidade do corpo masculino na publicidade (Revista da Criação, 1998, p.28). Contudo, o mercado *gay* vem sendo identificado há 15 ou 20 anos. Algumas grandes empresas já haviam começado a veicular anúncios na mídia *gay*, principalmente na área de entretenimento, cinema, música e bebidas, até que, com a explosão da Aids, resolveram retroceder com medo das reações homofóbicas que surgiram nos primeiros anos. Por meio de pesquisas, a publicidade que buscava essa fatia de público, constatou que o público *gay* ganhava mais dinheiro que a média do grande mercado, que tinha mais escolaridade e que consumia mais. Esse foi um passo fundamental para atrair a atenção do mercado publicitário.

Até aqui temos feito referência a anúncios convencionais na mídia *gay* e a etapa seguinte da apropriação de uma estética *gay* foi o surgimento de anúncios com temática *gay*. Marcos Antonio Assis Lima descreve que a partir do momento que começa a haver uma competição considerável entre as categorias de empresas anunciantes, foi preciso que elas buscassem diferenciar-se entre si, o que as teria levado a procurar “falar” de uma forma mais

direta com o público leitor das revistas *gays*. Os fabricantes de cerveja foram os primeiros a veicular anúncios especialmente criados para a mídia *gay*. *Miller*, *Budweiser* e *Coors* fizeram um esforço para se aproximar do *gay*, adotando a linguagem desse público. (Revista da Criação, 1998, p.30-31).

O arco-íris que compra no Brasil

Segundo o pesquisador Richard Parker em seu livro *Abaixo do equador: culturas do desejo, homossexualidade masculina e comunidade gay no Brasil*, publicado no ano de 2002, desenvolveu-se no Brasil, a partir dos anos de 1990, novos espaços que concentram não apenas os encontros eventuais de homens que amam outros homens, mas também um tipo mais abrangente de sociabilidade *gay* (2002, p.119).

Segundo Parker (2002, p.118), o mundo comercial *gay* dos últimos anos ligou nitidamente a sexualidade ao desenvolvimento de uma economia específica, e estilos de vida *gay* tornaram-se a convergência de trocas econômicas mais complicadas. No Brasil, embora o simbolismo tradicional de gênero tenha influenciado no mercado comercial *gay*, este nasceu ligado a um conjunto de estruturas organizacionais e empreendimentos econômicos relativamente comum no mundo *gay* internacional do final do século XX: bares *gays*, discotecas, casas de banhos e estabelecimentos e negócios similares que se tornaram o lugar não só para encontrar parceiros sexuais, mas também para se envolver em um tipo de (homo) sociabilidade dentro de um contexto que é, em parte, livre da repressão e da discriminação encontradas no mundo exterior. A existência desses espaços não é inteiramente nova. Pontos de encontros para *gays* existem nas cidades, há muitos anos. O que é novo, é que esses espaços, hoje são identificados de fato como pontos que atendem a comunidade *gay*, o que raramente acontecia antes.

Uma tendência que se reflete nos produtos e serviços criados para este segmento de público são pacotes turísticos, cruzeiros, hotéis, boates, editoras e até blocos de carnaval. O turismo *GLS*, por exemplo, movimenta cerca de 50 bilhões de dólares nos Estados Unidos. As agências de turismo revelam que existem dois tipos de turismo lucrativos hoje, o turismo religioso e o turismo homossexual. No Brasil, ainda não há estatísticas, mas só uma operadora,

a *Álibi Turismo*, faturou um milhão de reais em 2000, na comercialização de 85 pacotes por mês para homossexuais.¹¹

Segundo Parker (2002, p123), esse mundo comercial *gay* se sobrepôs assim no substrato das interações homoeróticas da sociedade, oferecendo um conjunto específico de opções para os homens que se identificam como *gays* e que preferem participar de espaços sociais que são também conscientemente definidos como *gay*. Essa preferência tem incentivado a abertura de um número cada vez maior de bares, clubes e boates administrados por homens *gays* e destinados quase que exclusivamente a uma clientela *gay*.

Parker (2002, p.124) argumenta que, ao mesmo tempo em que este crescente mundo comercial *gay* começou a abrir novos espaços para a construção da homossexualidade (não só como um comportamento sexual, mas como um estilo de vida e uma forma de expressão social) esse mundo tem se baseado no substrato dos desejos e estilos homoeróticos ao desenvolver seu próprio estilo e caráter. A interação sexual e a sensibilidade homoerótica continuam a ser fundamentais.

Richard Parker (2002, p.25) descreve que as aparências tradicionais simbólicas da cultura *gay* têm sido reproduzidas e transformadas na criação não só de um mundo de interações sexuais, mas também de um universo cultural distinto com suas próprias formas de entretenimento e desempenho. No mundo dos clubes e boates, por exemplo, as bichas e os travestis das ruas se transformam, criando as *drags* e transformistas. Os bofes e michês estereótipos do mundo exterior também têm sido recriados, transformados em leopardos (expressão baseada no título de um espetáculo de *strip-tease* masculino, especialmente popular, “A noite dos leopardos” que se originou no Rio de Janeiro) e em *go-go boys* (expressão adaptada do inglês para designar dançarinos eróticos).

Na verdade, criou-se uma indústria de entretenimento enraizada na subcultura *gay*, mas que se estende além dela e adquire um certo apelo *cult*. Em torno dessa indústria se desenvolveram filmes, peças teatrais e outras obras de arte que lidam com a homossexualidade ou desenvolvem temas *gays*. Esses produtos têm estado no centro da atenção cultural contemporânea. Segundo Parker (2002, p.128), devido a esse leque crescente de

¹¹ DUTRA, Artumira. Turismo GLS. *Ceará terá um resort para lá de assumido*. (On-line) Disponível: <http://>

empreendimentos culturais e comerciais construídos em torno de concepções de identidade *gay*. Assim, em meados da década de 1990, começou a se falar nos noticiários e nos círculos e redes *gays*, no que estava sendo descrito como um mercado *gay*.

Uma parte desse chamado mercado *gay* está quase que exclusivamente voltada para o sexo, como as saunas, serviços de massagens ou *sex-fone*; mas a mudança também é cultural, são filmes, encontros, agências de viagens e publicações específicas para *gays*. Parker assim se pronuncia: “o que talvez seja mais surpreendente sobre esse chamado mercado *gay* é exatamente a que ponto ele reproduz muitas das características básicas (mesmo em uma escala menor) do mundo comercial *gay* encontrado em ambientes anglo-europeus, enquanto ao mesmo tempo, adapta essas estruturas ao contexto brasileiro” (2002, p.130).

Esse sistema, segundo o autor, adaptado às estruturas brasileiras, baseia-se também em signos e símbolos fundamentados em um sistema global mais amplo. Festivais de cinema como o *Mix Brasil* (baseado no festival de cinema *gay* e lésbico de Nova York) exibem não apenas curtas-metragens e vídeos brasileiros experimentais, mas também filmes *gays* e lésbicos, em grande parte, no mundo Anglo-saxão. Agências de viagens *gays* organizam excursões que levam brasileiros ao coração das comunidades *gays* de Nova York e Amsterdã. E mesmo que essas atividades possam se restringir a uma elite mais abastada e de número limitado, as classes populares têm acesso em casas noturnas, festas comerciais e ao fluxo de imagens essencialmente globais como os vídeos de Michael Jackson, George Michael ou Madona e ainda a vídeos de filmes *gays* ou simpáticos aos *gays* como *Priscilla, a Rainha de deserto*.

Conforme escreveu Parker (2002, 131), esse circuito comercial *gay* liga, simultaneamente, a realidade brasileira a um conjunto mais abrangente de trocas internacionais econômicas e simbólicas, embora adapte esse sistema internacional às particularidades do contexto e costumes locais.

Os limites inexistentes da fantasia – o comércio que te captura

Segundo as autoras Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.95), o erotismo pode ser definido pela procura de um limite que não há e, apesar de todo o aparato oferecido pela indústria pornográfica, o ser humano se lança nessa procura, portando um ingrediente singular: a própria fantasia. Esta vem de dentro e vem de fora. A primeira é exclusiva e trata do exato momento em que estimulados pela fantasia de fora as pessoas se tornam heroínas de façanhas na cama, de momentos atrevidos ou de silenciosos e solitários sonhos eróticos. As autoras ressaltam (1985, p.95): “Num passe de mágica, relativizando o tempo e a dimensão física, fazemos convergir tudo para o vértice de nossa identidade. Nesse momento encantado e secreto, a pornografia tão escorregadia, sem contornos, sem definições ganha um rosto: o nosso, o de quem sonha as fantasias.”

Para Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.95), a fantasia que vem de fora é toda produção erótica de livros, filmes, comerciais, música, teatro e revista. Todo o discurso narrativo-erótico (literatura) e as imagens (cinema e fotografia) que estimulam a trama erótica-pornográfica do ser humano. Os autores, de um modo geral, utilizam assessórios comuns para armar a sua temática: adultério, homossexualidade, incesto, sadismo, masoquismo, sedução pela dominação, chantagem pela vantagem econômica. Essas narrativas são povoadas de traições de casais que vivem um triângulo amoroso. As delícias da carne são narradas com paixão ao longo de romances e orgasmos. Em outros casos, o erotismo é dado pela ausência de enredos e diálogos. Nesses casos, o grotesco perfila-se pelo lado cômico em situações insólitas que sustentam apenas a exposição demorada das partes mais íntimas dos corpos em lentas cópulas e ejaculações. Os sentidos são embriagados com fotos e dizeres que estimulam a sensibilidade da imaginação sexual. O leitor é absorvido pelo objeto que lhe desperta prazer, ainda que efêmero. Nesse momento preocupações e problemas são esquecidos. A possibilidade de satisfazer em parte sua necessidade de fantasia tira-lhe da rotina.

Nesse contexto, o erótico da *G Magazine* não está somente nos ensaios, nos contos e nas confidências. Ele que já é um produto, em si mesmo, capaz de vender outros produtos que fazem parte, ou pelo menos, liberam a fantasia sexual do leitor. Assim, a publicidade salta aos olhos com apelos visuais e promessas de prazer ínfimo e divertimento ilimitado. Como os

anúncios da edição nº 28 da *G*, a mais variada oferta de homens que ajudarão o leitor a realizar fantasias em casa ou no motel, com atendimento 24 horas: “Homens excitantes”; “Uma penetração muito louca”; “Fale sacanagem comigo. Você vai gostar!”; “Quero marcar um encontro para você me por de quatro no ato”, “Fantasias eróticas, vamos viver juntos nessa relação”; “Fale com três bofes juntos”; “Orgias alucinantes ao vivo”; “Aqui rola tudo”.



Ilustração Nº 12. Anúncio de contra capa da *G Magazine* edição 28 de janeiro de 2000. Acervo de Ellis Regina Araújo da Silva

São apelos promocionais que, invariavelmente, trazem vantagens ao consumidor, como estes anúncios das edições nº 2 e nº 27 da *G Magazine*. A chamada da propaganda traz o leitor ao mundo compulsório do prazer. O produto pode trazer poder e satisfação. Esse prazer é movido pela virilidade e tamanho do membro e pelo apetite sexual que se sente. Os apelos mostram um prazer estereotipado por padrões de tamanho e de desejo

“Seja sempre o maior... aparelhos que AUMENTAM a potência, comprimento e espessura, massageando o membro!!! Será sempre o maior. Receba em três dias úteis, entrega em todo o Brasil”.



Ilustração Nº 13. Anúncio na contra capa da edição nº 02 da revista. Acervo de Ellis Regina Araújo da Silva.

“Estimulante sexual *Macho Men* o energizante sexual natural mais poderoso do mercado. Sem contra indicação, sem receita médica. Na compra de três caixas, você receberá gratuitamente um Kit da famosa camisinha *Due Sensação*”.



Ilustração Nº 14: Anúncio veiculado na página 20 da edição nº27 de dezembro de 1999. Acervo de Ellis Regina Araújo da Silva.

Em alguns anúncios o *voyeurismo* do leitor é incentivado. A busca de imagens é radicalizada como nesse anúncio da edição nº 31 da revista. O erotismo que não é expresso literalmente na escrita do texto é dado pela foto de uma mulher seminua e uma seta que aponta para a janela de um apartamento.

“Veja tudo o que se passa a quilômetros de distância, sem ser visto! Vigie as pessoas suspeitas a grande distância. Você acompanhará todos os seus movimentos, detalhadamente, sem ser visto”.



Ilustração Nº 15: Anúncio veiculado na página 15 da edição nº 31 de abril de 2000. Acervo de Ellis Regina Araújo da Silva.

Outro anúncio lembra aspectos sádicos ou masoquistas que se podem obter de determinadas relações. São palavras, fotos, imagens que subtendem a violência e dominação que dão pistas, mesmo ao leitor mais desatento, desse universo proibido. Nada é dito claramente, mas o subtexto pode ser compreendido. A pornografia que estimula também domina, provoca dor, se deixa dominar.

Como neste anúncio da edição nº 31: A foto de um rapaz com luvas de Box dentro de ringue com os dizeres: “Guerreiro Apolo. Ataque-me como eu gosto. Eu te domino como você gosta. Ao vivo”. Ou estes outros da mesma edição: “Explosivo e ciumento”, “Dominator bem dominado”.



Ilustração Nº 16: Anúncios da página 52 da edição nº 31 de abril de 2000. Acervo de Ellis Regina Araújo da Silva.

Nesse frisson de guias de prazer que revelam uma quantidade infinita de saunas, motéis e vídeos, as novidades são atrativas e despertam as curiosidades como nesse anúncio de um vídeo de homens da Hungria na edição Nº 01.

No vídeo, encontra-se a possibilidade de realizar as fantasias com homens que não são do Brasil:

“Você irá descobrir que a Hungria tem outras coisas muito mais ardentes e picantes, além da páprica... É um tempero mais forte e muito mais delicioso. São os mais desejados homens do Leste Europeu que os aguardam de braços, pernas e bocas, abertos para uma aventura sexual selvagem e repleta de excitação”.



Ilustração Nº 17: Anúncio da página 46 da edição nº 01 de 1997. Acervo Ellis Regina Araújo da Silva.

Os vídeos anunciados sinalizam nos títulos a busca desvairada pelo prazer, a busca ou a inspiração da fantasia que não tem limites. Todos os artificios da indústria pornográfica podem ser usados para busca de sonhos e sensações que incitam sempre sua continuidade, pois o desejo jamais é satisfeito, e as sensações têm de ser prolongadas em um círculo de mera repetição ou perseguição do novo:

“Cabana da luxúria”; “Entre duas pernas”; “Introduzindo”; “Para o seu melhor prazer”; “Homens nus”; “Sexo grupal”; “Go go boys, sete brasileiros em sexo total”.



Ilustração Nº 18: Anúncio da página 18 da edição 29 de fevereiro de 2000. Acervo de Ellis Regina Araújo da Silva.

De acordo com Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.14), nesse universo de imagens e dizeres, o espectador compulsório dessas manobras econômicas, vive cada vez mais a dificuldade de exibir uma identidade própria, de ser criador do próprio prazer. Os modelos e figurinos já vêm prontos. A imaginação que é incitada é também cortada, controlada em um tipo de consumo estereotipado por padrões que se impõem.

Em entrevista à revista *Caros Amigos* de outubro de 2001, João Silvério Trevisan, ressalta que nos tempos atuais, com a descoberta de que homossexuais são fatias importantes do mercado e de que toda essas fatias são grandes consumidoras, é preciso se definir de forma categórica: “somos consumidores do nosso desejo, não do desejo que vocês querem nos impor”.

Cadê os anunciantes?

Uma pesquisa realizada pelo site *Mix Brasil* (destinado ao público *GLS*), em agosto de 2001, com 300 usuários, constatou 58% tem renda mensal igual ou superior a R\$ 4 mil, 64% revelou ter um celular e 46% assina algum canal de TV fechada. Dados que indicam um mercado promissor. Mas segundo o editor do site André Fischer, os anunciantes ainda têm muito preconceito: “Cansei de fazer pilotos de programas *gays*. Ainda há uma cegueira no mercado. Só para citar um exemplo, a Citroën cancelou o patrocínio que daria ao 9º festival de diversidade sexual (...) porque tem um carro da linha que se chama Picasso e poderia haver duplo sentido”¹². Esse preconceito e conservadorismo são presentes mesmo entre profissionais de *marketing* e publicidade. Segundo o grupo *gay* da Bahia, em sua página na Internet, não há lógica alguma no fato de empresas multinacionais anunciarem em revistas *gays* internacionais, como *Advocate*, *Out*, *Attitude*, *Tetu* e *Gay Times* e, ao mesmo tempo, evitarem vincular sua imagem às publicações nacionais do mesmo gênero.

Canais de televisão também receiam um possível conservadorismo de seus telespectadores. O *SBT* resolveu não exibir a série inglesa *Queer as folk* (conhecida no Brasil no canal a cabo como *Os assumidos*), parte do pacote milionário assinado com a *Warner*, que

¹² GOULART, Gabriela. (2001, 25 de outubro). TV mais do que assumida. *Jornal do Brasil*

comercializa o produto. Segundo o diretor de programação do canal Mauro Lissoni, “Estamos totalmente de fora. O seriado é muito bem feito, mas o telespectador brasileiro não admite essa ousadia. É conservador e tem muito preconceito. Acho que teria bons índices de audiência pela curiosidade, mas provocaria revolta”¹³.

Uma revista da grande imprensa também se negou a ter a publicação associada a ao tema. O diretor do *Mix Brasil* – festival de diversidade sexual – André Fisher, negociou dois anúncios sobre o festival na revista *Veja* de São Paulo. Um texto, sem imagens, informando sobre o festival. O anúncio foi recusado pelo departamento comercial da revista que alegou que não anunciava eventos pornográficos ou *GLS* (Revista *G Magazine*, edição 51 de dezembro de 2001, p.10). Essa resolução da revista gerou, inclusive, um editorial na *G*, na edição nº 51, que comenta também a recusa de um banco de dados de imagens em vender material para a *G*:

“(...) Será que estamos num momento de retrocesso? Passei algum tempo pensando, sem concluir nada. Porém, diante de alguns fatos recentes, só posso concluir que é bem possível SIM! Só para citarmos umas coisinhas aqui e ali: A revista *Veja* se recusa a colocar o anúncio do Festival *Mix Brasil* (conceituada mostra de cinema e vídeo sobre a diversidade sexual) alegando não aceitar anúncios para o público *GLS*! (Mas vender revistas para ‘esse’ público, ela aceita, certo?). Um banco de imagens de uma conceituada editora, nega-se, educadamente a vender, veja bem, vender fotos para uma certa revista *gay* (esses bancos existem para isso justamente: vender fotos que produzem para outras revistas). Por quê? Bem, talvez alguns artistas e/políticos tenham medo de estar num desses veículos...pode ser que contamine, não é? É um perigo!!!!”.

Em alguns casos, a propaganda governamental se antecipa à propaganda da iniciativa privada. É o caso da campanha dirigida aos *gays* lançada pelo ministério da saúde em 2002. A iniciativa foi a primeira campanha de massa de prevenção à *Aids* dirigida ao público homossexual. A campanha veio depois de 15 anos de epidemia da doença no Brasil e depois de inúmeras cobranças do movimento organizado de combate à doença e de grupos de militância. As campanhas oficiais sobre a doença, até então, eram direcionadas a segmentos tão específicos como foliões de carnaval, usuários de drogas injetáveis, caminhoneiros, mulheres, gestantes, adolescentes e casais heterossexuais, mas nenhuma foi destinada ao público que durante muito tempo foi tragicamente atingido pela doença e estigmatizado por

¹³ GOULART, Gabriela. (2001, 25 de outubro). TV mais do que assumida. *Jornal do Brasil*.

causa dela: os homossexuais. Na campanha veiculada na televisão, um filme enfatiza o acolhimento e o diálogo franco entre pais e filho homossexual. A peça introduz as idéias de educação contra discriminação e valorização e respeito às diferenças.

Mas conservadorismo e preconceito ainda estão fortemente arraigados nas propagandas de massa, tanto que esta propaganda oficial se apresenta como um caso isolado. O preconceito ainda é visível no mercado editorial. De acordo com Ana Fadigas, as revistas de nudez masculina enfrentam alguns preconceitos que prejudicam algumas ações operacionais. O preconceito vem tanto de distribuidores quanto de fornecedores que evitam lidar com o produto *gay*. Os anunciantes também receiam aparecer associados a uma publicação *gay*. O tema gerou pauta para um editorial na edição³¹ de abril de 2000:

“(...) escolhemos um e-mail de um leitor para ilustrar um de nossos gritinhos. E aqui vai com agradecimentos sinceros o e-mail de Cláudio Soares, de Itabuna, BA.

Assunto: Boicote ‘A *G Magazine* é um verdadeiro ‘tapa’ na cara dessa sociedade hipócrita que sempre tentou nos ignorar. Pois bem, estamos mostrando a nossa cara e estamos indo muito bem. Mas onde estão os anunciantes que nos entopem de marcas e etiquetas e não têm coragem de anunciar na nossa *G*? Estão esperando o quê? Um boicote?’ Pois é minha gente, aí está o sentimento em relação a alguns anunciantes que poderiam estar por aqui e em outras revistas do gênero, pois os leitores sabem que para fazer uma boa revista precisamos muito deles. Sabe, há inclusive alguns que declinam estar na *G* por ela ser uma revista de Nus (...)” (Revista *G Magazine*, edição nº 31: Editorial).

A própria ida à banca de Jornais para comprar a revista, especialmente na fase de surgimento da *G*, não era um ato tão simples assim:

“(...) No início da *G Magazine*, o meu maior sonho de consumo era ir lá na banca e pedir uma *G*. Só que eu imaginava mil coisas, como o que poderia acontecer comigo se o jornaleiro decidisse me sacanear e tudo mais. Aí fui crescendo junto com a *G*, sem nunca ter prestigiado nenhuma edição (...)

Era muito ruim. Hoje decidi sair do armário mesmo, sem me preocupar com os outros... Não é a gente que tem que entender o mundo, é o mundo que tem que nos entender, nós somos todos iguais, e eu acho que enquanto houver *gays* escondidos, isso nunca vai acabar. Bem, fui à banca e, na maior cara de pau, pedi umas três revistas de uma vez só (...) o jornaleiro não disse uma só palavra (...)” (Revista *G Magazine*, edição nº 32, seção *Carta do leitor*).

Mesmo diante dessas dificuldades, a revista *G Magazine* destina boa parte de suas páginas à veiculação de anúncios, cerca 26% destas é dedicada exclusivamente à publicidade.

Aproximadamente 60% dela são de produtos associados ao universo *gay* e ao erotismo, como boates, saunas, números de tele-sexo, filmes eróticos, lugares de encontros, produtos eróticos. Outros 25% são distribuídos em anúncios de *sites GLS*, livrarias especializadas em literatura *GLS*, pequenos classificados de cestas eróticas, detetives particulares, agências de turismo especializadas em público *GLS* etc. Na área de vestuário, apenas peças íntimas são anunciadas (cerca de 3%); produtos e clínicas de beleza e estética representam 10%. A publicidade da própria revista gira em torno de 2%, ou seja, a maior fatia publicitária é dedicada exclusivamente a produtos especificadamente *gays*, o que mostra que a dependência em larga escala do chamado *gueto*. Algumas exceções de produtos que não são específicos do *gueto* e que anunciaram em página inteira tratam de uma concessionária de carros e da *Direct TV* que anunciam esporadicamente. Nas edições analisadas, apenas uma única vez a grande imprensa utilizou as páginas da revista para publicidade, foi o jornal *Folha de São Paulo* que ocupou duas páginas de propaganda. Segue na próxima página, quadro que mostra as proporções de publicidade de acordo com o tipo de produto anunciado.

Tabela 3

Distribuição da publicidade

Tipo de produto	Edição 26 Nºanun.%	Edição 27 Nºanun.%	Edição 28 Nºanun.%	Edição 29 Nºanun.%	Edição 30 Nºanun.%	Edição 31 Nºanun.%
Produtos <i>gays</i> (tele-sexo, produtos eróticos, filmes eróticos, saunas/termas, boates, <i>dark-room</i> , video-locadoras especializadas filmes eróticos)	58 (60,41%)	61 (62,8%)	60 (60,60%)	48 (53,33%)	60 (57,69%)	74 (66,03%)
Outros (<i>sites</i> , pequenos classificados, turismo, esoterismo etc)	22 (22,91%)	20 (20,6%)	21 (22,22%)	25 (27,78%)	24 (23,07%)	27 (24,16%)
Roupas (peças íntimas)	04 (4,16)	03 (3,09)	04 (4,04%)	04 (4,44%)	02 (1,92%)	02 (1,78%)
Autopropaganda	02 (2,08%)	02 (2,06%)	05 (5,05%)	02 (2,22%)	04 (3,84%)	01 (0,89%)
Estética/beleza	10 (10,41%)	09 (9,27%)	07 (7,07%)	09 (10%)	13 (12,5%)	07 (6,25%)
Calçados	-	-	-	-	-	-
Cigarros	-	-	-	-	-	-
Imprensa (jornal)	-	-	-	-	*01 (0,96)	-
Bebidas	-	-	-	-	-	-
Carros (concessionária)	-	*01 (1,03%)	-	*01 (1,11%)	-	01 (0,89%)
Televisão a cabo	-	*01 (1,03%)	*01 (1,01%)	*01 (1,11%)	-	-
Comésticos/perfumes	-	-	-	-	-	-
Alimentos	-	-	-	-	-	-
Música	-	-	-	-	-	-

Estes itens apesar de só terem um anúncio na edição, são importantes, pois são anúncios de página inteira de produtos que não são específicos do universo *gay*

Até onde chega a revista?

Quinhentas e cinquenta e uma correspondências de leitores enviadas às seções *SOS*, *Procurados*, *Contos*, *Cartas dos leitores* e *Foi Assim* foram incluídas no *corpus* da pesquisa. Delimitamos como um foco de interesse verificar de onde vêm essas cartas, de que regiões, cidades e em que quantidades, para assim termos um mapeamento da penetração da revista no país, nos grandes centros urbanos e na área rural.

O levantamento demonstra que, a maioria das cartas recebidas, é proveniente da região Sudeste do país com o total de 59,7% das correspondências, seguida pela região Nordeste com 13,95% das cartas. Em menores escalas estão representadas as regiões Sul: 9,8%, região Centro Oeste: 3,97%, região Norte: 2,53%.

Os *E-mails* representam 8,16% das cartas e 1,81% das correspondências são de outros países como Espanha, Japão, Holanda, Estados Unidos e Portugal. Dos Estados brasileiros destacam-se São Paulo (33,94), Rio de Janeiro (15,42%) e Minas Gerais (8,89%) como os campeões em envio de cartas.

A diretora da Fractal, Ana Fadigas e a psicóloga responsável pelo recebimento e leitura das cartas, Ita Wilde, explicam que leitores escrevem para reclamar da dificuldade de acesso à revista:

“Alguns leitores nos escrevem reclamando sobre as dificuldades de acesso à revista. Para consegui-la, eles formam pequenas correntes. Amigos que moram nos lugares onde se pode encontrar a publicação buscam a revista para eles. Ainda assim, eles reclamam que nesses lugares a quantidade de exemplares é limitada. Procuramos encaminhar as reclamações, pedindo à distribuidora que distribua nesses locais. Mas, ainda assim, existem zonas rurais muito longínquas. Em alguns casos, checamos a veracidade da reclamação e enviamos a revista. As reclamações, normalmente são verdadeiras, não me lembro de alguém que tenha mentido. Nós sempre temos mecanismos de checar a informação, especialmente, quando se trata de *E-mails*. Além disso, existe o problema de ir à banca de revistas. No início da *G*, alguns eram xingados quando iam comprar a revista. Hoje, isso mudou muito, mas dificilmente alguém chega corajosamente a uma banca para comprar a *G Magazine*¹⁴”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

¹⁴ Um leitor, na edição nº 33 de junho de 2000, assim se pronuncia na seção *carta do leitor*: “prefiro não me identificar. Sou militar. Ouvia falar sobre a *G*, mas não tinha coragem de comprá-la. Sempre fui muito reservado. Um belo dia, numa banca dentro da Marinha, vi a edição 25 com o Roger, o goleiro. Aquele homem na capa me despertou um enorme tesão. Comprei a edição em outra banca, no Centro”

“Temos recebido cartas de lugares que não existem no mapa do Brasil. Curiosamente, recebemos uma carta de uma adolescente do sertão nordestino que nos pedia um sapato. É comovente perceber onde essa carta vai parar. Como isso acontece? Sempre nos dizem ‘*tenho um amigo que trouxe a revista*’. É alguém que levou para alguém que encontrou a revista em algum outro lugar. Algumas correspondências são cativas, elas vão e vêm. Já recebi um telefonema de um rapaz de Sorriso, no Mato Grosso. Para se comunicar, ele usava o telefone da vizinha. Muitas vezes, eles ligam da escola que é o único lugar da comunidade onde há um telefone. Como no caso da menina que escreveu pedindo um sapato. Ela não tinha endereço, o endereço da carta era o da escola. Às vezes, o endereço é o do correio central do lugar onde o leitor mora”. (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

A G Magazine por Ana Fadigas e Ita Wilde



Ilustração Nº 20: Ana Fadigas, São Paulo, 2002

São Paulo, Ana, Ita, cartas

Na *G Magazine* somente duas pessoas têm um contato mais íntimo com as cartas dos leitores. São elas: Ana Fadigas, diretora da Fractal e Ita Wilde, psicóloga, responsável pela seção *Divã* da coluna *SOS*. Inicialmente, nosso interesse era passar um tempo, ainda que pequeno, na redação da revista para entender a rotina que essas cartas seguem. O contato com os responsáveis pela publicação nos mostrou que as cartas seguem uma rotina pautada pelo sigilo e privacidade dedicados aos leitores.

Em nossa visita à redação da revista, centralizamos nossas entrevistas em indagações e observações sobre o processo de recepção, seleção e publicação das cartas dos leitores. Surpreendemo-nos ao descobrir que as cartas têm uma relevância bem maior para a revista do que aquela que imaginávamos antes:

“A grande coragem de manter essa revista não é minha. Ela é do leitor e das suas cartas. Se essa ligação acabar eu não sei como será. As nossas cartas são o ponto forte da revista. As cartas mantiveram, durante todos esses anos, a força da *G*. E isso não é assim em todas revistas. Eu trabalhei em inúmeras, em quase todos os cargos, e em nenhuma eu encontrei essa relação, em que o leitor mantém a revista e te aponta que caminho tomar”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

A psicóloga Ita Wilde não costuma ir à redação da *G Magazine*. Em casa, ela recebe cartas por *E-mail*, pela caixa postal ou em envelopes endereçados a ela pela redação da revista. Ita Wilde tem um consultório onde presta atendimento, como psicóloga, na Vila Madalena. Há

vinte anos, trabalha nessa profissão. Ao definir-se, se auto-avalia dessa forma, “Sou mulher, obesa e judia, ou seja, eu sou a própria minoria e a sociedade é muito cruel com essas características”. Segundo ela, talvez por isso lide tão bem com as questões da exclusão. Seu trabalho na *G* é quase voluntário. Por ele, recebe um salário simbólico e afirma que mesmo sem este salário, ainda assim, faria o trabalho que, muitas vezes, se reverte em terapias de leitores que acabam chegando ao seu consultório em busca de apoio.

Esse trabalho quase resultou na formação de uma organização não governamental. Ela assim se pronuncia, “é quase o trabalho de uma ONG que, inclusive, nós tentamos fazer, mas não conseguimos sobreviver”. Nesse sentido, Ita Wilde é incisiva, “O papel da *G Magazine* na sociedade é muito importante, porque não existe nada, nessa sociedade, que acolha os homossexuais e tenha esse alcance e influência na mídia”. Ita Wilde diz que não pode imaginar ninguém que trabalhe na *G* sem amor. Segundo ela, todos são profissionais que recebem salário, têm a sua vida, mas é impossível fazer esse trabalho se não houver o compromisso com a causa humana. Segundo Ita Wilde:

“É um trabalho de amor, é uma proposta de um pouco mais de humanidade, porque o sofrimento circula em nossas mãos livremente. Hoje em dia um pouco menos, mas mesmo com a experiência de mais de 20 anos, tem semanas em que sofro muito por causa da dor existente nestas cartas. Há um respeito muito grande, para se ter idéia eu recebo, por exemplo, reunião de pauta e eu tenho o direito de a partir do meu trabalho sugerir pautas. Eu sei que o que eu mando para eles não vai ficar engavetado” (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

A diretora da *G Magazine*, Ana Fadigas, nos recebeu na sede da revista, uma casa de dois pavimentos localizada na cidade de Monções, um bairro nobre de São Paulo. Sua sala, contrariando, segundo ela, as previsões de alguns, “não possui um enorme quadro de fotos enfileiradas com diversos tipos e tamanhos de pintos”.



Ilustração Nº 21: A diretora da Fractal, Ana Fadigas, e a secretária de redação da *G Magazine*, Gracia.

Pelo contrário, a sala de Ana Fadigas é mesmo surpreendente: uma santa, nossa senhora da Aparecida, e uma pequena fonte, com anjinhos em volta, são os objetos que mais se fazem notar.

Aos 56 anos de idade, Ana Fadigas tem como experiência 20 anos de trabalho na editora Abril. As revistas *Carícia*, *Capricho*, *Contigo* são produtos cujo perfil editorial ajudou a definir. Com a *G Magazine*, completa 26 anos no mercado editorial. Ela fala com paixão da revista. Diz que tem a onipotência feminina de achar que pode acolher todos no colo. Essa mesma onipotência é usada para o papel de empresária preocupada com o faturamento da revista e as dificuldades de manter a publicação no mercado.

Sobre as cartas

A revista *G Magazine* recebe, por mês, cerca de 1800 a 2000 correspondências, entre *E-mails* e cartas. Segundo Ana Fadigas, antes do *site* da revista ser mais completo e interativo com os leitores, esse número era ainda maior. O público que escreve para a revista não é formado somente por homens. As mulheres representam de 10 a 15% da correspondência que chega até a *G*. Elas, em sua maioria, se identificam como heterossexuais.

Segundo Ita Wilde, o perfil do leitor da *G* tem mudado bastante. Nos últimos dois anos, o leitor intelectualizado e politizado tem se manifestado muito mais nas cartas. Com relação ao anonimato das correspondências, muitos leitores pedem que suas cartas não sejam publicadas na revista. Ita Wilde observa que somente são publicadas as que vêm uma autorização expressa do remetente. Alguns leitores autorizam, inclusive, a publicação de seu nome e outros pedem para que se use um pseudônimo. A seleção das cartas que deverão ser publicadas obedece a uma decisão tomada pela Ana Fadigas e os editores da revista:

“A *G Magazine* é uma revista que tem uma característica de recebimento de cartas totalmente diferente das outras revistas. Em primeiro lugar, acredito que ela receba mais cartas. Em segundo lugar, não posso dizer que a *G* seja a única, mas posso afirmar que ela é uma das poucas revistas que responde a todas as cartas e *E-mails* recebidos. Em terceiro lugar, o conteúdo das cartas mostra que cada leitor se sente meio proprietário da revista. Para os editores, em geral, esta é uma postura difícil. Mas, os leitores têm esse sentimento de posse e se expressam exigindo um perfil editorial:

'não gostamos disso'; 'não quero que ponha mais isso'; 'não quero tal ensaio'; 'achei tal matéria um horror'. Contudo, até nas cartas com críticas mais ácidas, os leitores pedem para que não se deixe de fazer a revista. As cartas que contêm críticas assim se expressam 'estou criticando, apenas para que melhore, não quero que a *G* acabe'. Em quarto lugar, as cartas, em sua maioria, são extremamente pessoais. Essas cartas mais íntimas são enviadas à Ita, que acredito, é a pessoa mais preparada para lidar com elas. Essas são as características mais perceptíveis e que, acredito, diferencia a *G* das outras revistas".(Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

As cartas enviadas à *G Magazine* são catalogadas, respondidas e fazem parte de um relatório que servirá de base para as pautas. Mais do que um espaço de interatividade, elas representam o referencial da revista. O grande foco das correspondências são o corpo masculino e o pênis dos modelos que são enaltecidos. Os remetentes enviam sugestões, matérias, revistas e indicam até pesquisas sobre o que querem.

Existem dois grandes blocos de fantasias nas cartas: um trata daqueles que pedem modelos famosos em qualquer área como artistas, atores, cantores, lutadores de boxe e jogadores de futebol. O segundo bloco é aquele que está diretamente ligado a fetiches. Nesse bloco estão aqueles que pedem ensaios de encanadores, eletricitas, mecânicos, policiais ou bombeiros, ou seja, aqueles que usam uniformes ou fardas. Essas sugestões são catalogadas em um relatório que serve de base para a proposta editorial da revista:

"Eu faço um relatório mensal com todas as sugestões apontadas pelas cartas. Todas as opiniões dos leitores da *G* são descritas neste relatório. Ele não é nominal; mas em alguns casos, frases são relacionadas apontando sempre a expressão do leitor. O documento é encaminhado mensalmente à redação da revista que, com base nele, pode desenvolver pesquisas ou produzir pautas. Como seria impossível a todos que trabalham na *G* ler a revista, esse relatório tem a responsabilidade de transmitir o que o leitor pensa, quais foram as principais críticas positivas e negativas. Desde as sugestões mais procedentes até as sugestões mais estapafúrdias são citadas no relatório que contempla também todas as sugestões de ensaios". (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

"Determinada carta de um leitor assim se expressava: 'nós não temos nenhuma revista com a *Carícia* ou a *Capricho* que nos ensine como fazer'. Como possuo toda a prepotência feminina de quem quer dar sempre o colo, fiquei perplexa. Como um homem de trinta anos precisa disso. A realidade é uma coisa absurda e você passa a perceber a importância que tem uma revista como a *Carícia*: as pessoas lêem em busca de orientação. Preocupados com isso, passamos a fazer mais matérias de comportamento, com um comprometimento maior com a causa *gay*. Os testes de comportamento, por exemplo, sabíamos que era apenas uma brincadeira, ainda assim

publicávamos. Hoje, esse tipo de material já não entra mais na revista, pois sempre haverá alguém que poderá levar o teste à sério. Sabemos que podemos até vender menos por isso. A *G* tem mudado muito nestes últimos anos. Acredito que a revista hoje seja mais esquizofrênica do que nunca”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Essa esquizofrenia encontra referências em outras falas de Ana Fadigas. Ao apontar o eterno conflito de lidar com temas absolutamente diferentes, Ana Fadigas expressa que o universo *G* possui “continentes de carne e espírito”. Segundo Ana, o leitor que fala sobre “pinto”, orgasmo e namorados é o mesmo que fala também em Deus.

“Se o meu Deus não me castiga, o deles também não. Isso é uma conquista. Nós temos um continente espiritual e carnal que vai de Deus ao erótico. Talvez porque nessa condição de minoria seja mais fácil ser livre, sem tantos preconceitos”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

A rotina, edição e destino final das cartas na redação

A primeira pessoa a tomar contato com as correspondências na redação da *G Magazine* é a secretária da redação. Ela separa as cartas e as encaminha para Ana Fadigas e Ita Wilde. Ambas fazem a seleção dessas cartas com algumas observações que são sinalizadas na própria correspondência. Essas indicações servem para que a carta seja encaminhada a determinados setores de acordo com o assunto. As cartas escritas para a seção SOS são encaminhadas para Ita Wilde. De qualquer forma, todas as correspondências acabam passando pelas mãos de Ita Wilde, pois elas serão utilizadas para o relatório.

“Todas as cartas que chegam são lidas por mim. Nessa leitura são sinalizadas algumas observações sobre a importância da carta. Depois dessa leitura, eu separo as que devem ser enviadas à Ita. Ela responde a todas as cartas e faz, com base nelas, um relatório que diz, por exemplo, o número de cartas que em determinado período de tempo pediu o ensaio de um homem mais maduro. Quando estas cartas retornam, são arquivadas. Algumas são publicadas. As cartas a serem publicadas são resumidas e têm os erros de português corrigidos. Quem escolhe as cartas a serem publicadas são os editores, da minha parte, eu escolho a carta do mês, normalmente uma carta que trate de um tema mais geral ou de um apelo. Dificilmente é escolhida uma carta sobre ensaios. A escolha para publicação é feita em conjunto pelos editores, mas quem lê todas as cartas sou eu. Elas permanecem arquivadas pelo período de cinco meses e depois são queimadas”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

A veracidade dos relatos

Ao realizar a análise das cartas procuramos definir um recorte do objeto. O foco de nossa pesquisa determinou a análise centrada sobre a materialidade dos textos. Nesse sentido, não nos preocupamos em pesquisar as condições de produção das narrativas. Contudo, essas cartas, como qualquer documento, possuem especificidades e condições particulares de elaboração. Sempre imaginamos para que leitor a revista *G Magazine* fala e de que forma o interesse da revista pode criar leitores imaginários. Segundo Ana Fadigas, a *G* emancipou-se dessa realidade:

“Eu já trabalhei em editoras sérias em que cartas eram inventadas. Fazia-se isso, porque a revista estava no começo e não recebia cartas. Isso é algo normal de mercado”.

Na *G* se corrige, edita-se e o leitor tem a consciência desse trabalho, mas aqui na revista, o tratamento dado às cartas é seríssimo; até porque, os leitores são extremamente exigentes e com certeza colocariam a boca no mundo! Em uma época atrás, um leitor havia entendido que a parceria civil entre homossexuais havia sido legalizada. Ele nos escreveu dizendo que era um absurdo a *G* não publicar a notícia. As reclamações dele circularam por toda a Internet. Neste sentido, é muito complicado mexer nas cartas ou inventar pessoas. Um conto, eventualmente, se não chegar nenhum legal, é possível que se escreva e diga que algum leitor escreveu. De qualquer maneira, eu não fico sabendo disso, mas isso pode acontecer”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

“Os leitores da *G* são bastante verdadeiros em seus relatos, talvez com uma pitada de fantasia, mas ainda assim verdadeiros. Como eles não possuem um lugar de expressão, como no todo, tudo é vergonhoso e preconceituoso. A necessidade passa a ser partilhar uma verdade comum, em um lugar onde eles têm a certeza de que não serão julgados ou discriminados com a segurança do anonimato e da ética. Pois muitos escrevem no anonimato, há os que assinam ou escrevem sem caixa postal, mas a grande maioria revela claramente o que quer e quem é, a única condição que impõem é que o envelope de resposta seja discreto para que a família não perceba nada. Esses leitores nos escrevem em busca de uma conexão mínima com o mundo. Muitos não precisam de atendimento, buscam simplesmente alguém que os aceite, por isso, na grande maioria das vezes, são bastante sinceros”. (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

A dor e o suicídio

Se o grande foco das correspondências sempre foi os ensaios masculinos. Nos últimos anos, segundo Ana Fadigas e Ita Wilde, essa realidade tem mudado muito. A cada dia, os depoimentos apresentam um caráter mais pessoal e emocional. Elas explicam que, nos últimos anos, o discurso do leitor tem mudado. A cada dia, ele se expressa mais claramente nas correspondências. A linguagem subliminar do “tenho um amigo com esse problema (...)” foi substituída por uma fala mais direta “eu sou assim, tenho essa dificuldade (...)”. Nessas falas, o sofrimento é latente. A avaliação que Ana Fadigas faz nos fala de um “grande pedido de socorro”:

“É preciso ter preparo emocional para lidar com isso. No final de ano, há alguns anos, era praticamente insuportável abrir as cartas e encontrar ali o sofrimento das pessoas. A sensação que eu tinha, é que eu fazia muito pouco pelo outro. É uma hora em que o sofrimento vem à tona, especialmente o sofrimento dos adolescentes *gays* que escrevem bastante. Muitas cartas demonstram o desespero extremo: a vontade de cometer o suicídio. Por isso, inclusive, procuramos tratar do tema nas edições da revista.

No segundo ano da *G* participamos de um *workshop* com profissionais da universidade de São Paulo, USP, e lá descobrimos que os adolescentes *gays* são os que mais cometem suicídio. Seja pelo motivo que for, estatisticamente há um número alto de suicídios entre os adolescentes *gays*. Esse dado nos chocou bastante. Sabemos que esta é uma fase cheia de conflitos, mas não imaginávamos que era assim. Com base nisso, buscamos dados, realizamos estudos e passamos a perceber o problema nas cartas dos leitores”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

“Muitas cartas demonstram, claramente, a questão do suicídio. Isso já se transformou em uma rotina. Muitos se expressam, “eu já tentei o suicídio várias vezes, vou tentar de novo”. Essas declarações são rotineiras nas cartas enviadas à *G Magazine*. Faz duas ou três edições, que saiu no *SOS divã*, o caso de um rapaz que pensou em se matar porque foi a uma Boate e não tinha ninguém para dançar. Esse *SOS* foi um dos que mais repercutiu. Eu recebi inúmeros *E-mails* e cartas de apoio, porque precisei ser brava na hora de responder à carta. Normalmente eu sou muito afetiva, mas há um momento em que é preciso colocar as coisas em seus lugares”. (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Essa talvez tenha sido a grande contribuição dessa visita ao nosso trabalho. Não havíamos percebido ainda, claramente, essa tragédia brasileira. Por conta disso, nos

debruçamos à busca de pesquisas que relatassem o sofrimento desses jovens. Contudo, as estatísticas oficiais não falam do assunto. O que usamos como base são indicadores e referências que reunimos no último capítulo desta dissertação.

“É difícil, especialmente para os adolescentes, conviver com o abuso moral que deixa marcas muito profundas de desamor por causa das chacotas. Há casos, em que a cidade inteira se coloca contra eles. Eles acabam indo embora do lugar em busca da grande cidade. Alguns se firmam financeiramente, o que é a grande vitória e voltam triunfantes e ricos para tentar calar a todos. O preconceito leva ao desespero devido à discriminação que parte da própria família, em especial das famílias crentes (protestantes) que não aceitam a homossexualidade por parte do filho. Acabam sendo mandados embora, muito cedo, de casa e terminam descobrindo rapidamente o caminho das drogas e da prostituição”. (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Um outro ponto foi relatado pelas pessoas responsáveis pelas cartas de leitores: é que o sofrimento de uma pessoa que ama ou se interessa por outra pessoa do mesmo sexo começa dentro de casa, junto à família. As cartas são documentos que comprovam que o lar é o primeiro instrumento de violência intersubjetiva, conceito que desenvolvemos melhor no último capítulo:

“É comum experimentar a primeira vez com o tio ou o pai ou outro parente bem próximo. Essa iniciação, normalmente, se dá pelo abuso sexual e pelo estupro. É muito triste porque não dá nem tempo da criança amadurecer e conhecer a própria sexualidade com alguém da mesma idade. Talvez, neste sentido, a identidade sexual homossexual ainda não tenha se manifestado claramente, mas a partir daí, o adolescente acaba seguindo este caminho. As cartas que têm esse relato vêm principalmente região Nordeste do país. Este fato pode ter duas explicações: na cultura nordestina, o machismo ainda é algo muito forte e talvez induziria a este tipo de atitude. Ou talvez os leitores do Nordeste, realmente se expressem mais neste sentido”. (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Os relatos trazem categorias de problemas que são específicos da minoria que sofre o preconceito e a discriminação. Outro grande desespero do homossexual é a rejeição da religião:

“Eles procuram muito Deus e um lugar onde possam se sentir aceitos porque a religião católica, judia e cristã não os apóia. A humanidade está crescendo ao falar mais sobre o assunto. Há uma tentativa de se abordar a homossexualidade de uma maneira mais natural e tranqüila, contudo, no sofrimento individual a mudança foi

muito pouca”. (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

À procura de emprego

Inúmeros problemas sociais são relatados nas correspondências não publicadas. Esses referenciais são usados como sugestões de matérias ou como indicadores de reformulação do *site* da revista:

“Muita gente escreve à procura de emprego. Muitos chegam a enviar currículo, a maioria com desespero. É o sonho do jovem que mora no interior e é super discriminado pela família e pela sociedade. Nessa situação, ele entra em pânico e quer vir trabalhar em uma cidade como São Paulo ou em qualquer outro lugar. Com base nisso até sugeri à redação que criasse uma bolsa de empregos no *site* da *G*. O que se puder imaginar, chega nessas cartas. Teoricamente, alguns temas não têm nada a ver com a revista, mas eles pedem”. (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Identidade homossexual: a clandestinidade

Ao analisarmos as cartas dos leitores, percebemos que a investigação nos leva a um novo homem. Um indivíduo que tem uma maneira própria de lidar com o seu corpo, com as semelhanças e diferenças de seu corpo em relação aos outros. As declarações textuais encontradas atestam lingüisticamente uma nova economia de prazeres. No universo pesquisado, a imaginação presente nos relatos indica uma subjetividade cujo fundamento central é a homossexualidade. A psicóloga Ita Wilde diz acreditar que um dos pontos centrais dessa subjetividade é a condição de clandestinidade das relações:

“Há sim uma identidade homossexual com nome, ética e um funcionamento. Muito do que define essa identidade, é a clandestinidade da homossexualidade. As coisas poderiam ser bem diferentes, se não fosse essa clandestinidade que, por outro lado, oferece também uma chance maior de liberdade dentro do próprio grupo.

Há também a fugacidade dos relacionamentos, o grande amor que só dura três dias. Não há o compromisso porque o homossexual não precisa de um compromisso, já que é tudo clandestino. Até porque o que permeia estes relacionamentos é a sexualidade e a Aids não mudou essa situação. Isso é bárbaro! Eles continuam transando e expressando sua sexualidade, seu prazer, sem nenhum problema. O que mudou é que agora o sexo é mais seguro, à base de camisinha. É lógico que eles têm muito medo. Mas a clandestinidade os levou à liberdade, porque eles se tornaram libertos dos vínculos das relações heterossexuais tradicionais. Eles não têm nenhum

compromisso com a sociedade nesse sentido. Não há o vínculo material, não há laços sanguíneos que são os filhos; neste sentido, eles só ficam juntos porque se querem, porque se desejam, não há outro motivo, não há nada que compõe a mais”. (Entrevista de Ita Wilde dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

É importante situar os limites dos clichês e estereótipos que a homossexualidade sempre atraiu, em doses fartas, quando os discursos recaem sobre a fugacidade e clandestinidade das relações. Os preconceitos manifestos em termos morais se afiguram como potencializadores de perspectivas que distinguem negativamente as relações homossexuais. Relações duradouras sempre existiram, talvez apenas não possuam a visibilidade:

“É lógico que existem os casais de há mais de 30 anos. É possível perceber que esse desejo por um parceiro fixo vem aumentando, talvez como reflexo da Aids ou o desejo de estarem ampliando seus direitos. Há, cada vez mais, consciência de que eles têm direito à família de uma forma regularizada com projetos e sonhos futuros”. (Entrevista de Ita Wilde, São Paulo, outubro de 2002).

A incapacidade de aceitar o outro

Se pudéssemos indicar um referencial dos depoimentos, colhidos em São Paulo, que mais converge com a análise feita nessa dissertação, certamente o discurso de negação e a criação de estereótipos são leituras comuns entre a análise feita e as percepções que a revista tem do leitor:

“É uma minoria discriminada, mas que discrimina muito. Eles discriminam a bichinha, o afeminado e o negro. Capas com negros, por exemplo, não vendem, ou vendem apenas a metade. Podemos dizer, por isso, que esses leitores que discriminam são piores? Acredito que não. Eles são iguais a todo mundo; e o Brasil, ou o mundo, são assim. O negro é discriminado e acaba vendendo menos que o branco. Um bom exemplo era realmente a seção *Procurados*, onde o que era pedido, era o homem alto de 1.80m, olhos azuis e maravilhoso.

Nós alertamos sobre o preconceito em algumas matérias, embora nosso papel não seja bem esse, mas é preciso que eles ouçam a crítica. Nesse sentido, o Trevisan realiza um bom trabalho. Mas a perda do preconceito, até pela minoria, é um aprendizado difficilimo. Eu acompanhei, por exemplo, toda a fase da luta da mulher no trabalho. Na minha época, mulher que trabalhava fora era puta e o que percebíamos que a mulher discriminava a mulher também.

A minoria sofre, discrimina e vai aprendendo com a tomada de consciência, por isso acredito que o mais importante, hoje, é participar de uma ONG, estar aliado a qualquer organização de cidadania, de luta pela classe, seja ela qual for. A minoria não pode ficar esperando acontecer, não pode permanecer isolada. É como o

movimento feminino, Beth Freedom foi lá e rasgou o sutiã. Na época, isso era necessário. Era preciso a briga para que se tivesse a noção do preconceito. E o brasileiro não é assim. A minoria americana se mata por uma briga, nós já somos mais suaves”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Ao concluirmos a apresentação das principais passagens dos depoimentos obtidos em São Paulo, não podemos deixar de mencionar que o contato efetivo com os dirigentes da revista trouxe-nos a experiência mais íntima e privada do âmbito da produção da *G Magazine*. O aspecto central que norteou nossas indagações trouxe-nos as perspectivas de duas pessoas carregadas da subjetividade, do comprometimento e da dimensão individual que as cartas requerem. Essas características fizeram com que, em diversos momentos, os depoimentos migrassem para o campo das discussões sobre os direitos civis e as formas abusivas de poder e preconceito. Contudo, finalizamos essas observações chamando a atenção para os desdobramentos afetivos, conflitos e ambigüidades que marcam essas relações que são afetivas e econômicas: a *G Magazine* é uma empresa e, como tal, precisa sobreviver. O maior desafio é permanecer no mercado que tem eliminado diversas editoras, especialmente as pequenas que, em sua maioria, tem fechado.

“O grande desafio é fazer com que a *G* permaneça no mercado sem precisar mexer na marca da revista. A revista não pode decair, enquanto ela ficar tem que ser o que ela chegou a ser até agora”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

CAPÍTULO III

IDENTIDADE, UMA QUESTÃO DE GÊNERO?

A construção da diferença

O teórico dos *Estudos Culturais* Tomaz Tadeu da Silva argumenta no livro *Identidade e diferença – a perspectiva dos Estudos Culturais*, publicado no ano de 2000, que em uma primeira aproximação parece ser difícil definir identidade. Ela, segundo o autor, é simplesmente aquilo que se é: sou brasileiro, sou negro, sou heterossexual, sou jovem, sou homem (2000, p74). Em um mundo imaginário totalmente homogêneo, no qual todas as pessoas partilhassem a mesma identidade, as afirmações de identidade não fariam sentido. A afirmação “*sou brasileiro*”, na verdade, é parte de uma extensa rede de negações, de expressões negativas de identidades. Por trás da afirmação sou brasileiro, deve-se ler; não sou argentino, não sou chinês. Segundo o autor (2000, p.75,82), a marcação da diferença implica sempre as operações excluir e incluir; o que somos significa também dizer o que não somos.

Tomaz Tadeu da Silva (2000, p.82) explica que a identidade e a diferença estão estreitamente relacionadas às formas pelas quais a sociedade produz e utiliza classificações feitas sempre a partir do ponto de vista da identidade. A mais importante classificação é aquela que se estrutura em torno de oposições binárias, em torno de duas classificações polarizadas. As relações de identidade e diferenças ordenam-se todas em torno de oposições binárias: masculino/feminino, branco/negro, heterossexual/homossexual. Fixar uma determinada identidade como uma norma, segundo o autor (2000, p.83), é uma das formas privilegiadas de hierarquização das identidades e das diferenças num processo de normalização. Para este teórico dos *Estudos Culturais* (2000, p.83), normalizar significa eleger arbitrariamente uma

identidade específica como parâmetro em relação ao qual as outras identidades são avaliadas e hierarquizadas. A identidade normal é “natural”, desejável, única. A força da identidade normal é tal que ela sequer é vista como uma identidade, mas simplesmente como a identidade.

Tomaz Tadeu da Silva (2000, p.84) conclui que assim como a definição de identidade depende da diferença, a definição do normal depende da definição do anormal; o anormal é totalmente constitutivo do normal. A definição daquilo que é considerado aceitável, desejável, natural é dependente da definição daquilo que é considerado abjeto, rejeitável, antinatural.

O teórico Stuart Hall, conhecido por seu papel pioneiro no campo dos *Estudos Culturais*, em um artigo intitulado *Quem precisa da identidade?* (2000, p.110) argumenta que as identidades são construídas por meio da diferença e não fora dela. Nesse sentido, as identidades só podem ser lidas a contrapelo, isto é, não como aquilo que fixa o jogo da diferença em um ponto de origem e estabilidade, mas como algo que é construído na diferença ou por meio dela, sendo constantemente desestabilizado pelo que deixa de fora (Hall, 2000 p.110). A unidade que as identidades proclamam, na verdade, segundo Hall, é construída no interior de um jogo de poder e de exclusão; sendo assim, não o resultado de uma totalidade natural e inevitável, mas de um processo naturalizado, sobredeterminado (Bhabha, 1994 in: Hall, 2000, p.111).

Contudo, apesar dos princípios de exclusão que norteiam a sociedade e fazem do discurso heterossexual, por exemplo, um discurso hegemônico, na atualidade, os regimes de verdade não são estáticos, estão em constante mudança, e as chamadas minorias ganharam visibilidade. Ao analisar os principais elementos que configuram a questão da identidade e da diferença a professora da *Open University*, Kathryn Woodward (2000, p.35), descreve que os movimentos sociais como o movimento feminista, o movimento dos direitos civis dos negros e os movimentos de *gays* e lésbicas têm adotado uma posição não essencialista com respeito à identidade. A visão essencialista busca fundamentar suas afirmações na história e na biologia fixando verdades. Esses grupos têm enfatizado que as identidades são fluidas, que não são essências fixas, que não estão presas a diferenças que valeriam para todas as épocas. Nesse

sentido, esses grupos têm desempenhado um papel importante neste momento de desconstrução, chamado por muitos de época das crises: de identidade, de paradigmas etc.

O papel de gênero na constituição de uma identidade homossexual



Homens e mulheres, assim somos designados ao nascer. Hoje com a existência das ecografias, somos nomeados pelo ele ou ela antes mesmo do nascimento. E esse discurso vai sendo atualizado e reiterado em vários espaços de tempo. O tornar-se menina e o tornar-se menino vai se naturalizando. Só que essa construção é excludente e estabelece uma fronteira e uma norma. Um bom exemplo está presente no conto *O menino que brincava de ser* de Georgina da Costa Martins.



A obra nos leva a uma série de reflexões sobre gênero e sexualidade. O enredo relata a história de Dudu, um garoto que adora representar. Ele e seus colegas de escola adoram brincar de ser, imitando fadas, bruxas, princesas ou príncipes. Mas as fantasias de Dudu nem sempre são aceitas pelos adultos. Seu pai quer a todo custo que ele participe das chamadas brincadeiras de menino como jogar bola, lutar, competir. Mas Dudu prefere fantasiar-se de bruxa, vestir-se e enfeitar-se com as roupas coloridas e as jóias da mãe, da avó e da tia. Apesar de sofrer duras repreensões, não tem medo de mostrar suas preferências.

Ilustração Nº 22: “O menino que brincava de ser” de Georgina da Costa Martins publicado pela Editora DCL em 2000.

Há algo de errado com as escolhas de Dudu? No conto entram em ação o “doutor psicólogo”, o “doutor endocrinologista” e a avó. Dudu descobre que quer ser menina, mas ao descobrir que pode passar embaixo do arco-íris e se tornar menina, ele descobre que quer mesmo é brincar de ser.

No conto, alguns personagens esperam que Dudu tenha um comportamento de menino. Ao fugir desta regra e assumir um papel diferente, ele passa a ser considerado estranho. Pode parecer, neste caso, que a questão é voltada principalmente para o aspecto pessoal da sexualidade da criança.

Novamente podemos argumentar utilizando o pensamento da professora Kathry Woodward (2000, p.32): a forma como vivemos nossa identidade sexual é mediada por significados culturais sobre sexualidade que são produzidos por meio de sistemas dominantes de representação. O pressuposto de uma identidade masculina heterossexual exclui Dudu socialmente. A diferença é construída negativamente por meio da exclusão e da marginalização, mas não como uma proposta de heterogeneidade e diversidade.

Autores e autoras que estudam a questão do gênero como Guacira Lopes Louro (1999) apontam um pensamento construído em oposições binárias, em que nesses dualismos um lado é sempre mais valorizado do que o outro; os dualismos recebem pesos desiguais, num sistema hierarquizado de identidades e diferenças. A autora (1999, p.09) argumenta que as muitas formas de fazer-se mulher ou homem, as várias possibilidades de viver os prazeres e desejos corporais são sempre sugeridas, anunciadas e promovidas socialmente. Elas são também reguladas, condenadas ou negadas. Segundo ela (1999, p.10), desde os anos 60, o debate sobre identidades, práticas sexuais e de gênero vem se tornando cada vez mais acalorado. São batalhas judiciais de indivíduos que reclamam uma identidade civil feminina para completar o processo de transexualidade; conectados na Internet, sujeitos empreendem relações amorosas que não dependem de noções de espaço, tempo e gênero. Uniões afetivas e sexuais estáveis de indivíduos do mesmo sexo tornam-se cada vez mais visíveis e rotineiras. Todas essas transformações afetam as formas de viver e constituir identidades de gênero e sexuais.

A heterossexualidade é tida como natural, universal e normal. Conseqüentemente, outras formas de sexualidade são constituídas como antinaturais, peculiares e anormais. Corpo e sexo são vistos indissociáveis. Mas tomando emprestado a questão da professora do Departamento de Pós-graduação do Curso de História da Universidade de Brasília, Tânia Navarro, nos perguntamos: Com que direito o sexo designa uma identidade? A divisão binária da sociedade segundo o sexo torna-se evidência e a imposição, a construção desta divisão

biológica não é questionada já que é natural. São todas essas questões que devem ser discutidas neste capítulo: A busca da sociedade, o investimento feito em estratégias múltiplas que buscam fixar uma identidade masculina ou feminina normal e duradoura articulada a um único modelo de identidade sexual: A identidade heterossexual.

Segundo a historiadora Tania Navarro (2000, p.16), no Ocidente criou-se todo um discurso filosófico-religioso para justificar a divisão dos seres humanos de acordo com um critério básico: o sexo biológico. Complementares ou diferentes, os sexos biológicos foram dotados de uma importância crucial, de uma evidência indiscutível. Como divisor do humano, essa distinção é construída em torno de um critério básico: a reprodução. Segundo a autora (2000, p.17), a heterossexualidade compulsória, fenômeno recente na história humana, passa a ser a regra universal, o que determina a integração social nos papéis do “verdadeiro” masculino e feminino.

A história do Ocidente tem praticado o que Navarro (2000, p.49) chama de “política do esquecimento” que apaga o plural e o múltiplo do humano. A diferença e a pluralidade têm sido reduzidas a um binário que cria em torno de uma norma um espaço de rejeição e de inclusão. A divisão binária da sociedade segundo o sexo torna-se evidência, sendo naturalizada nesta condição de “naturalidade”, não é questionada. Os traços biológicos adquirem uma significação e um peso que delineiam o masculino e o feminino na rede de significações sociais.

Essa construção binária de homens e mulheres, além de naturalizada, é hierárquica e assimétrica, e também gira em torno da reprodução como eixo principal de relação entre os sexos definindo as noções de “normalidade” e “natureza”. Essa construção tem papel preponderante na constituição do que Navarro chama de uma “identidade generizada” (2000, p.50) baseada no binômio sexo/gênero que se traduz de maneira implícita e natural em sexualidade reprodutiva fundada na premissa da heterossexualidade; e instala a imagem, os contornos e as funções sociais de um corpo sexuado.

Navarro aponta (2000, p.54,62) que as reflexões teóricas dos estudos feministas têm questionado o determinismo biológico e os mecanismos históricos e sociais da divisão binária da sociedade. Há cerca de 30 anos, a pesquisa feminista vem indicando os mecanismos sociais produtores das reproduções cristalizadas que têm como matriz a heterossexualidade

compulsória que se instaura como um mecanismo regulador das práticas, definindo papéis sociais segundo desenhos morfológicos e genitais.

A teórica Judith Butler (1999, p.63) propõe uma análise do corpo biológico como produto de uma economia social. A autora argumenta que o próprio sexo é uma categoria generizada. O gênero não deve ser concebido meramente como uma inscrição cultural de sentido em um sexo pré-existente; ele também designa o aparato de produção pelo qual os sexos são estabelecidos. O sexo biológico, tomado como dado natural, não problematizado, é o produto de um sistema de representações do mundo, de um regime de verdade que constrói a diferença.

Segundo a professora Tania Navarro (2000, p.56), o masculino e feminino atualizam-se sem cessar no senso comum, nos meios de comunicação (televisão, cinema, imprensa, música etc), nos discursos dotados de autoridade (médico, religioso, político, jurídico). Os corpos são identificados pelo sexo e a proliferação das práticas sexuais faz-se segundo o modelo central de uma sexualidade binária e reprodutiva. O binário naturalizado de identidades delimitadas em torno da heterossexualidade e reprodução, conforme Navarro (2000, p.59), traça espaços de identidades consideradas incompletas, incorretas, incomôdas. Uma mulher viril, um homem passivo, pessoas do mesmo sexo que se amam, são assim enquadradas no espaço do erro, do inadequado.

De acordo com Tomaz Tadeu da Silva (2000, p.89), ao chamar a atenção para o caráter cultural do gênero e da sexualidade, a teoria Feminista e a teoria *Queer*¹⁵ contribuem de forma decisiva para o questionamento das oposições binárias masculino/feminino, heterossexual/homossexual, nas quais se baseia o processo de fixação das identidades de gênero e das identidades sexuais.

¹⁵ Segundo o professor de Inglês e Literatura Comparada na Universidade de Winsconsin, Milwaukee. Chistopher Lane, o termo *queer* – estranho em inglês – passou a ser utilizado, na década de 1990, por um grupo de teóricos que assumiram o termo, desenvolvendo todo um pensamento a respeito da homossexualidade, enfatizando sua relação com a transgressão. Em português, *queer* teria um significado próximo ao termo *bicha*.

O múltiplo de nós

No ensaio *Da diferença à igualdade: os direitos humanos de gays, lésbicas e travestis*, o sociólogo da Universidade de Brasília, Luiz Mello de Almeida (2001, p.173) argumenta que se os primeiros grupos homossexuais brasileiros estavam basicamente preocupados com a construção de uma identidade que demarcasse e normalizasse as diferenças entre os homo e heterossexuais, nos anos 90, a preocupação maior dos militantes parece situar-se não mais na construção de uma única identidade homossexual, mas na afirmação de múltiplas homossexualidades.

A luta, segundo o sociólogo (2001, p.173), passa a ser então não mais pela afirmação de identidade *gay*, identidade lésbica, identidade travesti, mas pelo reconhecimento da cidadania e dos direitos humanos de homens e mulheres que partilham com os outros membros da sociedade em maior ou menor grau, todo um conjunto de valores, hábitos, tradições e crenças. Reivindica-se que a homossexualidade seja socialmente definida apenas como uma singularidade a mais, entre tantas outras que caracterizam os seres humanos¹⁶.

A luta pelo reconhecimento social da diferença dos homossexuais em relação aos heterossexuais foi uma reivindicação inicialmente necessária para a afirmação do grupo na arena política. Entretanto, o entendimento de que a homossexualidade é apenas uma das formas de manifestação da sexualidade humana demonstra que isso não implica diferenças substantivas em relação à heterossexualidade. Essa compreensão passa pela regulação das relações afetivo-sexuais, seja de heterossexuais, homossexuais, transexuais, nos âmbitos da legislação, da religião, da ciência, da sociedade civil organizada, da mídia e das instâncias mediadoras que produzem, reformulam e repassam códigos e definições. Em entrevista à revista *Caros Amigos* de outubro de 2001, João Silvério Trevisan relata que uma das coisas

¹⁶ Em 2002, o Presidente da República, Fernando Henrique Cardoso lançou o *Programa Nacional de Direitos Humanos*. O plano contém 518 medidas de promoção e respeito dos direitos das minorias étnicas, de gênero, de idade e nacionalidade, entre as quais se destaca a recomendação para que o governo apóie o projeto de Lei que trata da união civil entre pessoas do mesmo sexo. O plano revela também a intenção do governo de modificar o registro civil de transexuais e de retirar a palavra "pederasta" do Código Penal Militar que considera a homossexualidade um crime. Atualmente, as Forças Armadas podem expulsar da corporação uma pessoa por sua orientação sexual. Agência Brasil (2002). In: *Presidente lança amanhã versão atualizada do Programa Nacional de Direitos Humanos*. Disponível: //http://www.radiobras.gov.br.

mais impressionantes que viveu dentro do grupo *Somos*¹⁷, do qual foi um dos fundadores, foi o momento em que uma lésbica se apaixonou por uma bicha. Neste momento, segundo ele, “instalou-se a subversão”. O acontecido, segundo Trevisan, mostra as múltiplas possibilidades do ser humano. Essas possibilidades eliminam os rótulos e dá a garantia de que é possível viver a diversidade. O autor defende, “o único direito que quero da sociedade é o meu direito de ser anormal! Não quero que me permitam ser normal! Quero o meu direito de ser anormal. acho que é a única reivindicação – ser do jeito que sou, quero estar integrado à sociedade como o indivíduo que sou. Basicamente é isso”.

O professor e pesquisador da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Denilson Lopes, no livro *O homem que amava rapazes* (2002, p.29), argumenta que pensar a sexualidade e a afetividade implica discutir formas de adesão a projetos coletivos e temas que transitem para o conjunto da sociedade civil, o que passa pela inclusão do preconceito contra homossexuais no espectro da luta por direitos humanos fundamentais. Segundo o autor (2002, p.33): “A abertura para as diferenças afirma a alegria, para além do ressentimento e do catastrofismo, contrapõe-se à desmobilização cínica. A alegria dialoga perfeitamente com a emergência de práticas e sujeitos políticos, dos movimentos minoritários às ONGs e às discussões sobre ética na política e solidariedade na sociedade”.

¹⁷ O arquivo Edgard Leuenroth – Centro de Pesquisa e Documentação Social (AEL) do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH) da Unicamp, recebeu ao longo da segunda metade da década de 80, coleções provenientes de grupos de militância do movimento homossexual brasileiro, basicamente dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Em seu artigo *Documento e Identidade: O movimento homossexual brasileiro e os fundos depositados no arquivo Edgar Leuenroth*, Elaine Marques Zanatta apresenta os fundos documentais do movimento e tece considerações a partir dos registros consultados.

De acordo com Zanatta, uma iniciativa foi decisiva para inspirar a grande quantidade de grupos que surgiram ao longo da década de 80, foi a formação do *Núcleo de Ação pelos Direitos dos Homossexuais*, posteriormente, grupo *Somos de Afirmação Homossexual*, em maio de 1978, em São Paulo. Considerado o mais bem organizado e mais ativo de todos os grupos; o *Somos*, ao final do primeiro semestre de 1979, reunia quase uma centena de associados. Nos documentos disponíveis no arquivo Edgar Leuenroth, o grupo expressa a ideia de que sua fundação foi concebida a partir da vontade comum de várias pessoas que desejavam possibilitar o encontro de homens e mulheres homossexuais fora dos locais habituais de encontro. Assim, segundo Zanatta, o grupo organizou-se, buscando sua identidade enquanto grupo e apresentou-se a partir da necessidade da maior conscientização individual e social da questão sexual.

Outra característica importante do grupo, na visão de Zanatta, foi a sua aproximação dos demais movimentos sociais. O *Somos* aproveitou o espaço de correspondência e divulgação do jornal *Lampião de Esquina* para inspirar outros homossexuais à criação de grupos de militância e reflexão.

As narrativas como modo de falar de si – as autobiografias

A identidade de uma pessoa está intimamente relacionada com a organização das experiências vividas. As narrativas, muito melhor que as definições da realidade, expressam dramaticamente a essência humana e funcionam mais que os discursos logicamente construídos e científicos para falar dessa essência. O ato de narrar trata de uma criação dada pela aplicação da capacidade classificatória do homem. As pessoas são capazes de constituir uma narrativa de suas vidas, mais que organizar uma consciência logicamente.

Ao pesquisar identidades estigmatizadas, Erving Goffman (1988) explica que ainda que a linha biográfica de um indivíduo esteja registrada nas mentes de seus amigos íntimos ou nos arquivos de pessoal de uma organização, ela é uma entidade sobre a qual se pode estruturar uma história. Segundo o autor: “Há um caderno à sua espera pronto para ser preenchido. Ele é certamente, um objeto para biografia”. Tudo o que alguém faz, fez ou pode fazer, é possível de ser incluído nesta biografia.

Vander Melo Miranda (1992, p.25), ao estudar a autobiografia, defende-a não como um simples enunciado, mas como um ato de discurso ou mais que isso, um ato de discurso literariamente intencionado. Segundo o autor, a marca individual do estilo, num tipo de narrativa em que o narrador é o próprio objeto de narração, reveste-se de grande importância, já que, à auto-referência explícita da narração a si mesma, o estilo acrescenta o valor auto-referencial implícito em que o ato de escrever e seu valor referencial remetem ao momento da escrita, ao eu atual. Segundo Vander Melo Miranda (1992, p.30), autobiografia, mesmo ao se limitar a uma pura narração, é sempre auto-interpretação. Assim, segundo o autor, “*será contado não apenas o que lhe aconteceu noutra tempo, mas como um outro que ele era tornou-se, de certa forma, ele mesmo*” (1992, p.31).

Vander Melo Miranda escreve (1992, p.31) que a transformação interna do indivíduo provocada por eventos externos proporciona material para uma narrativa que tem o “eu” como sujeito e como objeto, sendo que a importância da experiência pessoal, aliada à oportunidade de oferecer o relato dela a outrem, estabelece a legitimidade do eu. A narrativa é um produto da consciência humana que impõe ordem e coerência às experiências realizadas em torno do tempo. A identidade pessoal, de acordo com o filósofo Luis Duch (1996, p.165,166), está

intimamente relacionada à organização argumental das experiências vividas no passado em tramas mais ou menos coerentes e que quase sempre adotam formas narrativas.

Partindo da concepção de Paul Ricoeur (1994, p.15), é contando as próprias histórias que o ser humano se dá conta de si mesmo. Segundo Ricoeur, a experiência humana tem um caráter temporal. Neste sentido, o mundo exibido em qualquer obra narrativa tem um caráter temporal, assim o tempo torna-se tempo humano na medida em que está articulado de modo narrativo. A narrativa é então significativa na medida em que esboça os traços da experiência temporal.

De acordo com Ricoeur (1994, p.22,23), é bem conhecido o argumento cético de que o tempo não tem de ser, posto que o futuro ainda não é, o passado não é mais e o presente não permanece. No entanto, o ser humano refere-se ao tempo como tendo de ser, diz-se que as coisas por vir serão, que as passadas foram e as presentes passam. Colocando o passado e o futuro no presente, por intermédio da memória e da espera, poderá se transferir para a memória e a espera a idéia de um longo futuro e de um longo passado, mas essa certeza da linguagem, da experiência e da ação só será recuperada depois ter sido perdida e profundamente transformada.

Em nome de que se pode proferir o direito do passado e do futuro serem de algum modo? O que se diz e pode fazer-se quanto a isso? Segundo Ricoeur (1994, p.26), narra-se as coisas que se consideram verdadeiras e prediz-se acontecimentos, antecipando-os. Nesse sentido, é sempre a linguagem, a experiência e a ação que esta articula que resiste aos céticos. Assim considera-se como seres não o passado e o futuro como tais, mas qualidades temporais que podem existir no presente sem que as coisas de que se fala quando se narra ou prediz-se, ainda existam ou já existam.

De acordo com esse pensamento de Ricoeur (1994, p.27), a narração implicará sempre o ato de recordar (imaginar o passado) e prever (uma espera presente das coisas futuras). Confiando à memória o destino das coisas passadas e à espera das coisas futuras, pode-se incluir a memória e espera num presente ampliado e dialetizado que não é nem o passado, nem o futuro, nem o presente pontual, nem mesmo a passagem do presente. Segundo este pensador (1994, p.28), é possível dizer que há um presente do (de) passado, um presente do (de) presente e o presente do (de) futuro. Neste sentido, as narrativas de experiências

cotidianas no e com o tempo nos possibilitam significá-las produzindo assim, uma outra experiência.

Sobre essa capacidade de rememorar e antecipar o futuro, Duch (1996, p.475) ressalta que a presença de conceitos e palavras que materializem, em especial, o futuro é indispensável para a conservação e evolução da espécie humana. Segundo o autor, a possibilidade de planejar o futuro faz com que o homem esqueça a certeza de sua morte.

Segundo Duch (1996, p.166), é possível buscar na narrativa uma compreensão da existência humana que a razão sozinha não tem sido capaz de proporcionar. Assim defende o autor, a linguagem não é usada simplesmente para nomear coisas e acontecimentos, mas primordialmente, funciona para ordenar e classificar a experiência humana (1996, p.168).

CAPÍTULO IV

Erotismo, romance e dor

O surgimento dos classificados, dos contos eróticos e das seções de aconselhamento sobre sexo



A revista *G Magazine*, nas edições analisadas, nesta pesquisa, possui uma seção de contos eróticos, uma seção para receber cartas de leitores que relatam sua primeira experiência homoerótica e uma seção de aconselhamento que orienta leitores sobre dúvidas, comportamento, sexo, religião, legislação etc. Esse modelo, existente em outras revistas, não é recente.

Ilustração Nº 23: foto de um anúncio publicado na *G Magazine*, edição nº 30, p.18.

Pesquisadores apontam a década de 1980 como uma possível data para o surgimento dos classificados eróticos, seções de contos eróticos e seções de aconselhamento semelhantes aos existentes atualmente. Segundo as autoras Eliane R. Moraes e Sandra M. Lapeiz (1985, p.70), no livro *O que é pornografia*, na década de 1980 surgiu, com sucesso, na revista *Ele&Ela*, uma seção denominada *Fórum* que se propunha a receber confissões íntimas e as fantasias de leitores que quisessem escrever para revista.

A pesquisadora Maria Celeste Mira, ao fazer um histórico da Editora Abril, como tese de doutoramento em Sociologia na Unicamp, em 1997, escreve, na tese intitulada *O leitor*

e a banca de revistas: o caso da editora Abril, que, na década de 1980, circulava no país a revista *Peteca* da Editora Paranaense Grafipar. Uma revista popular, do tamanho de um gibi, bem barata e muito vendida. A *Peteca* possuía uma seção chamada de “confissões íntimas” e acabou se transformando, em 1981, em uma revista mensal, tal o sucesso que fazia na época. As cartas que chegavam à redação da revista eram tantas que a direção da publicação foi obrigada a contratar médicos para respondê-las, além de comprar o material da revista norte-americana de informação sexual chamada *Sexology*.

Na época, na revista *Homem*, cerca de 80 cartas chegavam à redação todos os dias. Esses leitores buscavam a revista como meio de manter contatos variados que eram estabelecidos no espaço denominado *Correio Homem*. Na mesma revista, outra seção chamada *Estórias de homens* publicava contos eróticos enviados pelos leitores, enquanto a seção *Colher de chá* publicava fotos das mulheres dos leitores. Essas fotos eram enviadas pelos próprios leitores da revista.

Um pouco de açúcar e pimenta

Os contos e relatos enviados pelos leitores à revista *G Magazine* falam de amores impossíveis, da primeira experiência, do relato de encontros. O erótico está presente em confidências ardentes e “sacanas”, mas com elementos românticos de um filme açucarado de Hollywood. Uma leitura atenta mostra que os elementos básicos que estruturam os encontros são romantismo e erotismo.

O autor Anthony Giddens, na tentativa de se descrever a transformação da intimidade nas sociedades modernas (1993, p.50), escreve que contar uma história é um dos sentidos do romance, uma história individualizada, inserindo o eu e o outro em uma narrativa pessoal, sem ligação particular com processos sociais mais amplos. Esse elemento romântico está presente nas duas seções. Tanto os *Contos* quanto os depoimentos da seção *Foi Assim* são narrativas românticas que falam de sexo. Nesses *Contos*, os autores discorrem sobre episódios sexuais marcados por conquista e erotismo e relatam em detalhes o desempenho sexual. A diferença de ambas as seções é que os contos são mais românticos, o romance e a sexualidade estão ligados e existe uma possibilidade, ainda que mínima, de futuro para relação. Existe um

processo de conquista do outro na narrativa e um envolvimento emocional. Temos o relato do sexo, mas a relação é mais idealizada e romântica. Existe uma preocupação em saber quem é outro e o que ele sente:

“(...) depois, passaram a conversar, cada um fornecendo informações sobre suas vidas e carências. Sem caso há mais de dois anos, Javier estava se apaixonando... No dia seguinte, novo encontro com muito afeto e muito sexo. É o amor, pensou Mauro, agora mais consciente de sua paixão. Javier propôs uma relação mais profunda, insistiu para ele ficar ali. Para sempre (...)” (Revista *G Magazine*, edição 27. Seção *Conto* - título “o barbeiro de Sevilha”)

“(...) durante três meses convivemos diariamente. Jantávamos, estudávamos, muita conversa. Existiam muitas coisas em comum. Mas nunca tocamos no assunto sexo. Fiquei deprimido. Não tinha coragem de abordá-lo. Minha insônia passou a ser frequente (...)” (Revista *G Magazine* edição 31. Seção *Conto* - título: “Zenko”).

As histórias são narradas em detalhes, de maneira fluente, em primeira pessoa, numa fala individualizada. Erotismo e romance mantêm uma relação em quase todas as narrativas como, por exemplo, no subtítulo do conto “O barbeiro de Sevilha” o leitor assim se pronuncia: “Procurando sexo na conhecida cidade espanhola, um brasileiro reprimido acaba encontrando uma forte paixão”. Trata-se de uma narrativa de um jovem homossexual não assumido, em uma cidade desconhecida sem referências do mundo *gay*, que encontra um amor. Ao encontrá-lo descreve detalhadamente a relação sexual mantida, nesse espaço de tempo assume a homossexualidade diante da mãe e decide morar na Espanha com seu amor, para sempre.

A seção *Foi Assim* é feita de depoimentos de leitores que relatam sua primeira experiência sexual. Nesse sentido, o acontecimento se distancia um pouco da narrativa romântica dos contos. Os relatos concentram-se no tema da iniciação sexual e no erotismo do momento da relação sexual mantida.

Ao compararmos as duas seções afirmamos que a seção *Foi Assim* é mais erótica. Ela trata do sexo a três, das loucuras de uma madrugada, do sexo entre dois homens casados sem envolvimento emocional de ambos. Em algumas situações, refere-se somente ao envolvimento sexual. Mesmo quando os parceiros continuam juntos percebe-se a referência à transa e não ao amor romântico:

“(...) eu e Adriano estamos juntos, nos encontramos às escondidas por causa de nossas famílias. Nossas transas continuam quentes, mas nenhuma se compara a que

acabei de confessar (...)” (Revista *G Magazine*, edição 27. Seção *Foi Assim* - título “um presente inesquecível”).

“(...) atualmente, Miguel mora comigo. O apartamento dele está alugado e, com o dinheiro que recebe, costumamos comprar fitas, revistas como a G e viajamos muito para transar em outras cidades (...)” (Revista *G Magazine*, edição 29 Seção *Foi Assim* - título “cama de casal”).

Em alguns casos, o relato refere-se a um romance mais duradouro, contudo associado a uma negação. Compartilhar um compromisso é algo raramente mencionado nas cartas. É como se os relacionamentos fossem sempre fugazes. Nenhuma garantia é dada de que o relacionamento será mantido por um tempo indefinido. A possibilidade de esse relacionamento durar não é lembrada. A excitação e satisfação sexual não são elementos marcantes o suficiente para se pensar em uma história de vida compartilhada:

“(...) ficamos juntos dois anos até que descobri seu caso com um vizinho meu (...)” (Revista *G Magazine* edição 26. Seção *Foi Assim* - título “o medo”).

“(...) o meu medo maior era que tudo aquilo ficasse só naquela noite. Mas ficamos juntos por quatro meses. Porém o que nos uniu nos separou: o álcool (...)” (Revista *G Magazine* edição 31. Seção *Foi Assim* - “ladrão que rouba ladrão”).

A descrição das habilidades sexuais, a capacidade de proporcionar e experimentar satisfação sexual estão sempre presentes. Os relatos mostram os movimentos, os gestos que são usados para aumentar o desejo sexual do outro, uma ansiedade em se descobrir o que o parceiro gosta e a necessidade de comunicar os desejos especiais que se está sentindo. Um beijo profundo ou leve, mordidas suaves em diferentes partes do corpo, a penetração profunda ou superficial, abraços, carícias, o silêncio ou o gemido que enfatizam ou não o orgasmo simultâneo.

O que se percebe é que não há regras. Cada relação possui seus próprios caminhos de busca do prazer. Os passos são dados espontaneamente. Neste sentido, atos, palavras e fantasias são liberados. Os tabus, que por ventura existirem, ou as proibições e moralismos, qualquer que seja o caso, não interessam no momento de prazer. O que importa é o tempo de prazer necessário ao outro para alcançar o orgasmo; a capacidade de despertar o interesse e desejo sexuais; os estímulos eróticos para dar e proporcionar prazer; as zonas erógenas do corpo: os desejos; as fantasias; tudo que se está relacionado ao prazer. Essa proximidade e esse conhecimento do corpo do outro e de seus desejos é muito mais física que verbal.

Nessa proximidade física, o impulso físico e o senso visual produzem um ânimo diante do outro. Os relatos ficam marcados por esses filamentos de fantasias impregnadas de uma consciência erótica muito ativa. A excitação erótica e o prazer são descritos ao falar do desejo e do estímulo sexual:

“(...) em determinado momento, começou um jogo de insinuação. A libido passou a se fazer sentir de forma assustadora (...) assim que o filme começou passou a me provocar fisicamente. Começou a tocar em minhas costas. Mais tarde, beijou a minha nuca e ficou cheirando meu cabelo (...)” (Revista *G Magazine*, edição 31. Seção *Foi Assim* - título “na cabine de projeção”).

“(...) o desejo começou a se manifestar. O short justo de Mauro expunha a sua excitação, patente em Javier, de jeans (...) em seguida tirou o resto da roupa. Aquela nudez deixou Mauro extasiado, sem fala (...)” (Revista *G Magazine*, edição 27. Seção *Conto* - título “barbeiro de Sevilha”).

“(...) agora Eduardo estava cara a cara com o pau do outro sob a cueca branca. Começou a mordê-lo suavemente. Depois beijou as coxas e o umbigo. Num gesto brusco baixou a cueca de Carlos e, após apreciar um pouco o pau de saco perfeito, abocanhou-o. Chupava, arrancando suspiros e frases de seu macho (...)” (Revista *G Magazine*, edição 29. Seção *Conto* - título “libertação”).

A capacidade de ficar sexualmente excitado também é dada com os sonhos, a fantasia, a imaginação, sem qualquer tipo de contato físico. O imaginar em abraçar, fazer carinho, beijar, explorar e estimular as zonas erógenas do outro já é por si só ato de prazer. A fantasia estimula a disposição em procurar o outro:

“(...) no trabalho não consegui concentrar; só imaginava aquele corpo nu, aquela bunda sobre a minha cama, aquele pau inteirinho para mim. Ficava imaginando a delícia que seria chupar aquele corpinho, aquela bundinha. Imaginava mil e uma coisas e decidi que iria conquistar aquele cara (...)” (Revista *G Magazine*, edição 26. Seção *Conto* - título “um anjo de porteiro”).

A tensão sexual é liberada com a ejaculação. O gozo provoca contrações musculares de prazer, o ritmo cardíaco aumenta e a respiração é cada vez mais ofegante à medida que aumenta a excitação sexual. O ápice desse momento se dá com o gozo mútuo. Após o gozo, o estado de relaxamento físico, o calor emocional, a sensação de conforto provocada por uma relação sexual bem sucedida:

“(...) o vai e vem foi me matando de tesão. Só que eu queria vê-lo no gozo. Por isso, fiquei sobre ele que, em pouco tempo e ofegante, disse: ‘Vou gozar’. Gozei

sobre o seu peito largo enquanto sentia o seu gozo dentro de mim (...)” (Revista *G Magazine*, edição 31. Seção *Foi Assim* - título “ladrão que rouba ladrão”).

No início dos relatos da seção *Foi Assim* percebe-se a preocupação em localizar a geografia do lugar, o ambiente onde aconteceu o encontro, uma tenda na praia, um bar, um cinema da cidade, a sala de projeção do filme e o relato dos aspectos físicos da pessoa que é objeto de desejo. O interesse inicial é baseado na aparência que desperta admiração e que satisfaz as necessidades específicas daquele que olha. Esse interesse leva a atração sexual despertada pelas maneiras provocantes ou formas físicas excitantes, como o abdômen definido, um corpo atlético. Nesse sentido, os lugares, a forma do ambiente onde aconteceu o encontro, podem também aumentar a atração:

“(...) num trecho da praia próximo ao centro, havia uma tenda e nela, muito agito e axé. Foi quando eu avistei dois garotos totalmente sarados e suculentos (...)” (Revista *G Magazine*, edição 26. Seção *Foi Assim* - título “loucuras da madrugada”).

“(...) estava num bar de minha cidade quando entrou um rapaz lindo, de olhos puxados. Logo fiquei sabendo que era de uma cidade vizinha. Estava trabalhando na roça, numa fazenda, quando meu patrão chamou alguns empregados para pescar em Furnas. No dia seguinte, ao embarcar no caminhão que nos levaria, lá estava ele. Gelei (...)”. (Revista *G Magazine*, edição 26. Seção *Foi Assim* - título “O medo”).

“(...) fui a um cinema de Curitiba que já fechou, o Palácio da Avenida. Sai da Faculdade e entrei na última sessão da noite. Observei a figura de um estudante mais novo do que eu sentado no meio da fila (...)”. (Revista *G Magazine* edição 26. Seção *Foi Assim* – título: “Aquele cinema...”).

“(...) foi quando conheci Rogério, justamente o moço que trabalhava na cabine de projeção do único cinema. Sabendo que eu estava com vontade de ver Tieta, ele me convidou para assistir ao filme diretamente da sala de projeção (...)”. (Revista *G Magazine*, edição 31. Seção *Foi Assim* – título “Na cabine de projeção”).

As cartas revelam a prática de sexo oral e anal. A boca, os lábios, língua e a cavidade da garganta são usados na estimulação sexual. Beijar, sugar, morder, lambe e explorar com a língua os órgãos sexuais do outro fazem parte da excitação que busca os órgãos sexuais e as zonas erógenas do parceiro:

“(...) logo comecei a tirar meu short, colocou camisinha, deu uma cuspidinha no meu cu e penetrou com muita paciência e jeito. Minha dor logo se transformou em prazer. Enquanto isso, Alex tirou a roupa e, quando estava em processo de ereção, comecei a chupar sua pica, que cresceu dentro de minha boca (...)” (Revista *G Magazine*, edição 26. Seção *Foi Assim* - título “loucuras da madrugada”).

“(...) foi quando ele tirou o meu *short*, passou o cuspe na minha bunda e colocou seu mastro, que estava bem quente. Doeu demais, mas eu agüentei (...)”.(Revista *G Magazine*. edição 26. Seção *Foi Assim* - título “o medo”).

Pode-se perguntar: o que esses homens preferem? Masturbação? Beijos? Carícias? Eles são sensíveis às necessidades sexuais dos parceiros? Nos relatos o erotismo é dado por um relacionamento repentino, fácil, desenfreado. Essa ansiedade e o erotismo do momento podem enfraquecer a capacidade de julgamento e abrir caminho para atividades sexuais suscetíveis de arrependimento posterior? O que parece é que é justamente essa insegurança, essa falta de rotina, essa impossibilidade de se dizer o que se quer para depois, é que garantem a paixão do momento.

“(...) eu nem saía do quarto após uma semana chata na fazenda da minha tia, no interior. Numa tarde, estava ouvindo música. Peguei no sono rapidamente. Algum tempo depois, senti um calor sobre os meus lábios. Era uma boca carnuda me beijando. Quando parou de me beijar, abri meus olhos e não vi ninguém ao meu redor. Apenas senti um forte odor de rosas. Levantei e fui dar uma volta pela cidade, bem perto. Sentei num banco na praça central quando senti aquele odor novamente. Levei um susto. Vi um moreno alto, forte e com um corpo bem torneado. Resolvi segui-lo. Ele estava indo justamente para a fazenda (...)”.(Revista *G Magazine*. edição 27. Seção *Foi Assim* – título “Deus grego”).

Segundo o pensador italiano, sociólogo e professor da Universidade de Milão Francesco Alberoni¹⁸ (1986, p.185), o erotismo é uma forma de conhecimento do corpo. Do nosso corpo, do corpo do outro. O ser humano ao entrar em contato com outra pessoa, é profundamente influenciado por suas expressões corporais. A primeira coisa a ser notada é a sua linguagem não-verbal. De acordo com esse escritor italiano (1986, p.185), o nosso corpo transforma-se num objeto erótico quando queremos agradar ao outro; isto é tão significativo que as relações ascéticas que combatem o erotismo escondem o corpo, impedem que as pessoas cuidem dele. Então, todos os sentidos se embotam: o tato, a sensibilidade, o olfato. O elemento comum de ambas as seções trata do erotismo, ponto central dos relatos e ilustrações povoadas de estímulos sexuais.

A satisfação sexual, a fantasia e o prazer sexual recíproco são os elementos-chave. O erotismo é ativado pela forma do corpo, pela beleza física, pelo fascínio e capacidade de sedução. Os parceiros não são apresentados pelo seu *status* social, muitas vezes nem

¹⁸ As obras do escritor italiano Francesco Alberoni já foram traduzidas em 18 idiomas. O pensador possui seis livros publicados no Brasil pela editora Rocco. In: LINS, Regina Navarro. Apaixonado pela paixão.

mencionado e desconhecido. O que se dá é relatado pela proximidade física, o relacionamento tátil, sensorial, erótico. A sensação é mais privilegiada que o conhecimento:

“(...) ele enfiou meu dedo em sua boca. Não agüentei e o puxei para o meu quarto. Tranquei a porta e pulei nos braços daquela gostosura de 22 anos, cinco a mais do que eu. Ele arrancou meu short e lambeu meu pau. Ao mesmo tempo, acariciava minha bunda. Depois pediu que eu chupasse o pau e as bolas dele(...). beijou-me pela última vez naquele dia (...)”.(Revista *G Magazine*, edição 27. Seção *Foi Assim* – título “Deus grego”).

Percebe-se que um dos elementos fundamentais na formação das ligações trata dos olhares e da atração imediata que se forma. O primeiro olhar é uma atitude comunicativa, um processo de atração pelo outro, o que Anthony Giddens chama de “apreensão intuitiva das qualidades do outro” (1993, p.51). O outro pode mudar sua vida.

“(...) e foi num desses momentos que seu olhar cruzou pela primeira vez com o daquele negro que iria mudar a sua vida para sempre (...)”.(Revista *G Magazine*, edição 30 *Conto* “paixão no carnaval”).

“(...) um rapaz que também subia no ônibus nesse horário começou a responder aos meus olhares (...)”.(Revista *G Magazine*, edição 30. Seção *Foi Assim* - título “na Universidade”).

“(...) com os olhos castanhos-claros, pele morena, tinha um corpo que só de olhar provocava um tesão incontrolável (...)”.(Revista *G Magazine*, edição 31. Seção *Foi assim* - título “ladrão que rouba ladrão”).

“(...) nossos olhares se tornavam cada vez mais visíveis e declarados e não conseguíamos mais esconder o tesão um pelo outro, a tara de se deliciar um com o outro (...)”. (Revista *G Magazine*, edição 26. Seção *Conto* - título “um anjo de porteiro”).

Ao comentar os ensaios da autora e pesquisadora Lucienne Frappier-Mazur, a autora Paula Findlen no livro “A invenção da pornografia” (1999, p.39), utiliza os argumentos defendidos por Frappier-Mazur para falar do que ela chama de linguagem da transgressão. Segundo esta autora, a palavra obscena representa o contraste entre diferentes registros sociais da linguagem – rude, elegante, proletária e aristocrática, masculina e feminina. Ao representar a transgressão social, além de uma espécie de hiper-realismo, a linguagem obscena cria o fetichismo de certos vocábulos relacionados ao sexo. Ao representar uma parte do corpo, algumas palavras adquirem o *status* de fetiche. Em consequência, a ênfase no realismo transforma-se, paradoxalmente, em uma forma grotesca, os falos são sempre imensos, as vaginas multiplicam-se e o ato sexual é uma espécie de frenesi improvável. Isso resulta em

uma pornografia imaginária e, às vezes, fantástica, ainda que os efeitos sobre os leitores sejam bastante reais.

Uma das características mais marcantes dos contos e relatos é a linguagem empregada. As palavras usadas pelos narradores sublinham essa transgressão, onde os corpos são potencialmente descritos, onde a sexualidade é codificada e os personagens são representados como sexualmente desejáveis. O espaço e o tempo registram os encontros sexuais em que os corpos, muitas vezes, são reduzidos a partes-sexuais e suas infinitas possibilidades de variação e combinação durante o ato sexual.

Fantasia que libertam, fantasia que capturam

Conforme escreve o pesquisador James Green (2000, p.27,28), até muito recentemente, quando um incipiente movimento político de *gays* e lésbicas começou a desafiar os estereótipos reinantes, a média dos brasileiros confundia homossexualidade masculina e efeminação. Para alguns antropólogos, a preponderância dessa idéia é resultado do sistema de gêneros brasileiro, hierarquicamente estruturado, que divide os homens que se envolvem em atividades homoeróticas em duas categorias – o homem “verdadeiro” e o “bicha”. Essa oposição binária espelha as categorias de gênero predominantes e definidas heterossexualmente, o homem e a mulher, nas quais o homem é considerado o participante ativo numa relação sexual e a mulher, por ser penetrada o elemento passivo.

De acordo com esse modelo, em atividades eróticas homossexuais tradicionais, o homem, ou, na gíria, o *bofe*, assume o papel ativo no ato sexual e pratica a penetração anal em seu parceiro. O efeminado (*bicha*) é o passivo, o que é penetrado. Segundo James Green (2000, p.28), nesse modelo, o papel sexual atribuído ao que penetra é o papel de homem “verdadeiro”, que pode ter relações sexuais como outros homens sem perder seu *status* social de homem.

Os papéis sexuais são significativamente mais importantes do que o parceiro sexual que alguém possa ter. Os termos “homem” e “bicha”, baseados em papéis, definem esse universo sexual. Assim, dois “homens” não podem fazer sexo um com o outro, uma vez que

um deles supostamente deve assumir o papel daquele que penetra. Da mesma forma, uma relação sexual entre dois “bichas” não pode ser consumada, pois se presume que cada um espere ser penetrado pelo outro, que deve assumir o papel masculino.

Em seu livro *Abaixo do equador: culturas do desejo, homossexualidade masculina e comunidade gay no Brasil* (2002, p.55), Richard Parker explica que talvez em nenhum outro lugar a distinção entre atividade e passividade seja mais evidente do que na linguagem popular usada para descrever as relações sexuais por meio dos verbos “comer” e “dar”. O “comer” é empregado para descrever a penetração ativa durante o ato sexual. O ato implica uma dominação simbólica e a submissão supostamente passiva de um dos parceiros. De acordo com Parker (2002, p.56, 57), nesse contexto, o homem que se envolve sexualmente com outro homem, neste sistema de atividade/passividade, não sacrifica necessariamente sua masculinidade culturalmente construída, pelo menos desde que ele desempenhe um papel masculino culturalmente percebido como ativo durante o ato sexual. O homem que, no entanto, adota uma postura passiva no ato sexual inevitavelmente frustra sua condição de “macho”, ele sacrifica sua classificação culturalmente prescrita de homem e passa a ser conhecido como “viado” (originalmente do termo veado) ou uma “bicha” (literalmente, verme ou parasita intestinal, mas também, de modo instrutivo, a forma feminina de bicho e, portanto, um animal fêmea).

James Green (2000, p.41) aponta que uma história da homossexualidade no Brasil é uma história dos homens, das mulheres e das relações de gênero. O homossexual efeminado atua como um indicador que diferencia seu próprio comportamento “desviado” e o comportamento masculino “normal” de um homem “verdadeiro”. Pela natureza de sua oposição binária à norma, o estereótipo social do homem “passivo” e efeminado define o homem “ativo” e “viril”. De modo contraditório, contudo, a natureza às vezes fluida da identificação de gênero, pode também gerar uma ambigüidade que subverte o sistema sexual hetero-dominante usualmente rígido, o que mostra que as construções de gênero e masculinidade são inconsistentes e conflitantes.

Muitos homens desejam assumir um papel passivo. Alguns encontram seu prazer maior sendo submissos e muitos são também capazes de trocar de papéis. De acordo com Giddens (1993, p.139), “As fantasias sexuais, quando conscientemente empregadas, podem

criar uma contra-ordem, uma espécie de subversão, e um pequeno espaço pelo qual podemos escapar, especialmente, quando misturam todas aquelas distinções nítidas e opressivas entre ativo e passivo, masculino e feminino, dominante e submisso”.

Em entrevista à revista *Caros Amigos*, em outubro de 2001, João Silvério Trevisan, afirma que poucas pessoas podem imaginar como é complicada toda a questão de ser passivo no horizonte da fantasia de um homem. Essa passividade, segundo o autor, é quase trágica, como para muitos é trágico ter o “pau pequeno” Trevisan explica que ao partilhar de uma sociedade machista, o homossexual está constantemente se digladiando com o seu conceito de “macho”.

É extremamente complexa a resposta social que o homossexual tem de dar como “macho” ao se confrontar com uma série de componentes psicológicos que são classificados como femininos. O imaginário supõe que haja entre dois homens que se encontram na cama o submisso e o dominador, o penetrado e o penetrante. Esse fato aparece como algo crucial na relação entre os dois, sem pensar que essa é apenas uma possibilidade de relacionamento dentro das infinitas possibilidades sexuais. Na fantasia machista, homossexual é aquele que “dá”.

Segundo o Trevisan, é endêmica na população brasileira, a relação bissexual em que o homem casado, heterossexual, só “come”. Isto aparentemente, porque existem outras interpretações, inclusive por meio de testemunhos, de que esses homens, na verdade, gostam de andar com o homossexual visível, para depois, entre quatro paredes, ele ser passivo de maneira mais tranqüila. Assim, socialmente ele estará escudado. Há testemunhos de travestis de que os clientes vão basicamente para ser possuídos e a primeira coisa que perguntam é “qual o tamanho do pau”. E os que têm “pau maior” são os que fazem mais sucesso e cobram mais caro.

De acordo com os médicos, Robert M Goldenson e Kenneth N. Anderson no *Dicionário do sexo*, publicado originalmente em 1986, estudos indicam que a maioria das pessoas tem sete ou oito fantasias sexuais todos os dias, e que as mais comuns são a substituição do parceiro usual, encontros sexuais forçados e a observação de atividades sexuais. Essas fantasias são a chave para orientação sexual básica de uma pessoa.

Os relatos de algumas cartas indicam um espaço de subversão dessa ordem passividade&passividade. Em algumas situações, o autor encontra-se assumindo uma posição fundamentalmente feminina quando analmente é penetrado ou quando sua boca funciona como receptáculo passivo do pênis. Essa posição é desejada pelo amante. Em outros relatos, o autor não cede rapidamente, reluta e resiste até o momento da penetração que é dada como um momento de dor e prazer. São ações, respostas e atitudes excitantes o bastante para durante o maior tempo possível levar o amante ao orgasmo.

É interessante observar que nessas relações, os parceiros, em geral, trocam de papel. Os papéis sexuais podem ser invertidos já que nesse momento da relação não existe um comportamento sexual aceitável ou não. Todos os comportamentos são aceitáveis nesse repertório. Não há privação, não há sentimento de culpa em relação às próprias fantasias e práticas. Os movimentos podem ser os mais variados possíveis. Uma penetração rasa e lenta, que vai se tornando progressivamente profunda e rápida, com ou sem retiradas. A variedade de posições é dada para aumentar ou manter o prazer e a excitação sexual:

“(...) sentei e aos poucos ele foi enfiando tudo, até sentir seus ovos. A dor foi profunda. Ele levantava-me segurando em minha bunda e eu, quando estava na ponta de seu pau, sentava com força. Foi o êxtase! Depois fiquei de quatro e ele me penetrou sem dó. Em seguida, deitei-me no sofá ele não perdeu tempo e também deitou sobre o meu corpo. Enfiou seu pau na minha bunda. Não agüento mais, vou gozar (...)”.(Revista *G Magazine*, edição 28. Seção *Foi assim* - título “maior abandonado”).

“(...) felizes, permaneceram abraçados, conversando, descobrindo afinidades. Mas o tesão continuava e nova transa. E mais outra e outra. Foram quatro no total, a última no boxe do banheiro. José sempre ativo e Samy sentido-se realmente a garota dele. Em todos os sentidos (...)”.(Revista *G Magazine*, edição 30. Seção *Conto* - título “paixão no carnaval”).



Procura-se um amor

A seção *Procurados* trata de anúncios de pessoas que procuram companhia. As opções são as mais variadas: gente que deseja somente realizar sua fantasia sexual até gente que quer compromisso sério. Nesta carta, enviada à seção *Carta do leitor*, alguém diz ter encontrado o amor de sua vida:

“Gostaria de agradecer a todos que trabalham na seção procurados. Através da seriedade com que desempenham suas função e aproximam os seres humanos, pude encontrar o grande amor da minha vida (...)” (Revista *G Magazine*, edição 29. Seção *Carta do leitor*).

Ao fazermos uma análise atenta da seção, encontramos algumas categorias de análise que podem contribuir para o nosso objeto de estudo. Foram pesquisados 403 anúncios enviados às edições analisadas. Busca-se na pesquisa trabalhar sobre o que o discurso dos anúncios vai permitir compreender sobre as categorias presentes, e não o que se sabe delas aprioristicamente.

Ilustração Nº 24 da edição Nº 52 da revista *G Magazine*, reportagem “Agências de encontros agitam a cena”. Acervo de Ellis Regina Araújo da Silva.

Quais são os atributos encontrados nas cartas que configuram os papéis sexuais de quem as escreve? O quadro a seguir propõe algumas categorias identificadas nas análises de como os autores dos anúncios se nomeiam sexualmente e o que esperam dos parceiros que procuram. Esse conjunto de atributos presentes nos anúncios indica aspectos da sexualidade da pessoa. Percebe-se uma rejeição em massa a figura do efeminado. Alguns fazem questão de frisar que além de uma característica própria de atividade ou passividade não é alguém efeminado e não pretende relacionar-se com pessoas assim. Dos estereótipos presentes, a figura do efeminado, sem dúvida, é a mais rejeitada.

Tabela 4
Como se nomeiam e nomeiam ao outro

Como se nomeiam sexualmente	Perfil sexual que desejam do outro
Ativo/passivo	Frisaram não a afeminados
Passivo	Ativo
Frisaram não serem afeminados	Ativo/passivo
Ativo	Passivo
Masculino	Macho
Virgem	Não a travestis
Afeminado	Dispensa bissexual
feminina	Lésbica
Travesti	Entendido
Transformista	Mulher
Entendido	Homem
macho	Descarta passivo
Inexperiente	Dispensa bichas
Iniciante	Heterossexual
Quase mulher	Travesti
Gay não assumido	De qualquer sexo
Transexual	Garotas
Bissexual	De ambos os sexos
	Drag queens
	Iniciante
	Dispensa heteros
	Biativo
	Não a <i>michês</i>
	Efeminado

As múltiplas homossexualidades

Ao examinar os anúncios podemos detectar um sistema sexual operante muito variado, isto parece óbvio quando verificamos os inúmeros exemplos de pessoas que não se encaixam no estereótipo do “bicha” efeminado. Prova disso é que os pretendentes dos anúncios sejam ativos, passivos ou ativos/passivos rejeitam em massa os efeminados. Entretanto, percebe-se que o comportamento dos papéis sexual e de gênero é fluído e mutável.

Ao analisar esses anúncios, pode-se pensar nas múltiplas homossexualidades ou sexualidades. É possível identificar que alguns homossexuais se identificam como homossexuais, não se encaixam no estereótipo *bicha* efeminado e não praticam exclusivamente o intercuro passivo. Contudo, as cartas mostram que alguns leitores organizam suas noções de gênero e homossexualidade em torno da dualidade passivo/ativo.

Percebe-se a complexidade das identidades sexuais que coexistem dentro da cultura homossexual proveniente de cartas, em sua maioria, vindas de grandes centros urbanos como Rio de Janeiro e São Paulo. Essa divisão entre passivo, ativo, eteminado reproduzem as polaridades de casais heterossexuais tradicionais. O universo sexual descrito nos anúncios indica a grande porcentagem dos leitores que se envolvem em práticas sexuais ativas e passivas. Em alguns anúncios encontramos a descrição do “macho” que gosta de penetrar rapazes e que tem horror às bichas; Entretanto, outros anúncios apresentam homens que desejam desfrutar de múltiplas experiências sexuais, incluindo receber e praticar a penetração anal.

Bibas preconceituosas – a visão que exclui

Apesar de 51% das cartas não mencionarem aspectos físicos como um critério para relacionamento, cerca de 66% delas exigem ou pedem fotos como condição para estabelecerem contatos. Relacionando os critérios físicos impostos com a questão da masculinidade, percebemos que alguns dos atributos físicos exigidos se referem novamente a uma preferência pela postura masculina, como a questão da voz que não deve ser mole, não deve ser uma voz fina e o membro sexual que deve ser bem dotado. Os autores dos anúncios tratam de homens que amam outros homens ou transam com outros homens e tal qual parte das mulheres que amam homens; eles desejam homens másculos, fortes, bomtos, com a masculinidade física bem definida.

É o que se pode perceber nesse conjunto de atributos físicos exigidos nas cartas:

Tabela 5
Atributos físicos exigidos nas cartas

Bonito
Descarta obesos
Atlético
Másculo
Loiros
Branco
Forte
Bem dotado
Moreno
Peludos
Não faz restrição de cor ou raça
Jovem

Musculosos
Com jeito e corpo de garoto
Descarta pouco dotados
Negro
De todas as raças
De fisico definido
Alto
Belo de corpo
Sem preconceito de cor
Perna grossa
Bom fisico
Dispensa voz mole
Que tenha pé bonito e bem cuidado
Que não fale fino
Em forma
Abdominal e peitoral definido
Jeito e voz de homem
Rosto, corpo e jeito de menino (atraso no desenvolvimento)
Definidos fisicamente
Belo
Cara de garoto

Essa preferência por um corpo musculoso, bem dotado e jovem também está presente na seção *Carta dos leitores*. Uma prova disso foi o número grande de cartas que a revista recebeu com reclamações a respeito do ensaio do cantor Roger do grupo *Ultraje a Rigor*, que não corresponde ao padrão estético de homem jovem e musculoso. Cinco leitores manifestaram-se da seguinte forma:

“ (...) creio eu que ele não represente muito para o público *gay* do Brasil, além de fugir totalmente do padrão de gosto brasileiro, que a meu ver, é de homens morenos claros, fortes (não muito musculosos), bonitos, pouco pêlo ou nenhum (...)”. (Revista *G Magazine*, edição 26. Seção *Carta do leitor*).

“ (...) é um ultraje comemorar o aniversário da revista com fotos de um homem tão fora de forma. Parece catálogo do setor de Egiptologia do *British Museum*. Sem nenhum rigor mesmo, na verdadeira sinonímia da palavra (Rigor = cuidado, esmero, exigência, rigidez)”. (Revista *G Magazine*, edição 26. Seção *Carta do leitor*).

“ (...) tenho 72 anos. Se quisesse ver homens barrigudos de pica mole, era só olhar para o Onofre que ronca toda noite ao meu lado! (...)”. (Revista *G Magazine*, edição 26. Seção *Carta do leitor*).

“O que acontece com a *G Magazine*? Foi lamentável a escolha do Roger do Ultraje a Rigor. Ele é simplesmente uma aberração da natureza. Coisa pequena... como

aparência engana, deveria ter rola, mas tem barriga” (...)” (Revista *G Magazine*, edição 26. Seção *Carta do leitor*).

“(...) não há nada mais gratificante que ver Rodrigo Pavanello, Mateu Carrieri, Dinei, Nico Puig etc; nas páginas da revista. Porém, quando erram(...). Meu Deus, que horror. Me refiro à banda Carrapicho, o David Cardoso e o pior dos piores, o Roger (do Ultrage): que desaforo colocá-lo (...)” (Revista *G Magazine*, edição 33 Seção *Carta do leitor*).

O discurso de desvalorização do outro, muitas vezes, é visto por alguns leitores como uma forma preconceito. Esse preconceito é criticado por eles. Se alguns falam em padrão de gosto do brasileiro, este leitor fala da inexistência desse padrão:

“ (...) nós que tanto lutamos pela diversidade de pensamentos e expressões, e que acreditamos ser essa a questão de nosso desafio diante ao preconceito de nossa sociedade, sabemos que devemos respeitar as diferenças entre as pessoas. Dessa forma, temos a plasticidade do alto e do baixo; do gordo e do magro; do negro e do loiro; do peludo e do sem pêlos; enfim, é uma diversidade plástica que faz como que não caiamos em um único padrão de estética. Graças a Deus! Padrão de beleza é muito subjetivo (...). (Revista *G Magazine*, edição 29. Seção *Carta do leitor*).

A seção *Procurados* foi alvo de críticas na seção *Carta do leitor*:

“Num país onde o homossexual luta, briga e faz protestos contra o preconceito, fico indignada ao abrir esta revista em ‘*procurados*’ e ver o mais puro preconceito estampado pelas próprias bibas. Queridinhas não sejam hipócritas. Escrever para um classificado *gay* em que logo de cara se lê ‘dispenso gordo, negro, deficientes físicos, orientais etc.’ Se vocês querem acabar com o preconceito neste país que ainda peca na questão do respeito ao próximo, que tal começarem por aí? (...)” (Revista *G Magazine* edição 27. Seção *Carta do leitor*).

“A *G* está um verdadeiro ‘espetáculo’, continuem assim por esse caminho (...). O que enche o saco é a seção ‘*Procurados*’, é um tal de descartado fulano, descartado beltrano e descartado tetrano, que no final das contas a gente sobra que nem jiló...uai!!! (...)”. (Revista *G Magazine* edição 31. Seção *Carta do leitor*).

Esse padrão estético de homem bonito, forte e musculoso revela também que esse homem deve ser jovem. A idade é um fator importante para escolha do parceiro, tanto que em cerca de 65% das cartas mencionaram um critério de idade para um possível relacionamento. A preferência por parceiros mais jovens é manifestada. Isso pode ser um reflexo da idade dos autores das cartas, em sua maioria (cerca de 67%), bastante jovens, com idade entre 18 a 30 anos. Cerca de 29% está na faixa dos 31 a 40 anos e apenas 6% tem mais de 40 anos.

A docilização dos corpos – A idealização do belo

O culto ao corpo jovem do homem é um verdadeiro centro da imaginação homossexual. Uma conseqüente negação do ciclo normal de vida que implica envelhecimento e, muitas vezes, arrefecimento do desejo. Em um trecho de uma matéria intitulada “O tempo não para...” publicada na *G Magazine*, na edição de junho de 2000, o repórter Denerval Ferraro Júnior assim se pronuncia:

“Talvez uma das maiores angústias do homem, como espécie, seja a certeza que ele irá envelhecer e morrer. E, no meio homossexual, criou-se um consenso, hoje duvidoso, de que a idade seria a maior inimiga de um *gay*. Termos pejorativos como “tia”, “museu” e “maricona” costumam estar associados a homens mais velhos, cuja maturidade se acentua em sinais físicos e modos menos frenéticos. Isso sem contar a predileção quase institucional que os homens sentem por gente mais nova”.

A grande questão é: em que medida a proposta editorial da revista reforça esse culto, selecionando, editando ou mesmo criando essas formas de discursos? Um olhar atento sobre os ensaios de nus masculinos da revista pode indicar pistas. Os homens que posam são jovens, magros e musculosos. A ereção é privilegiada na maioria das fotos. O conceito do homem belo está presente nas capas que registram, em sua grande maioria, um padrão: o homem branco, jovem e bonito:



Ilustração Nº 25: Da esquerda para a direita, capas das edições nº 52, nº 26 e nº 51.

Surge uma pergunta: em que medida essa é uma demanda do público da revista ou é uma construção da própria *G Magazine*? Alguns apontamentos podem ser feitos:

Há um culto ao corpo do homem jovem. Contudo não é possível afirmar que essa seja uma característica exclusiva dos *gays*, ou que deva ser considerada patológica. O que fica claro é que a revista não dedica tanto espaço as implicações de um ciclo normal de vida em que é inevitável o envelhecimento. Nesse sentido, temas como calvície, hérnia, obesidade são pouco recorrentes nesse processo. Esses problemas e os significados que eles implicam são pouco explorados na proposta editorial. Ao vender a imagem idealizada do belo, a revista acaba reproduzindo moldes existentes em outros produtos editoriais como *Playboy*, por exemplo. A diretora da Fractal, Ana Fadigas, explica as razões dessa proposta editorial:

“Alguns temas são pouco tratados na *G*. Se o leitor quer homens jovens e bonitos, isso de certa forma, acaba determinando o foco da matéria. Mas não nos é possível determinar até que ponto, este é um perfil determinado pelo leitor da *G* ou determinado pela própria *G*. Nós não somos tão científicos assim. Nós não sabemos onde uma coisa começa e a outra termina. Ainda mais em uma revista que é muito ligada a uma pessoa, que não tem uma editoria enorme e que não possui muitos diretores. Os segmentos geralmente são assim. A revista acaba sendo a cara de determinada pessoa. Em revistas pequenas e dirigidas, o pensamento de quem comanda, por menos autoritário que ele seja, acaba comandando mais coisas na revista.

O grande público consumidor é o jovem e isso é visível na maioria das revistas. Neste sentido, a *G* tem uma direção de consumo voltada para esse público e ela é óbvia nisso. Ainda assim, vamos começar a colocar na seção *Desejo* (ensaios de nus) homens um pouco mais velhos, na faixa dos 30 a 40 anos. Em algumas cartas, os leitores têm pedido esses ensaios. É o caso, também, dos leitores que pedem homens peludos. Inúmeras cartas fazem esse pedido. Mas os modelos não nos atendem, se comprometem a não depilar, assinam até contrato sobre isso, mas no dia do ensaio acabam aparecendo, para ser fotografados, totalmente depilados. Aí os leitores nos escrevem, ‘eu falei que não queria sem pêlo!’”.(Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Sobre essa proposta editorial, um leitor dá a sua “bronca” na revista *G Magazine* em uma carta publicada na seção *Carta do leitor* na edição nº 33:

“Cansei de ficar omissos, já não agüento mais. Primeiro o gostoso do Roger (do Ultrage) posou nu e todos criticaram. Agora, todo o mês chego à banca e logo de cara vejo um rostinho de um moleque estampado na capa da *G*. Já não basta ter que enfrentar o preconceito de ser *gay*? Foi só alguns leitores criticarem a atitude de vocês colocarem o Roger na capa para, nos números seguintes, voltarem a ter caras novinhos e (ou) depilados como o Roger goleiro, o Lilico, o Beto, o Celso e os outros. Com certeza, a resposta de vocês é a de que a maioria dos leitores pede modelos com esse perfil. Mas e nós, homens que gostamos de caras maduros,

peludos e viris, não temos nenhuma importância para vocês? Vamos variar um pouco? Beijos e desculpe pelo puxão de orelhas”.

O leitor queixa-se da massa de leitores que escrevem à revista com críticas aos modelos, em uma carta publicada na edição nº 32, na seção *Carta do leitor*:

“(...) É chocante ver que homossexuais não aprenderam nada com a discriminação que sofrem e fiquem mandando cartas criticando a cor, tamanho do pênis, depilação ou outros atributos físicos dos modelos, como se só o seu gosto pudesse prevalecer. As críticas ao *You Can Dance* e ao Roger foram repugnantes, no primeiro caso beirando o racismo. Mesmo quando o modelo não me agrada, entendo que o objetivo da *G* é tentar abranger o máximo de leitores, com os gostos mais variados (...)”.

Por outro lado, nesta carta o leitor se expressa claramente sobre a preferência e admite que ela pode ser uma espécie de preconceito:

“(...) Saibam que eu só compro a revista quando o modelo da capa me interessa. Não sou muito chegado a homens feios, talvez esse seja o meu preconceito. Eu não devia tê-lo, mas acho que todos nós temos um (...)”. (Revista *G Magazine*, edição nº 33, seção *Carta do leitor*).

Na revista *G Magazine*, o masculino é representado como objeto de desejo sexual, seja na forma de fotos de nus, seja na forma de discursos que buscam legitimar práticas de cuidado corporal para os homens homossexuais, a fim de se tornarem mais atraentes para os parceiros.

A publicação mostra imagens de homens viris, másculos, com músculos bem definidos. Valoriza-se a força física dos modelos, colocando-os em poses que ressaltam a sua “atividade”. Os modelos masculinos olham diretamente para o leitor, como que desafiando as convenções do olhar implícitas na sua condição de objeto.

O espaço editorial se organiza numa espécie de ordem do homem ideal. E os leitores se expressam claramente sobre os menores detalhes do ensaio:

“Por favor, parem de colocar fotos de modelos depilados. Se eu gostasse de corpos lisos e sem pêlos, iria admirar mulheres ou comprar revistas especializadas. Mas quero agradecer por vocês valorizarem os pés dos modelos. Sou vidrado em pés bonitos”. (Revista *G Magazine*, edição nº 30, seção *Carta do leitor*).

“Caros diretores, existem coisas que valem a pena pensar. Primeiro, em time que está ganhando não se mexe. Segundo, a revista concorrente não deu certo por quê? As fotos da *G* sempre foram audaciosas por mostrar a falta de preconceito em relação ao corpo masculino. Já a outra revista se escondia atrás da desculpa do ‘olhar feminino’. Infelizmente, vejo que vocês estão indo para o mesmo erro, contratando fotografias, como na matéria do rapaz da lavanderia. Por favor, voltem aos bons tempos”. (Revista *G Magazine*, edição nº 30, seção *Carta do leitor*).

Ana Fadigas fala de uma “estética brasileira de ensaios”. Segundo ela, essa estética ainda não está definida, mas são os leitores que, de certa forma, criam essa estética por meio das demandas que apresentam nas cartas:

“Ser heterossexual não é um requisito para posar na *G*. Contudo, o requisito existe e é dado pelo leitor e ele é explícito: “não queremos bicha”. O que é bicha para esse leitor? É a mocinha. Eles querem o macho que pode até ser *gay*, mas que tenha aparência e jeito de homem.¹⁹ A estética brasileira é, inclusive, muito diferente da americana; mas, para dizer a verdade, também não sabemos qual é a verdadeira estética brasileira. Os leitores se manifestam assim, “nós queremos ver as pessoas em poses usuais”. Neste sentido, parece existir essa estética mais brasileira que busca uma imagem mais voltada para o gosto feminino, algo feito para mulher. Nós estamos caminhando para essa estética brasileira, e ao observarmos as outras revistas, percebemos que elas copiam a *G*, mas, na verdade, todos estão em busca dessa estética. Os leitores nos dão um retorno, muitas vezes se expressam ‘que horror você por isso na capa. Como você pôde! Ainda por cima, deve ter levado um monte de dinheiro’”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Um discurso de negação

Ao partirmos para a análise de aspectos relacionados ao caráter e personalidade dos autores dos anúncios, constatamos que cerca de 85% dos anúncios referem-se a critérios psicológicos com um certo discurso de negação. Entre esses discursos, os que mais se

¹⁹ O único homossexual assumido a posar para a *G*, o jogador de *voley* Lilico (edição nº 25), gerou uma divisão no levantamento feito pela revista, 51% dos leitores foram a favor do ensaio e 49% criticaram o ensaio. Segundo a *G*, praticamente a totalidade dos que se posicionaram contra o ensaio mencionou algum tópico do que Lilico disse na entrevista e não tópicos referentes as fotos do jogador. (Revista *G Magazine*, edição nº 33 de junho de 2000).

destacam são os discursos de negação a drogados, sadomasoquistas, curiosos, aventureiros e promíscuos. Cerca de 62% dos anúncios apresentam um tipo de recusa a essas características.

Tabela 6: atributos exigidos nos anúncios:

Tabela 6
Atributos exigidos de personalidade

Não a drogados
Discreto
Dispensa SM
Sincero
Carinhoso
Dispensa curiosos
Dispensa SM
Dispensa aventureiros
Honesto
Não a promiscuo
Inteligente
Sigiloso

Não conte a ninguém – o dilema de sair do armário

Nos anúncios da seção *Procurados*, características como sinceridade, discrição e sigilo estão presentes em torno de 31% dos textos. A honestidade, o carinho e a inteligência também aparecem como categorias importantes de análise, cerca de 20% dos anúncios mencionam esses critérios.

Por que o sigilo e a discrição aparecem como categorias relevantes? Uma primeira hipótese aponta que o ser discreto pode estar relacionado à questão do ser ou não assumido. Alguns homossexuais preferem manter um comportamento mais circunspeto para não ameaçar seu *status* social. Eles procuram esconder a homossexualidade por causa das relações, do ponto de vista da sociedade em geral e por interesses econômicos como o medo de perder o emprego etc. Muitos homens precisam ser discretos em razão das sanções sociais.

Devemos considerar a quantidade de investimento que o indivíduo sente-se capaz de fazer na adoção de um estilo de vida homossexual; isso envolve a discussão do ônus e dos benefícios de ser franco ou sigiloso acerca da homossexualidade em relação às pessoas e situações específicas.

É preciso considerar também que algumas pessoas têm a experiência comum entre o conflito do compromisso que se sentem capazes de assumir com um estilo de vida homossexual, e o fato de estarem envolvidas num estilo de vida conjugal heterossexual. É possível admitir que alguns indivíduos já terão se identificado como homossexuais antes de se casarem, ao passo que outros terão tomado consciência disso durante o relacionamento conjugal.

Existe um movimento contínuo de oscilar entre revelar-se como abertamente homossexual e passar por heterossexual, dependendo das interpretações individuais das situações sociais em que se encontrem. Cabe assinalar que mesmo quando as pessoas costumam perceber-se como francas a respeito da própria sexualidade, é possível que ainda haja circunstâncias em que prefiram passar por heterossexuais, ao considerar os possíveis efeitos do sigilo ou da revelação de uma identidade homossexual. Como nesta carta do leitor publicada na seção *Carta do leitor* da edição nº 33:

“Tenho 18 anos, adoro as matérias e também, é claro, os gatos maravilhosos que vocês colocam como capa. Tenho algumas edições, não fui eu que as comprou, pois ainda estou no armário. Meu pai vive falando que prefere a morte a ter um filho homossexual em casa. Minha mãe, acho que, se ela soubesse, me daria uma surra e me colocaria na rua, com o apoio dos meus irmãos. Eu não tenho emprego, portanto acho melhor continuar no armário (...)”.

Ao estudar os ciclos de vida e estilos no mundo homossexual masculino, Kenneth Plummer (1981, p.138) concluiu que se revelar é uma questão complexa que envolve pelo menos três estágios entrelaçados. Muitos poderão ou não completar esses estágios totalmente. São eles:

- Revelar-se a si mesmo – começar a ver-se como homossexual;
- Revelar-se ao mundo *gay* – começar a conhecer outras pessoas gays;
- Revelar-se ao mundo heterossexual – começar a abrir-se aos não-gays acerca da própria homossexualidade.

O primeiro passo, segundo a autora (1981, p.139), é freqüentemente o mais difícil, já que habitualmente deve ser dado sozinho. O segundo estágio, conhecer outros homossexuais, implica obter acesso a modelos de papéis que contrabalancem os modelos de papéis heterossexuais. As primeiras dúvidas, a culpa, as frustrações sexuais podem começar a

desfazer-se em contato com homossexuais que “estão contentes por serem *gays*” (1981, p.139).

O estágio final do processo de revelação está centrado nas relações com o mundo não *gay*; contar a familiares, vizinhos, colegas de trabalho, cônjuge, filhos envolve pensar a quem contar e quando contar, tornando-se uma questão significativa para a pessoa *gay*. Cabe assinalar o pensamento de Erving Goffman (1988, p.64). Ao estudar identidades estigmatizadas, o pesquisador concluiu: as pessoas mais íntimas podem tornar-se aquelas em relação às quais o homossexual mais se preocupa em esconder a sexualidade.

Um pedido de ajuda – SOS



“Há vinte anos evitei como pude um contato com um psiquiatra. Tenho 40 anos completos e tive uma experiência diante da homossexualidade de forma bastante torturante. Não sei bem como suportei tanta pressão psicológica, tanta culpa, tanta negação. Mas, enfim, sobrevivi. No entanto esse processo deixou seqüelas irreversíveis em minha personalidade, como me esquivar de viver relacionamentos, provavelmente, com o medo de ser feliz e me punir, permiti-me ficar vulnerável, quando não tinha estrutura para enfrentar tão terrível batalha. O médico me receitou antidepressivos. Vou tentar prosseguir o tratamento para ver se me liberto de tanta ansiedade (...).(Revista *G Magazine*, edição nº 51 seção *SOS*).

Ilustração Nº 26: Cena do filme *Drácula e Frankenstein*, do ator alemão Udo Kier, homenageado com uma retrospectiva no *Mix Brasil* de 2001.

Ao iniciar a análise de uma seção dedicada a esclarecer dúvidas de leitores homossexuais, inicialmente, poderíamos nos perguntar: Existem categorias de problemas emergentes que sejam específicos de pessoas homossexuais? Essas categorias podem revelar facetas do comportamento sexual relacionadas à masturbação, ao desejo, a natureza do orgasmo masculino? Ser homossexual implica nos problemas, frustrações ou alegrias que se tem?

Ao pesquisar os problemas apresentados pelas pessoas homossexuais que buscam ajuda em consultórios médicos, os pesquisadores Ray Lightbown e Glenys Parry (1981, p.212) apontaram que, em essência, muitos dos problemas com que nos deparamos devem-se ao fato de sermos humanos. Nesse sentido, certas questões fundamentais devem ser consideradas. Estas incluem, como dar razão ao mundo que nascemos, desenvolver um autoconceito estável, coerente e realisticamente avaliado em relação a esse mundo e lidar com desafios representados pelas relações íntimas como os outros.

O primeiro estudo mais abrangente da sexualidade humana foi o relatório Kinsey. Nele, dezesseis mil entrevistas foram feitas com norte-americanos brancos. Entre as muitas descobertas estão as seguintes: as mulheres são capazes de orgasmos múltiplos, e geralmente conservam seu potencial sexual por mais tempo que os homens; 96% dos homens e 85% das mulheres se masturbam; 37% dos homens norte-americanos brancos e 13% das mulheres tiveram alguma experiência homossexual avançada até o ponto do orgasmo; contudo, apenas 8% destes homens e de 1 a 3% das mulheres admitiram ser exclusivamente homossexuais. A pesquisa revela que 18% dos homens homossexuais tiveram a primeira experiência sexual antes dos 15 anos de idade. Mas o relatório mostrou também que esses contatos homossexuais na adolescência são ocasionais e experimentais, e não levam à homossexualidade na fase adulta. Cerca de 15% dos entrevistados declararam ter tido impulsos homossexuais, mas sem realizá-los.

Esses dados com mais de 40 anos podem nos indicar o conflito existente entre a necessidade de se estabelecer uma relação homossexual e uma alta reflexão sobre essa homossexualidade como parte da identidade e o estilo de vida e a incapacidade de gerar uma resposta que signifique o próprio prazer.

A seção *SOS* apresenta algumas questões enfrentadas por pessoas homossexuais. São problemas relacionados ao autoconceito, ao revelar-se, à aquisição de uma identidade *gay* em uma fase tardia da vida, às perdas e problemas sexuais nos relacionamentos e questões voltadas para construção de uma compreensão pessoal da própria sexualidade:

“Tenho 28 anos e sou leitor da *G Magazine*. Há muitos anos convivo com uma séria dúvida em relação à minha sexualidade. Sou noivo há um ano, mas não consigo reprimir meu desejo por outros homens. Vez ou outra chego até a contratar garotos de programa para saciar minhas fantasias. Mas confesso que não me agrada esse

tipo de relação marcada pelo dinheiro. Por outro lado, gosto muito de minha noiva, sinto-me atraído por ela e gosto muito quando fazemos amor. Devo assumir tudo perante ela ou esperar mais um pouco? Cheguei a consultar alguns psicólogos, mas confesso ter vergonha de revelar minha intimidade”. (Revista *G Magazine* edição nº 30, seção *SOS*).

O fato de haver crescido em uma sociedade com um padrão hegemônico de heterossexualidade, viver nesse mundo de estilo e vida heterossexual e ao mesmo tempo tomar conhecimento da atração por uma pessoa do mesmo sexo torna o revelar-se uma questão muito complexa. Há situações em que tal atitude pode trazer conseqüências graves e indesejadas, tais como a perda do emprego ou da custódia dos filhos.

“Sou *gay*, desquitado e tenho uma filha de quase 4 anos, que fica comigo dois dias por semana. Meu problema é que ela vive me cobrando uma mulher e não sei o que fazer, às vezes invento algo, outras finjo não ouvir, mas detesto fazer isso. Tenho medo que seja ridicularizada na escola e que passe a gostar mais do padrasto”. (Revista *G Magazine*, edição nº 32, seção *SOS*).

O pressuposto da heterossexualidade é fonte de muitos problemas para o *gay*; ele proporciona, por exemplo, a expectativa de que todo adolescente encontre um parceiro do sexo oposto, estabeleça-se, case-se e, finalmente, procrie e eduque seus filhos. Essa expectativa pode levar ao casamento algumas pessoas que gostariam de levar um estilo de vida *gay* (Kenneth Plummer, 1981, p.134). Em um artigo publicado na edição nº 33 da revista *G Magazine*, João Silvério Trevisan, comenta que essa expectativa gera uma guerra sem fim, em que o homossexual precisa camuflar o seu amor, até o ponto de casar-se e viver uma vida de fantasia como heterossexual. O autor chama esse processo de internalização da opressão social: “(...) o mecanismo é mais ou menos assim: como você se consola fazendo o papel de vítima, então se oprime a si próprio, para ser ainda mais vítima. Daí porque o enrustimento costuma ser o pior inimigo das bichas, pois trai o seu amor que deveria ser a parte mais verdadeira do ser humano(...)”.

A própria iniciação também não é fácil e o homossexual pode sentir a dificuldade em manifestar-se ao outro claramente. Este leitor pede orientação:

“Tenho 18 anos e sou bissexual não assumido. O meu problema é que sou tímido e conservador, e não consigo chegar em nenhum homem, nem na cidade onde moro (de porte médio), nem quando viajo para grandes centros como Rio e São Paulo. O que devo fazer para deixar evidente que eu estou a fim sem me oferecer demais?” (Revista *G Magazine*, edição 31, seção *SOS*).

É difícil ser alegre - Suicídio e dor do jovem homossexual

É importante mencionar que a vida em uma sociedade que estabelece suas bases em modelos tradicionais de relacionamento heterossexual fornece diversos graus de pensamentos homofóbicos contra aqueles que assumem uma identidade sexual diferente. O indivíduo passa a ser discriminado pela sua situação de gênero, pelo seu sexo e acaba sendo vítima de uma violência física ou de uma violência difusa, que isola as pessoas.

“Tenho um estabelecimento *gay* há dois anos, mas nos últimos meses comecei a ser vítima de vandalismos, como ter vidraças do meu prédio quebradas na madrugada e os muros pichados com frases ‘fora bichonas’. A coisa se tornou mais grave ainda há algumas semanas: um cliente levou uma surra de um grupo bem na frente da minha porta.” (Revista *G Magazine*, edição nº 51, seção *SOS*).

Esses fatores encontram-se associados a grandes taxas de suicídios e outras ações auto-destrutivas por parte de homossexuais, em especial dos adolescentes. Dependendo da religião, ou daquilo que a criança foi ensinada a reconhecer como Deus; a aceitação na escola ou os valores da família, a criança ou adolescente pode enfrentar sérios problemas de identidade e a dificuldade em lidar com essas questões aliada ao isolamento podem levar a ações extremas como o suicídio.

Dados do Grupo *Gay* da Bahia, em pesquisa realizada a partir de reportagens, Internet e cartas de denúncias, entre 1980 e 2000, mostram que o Brasil é o campeão mundial no número de assassinatos de homossexuais. A rejeição é tanta, que a cada dois dias, um homossexual é morto no país.

A homofobia reflete-se também no alto índice de comportamento suicida. A pesquisa *O jovem e morte* realizada pelo IPA (Instituto Paulista de Adolescência) nos Estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, em Agosto de 2000, mostra que 7% da taxa dos suicídios cometidos por adolescentes e jovens estão relacionados a conflitos com a identidade sexual. Esses adolescentes estão entre as maiores vítimas do preconceito e da exclusão social.

Tratados como uma minoria invisível, adolescentes *gays* vivem em uma situação de extremo risco e clandestinidade, sujeitos à homofobia e à marginalização dentro da própria

família. A esse processo podemos utilizar o conceito de exclusão da cidadania desenvolvido pelo sociólogo e ex-secretário de segurança pública do Rio de Janeiro, Luiz Eduardo²⁰. A precariedade da integração do jovem à sociedade, produz estigmas e rótulos que são projetados sobre ele.

Há duas formas de anulação de um ser humano: desconhecê-lo, não observar sua existência, não reconhecer sua presença ou negá-la através da projeção de rótulos que neguem a individualidade ou de estigmas que neguem a singularidade. Seja, portanto, pela estigmatização, seja pela negligência, pela indiferença, o jovem que sofre com isso, transita nas grandes cidades, invisível, num drama cruel: o drama da invisibilidade. O jovem homossexual que convive com dramas relacionadas à ambigüidade, à incerteza, à insegurança que já são dramas normais do processo de crescimento e amadurecimento, tem seu problema agravado pela falta de acolhimento e reconhecimento. Nesta carta, o medo e a ambigüidade geram as dúvidas com relação a identidade sexual:

“Tenho 16 anos e sempre me dei bem com namoradas. De uns tempos pra cá, a presença de um amigo mais próximo anda me atormentando, pois, vez ou outra, me pego pensando em situações excitantes nos envolvendo. Não vejo graça em outros homens, nem nunca imaginei viver um romance homossexual. Ando muito triste e confuso. Será que sou *gay*?”. (Revista *G Magazine*, edição 29, seção *SOS*).

A invisibilidade é associada à experiência natural da cultura da adolescência, o que agrava a insegurança e os temores internos, degradando a auto-estima, que sofre um processo de verdadeira corrosão. A falta de apoio social da escola, dos amigos, da família, do sistema de saúde, em uma fase em que se precisa de assistência e orientação, só piora o quadro.

Segundo João Silvério Trevisan, em entrevista à revista *Caros Amigos*, esta é uma das tragédias do Brasil que não chegam aos jornais. Inúmeros testemunhos de travestis relatam que, em torno de nove ou doze anos de idade, adolescentes são estuprados dentro de casa pelos pais, pelos primos, pelos irmãos e, mais ou menos aos treze anos de idade, são expulsos de casa.

Não existem estatísticas oficiais sobre a violência sexual com adolescentes *gays*. Os dados referem-se a crianças e adolescentes com um todo. Entretanto, é necessário utilizar

²⁰ O conceito foi apresentado pelo sociólogo no Painel *Segurança pública como direito de cidadania* apresentado na *IV conferência Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente* em novembro de 2001, em Brasília.

estatísticas que, pelo menos, ofereçam pistas. De acordo com dados do Ministério da Justiça, o Brasil registra, por ano, cerca de 50 mil casos de violência sexual contra crianças e adolescentes. A estimativa, de pesquisadores, é que os números oficiais representem apenas 10% do total de casos. Isso porque grande parte das agressões sofridas ocorre dentro de casa e portanto, geralmente, não são notificadas.²¹

No caso de crianças, adolescentes e jovens homossexuais que não podemos quantificar, o que se sabe é que depois de expulsos de casa, na maioria das vezes, eles se lançam à prostituição e às drogas. Segundo João Silvério Trevisan, a situação é um caso de saúde pública. Nos Estados Unidos, por exemplo, a situação dos adolescentes homossexuais já é discutida pela saúde pública. Uma pesquisa americana constatou que adolescentes homossexuais, sobretudo do sexo masculino, têm sete vezes mais possibilidades de cometer suicídio do que os heterossexuais. Grande parte dos meninos sem-teto nos Estados Unidos saiu de casa, porque foi expulsa em razão de sua homossexualidade. No Brasil, as estatísticas oficiais não mostram se as crianças de rua não têm também mais esse componente.

A pesquisa *Mapa da violência III: os jovens do Brasil*²², elaborada pelo sociólogo Jacobo Waiselfisz, e coordenada pelo Ministério da Justiça em parceria com a UNESCO e Instituto Ayrton Senna, lançada em maio de 2002, mostra que o número de mortes entre jovens de 15 e 24 anos de idade cresceu nas últimas décadas no Brasil. A maioria deles, 39,2%, morre vítima de homicídio. Segundo o livro, os assassinatos são responsáveis por mais da metade da mortalidade desses jovens, os acidentes de trânsito são a segunda causa de óbitos de jovens e em terceiro, os suicídios.

O número de suicídios aumentou 30% em números absolutos na última década, no Brasil. Em 1991, esse tipo de morte vitimou 5.169 pessoas no país. No ano 2000, foram 6.720 pessoas. A incidência de suicídios é praticamente inexistente até os 10 anos de idade. A partir dessa fase, inicia-se uma tendência ascendente que pode chegar a sua máxima expressão na fase em que o jovem tem 21 anos. Somente no ano 2000, 189 jovens dessa idade se suicidaram

²¹ Dado apresentado nas Diretrizes nacionais para a política de atenção integral à infância e à adolescência de 2001-2005 pelo Conselho Nacional dos Direitos das Crianças e do Adolescente (CONANDA).

²² A pesquisa foi baseada em dados do Ministério da Saúde e do Programa de Integração Nacional de Informações de Justiça e Segurança Pública (Infoseg) do Ministério da Justiça. O estudo analisou, ainda, a mortalidade de jovens de outros 59 países, além do Brasil e concluiu que a maioria das mortes acontece em 25 países do total dos 60 pesquisados. O trabalho constatou também que a taxa de homicídio superior às de acidentes de trânsito e o número de suicídios é um fenômeno típico de nações Latino-americanas

no país. A partir desse pico, a estatística começa a sofrer um suave declínio, caindo progressivamente o número absoluto de suicídios à medida que a idade avança. A estatística diminui até tornar-se praticamente nula quando a pessoa atinge os 95 anos de idade.

A maioria das pessoas que morrem dessa forma é composta por homens. Nada menos que 80% das mortes. Segundo dados da *Área de Saúde do Adolescente e do Jovem – ASAJ*²³ – do Ministério da Saúde, no Brasil, as taxas de mortalidade entre os jovens de 15 e 24 anos são quase 50% maiores que as dos Estados Unidos e 100% maiores que as registradas no Canadá, França ou na Itália.

De todos os tipos de morte entre os adolescentes, o suicídio figura provavelmente como o mais devastador do ponto de vista emocional. Em todo o mundo, o suicídio está entre as três maiores causas de morte na juventude. Segundo dados do ASAJ, em todo o mundo, a cada cinco minutos, um jovem acaba com a própria vida. Anualmente, pelo menos 100 mil adolescentes cometem suicídios. Para cada morte efetiva, há pelo menos 40 tentativas malsucedidas.

Esses dados não se referem especificamente a adolescentes *gays* ou que enfrentam problemas com a sua identidade sexual. Contudo, os dados mostram que os rapazes estão mais propensos a completar o suicídio. Fazem parte do grupo de risco, os adolescentes submetidos a situações estressantes seja por serem portadores de doenças que comprometem o seu desenvolvimento, seja pela presença de antecedentes de patologias mentais, seja pela existência de um ambiente familiar desestruturado ou pelo convívio com alguma forma de violência.

Os suicídios podem ser decorrência de distúrbios mentais ligados à depressão, de abuso físico, de falta de objetivos na vida, da ansiedade em relação à sua identidade sexual, da gravidez não planejada, da infecção por HIV, dos problemas familiares, do isolamento social, da competição intensa na escola, do desemprego e do rompimento das relações íntimas. Esses indicadores podem ajudar a compreender a situação de adolescentes homossexuais que tem

²³ Em 1989, o Ministério da Saúde criou o programa Saúde do Adolescente – PROSAD, cuja atuação se estendeu até 1999, quando foi criada a *Área de Saúde do Adolescente e do Jovem – ASAJ*, no âmbito da Secretaria de políticas públicas de saúde. Essa nova área tornou-se responsável pela articulação dos diversos programas do Ministério da Saúde que lidam com questões relativas à adolescência e juventude, em uma ação integrada de atenção aos indivíduos de 10 a 24 anos. Disponível: (on-line www.saude.gov.br).

como características as dúvidas com relação à própria sexualidade, a falta de apoio da família e o isolamento social.

No Brasil, o suicídio é subnotificado. Segundo a psicóloga e pesquisadora da Fundação Oswaldo Cruz – FIOCRUZ – a Doutora em Saúde pública, Edinilza Ramos de Souza, que realizou uma pesquisa sobre o tema intitulada *Urbanização e Violência: suicídio de jovens nas Metrópoles*²⁴, existem tabus em relação ao suicídio que levam as famílias a esconder a causa da morte, o que faz com que as estatísticas sejam subdimensionadas. Outro ponto levantado pela pesquisadora é que os estudos mostram que embora a mulher tente se suicidar muito mais vezes que o homem, eles têm mais sucesso nas tentativas.

Escola, casa, igreja e Aids – os espaços de normatização

Em seu pronunciamento na *IV conferência Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente* em novembro de 2001, em Brasília, a Doutora em saúde pública e pesquisadora da Fundação Oswaldo Cruz, Suely Ferreira Deslandes²⁵ (2001, 46) argumenta que não se pode reduzir à criminalidade a questão da violência. A criminalidade é uma das formas de violência, mas ela não é sinônimo único, exclusivo, de violência, porque se assim fosse, ficariam perdidas, as inúmeras outras formas de violências que permanecem invisíveis, porque estão reproduzidas em espaços sociais considerados “sagrados” como a família, o Estado, a escola e o sistema de saúde.

Há diversos tipos de violências que são produzidas pelo Estado, pelo sistema educacional e de saúde. Nesse sentido, podemos falar de uma violência subjetiva ou intersubjetiva instalada nas estruturas, nem sempre justas, que compõem a sociedade. Uma violência contida em certas tradições culturais, da violência institucional, da violência inconsciente que constitui parte da experiência cotidiana. Sem dúvidas, a violência relacionada à criminalidade é a violência mais traumática, porque possui efeitos letais; contudo, a

²⁴ Pesquisa divulgada pela Fundação Oswaldo Cruz – FIOCRUZ – feita em nove capitais brasileiras. Os dados recolhidos de 1979 a 1995 revelaram um crescimento de 40% nos casos de suicídios cometidos por pessoas com até 24 anos. In: Aumenta o número de suicidas jovens. (1998, 04 de junho). *Correio Braziliense*, p.23.

²⁵ CONANDA (2002). ANAIS, IV Conferência nacional dos direitos da criança e do adolescente. Brasília: CONANDA

violência que nem sempre mata, também possui efeitos dramáticos na vida de crianças e adolescentes.

No livro *Ritos e Ditos de jovens gays* (2002, p.23), Vagner de Almeida, Luis Felipe Rios e Richard Parker, integrantes da Associação Brasileira Interdisciplinar de AIDS, relatam o trabalho desenvolvido pelo projeto juventude e diversidade sexual, realizado com jovens de 18 a 24 anos, no Rio de Janeiro, nos anos de 2001 e 2002. Segundo os autores, os inúmeros depoimentos dos jovens homossexuais que participaram das oficinas demonstram que os jovens *gays* sofrem com a opressão existente dentro de seus lares, nas escolas e nas congregações religiosas. Ao associar esses relatos com o trabalho desenvolvido pela pesquisadora Suely Ferreira Deslandes (2001, p.48), encontramos o conceito de violência subjetiva ou intersubjetiva. O jovem homossexual não sofre somente a violência física. Ele padece com a violência contida em certas tradições culturais.

Na família, o medo de se abrir com relação à sua homossexualidade e as constantes ameaças homofóbicas, em muitos casos, leva o jovem a partir para outras direções, muitas vezes, não convencionais e que estão intrinsecamente relacionadas a baixo estima e à falta de perspectiva para o futuro, tais como o crime e a prostituição. Na carta abaixo, a rejeição deixou mágoas irreversíveis:

“Meus pais me rejeitaram e me expulsaram de casa quando eu me assumi, aos 20 anos. Hoje, 23 anos depois, possuo um patrimônio quatro vezes maior que o deles. Como eu faço pra me precaver, se algo acontecer a mim, para que eles não recebam nenhum tostão do meu dinheiro?” (Revista *G Magazine*, edição nº 52, seção *SOS*).

Outro leitor pede ajuda e orientação para saber como agir:

“Eu gostaria que a revista comentasse mais sobre como o jovem *gay* deve se explicar com os pais a respeito de sua opção sexual, já que é uma fase bastante difícil (...)”. (Revista *G Magazine*, edição nº 52, seção *SOS*).

Em casos mais graves, a falta de apoio no núcleo familiar leva à depressão profunda e ao suicídio. As agressões verbais dentro do lar, a ridicularização por parte de programas de televisão, as piadas sobre *gays* endossadas pela família ressaltam a discriminação e o estigma contra os homossexuais que são levados ao desespero. As congregações religiosas, em sua maioria, reforçam o processo de estigmatização que marca os *gays* de forma negativa.

Os autores de *Ritos e Ditos de jovens gays* apontam que a indiferença dos dirigentes e professores aliada a falta de preparo em lidar com algumas situações fazem com que o jovem se encha de desânimo e medo. A vergonha faz com que o adolescente se recolha e a falta de apoio psicológico o leva a se sentir fora do contexto coletivo. A discriminação por ser homossexual induz o jovem a se culpar, e sua alta estima desaparece com o pavor pela violência física e verbal.

O resultado desses sentimentos leva a pessoa ao isolamento social. O jovem não pode freqüentar o banheiro masculino, pois corre o risco de ser estuprado e violentado de todas as formas possíveis. Ele não pode participar do time da escola, pois é tido como “delicado” demais, segundo a visão dos seus companheiros da mesma idade e escola. O jovem homossexual se sente sem um ponto de apoio, sem uma referência para se inserir no contexto escolar. Essa exclusão pode resultar no abandono dos estudos e de uma estrutura que poderiam trazer benefícios futuros. Em entrevista a revista *Caros Amigos* de outubro de 2001, João Silvério Trevisan, defende que essa seja uma das causas da disseminação da bissexualidade no país. Segundo o autor, o jovem é vigiado 24 horas pela família e acaba tendo que arrumar uma namorada e viver uma vida “postíça”.

As pesquisadoras e consultoras da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), no Brasil, Maria das Graças Rua e Miriam Abramovay, realizaram um amplo estudo sobre a violência nas escolas brasileiras abrangendo quatorze capitais, entrevistando 33.655 alunos, 3.099 professores e 10.225 pais que participaram da pesquisa. O trabalho resultou no livro *Violência nas escolas* publicado no ano de 2002²⁶. Uma das principais conclusões apontadas pela pesquisa (2002, p.228) é que os alunos apresentam significados contraditórios e distintos sobre o papel da escola. Se por um lado a escola é vista como um lugar de aprendizagem como caminho para uma inserção positiva no mercado de trabalho e na sociedade, por outro, muitos alunos consideram a escola como um local de exclusão social, onde são reproduzidas situações de violência e discriminação (física, moral e simbólica). A discriminação é dada, algumas vezes, sob a forma de “brincadeiras e piadas”, nas quais a exclusão é disfarçada por uma pseudocordialidade, e ainda sob a forma de apelidos

²⁶ De maio a dezembro de 2000 foram ouvidos alunos, pais e professores de 424 escolas de São Paulo, Porto Alegre, Goiânia, Cuiabá, Vitória, Manaus, Belém, Fortaleza, Recife, Macerô, Salvador, Rio de Janeiro, Florianópolis e do Distrito Federal.

ingênuos ou jocosos que perpetuam as fronteiras da segregação e concepções discriminatórias em uma linha muito tênue entre a brincadeira e a agressividade.

A pesquisa não se refere, em nenhum momento, a adolescentes homossexuais. Contudo, alguns apontamentos podem levar a compreensão da gravidade da situação enfrentada por adolescentes com dúvidas sobre a sua identidade sexual. De acordo com o trabalho (2002, p.247), além da discriminação, a violência sexual está incluída como uma das formas de intimidação sexual do adolescente no espaço da escola. São olhares, gestos, piadas, comentários obscenos, insinuações e abusos. Segundo as pesquisadoras, há depoimentos que demonstram a diversidade de formas e a ambigüidade na classificação de uma ação como violência sexual, que vai desde “brincadeiras” até estupros. O banheiro torna-se um lugar de abuso sexual, ficando clara a utilização desse ambiente para a violência, da qual o estupro é considerado, pelos alunos, como uma das cinco ações consideradas mais violentas.

A violência sexual, segundo as autoras da pesquisa (2002, p.253), afigura-se sob a forma de múltiplos tipos de violência física, verbal ou de caráter simbólico. Referem-se a esta última tipologia, os símbolos de poder com marcas de gênero, como estereótipos de masculinidade e divisões sexuais sobre o que se espera de um homem e de uma mulher.

Em muitos casos, a violência acaba em morte da vítima, segundo a pesquisadora da UNESCO, Maria das Graças Rua, em entrevista que nos foi concedida, dados do Sistema Único de Saúde, de 1998, apontam que o Brasil é o segundo país do mundo em número de mortes violentas entre os jovens. Estatisticamente o país só perde para a Colômbia. Os dados demonstram que um jovem de 14 a 24 anos tem 100% mais chances de morrer de causas externas do que alguém mais velho.²⁷

²⁷ O grupo *Gay da Bahia* tem registros documentados de violência contra homossexuais que contabilizam 1260 assassinatos entre 1963 e 1994, sendo 1239 gays e travestis e 21 lésbicas. Segundo Mott, tais números podem ser ainda maiores, uma vez que homossexuais têm sua orientação sexual omitida nos registros policiais por pressão das famílias e muitas ocorrências não são encaminhadas aos arquivos do movimento homossexual brasileiro (In: Velho&Alvito, 1996, p.125).

De acordo com Mott, ao se acompanhar a variação do número de homicídios entre 1963 e 1993, nota-se um crescimento no início da década de 90: 51,3% das mortes de homossexuais foram praticadas nos anos 80, sendo que só nos quatro primeiros anos da década de 90 os crimes homofóbicos representam 44% da totalidade. Se tomarem como amostra os homicídios ocorridos apenas nos últimos dez anos da amostra, chega-se a conclusão de que a cada 4 dias é assassinado um homossexual no Brasil. Os assassinatos de gays e lésbicas, segundo Mott, estão documentados em todos os estados do Brasil. Registram-se porém maior frequência no Rio de Janeiro (35%), São Paulo (15%), Bahia (13%) e Rio Grande do Sul (9%) (1996, p.126). Segundo Mott (1996, p.126), a terça parte dos gays e lésbicas assassinados no Brasil estavam com menos de 30 anos. 4% das vítimas tinham

As causas externas que são relacionadas na Classificação Internacional de Doenças - acidentes de trânsito, os afogamentos, agressões, suicídios, quedas, envenenamentos ou intoxicações e exposição ao fogo - ocupam o 2º lugar entre as maiores causas de mortalidade no Sistema Único de Saúde no ano de 1998. Esses dados oficiais são feitos a partir de coletas de óbitos de municípios de todo o país, mediante uma coleta manual. As certidões e declarações de óbitos são recolhidas e as informações dessas certidões são lidas e separadas por tipos de causas. Esta coleta leva um tempo longo. Por isso, o Sistema Único de Saúde publica as mortes do país com um atraso de dois anos.

As situações de violência submetem o comportamento do jovem a crises, o que compromete a sociabilidade, a aprendizagem e a própria formação da identidade do indivíduo. Segundo as pesquisadoras da UNESCO, o aluno que não consegue mais se concentrar nos estudos, é o mesmo que ser revolta com a conseqüente perda do desejo de ir à escola.

Podemos concluir que para o jovem homossexual, a situação agrava-se. A violência pode representar graves conseqüências pessoais. São traumas, danos físicos, sentimentos de medo e de insegurança que prejudicam o desenvolvimento pessoal. Outro fator que contribui para o sofrimento desses jovens é a Aids. Estudos publicados no boletim epidemiológico²⁸ do Ministério da Saúde de dezembro a março de 2001, indicam que *gays* adolescentes e jovens são algumas das principais vítimas da Aids, formando o grupo no qual a epidemia cresce com velocidade. De 1995 a 1998, o aumento do número de casos de Aids entre os homossexuais com idade até 25 anos foi de 17,6%, enquanto o grupo com mais de 25 anos teve uma elevação de 4,7%.

O problema no Brasil tornou-se tão sério que o Ministério da Saúde lançou em três de junho de 2002, a primeira campanha de prevenção à Aids voltada para homossexuais, veiculada, na televisão, em todo país. Com o tema *Respeitar a diferença é tão importante quanto usar a camisinha*, a campanha associava à prevenção ao respeito da família e à

menos de 18 anos, 40% estavam na faixa etária de 20-30 anos, 40% entre 30-50, sendo que 15% dos mortos ultrapassava a idade de 51 anos. Entre as vítimas mais jovens, predominavam os travestis prostitutas, geralmente, adolescentes pobres e bastante efeminados.

²⁸ O boletim epidemiológico é uma publicação trimestral que contém uma base de dados de HIV/Aids e DST no Brasil por regiões e Estados, por sexo, por faixa etária etc. Este monitoramento é feito por meio das notificações dos casos, soropositivos ou com Aids, e de outros registros dos serviços de saúde, da vigilância sanitária e pela realização de inquéntos populacionais periódicos. No Brasil, vários fatores têm impedido que a notificação dos casos de Aids seja mais completa: a baixa capacidade de diagnóstico, a subnotificação devido a baixa disposição em notificar e a baixa qualidade da informação coletada.

diversidade. Considerando uma pesquisa da UNESCO, que concluiu que o Brasil possui cerca de 210 televisores para cada 1000 habitantes, é possível compreender a amplitude dessa campanha.

Em maio de 2002, ao entrevistar Paulo Teixeira, o coordenador nacional do programa de doenças sexualmente transmissíveis e Aids do Ministério da Saúde, o coordenador informou que até aquela data (maio 2002), estimava-se que 4% das pessoas com orientação homossexual eram soropositivos.²⁹ Segundo ele, o preconceito e o medo acabam sendo causas indiretas de contaminação, porque o medo de ser maltratado e discriminado, em especial dos mais jovens, leva à dificuldade de se obter a informação necessária. Nesse sentido, a campanha foi lançada para estimular o uso da camisinha nas relações sexuais entre homens e para reduzir o preconceito.³⁰ A pesquisa Nacional de Demografia e Saúde do Ministério da Saúde indica que 11% da população infanto-juvenil feminina e 8% da masculina, no Brasil, desconhecem totalmente algum modo de evitar o HIV; 83% da população feminina e 88% da masculina sabe citar o uso da camisinha como uma das maneiras de se evitar o HIV, e a Aids, e 66% dos homens de 15 a 19 anos reportaram o uso do preservativo na última relação sexual. Entre os adolescentes de 15 a 19 anos, 99% das mulheres e 98% dos homens já ouviram falar da doença.³¹

Ao comentar a campanha do Ministério da Saúde, em entrevista que foi concedida a nós, Augusto Andrade, fundador da *Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis* (ABGLT), frisou que a novidade da campanha era introduzir o tema junto à família. Uma opinião compartilhada também por Márcio Kosakha, coordenador do grupo *Estruturação* de Brasília, que afirmou que o respeito à diversidade tem um papel importante. Assim ele se expressa: “Eu me emocionei e fui às lágrimas porque pela primeira vez eu vejo algo de uma forma correta sobre a homossexualidade. Quando a família toda acalenta o filho porque ele terminou com um rapaz, tratando disso de uma forma natural. Isso foi para mim muito importante (...).”

²⁹ Segundo dados do ministério da saúde, o boletim epidemiológico de julho a setembro de 2001 trouxe modificações significativas da hierarquização das categorias de exposição dos casos de aids, observou-se a redução das categorias de exposição homo/bissexual – de 27,7% para 23,4%.

³⁰ A pesquisa “A voz do adolescente” patrocinada pela UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância) realizada com 21.249.557 adolescentes do país e lançada em Julho deste ano, revela que entre os adolescentes de 12 e 17 anos que já tiveram relação sexual, apenas 51,5% disseram usar camisinha “sempre”.

³¹ Dados apresentados nas Diretrizes nacionais para a política de atenção integral à infância e a adolescência 2001-2002, do Conselho Nacional da Criança e do Adolescente (CONANDA).

Segundo dados da *Área de Saúde do Adolescente e do Jovem* – ASAJ – o adolescente está na linha de frente da pandemia da Aids. Em todo o mundo, um entre vinte adolescentes contrai algum tipo de doença sexualmente transmissível (DST) a cada ano. Diariamente, mais de sete mil jovens – cinco por minuto – são infectados pelo HIV e estima-se que 10 milhões de adolescentes vivam com o vírus. Aproximadamente 80% das transmissões do HIV no mundo decorrem do sexo não protegido. O adolescente é mais propenso a dispensar o preservativo porque não tem acesso a ele ou porque não é capaz de convencer o parceiro ou parceira da necessidade do seu uso, entre outras causas. Estudos da Organização Mundial de Saúde apresentados no IV Congresso Brasileiro de DST de 01 a 04 de setembro de 2002, em Manaus, revelam que na presença de uma DST as pessoas têm o risco de contrair o HIV aumentado em até 18 vezes.

O boletim epidemiológico do Ministério da Saúde referente aos dados coletados até 30/03/2002 revela que da década de 1980 até março de 2002, foram registrados no país 237.588 casos de Aids. Desses 65,5% da contaminação pelo HIV se deu por via sexual, com 39% em relações heterossexuais, 16,9% por relações homossexuais e 9,7% por relações bissexuais. Esses dados confirmam que, no Brasil, a partir de 2000, o número de casos de Aids em homens devido à transmissão heterossexual supera a soma do número de casos verificados em homens devido à transmissão homossexual e bissexual. Os dados mostram que no Brasil, a epidemia pelo HIV/Aids, que na primeira década (anos 80) mantivera-se basicamente restrita aos homens que fazem sexo com outros homens, aos hemofílicos, aos hemotransfundidos e aos usuários de drogas, vem crescendo consideravelmente entre as relações heterossexuais de mulheres que se transformaram na principal categoria de exposição ao HIV desde 1993 para o conjunto de casos notificados, superando homossexuais e bissexuais. Os dados indicam uma tendência mundial: a epidemia está cada vez mais feminina e heterossexual. No primeiro semestre de 2002, a Aids foi a segunda causa de morte de mulheres nas capitais brasileiras.

É possível proteger?

É preciso ressaltar que as Leis brasileiras levaram cinco séculos para construir leis de atenção à infância e à adolescência e somente no ano de 1927 é editado no Brasil o *Código dos*

Menores. Ao refletir sobre esse dado no painel *História do atendimento à criança e ao adolescente* a pesquisadora do centro de Estudo Pesquisa e Extensão Aldeia Juvenil – CEPAJ, Sônia Margarida Gomes de Sousa³² (2001, p.33) remonta a um fragmento da carta de Pero Vaz de Caminha ao Rei de Portugal, “(...) também andava por lá uma outra mulher, ela também nova, com um menino ou uma menina, atada com um pano não de que aos peitos e no resto do corpo não havia pano algum (...)”. Segundo a autora, este trecho da carta de Caminha ressalta a fragmentação da infância na visão que o adulto, homem americano, tem da criança nativa sem definição sexual. São recortes de gênero e cultura que certamente contribuíram para os significados e sentidos atribuídos à infância e a adolescência, e obviamente ao espaço social destinado a elas. Ao pesquisar e tentar traçar um histórico do perfil de políticas públicas para criança e o adolescente do Brasil colônia até o início do século XX, a autora nos fornece uma síntese do da compreensão sobre a infância e adolescência neste período.

Segundo a pesquisadora Sônia Margarida Gomes da Sousa (2001, p.35) a primeira medida “de política pública” para a infância foi a criação das Casas da Roda, Casa dos Enjeitados, Casa dos Expostos ou simplesmente Casa da Roda. De acordo com Sônia Margarida, a primeira Casa da Roda foi fundada na Bahia em 1726. Seu objetivo era salvar a vida de recém-nascidos abandonados, que mais tarde seriam encaminhados para trabalhos produtivos e forçados, contribuindo assim para formar a população pobre da classe trabalhadora e afastá-los da perigosa camada envolvida com vadiagem e prostituição. Quem deixava as crianças na Roda eram, principalmente, pessoas pobres que não tinham recursos para criar seus filhos; mulheres de elite que não podiam assumir um filho ilegítimo ou adúltero; e senhores que lá abandonavam crianças escravas para alugar suas mães como amas de leite. Apesar da imoralidade dessas práticas e da alta mortalidade dos internos, a Roda sobreviveu até 1948.

Na década de 1870 (2001, p.37), somam-se discursos dos juristas, dos médicos, dos professores e dos padres em defesa da instalação de associações filantrópicas para proteger, assistir e educar as crianças jovens que perambulavam pelas ruas da cidade. Em 1900, com a

³² Painel apresentado na IV conferência nacional dos direitos da criança e do adolescente, em Brasília em novembro de 2001. O CEPAJ é um programa de extensão da Universidade Católica de Goiás que existe desde 1983. Formada também em psicologia, a pesquisadora leciona História social da criança e políticas públicas de educação infantil no curso de especialização da Universidade Católica de Goiás – UCG.

criação da Instituição Correccional, intitulada Escola 15 de novembro, iniciou-se um processo de institucionalização da diferença das categorias de criança e adolescente. A defesa das Escolas correccionais vinha ao encontro do discurso dominante na passagem da Monarquia para a República, que defendia a criação de instituições que serviriam para educar e instruir os “menores criminosos”, por meio de uma educação mais severa disciplinarmente e separada das outras crianças. Com o surgimento da República em 1889, novos discursos e novas direções surgiram e médicos e juristas colocaram-se à frente das batalhas em prol da infância, inaugurando uma época em que as crianças pobres seriam objeto de um aparato e de um saber predominantemente jurídico.

A pesquisadora Sônia Margarida (2001, p.37) explica que no final do século XIX, os juristas brasileiros, descobrem o “menor” nas crianças e adolescentes pobres da cidade que, por não estarem sob a autoridade de seus pais e tutores, são chamados de abandonados. Dessa forma, passa a ser postulada por juristas a criação de uma lei de proteção ao “menor”. Segundo a pesquisadora, nota-se que, ao longo desse processo, as crianças desvalidas e abandonadas são convertidas em menores abandonados e delinquentes. Esse processo concretiza-se nos primeiros 30 anos da república velha. Em 1890, a criação do novo código penal serviu de inspiração para o código dos menores finalizado em 1927.

Esse código representava a síntese dos saberes produzidos até aquele momento pelos médicos, educadores e juristas que propuseram que as crianças abandonadas, vadias e infratoras, pelo menos no plano da Lei, deixassem de ser uma questão de polícia para se tornarem uma questão de assistência e proteção pelo Estado, por meio de instituições e patronatos. Esse novo código, forneceu aos juizes o direito de intervir nas famílias; a correção passou a ser realizada pela escola, pela entrega da guarda da criança a instituições apropriadas e pela educação moral, social e religiosa que deveria ser dada às crianças.

Reflexões teóricas no campo das ciências humanas relativas aos aspectos sociais e psicossociais da criança e adolescência brasileiras vão se estabelecer no início da década de 1980. Dois fatos históricos contribuíram neste sentido: o fim da ditadura militar e a celebração em 1979, do Ano Internacional da Criança. Mas foi apenas com a aprovação do Estatuto da Criança e do Adolescente na década de 1990 que crianças e adolescente passam a ser,

juridicamente, considerados sujeitos de direitos, não mais como menores incapazes, objetos de tutela, de obediência e submissão.

Compreender esse histórico é importante porque ele nos sinaliza algumas conseqüências básicas dessa política para a infância e adolescência no Brasil. A que mais nos interessa como objeto desse estudo é a total ausência de uma política pública para o jovem homossexual, haja vista, que ele não conta nem mesmo das estatísticas oficiais. Conforme a pesquisadora, o contexto das políticas públicas para infância e adolescência do Brasil Colônia até o início do século XX, resultou em uma concepção extremamente conservadora da criança e do adolescente. As práticas discursivas da época tinham um mesmo objetivo: preservar a ordem social. A prática de recolher crianças em asilos propiciou uma constituição institucional profundamente enraizada nas formas de “assistência ao menor” que perdura até hoje.

É preciso lembrar que o jovem homossexual precisa ter seus direitos de acesso à escola; assistência à saúde; aos cuidados básicos de seu desenvolvimento como qualquer outro jovem. Mas é preciso enfrentar problemas bastante específicos e graves ligados à questão da identidade sexual como as inúmeras formas de violência que o jovem enfrenta como a discriminação, a exploração sexual dentro dos seus próprios lares e a normatização que lhe é imposta pela escola, que de antemão deveria ser um lugar mais plural. A própria nomenclatura e identificação desses problemas pode contribuir na forma que a sociedade pode encontrar para lidar com eles.

Uma política para a infância e adolescência será sempre uma expressão vazia e inócua se não servir também aos inúmeros jovens (que as estatísticas não nos permitem quantificar) que sofrem na pele a discriminação, o abuso físico e psicológico contra a condição sexual e de gênero que possuem. Existe também a dimensão afetiva, simbólica e psicológica dessa condição de um jovem que precisa de visibilidade, de reconhecimento, de resgate da própria identidade e de sua singularidade, que a sociedade ainda não foi capaz de reconhecer e aceitar propondo em condições de igualdade o acesso a benefícios materiais e afetivos.

Trata-se de uma política que garanta não só o básico para sobrevivência em sociedade, mas uma política de valorização, de acolhimento, de reconhecimento, de autoconstituição e de auto-realização. É dar ao jovem a experiência de pertencimento à igreja, às famílias, aos grupos, às associações e aos organismos mais diversos como clubes de

futebol, ginástica, esportes em geral. É preciso retirar esse jovem do exílio da invisibilidade. Nesse sentido, as Leis brasileiras ainda não conseguiram desempenhar esse papel. Mas a pergunta chave é: algo já foi feito? Como as Leis brasileiras podem contribuir para diminuir ou acabar com a discriminação contra jovens, adolescentes e crianças homossexuais? Como elas podem ter seus direitos assegurados?

“Tenho 18 anos e mal consigo sair de casa. É só aparecer na janela, sair da minha casa ou andar pela rua que meus vizinhos logo me cercam e me chamam de bichinha. Eles me agredem verbal e moralmente”. (Revista *G Magazine*, edição nº 35, seção *SOS*).

As leis brasileiras proíbem a discriminação contra o jovem. O Estatuto da Criança e do adolescente, no seu artigo 15, assim se pronuncia: “A criança e o adolescente têm direito à liberdade, ao respeito e à dignidade como pessoas humanas em processo de desenvolvimento e como sujeitos de direitos civis, humanos e sociais garantidos na Constituição e nas Leis”.

O artigo 17 do Estatuto define o direito ao respeito como a:

“Inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais”. O artigo 18 complementa: “É dever de todos velar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor”.

O Direito Internacional dos Direitos Humanos que surgiu, conjuntamente com a Organização das Nações Unidas, em 1945 estabeleceu, em seu artigo II, que a dignidade do ser humano lhe é imanente independentemente de sua “raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição”. Isto assegura a todo homem e mulher o direito de receber proteção jurídica e assistencial da comunidade internacional caso a proteção de seu próprio país lhe seja negada. O artigo 247 do Estatuto da Criança e do Adolescente, veda a qualquer meio de comunicação a divulgação do nome do adolescente ou do procedimento judicial que ele esteja respondendo pela autoria de ato infracional.

O artigo 17 da Convenção Internacional dos Direitos da Criança, que é uma legislação que tem peso constitucional no Brasil, porque foi ratificada pelo Estado brasileiro,

diz que o país signatário tem o compromisso de não só encorajar programas educativos e que respeitem a situação de desenvolvimento peculiar do adolescente e da criança, mas também zelar pela integridade e por esse desenvolvimento. A Lei prevê também a discriminação contra os portadores de HIV ou doentes de Aids. Uma portaria Interministerial nº796/92 proíbe a discriminação a crianças portadoras de HIV/Aids nas escolas. A Lei 11.199/02 proíbe também a discriminação aos portadores do HIV/Aids.

ÚLTIMAS ANOTAÇÕES

Uma vez alguém me disse que o analista é que determina a complexidade do objeto. Pode-se ter um objeto rico com uma análise infinitamente pobre. Trabalhar com cartas, revistas e com temas sobre a homossexualidade, me traz a sensação de que poderia ter explorado mais, de que poderia ter ido além. São limitações que reconheço como parte de um processo de alto conhecimento e que me mostra o quanto é difícil ser humano. Essas limitações, ao mesmo tempo, apontam-me que a pesquisa é algo como um caminho cheio de encruzilhadas. A opção por determinada direção implica um esforço em delimitar focos. É o recorte necessário para que se mantenha a lucidez.

O caráter desse recorte é sempre impreciso e contraditório, e o ato de pesquisa que, em princípio, seria objetivo é executado dentro de uma “objetividade possível”, pois muitas vezes só encontramos a certeza no fundo do coração. Alguém também me disse que é preciso sentir antes para depois entender. Hipóteses são sensações de certezas precedentes à interpretação que necessariamente tem como ponto de partida uma escolha.

Se as hipóteses abrem caminho, as limitações individuais são nossas principais barreiras. Cada capítulo desta dissertação tem suas particularidades de elaboração profundamente marcadas por essas deficiências. Ao escrever todas estas páginas, os fazeres e saberes de cada um dos dias de pesquisa me deram a sensação de que as nossas falhas são sempre extremamente maiores que a nossa capacidade de analisar criticamente nosso próprio discurso e de refazê-lo; refazê-lo novamente e refazê-lo sempre até que todas as possibilidades sejam esgotadas. Por isso, esses apontamentos finais são precários, eles carregam toda essa insuficiência de que poderiam ser refeitos. A própria natureza dessas anotações já é precária, porque ela busca, em algum momento deste texto, trazer uma imagem de totalidade.

Esta fase final é um momento de enfrentamento. Justamente agora, aparecem as maiores fissuras. Quando as anotações, os rascunhos viram uma dissertação a ser encadernada, eles deixam a narrativa de origem de infinitas possibilidades e passam a ser a versão híbrida dos nossos fazeres, a subjetivação máxima de um ideal. É agora, mais do que nunca, que tomamos consciência de que todas as nossas condições de produção são determinantes desse discurso.

Algumas leituras ficaram prejudicadas. Propus apontamentos introdutórios sobre o estudo do erotismo. Limitações impostas no decorrer do trabalho fizeram com que indicações preciosas como Georges Bataille fossem abandonadas. É o paradoxo de quem precisou muito, mas não conseguiu fazer uma leitura centrada e articulada da obra do autor com o projeto de pesquisa proposto. Assim, deixei Bataille em cima da mesa, esperando um novo encontro, talvez mais proveitoso em um futuro em que possa realizar um estudo mais aprofundado do tema. Certamente, um grupo de estudo poderá ajudar muito nessa tarefa que sozinha não consegui executar. Essa não é uma constatação conformada, é a ética da resistência. É o código de quem precisa respeitar as contingências e as perturbações que dão também a condição de diferença; a diferença do outro. O trabalho científico não pode submeter-se a essa resignação; contudo, a pesquisa pode e deve ser retomada para que um outro recorte ofereça margem a outras infinitas interpretações.

Sempre pretendi que esse trabalho fosse um lugar de colapso das certezas, talvez por isso seja tão difícil começar a escrever essas últimas páginas que os livros de metodologia designam como etapa conclusiva. Prefiro pensar em um espaço de relatos, especialmente, aqueles que mostrem as perspectivas pelas quais o objeto foi analisado. Assim não posso deixar de falar de alguns encontros que aconteceram nesse percurso. As aulas do filósofo Luiz Duch foram decisivas para apontar caminhos sobre autobiografias, experiências e narrativas. O grupo de estudo sobre experiência mostrou o quanto a valorização de aspectos subjetivos pode ser uma forma de vivenciar experiências e de contribuir para o meu próprio autoconhecimento. O professor José Jorge Carvalho, da Antropologia, trouxe poesia ao meu trabalho e, a professora Tania Navarro Swan, a vontade de mudar o mundo.

A ida à redação da *G Magazine* em São Paulo foi emoção e reconhecimento. O contato direto com os mantenedores da revista, em especial, com quem cuida das cartas que são meu objeto mais específico, mostrou-me a validade de cada recorte, o significado de cada uma dessas páginas.

A análise das entrevistas feitas em São Paulo revelou que algumas das impressões, obtidas por meio desta pesquisa sobre as mensagens emitidas pelos leitores, convergem com o pensamento dos diretores editoriais sobre essas correspondências. Referências culturais e sociais apontadas nas análises de conteúdo e de discurso por meio de temas-chave como dor,

preconceito, medo, irreverência, clandestinidade e exclusão são também prioridades da direção editorial da *G Magazine*. O mundo microscópico das cartas analisadas articula-se com o retratado no veículo de comunicação de massa. A prevalência de um discurso de negação e da criação de estereótipos é um referencial presente nos depoimentos colhidos em São Paulo e na análise feita nessa dissertação. São leituras comuns entre a pesquisa e as percepções que a revista tem do leitor:

“É uma minoria discriminada, mas que discrimina muito. Eles discriminam a bichinha, o afeminado e o negro. Capas com negros, por exemplo, não vendem, ou vendem apenas a metade. Podemos dizer, por isso, que esses leitores que discriminam são piores? Acredito que não. Eles são iguais a todo mundo; e o Brasil, ou o mundo, são assim. O negro é discriminado e acaba vendendo menos que o branco. Um bom exemplo era realmente a seção *Procurados*, onde o que era pedido, era o homem alto de 1.80m, olhos azuis e maravilhoso (...)”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

“Eles se manifestam claramente, em especial, sobre os ensaios. Pedem modelos com ereção, sem ereção etc. Outros são preconceituosos, quando tem negro na capa da revista, criticam, reclamam e pedem loiro de olho azul. É comum também a crítica aos afeminados, drogados e travestis (...)”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

A visita a São Paulo trouxe diversas contribuições. A principal delas foi chamar a atenção para temas que não estavam recorrentes, de uma forma explícita, nas cartas consultadas. Os depoimentos de quem lida diariamente com as correspondências trouxeram variáveis e ângulos novos à pesquisa. Entre elas, cito a preocupação com os adolescentes *gays*. Essa dimensão, especialmente enfatizada nas entrevistas, trouxe um fôlego novo ao trabalho. A família como condicionante de discriminação e tratamento autoritário e o mal-estar em relação às instituições sociais são representações de pessoas prejudicadas e insatisfeitas. É consensual o reconhecimento da vulnerabilidade de quem contesta “padrões de sexualidade”; entretanto, o desejo de percorrer essas relações e os processos sociais das inúmeras estratégias que afetam negativamente homens que amam outros homens foi algo exteriorizado, principalmente, após as entrevistas. Não considero que me afastei do objeto, nesses momentos. Pelo contrário, segregar essas intervenções seria silenciar significados sociais demarcadores dos discursos existentes nas correspondências.

A sociedade atual oferece manifestações de uma sociabilidade de inclusão. Essa pluralidade é negada nas entrevistas dos responsáveis pelas cartas da *G* e em algumas análises pontuais desta pesquisa. O homossexual identificado nas cartas da *G Magazine* trata da precariedade de relações prejudicadas por múltiplas imposições, das tensões internas e afetivas que afetam as formas de lidar com o prazer, da crise e dos conflitos de valores. A ida a São Paulo me indicou uma exclusão social exterior a essa intersubjetividade. Ela trouxe um lugar de conhecimento e de testemunho da falta de integração social, do desemprego, da insegurança do cotidiano de pessoas que não são respeitadas nas ruas. O registro dessas impressões expressa a existência de uma infelicidade individual que vai ao encontro dos eixos de reflexões e atrizes teóricas apresentadas nesta pesquisa.

Sinto falta dessa viagem. Imagino que poderia ter passado mais tempo em São Paulo. São apontamentos que surgem no final de uma longa trajetória. Novamente penso que as condições de produção pedem sempre um recorte do objeto. Durante todo esse tempo, não deixei de frequentar meu trabalho. Fatores financeiros não me permitiriam passar muito tempo em outra cidade. Novamente, a ética da sobrevivência reflete-se como um fator a ser contabilizado nesse acerto final de contas. Ao mesmo tempo, sinto-me feliz ao constatar que a Universidade abre suas portas para pessoas como eu. Ao enfrentar essas dificuldades, penso nessa sensação boa de inclusão.

A insegurança me prejudicou. Sofri sempre de um sentimento crônico de inferioridade quando imaginei que aquilo que consegui é mais do que mereço. Várias vezes, durante as aulas dos mais de 30 créditos cursados, senti o deslocamento de alguém que nunca pertenceu àquele lugar. Foram treze anos de estudo, cinco deles acompanhados por quase doze horas diárias de trabalho. Agora no mestrado, todas as leituras me fizeram falta; todos os professores, eu quisera mais próximo; e todos os treze anos que ficaram para trás foram infinitamente breves.

Ao se trabalhar com diversidade, tem-se uma responsabilidade muito grande de não transformar o discurso em mais uma via de fixidez. Esse conflito é constante e irremediável. Isso torna a escritura desses apontamentos ainda mais difícil. A professora Tânia Navarro (2000, p.10), na introdução do livro “o que é lesbianismo”, escreveu a seguinte história:

“Por que o passarinho canta?”, perguntou o cientista louco. “Talvez por saber, talvez por poder, talvez por querer”, respondeu o robô-que-sabia-tudo. “De fato o que interessa são as questões; as respostas, sempre ambíguas, têm valor transitório”.

Absolutamente o que importam são as questões. Nem muitos anos de pesquisa podem trazer respostas definitivas. Estudos de diversos cientistas sociais, apontados nesse trabalho, são capazes de mostrar a quanto é complexa a definição de uma identidade sexual específica. A suposta “tranquilidade” com as pessoas classificadas em homossexuais, bissexuais ou heterossexuais esconde toda uma densidade de práticas que tais definições parecem obscurecer. Mais do que isso, essas delimitações classificatórias estão relacionadas a uma identidade “ideal” ou “verdadeira”.

No senso comum, as identidades de gênero e sexual são compreendidas como idênticas. Nesse sentido, a lógica é: se for homem, logo é heterossexual; se for mulher, logo é heterossexual. Assim, a identidade homossexual é vista como “falha” grave na identidade de gênero. Percebe-se um esforço contínuo das instituições sociais, como igreja, escola e família, no sentido de promover as ditas identidades “completas”, “não falhas”, por meio de um processo de estigmatização e de silenciamento que nega uma outra possibilidade de ser, de querer ser, de poder ser. Esse processo de normalização pressupõe sempre em uma estigmatização daquilo que está fora, de falta de reconhecimento, de falta de pertencimento.

A busca desse reconhecimento e desse pertencimento em um grupo social e de aceitabilidade implica a constituição de uma identidade *gay* “socialmente aceitável”. O que passa não somente pela cristalização de uma identidade *gay* específica que busca ser homogênea e coerente; mas também, pela constituição de um consumidor específico. Dessa forma, um dos vetores de aceitação do *gay* na sociedade, enquanto cidadão legítimo, é a sua capacidade especial de consumir. Assim, um dos principais referenciais do estilo de vida *gay* contemporâneo é o consumo de perfumes, filmes, roupas, viagens etc.

A revista *G Magazine* faz parte deste universo de consumo. O perfil dos modelos é de homens jovens, brancos, vigorosos e “machos”. Homens negros, feios, gordos, flácidos e “afeminados” ficam excluídos desse processo. Novamente, a sensação de falta de pertencimento, de silenciamento. Na revista *G Magazine*, o masculino é representado como objeto de desejo sexual, seja na forma de fotos de nus, seja na forma de discursos que buscam legitimar práticas de cuidado corporal para os homens homossexuais, a fim de se tornarem

mais atraentes aos parceiros. A publicação mostra imagens de homens viris e másculos. Valoriza-se a força física dos modelos colocando-os em poses que ressaltam a sua “atividade”. O espaço editorial se organiza numa espécie de ordem do homem ideal. O corpo é apresentado como um símbolo de força e de beleza.

Uma das questões desta pesquisa foi avaliar de que forma esse espaço editorial é demandado pelo leitor ou é criado pela *G*. O perfil dos leitores, do universo pesquisado, nos dá algumas pistas: Esses leitores são jovens e rejeitam em massa o homossexual efeminado. Há um culto ao corpo do homem jovem. Contudo não é possível afirmar que essa seja uma característica exclusiva dos leitores da *G Magazine*. O que fica claro é que a revista não dedica tanto espaço a problemas e significados que fujam desse perfil. A diretora da Fractal, Ana Fadigas, explica as razões dessa proposta editorial:

“Alguns temas são pouco tratados na *G*. Se o leitor quer homens jovens e bonitos, isso de certa forma, acaba determinando o foco da matéria. Mas não nos é possível determinar até que ponto, este é um perfil determinado pelo leitor da *G* ou determinado pela própria *G*. Nós não somos tão científicos assim. Nós não sabemos onde uma coisa começa e a outra termina. Ainda mais em uma revista que é muito ligada a uma pessoa, que não tem uma editoria enorme e que não possui muitos diretores. Os segmentos geralmente são assim. A revista acaba sendo a cara de determinada pessoa. Em revistas pequenas e dirigidas, o pensamento de quem comanda, por menos autoritário que ele seja, acaba comandando mais coisas na revista. O grande público consumidor é o jovem, e isso é visível na maioria das revistas. Logo, a *G* tem uma direção de consumo voltada para esse público e ela é óbvia nisso”. (Entrevista de Ana Fadigas dada à Ellis Regina Araújo, São Paulo, outubro de 2002).

Retomando algumas das questões iniciais perguntamos-nos: Quais são as múltiplas identidades que o homossexual comporta? Existe uma identidade homossexual dominante, um pensamento hegemônico de uma identidade *gay* que define como é e quem pode ou não ser homossexual? O indivíduo homossexual também pode estar encapsulado dentro de uma identidade fixa com experiências pré-estabelecidas? O homossexual está num espaço de fronteira? A fronteira é algo que por excelência vai contra uma tipificação. É possível, neste caso, estereotipá-la? Como é possível que os prazeres da fantasia sexual sobrevivam às pesadas demandas da interrogação moral? Podemos submeter os prazeres à análise da produção de sentidos? Como os prazeres experimentados pelas pessoas no sexo são pensados e regulados nos discursos existentes na revista?

Cada uma dessas perguntas encontra tentativas de resposta ao longo dessa dissertação. Seria tolice querer confinar um discurso tão complexo nesses apontamentos. No entanto, não podemos deixar de mencionar algumas passagens fundamentais referentes ao universo avaliado na pesquisa.

É preciso dizer que, se homossexuais, durante anos, lutaram pelo direito à diferença em ações de auto-afirmação, eles buscam agora o direito à indiferença. Um deslocamento de sentidos que pode mudar valores e desnaturalizar determinadas questões. Novamente, buscando inspiração na historiadora Tânia Navarro, em seu estudo sobre *Feminismos: teorias e perspectivas* (2000, p.48), afirmo que ninguém é o seu próprio sexo. Nesse sentido, o sexo não pode designar uma identidade. Os anúncios, contos, relatos nos falam de um universo sexual cheio de diversidade. Se alguns falam em estabilidade das relações, estas relações não são colocadas em uma camisa de força e o próprio conceito do que seria um casal precisa ser revisto.

Mas é preciso cuidado! Cuidado para não se incorrer nos mesmos erros. Se as cartas mostram como algumas identidades são construídas, é preciso evitar que novamente uma determinada identidade seja fixada como norma. Que os travestis pobres, prostitutas que perambulam pelas ruas não sejam a identidade “falha” do *gay* “macho” de classe média. Criar novas fronteiras pode ser um espaço perigoso para generalizações e estereótipos.

Ouvimos dizer, constantemente, que estamos em uma sociedade pluralizada, que a diversidade muda a nossa capacidade de enfrentar as situações. Mas onde está a diversidade? Se ela existe, por que tanta clandestinidade? Por que os dados oficiais não nos falam dessa diversidade? Onde ela se escondeu? Pior que ser tratado como minoria, é ser tratado como minoria invisível. Isso significa a exclusão da cidadania, dada pela precariedade de integração à sociedade. Desconhecer, não observar a existência é negar a individualidade e a singularidade.

A luta pelo reconhecimento social da diferença dos homossexuais em relação aos heterossexuais foi uma reivindicação necessária para a afirmação do grupo na arena política. Todavia, o entendimento de que a homossexualidade é apenas uma das formas de manifestação da sexualidade demonstra que isso não implica diferenças substantivas em relação à heterossexualidade. Essa compreensão passa pela regulação das relações afetivo-sexuais, seja de heterossexuais, homossexuais, transexuais, nos âmbitos da legislação, da

religião, da ciência, da sociedade civil organizada, da mídia e das instâncias mediadoras que produzem, reformulam e repassam códigos e definições.

Contudo, as cartas da *G Magazine*, pesquisadas neste trabalho, falam de homens que amam outros homens e que sofrem por isso, sofrem pela dor de “ser” próprio, singular e humano. Os estigmas e rótulos que são projetados sobre os travestis e adolescentes homossexuais revelam um drama brasileiro. Há duas formas de anulação de um ser humano: desconhecê-lo, não observar sua existência, não reconhecer sua presença; ou negá-la através da projeção de rótulos que neguem a sua individualidade, ou de estigmas que neguem a sua singularidade. Essa negação faz parte de uma tragédia brasileira que não está contabilizada nas estatísticas oficiais. O pouco do que está sistematizado são tentativas isoladas de transformação. Seja pela estigmatização, pela negligência ou pela indiferença, o homossexual no Brasil ainda sofre.

Cada sistema da sociedade produz formações discursivas que criam espaços de sensibilidade, autonomia ou hegemonia. Nessa lógica, a revista *G Magazine* fala para leitores imaginários: são jovens, brancos, bonitos, com poder aquisitivo para comprar os produtos dos inúmeros anúncios da revista. Ela também fala para leitores reais que escrevem apavorados devido à discriminação, que querem partilhar algo, que precisam se sentir integrados. Esses leitores se emanciparam dos discursos militantes, mas não do corpo. Nessa perspectiva, a *G Magazine* utiliza diversas estratégias de linguagem onde os corpos são construídos segundo modelos. Eles são criados, reforçados e retratados constantemente. Nesse sentido, identidades individuais e sociais são operadas. Essas identidades são permeadas pelo gênero, a classe social, as opções profissionais e a capacidade de consumo. Novamente a sensação de inclusão, exclusão e diferença.

Percebo que a mídia não apenas veicula, mas constrói discursos, produtos, significados, identidades e sujeitos. A *G Magazine* é um espaço privilegiado de produção de sujeitos. A revista reforça, imagina, dinamiza ou polemiza representação sobre o corpo masculino. É possível construir uma identidade cujo fundamento central é a homossexualidade? Não posso fazer afirmações generalizantes, porém, o foco específico desta pesquisa indica que, apesar de todos os estereótipos e clichês, a constituição da identidade *gay* tem sido centrada à questão do consumo. Estudos atuais e utilizados como referenciais deste trabalho convergem com esse pensamento ao mostrarem que o mundo comercial *gay*, das

últimas décadas, ligou nitidamente a sexualidade ao desenvolvimento de estilos de vida e de uma economia específica.

Esse crescente mundo comercial *gay* baseado no substrato dos desejos e estilos homoeróticos começou a abrir novos espaços para a construção da homossexualidade não só como um comportamento sexual, mas como um modo de vida e uma forma de expressão social com um estilo e caráter próprio.

As percepções, perspectivas e hipóteses, discutidas nesta pesquisa postulam que o tema explorado envolve práticas sociais que, para serem compreendidas, requerem o reconhecimento das múltiplas formas de expressão do ser humano, incluindo-se aí manifestações diversas da sexualidade. Esses argumentos sustentam a complexidade e multiplicidade de facetas das identidades sexuais que rejeitam submeter-se a uma ordem que não aceita a diversidade.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- ALBERONI, Francesco. *O erotismo: fantasias e realidades do amor e da sedução*. São Paulo: Editora círculo do livro, São Paulo, 1986.
- ABROMOVAY, Miriam. RUA, Maria das Graças. *Violência nas escolas*. Brasília: UNESCO, 2002.
- ALMEIDA, Luiz Mello de. Da diferença à igualdade: Os direitos humanos dos gays, lésbicas e travestis. In: LIMA, Ricardo Barbosa de.(org.). *Direitos humanos e cotidiano*. Goiânia: Bandeirantes, 2001.
- ALMEIDA, Vagner de. RIOS, Luis Felipe. PARKER, Richard. *Ritos e ditos de jovens gays*. Rio de Janeiro, ABIA: 2002.
- Aumenta o número de suicidas jovens. (1998, 04 de junho). *Correio Braziliense*, p.23.
- ART, John, RICHARDSON, Diane. Desenvolvimento e manutenção de uma identidade homossexual. In: HART, John, RICHARDSON, Diane (org.) *Teoria e prática da homossexualidade*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.
- BASTOS, Lília da Rocha. PAIXÃO, Lyra. *Manual para elaboração de projetos e relatórios de pesquisa, teses, dissertações e monografias*. Rio de Janeiro: JC, 2000.
- BENJAMIM, Walter. *O narrador in Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BRANCO, Lucia Castello. *O que é erotismo*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- BURDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BUTLER, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do sexo. In: LOPES, Guacira Lopes (org.) *O corpo educado: Pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- CAMACHO, Marcelo. (2000, 19 de abril). Quem mostra vende. *Revista Veja*, pp.102,103.

- CECRIA (1999). Centro de referência, Estudos e Ações sobre crianças e adolescentes. *Exploração sexual comercial de meninos, meninas e de adolescentes na América Latina e Caribe*. Brasília.
- CONANDA (2001), Conselho Nacional da Criança e do Adolescente. Diretrizes Nacionais para a política de atenção integral à infância e à adolescência 2001-2005. Brasília: CONANDA.
- CONANDA (2002). ANAIS, IV Conferência nacional dos direitos da criança e do adolescente. Brasília: CONANDA.
- COSTA, Waldir. *Imprensa Gay no Brasil, uma questão de gênero?* INTERCOM. XXI congresso brasileiro de ciências da comunicação. Recife, 1998.
- DINO, Preti. *A linguagem proibida: um estudo sobre a linguagem erótica*. São Paulo: T A Queiroz, 1983.
- DUCH, Luís. *Mito, Interpretación y cultura: Aproximación a La Logomítica*. Barcelona: Herder, 1996.
- DUTRA, Artumira. Turismo GLS. *Ceará terá um resort para lá de assumido*. (On-line) Disponível: <http://www.turismogls.com.br/>
- EDUARDO, Luiz. Segurança pública como direito da cidadania. Anais da IV Conferência Nacional dos direitos da criança e do adolescente, pp.68 a 77, 2001.
- FINDLEN, Paula. Humanismo, política e pornografia no Renascimento Italiano. In: HUNT, Lyn. *A invenção da pornografia*. São Paulo: Hedra, 1999.
- FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso. São Paulo: Edições Loyola, 2000.
- _____. *História da sexualidade I: A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- _____. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- _____. *Ditos e escritos "Sobre a arqueologia das ciências. Resposta ao círculo de epistemologia*. 1968.
- FRANÇA, Inácio. (1998, 05 de maio). O mercado de livros gays. *Jornal do Comércio*.
- FREIRE, João. Prazeres desprezados: a pornografia, seus consumidores e seus detratores. Lugar Comum. Estudos da mídia, cultura e democracia. Nº 12. Setembro/dezembro 2000.
- GIDDENS, Anthony. *A transformação da intimidade: Sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Editora da Univ. Estadual Paulista, 1993.
- _____. PIERSON, Christopher. *Conversas com Anthony Giddens: O sentido da modernidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

- GIDE, André Paul Guillaume. *Os frutos da terra*. Rio de Janeiro: Rio Gráfica, 1986.
- GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.
- GOLDENSON, Robert M. ANDERSON, Kenneth N. *Dicionário de sexo*. São Paulo: Ática, 1989.
- GOULART, Gabriela. (2001, 25 de outubro). TV mais do que assumida. *Jornal do Brasil*.
- GREEN, James N. *Além do carnaval. A homossexualidade masculina no Brasil do século XX*. São Paulo: Editora UNESP, 2000.
- HITE, Shere. *O relatório Hite sobre a sexualidade masculina*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1996.
- JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais?. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 2000.
- KATZ, Jonathan Ned. *A invenção da heterossexualidade*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.
- LANE, Christopher. O homossexual no texto. Lugar comum. Estudos da mídia, cultura e democracia. Nº12. setembro-dezembro 2000.
- LEITES, Edmund. *Reflexões sobre a "História da sexualidade" de Foucault*. Novos Estudos nº 35 Março, 1993.
- LINS, Regina Navarro. (2002, novembro). Apaixonado pela Paixão. Revista *Muito prazer*. p.9,10,11.
- LOPES, Denilson. *O homem que amava rapazes e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2002.
- LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: LOPES, Guacira Lopes (org.) *O corpo educado: Pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- MACRAE, Edward. *A construção de igualdade: Identidade sexual e política no Brasil da abertura*. Campinas: Editora da Unicamp, 1990.
- MACRAE, Edward., FRY, Peter. *O que é homossexualidade*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.
- MARQUES, Hugo. PIRES, Luciano. (2002, 03 de maio). Jovem é a maior vítima de homicídios. *Jornal do Brasil*, p.07.
- MARTINS, Georgina da Costa. *O menino que brincava de ser*. São Paulo: DCL, 2000.
- Ministério da Saúde. AIDS, boletim epidemiológico. Ano XV nº 01 – 48ª/2001 à 13ª/2002 semanas epidemiológicas – outubro de 2001 a março de 2002. *Ministério da Saúde: Brasília*, 2002.

MIRA, Maria Celeste. Constituição e segmentação de revistas no Brasil: o caso da editora abril. In: *O leitor e a banca de revistas: o caso da editora Abril*. Tese de doutoramento em Sociologia. UNICAMP, 1997.

_____. Gênero x gênero, Playboy no Brasil e o olhar masculino. In: *O leitor e a banca de revistas: o caso da editora Abril*. Tese de doutoramento em Ciências sociais UNICAMP, 1997.

MIRANDA, Vander Melo. *Corpos escritos*. São Paulo, Belo horizonte: EDUSP, UFMG, 1992

MISSE, Michel. *O estigma do passivo sexual*. Rio de Janeiro: Editora Achiamé, 1979.

MONTEIRO, Marko. *Revistas masculinas e pluralização da masculinidade entre os anos 1960 e 1990*. Lugar comum. Nº 12 setembro-dezembro, 2000.

MORAES, Eliane R. LAPEIZ, Sandra M. *O que é pornografia*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

NAVARRO SWAIN, Tania. *O que é lesbianismo*. São Paulo: Brasiliense, 2000.

_____. A invenção do corpo feminino ou a hora e a vez do nomadismo identitário. In: NAVARRO-SWAIN, Tania. (org) *Feminismos: Teorias e perspectivas. Textos de história*: Revista de pós-graduação em História da UnB. Brasília: UnB, 2000.

OLIVETO, Paloma. (2002, 11 de abril). Divas de papel. *Correio Braziliense*, p.3.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 1999.

PARRY, Glenys, LIGHTBOWN, Ray. Os problemas apresentados pelas pessoas homossexuais que buscam ajuda. In: HART, John, RICHARDSON, Diane (org.) *Teoria e prática da homossexualidade*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

PARKER, Richard G. *Corpos, prazeres e paixões: a cultura sexual no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Editora Best Seller, 1991.

_____. *Abaixo do equador: culturas do desejo, homossexualidade masculina e comunidade gay no Brasil*. São Paulo: Record, 2002.

PLUMMER, Kenneth. O tornar-se gay: identidades, ciclos de vida e estilos de vida no mundo homossexual masculino. In: HART, John, RICHARDSON, Diane (org.) *Teoria e prática da homossexualidade*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa: Tomo I*. São Paulo: Papyrus, 1994.

_____. *Tempo e narrativa: Tomo II*. São Paulo: Papyrus, 1995.

- REVISTA DE CRIAÇÃO (Meio&Mensagem) (1998), São Paulo, ano 4, nº. 44.
- SANTOS, João Almeida. FILHO, Domingos Parra. *Metodologia Científica*. São Paulo: Futura, 1998.
- SCOTT, Joan. *Experiência* in SILVA, Alcione Leite da (org.). *Falas de gênero*. Ilha de Santa Catarina: Editora Mulheres, 1999.
- SILVA, Tomaz Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.
- SOUSA, Sonia Margarida Gomes. História do atendimento à criança e ao adolescente/trabalho no Brasil (sumário). Anais da IV Conferência Nacional dos direitos da criança e do adolescente, pp.33 a 43, 2001.
- SPINK, Mary Jane P. MENEGON, Vera Mincoff. A pesquisa como prática discursiva: superando os horrores metodológicos. In: SPINK, Mary Jane P. (org.) *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. São Paulo: Cortez, 2000.
- SPINK, Mary Jane P. LIMA, Helena. Rigor e visibilidade: a explicitação dos passos de interpretação. In: SPINK, Mary Jane P. (org.) *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. São Paulo: Cortez, 2000.
- SZANIAWSKI, Elimar. *Limites e possibilidades do direito de redesignação do estado sexual*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1998.
- TELESE, Gay. *A mulher do próximo*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1980.
- TREVISAN, João Silvério. *Devassos no paraíso: A homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2000.
- VIEIRA, João Luiz. (1999, 01 de fevereiro). Toda nudez será premiada *Revista Época*.
- WASELFISZ, Jacobo. *Mapa da violência III: os jovens do Brasil*. São Paulo: UNESCO, 2002.
- WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: LOPES, Guacira Lopes (org.) *O corpo educado: Pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- WEREBE, Maria José Garcia. *Sexualidade, Política, Educação*. São Paulo: Autores Associados, 1998.
- WOODWARD, Hathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

ZANATTA, Elaine Marques. *Documento e identidade: o movimento homossexual brasileiro e os fundos depositados no arquivo Edgard Leuenroth*. (O-line). Disponível: <http://aiel.ifch.unicamp.br>.

REVISTAS CONSULTADAS

Bananaloca, São Paulo, ano 1, abril, 1997.

Bananaloca, São Paulo, ano 1, agosto, 1997.

Bananaloca, São Paulo, ano 1, setembro, 1997.

G Magazine, São Paulo, ano 1, n.01, 1997.

G Magazine, São Paulo, ano 1, n.01, especial, 1997.

G Magazine, São Paulo, ano 1, n.02, 1997.

G Magazine, São Paulo, ano 1, n.12, 1998.

G Magazine, São Paulo, ano 3, n.26, 1999.

G Magazine, São Paulo, ano 3, n.27, 1999.

G Magazine, São Paulo, ano 3, n.28, 2000.

G Magazine, São Paulo, ano 3, n.29, 2000.

G Magazine, São Paulo, ano 3, n.30, 2000.

G Magazine, São Paulo, ano 3, n.31, 2000.

G Magazine, São Paulo, ano 3, n.32, 2000.

G Magazine, São Paulo, ano 3, n.33, 2000.

G Magazine, São Paulo, ano 5, n.51, 2002.

G Magazine, São Paulo, ano 5, n.52, 2002.

ANEXO 1
PARA ENTENDER MAIS

PARA ENTENDER MAIS

A homossexualidade

De acordo com Trevisan (2000, P.11), na Antigüidade e durante a Idade Média, o vocabulário teológico cristão englobava sob o mesmo conceito de sodomia, tanto o sexo oral e anal (fora e dentro do casamento), quanto a relação sexual exclusivamente entre indivíduos do mesmo sexo. A sodomia também chamada de pecado nefando ou sujidade era um pecado gravíssimo, que não prescrevia jamais e era associada a práticas de bruxaria.

Trevisan (2000, p.127) aponta que a Europa dos séculos XVII e XVIII, não apenas a Espanha, Portugal, França e Itália católicas, mas também, a Inglaterra, Suíça e Holanda protestantes puniam severamente a sodomia. Seus praticantes eram condenados a punições que variavam de multas, prisão, confisco de bens, banimento da cidade ou país, trabalho forçado, passando por marca em ferro em brasa, execração e açoite público até castração, amputação de orelhas, morte na forca, morte na fogueira e afogamento. Entre as vítimas estavam tanto nobres, eclesiásticos, universitários, quanto simples camponeses, servos e artesãos.

Apesar desta repreensão, as relações homossexuais, segundo Trevisan (2000, p.127), eram comuns entre aristocratas, reis, generais e artistas. Na Itália, Leonardo da Vinci era vigiado pela polícia de costumes, em função da grande quantidade de adolescentes que o freqüentavam sexualmente e serviam de modelo para as pinturas do artista, como parece ter sido o caso da Gioconda. Michelangelo, já sexagenário, apaixonou-se pelo jovem aristocrata romano Tommaso de Cavalieri. Shakespeare dedicou quase toda sua obra lírica à paixão por seu protetor, Southampton. Eram motivos de escândalos os amantes de Henrique III, da França, e Maria Antonieta foi acusada de libertina por ser lésbica. Segundo Edward MacRae (1990, p.48), *“embora as práticas homossexuais remontem aos primórdios dos tempos, foi somente no século XVIII, com a implantação daquilo que Foucault chama de ‘dispositivo da sexualidade’, que surgiu o personagem do homossexual concebido como membro de uma espécie, dotado de características próprias”*.

No último quarto de século, de acordo com Giddens (1993, p.23), a homossexualidade foi afetada por mudanças tão profundas quanto as que influenciaram a conduta heterossexual. Atualmente, a aversão ao homossexualismo não recebe mais o apoio substancial da classe médica. A homossexualidade antes considerada em grande parte da literatura clínica como uma patologia ou um distúrbio, como fetichismo, *voyerismo*, travestismo, ninfomania e outros, passou a receber, segundo o autor, um outro tratamento da classe médica.

Giddens (1993. p.43,44) afirma que Sigmund Freud, em *Three Essays on the Theory of Sexuality*, publicado pela primeira vez em 1905, buscava demonstrar que os traços sexuais associados à perversão não estavam restritos somente as categorias de pessoas anormais, mas eram qualidades comuns à sexualidade de todos. Freud concluiu, segundo Giddens, que era inadequada a utilização da palavra perversão como um termo acusatório. Alguns estudiosos, depois, acharam o termo inaceitável e ele foi substituído pelo termo desvio sexual. Expressa de outra maneira, a diversidade sexual, embora ainda encarada como perversão, por muitos grupos, saiu dos cadernos de anotações dos registros de casos de Freud para o mundo social cotidiano

Uma carta de Freud de 1935, endereçada à mãe de um homossexual, resume bem o que ele pensava sobre o tema:

“Cara senhora,

Depreendi de sua carta que seu filho é homossexual. Fiquei impressionado pelo fato de que a senhora não menciona este termo em sua informação sobre ele. Posso perguntar-lhe por que evitou isso? Homossexualidade não é seguramente uma vantagem, mas não há porque ficar envergonhado com isso, pois não há vício, nem degradação e não pode ser classificada como uma doença; nós a consideramos como uma variação da função sexual produzida por uma certa parada no desenvolvimento sexual (...) é uma grande injustiça perseguir a homossexualidade como um crime, é também uma crueldade. Se a senhora não acreditar em mim, leia os livros de Havelock Ellis.”(apud Werebe, 1998, p.51).

Os cientistas sociais têm procurado entender o fenômeno da homossexualidade como uma construção social, procurando fazer distinções entre comportamento, papel, orientação e identidade homossexual. Segundo o antropólogo Peter Fry (1982), é de suma importância diferenciarem-se quatro componentes básicos usados na construção de identidades sexuais afetivas:

“Sexo fisiológico: Os atributos físicos através dos quais distinguem-se machos e fêmeas, são invariáveis de um sistema cultural para outro.

Papel de gênero: O comportamento, os traços de personalidade e as expectativas sociais normalmente associadas ao papel masculino e feminino. O papel de gênero é definido culturalmente e não é necessariamente determinado pelo sexo fisiológico.

Comportamento sexual: O comportamento relacionado ao ato sexual esperado de qualquer identidade. Salienta-se o ato da penetração ou de ser penetrado, concebido na cultura brasileiro como ‘atividade’ ou ‘passividade’.

Orientação sexual: Basicamente uma referência ao sexo fisiológico do objeto sexual. Neste sentido, um indivíduo pode se orientar homo, hetero ou bissexualmente” (Fry 1982, p.90 apud MacRae, 1990, p.47)

Edward MacRae e Peter Fry, no livro “*O que é homossexualidade*”, partem do pressuposto de que não existe verdade absoluta sobre o que é homossexualidade, em meio às contradições existentes na sociedade, e de que homossexualidade na verdade trata da variação de um mesmo tema: a sexualidade humana. Os autores retiram a homossexualidade do campo da psicologia e da medicina, que têm se apropriado do assunto, e procuram colocá-la num campo mais amplo, que trata da cultura e da política.

MacRae e Fry desenvolvem o tema notadamente preocupados em delimitá-lo dentro da sociedade brasileira, altamente estratificada, com práticas e idéias associadas à homossexualidade que variam de cultura para cultura e de segmento para segmento. Dentro dessa perspectiva antropológica e relativizante, a homossexualidade passa a ser mais um fato social que biológico ou psicológico.

A heterossexualidade

Segundo Katz (1996, p.56), no início do século XIX, foram definidos ideais particulares de masculinidade e feminilidade que criaram um culto de homens e mulheres cujo ideal estava intimamente relacionado ao verdadeiro amor, um sistema hierárquico dominado por um sentimento espiritual suficientemente forte para justificar o casamento, a reprodução e a sensualidade, que de outra forma era pecaminosa.

Naquele tempo, argumenta o autor (1996, p.56), considerava-se que o corpo humano constituía diretamente “o homem e mulher de verdade”, e os seus sentimentos. Não era feita

nenhuma distinção entre o sexo determinado biologicamente e a masculinidade e feminilidade construídos socialmente.

Katz (1996, p.56,66) descreve que nesta época a energia humana era considerada muito limitada e sujeita a exaustão, portanto devia ser usada para produzir filhos e manter o amor e a família, não desperdiçada com prazeres não produtivos; em outras palavras, a sexualidade e a reprodução estavam intimamente associadas. Segundo o autor, somente no final do século XIX, a idéia da heterossexualidade, mais ou menos concebida como é hoje começou a ser construída e propagada, às vezes, ligada à perversão não procriativa e em outras ocasiões ao erotismo normal e procriativo de sexo diferente.

Katz (1996, p.91) defende que “o discurso sobre a heterossexualidade adiou a sua estréia na cultura popular americana até os anos de 1920, quando se tornou uma cultura dominante e consagrada” Somente, aos poucos, ela se firmou como um sinal estável do sexo normal, mas, segundo o autor, a associação da heterossexualidade com a perversão continuou até uma grande parte do século XX.

De acordo com Katz (1996, p.92), o século XX testemunhou a legitimidade decrescente do imperativo reprodutivo e a aceitação pública crescente de um novo princípio de prazer heterossexual desvinculado da necessidade de reprodução. Sob a perspectiva da história heterossexual, segundo Katz (1996, p.101), “a luta do início do século XX pela descrição mais explícita de um Eros de sexo diferente aparece a uma nova luz”. O termo heterossexualidade que passa a freqüentar constantemente as páginas dos jornais da época, deixa o campo limitado do discurso médico para tornar-se um aspecto citado nacional e internacionalmente.

O lesbianismo

De acordo com a historiadora Tânia Navarro Swain (2000, p.14), os seres humanos são divididos em classes ou grupos e analisados sob uma ótica econômica, religiosa ou “natural”, sendo categorizados em faixas etárias, cor de pele, altura, peso, sexo biológico, nascimento e sexualidade. Na civilização Ocidental, segundo a autora, o principal modelo de referência é o homem branco heterossexual.

A historiadora (2000, p.16) argumenta que, no Ocidente, criou-se todo um discurso filosófico-religioso para justificar a divisão dos seres humanos de acordo com um critério básico: o sexo biológico. A autora escreve que “complementares ou diferentes, os sexos biológicos foram dotados de uma importância crucial, de uma evidência indiscutível; entretanto, enquanto divisor do humano esta distinção é também arbitrária, é também construída em torno de um critério básico: a reprodução”. Nesse contexto, segundo Navarro Swain, as mulheres homossexuais não tinham direito nem mesmo a um nome, por isso, no século XVII, a Inquisição, para julgar mulheres acusadas de práticas homossexuais, não dispunha de uma palavra para nomeá-las: eram chamadas de “*sodomitas*”.

Houve um tempo em que lésbica era a mulher nascida em Lesbos, ilha grega na Ásia Menor, marcada pela presença de Safo, poetisa que tinha inspiração na paixão e desejo que sentia por mulheres e viveu há cerca de 2600 anos em Lesbos. O termo práticas sáficas passa a ser utilizado como sinônimo de lesbianismo. De acordo com Navarro Swain (2000, p.33,34), no século XX, os dicionários passam a atrelar à ilha de Lesbos, onde Safo vivia, as definições de lesbianismo relacionadas não somente a práticas sexuais entre mulheres, mas também sentimentos e emoções; e “lésbico” passa a designar o “amor sexual de uma mulher a outra”. Ainda assim, nos dicionários, segundo a autora, os significados atribuídos à palavra lésbica são em sua maioria, negativos: “mulher-macho”, “paraíba”, “mulher feia”, “mal amada e desprezada”. As imagens utilizadas tratam a lésbica como uma mulher frustrada, caricatura de homem que escolhe outras mulheres por não atrair homens e o lesbianismo passa a representar o fracasso de uma sexualidade “*normal*”.

Para Navarro Swain, esse contexto teve um lado positivo, pois ao catalogar as lesbianas como desvio da natureza, caricatura do masculino ou certa patologia, as ciências e senso comum criaram o espaço de sua existência no mundo e uma crescente visibilidade (2000, p.63). Navarro Swain defende que o lesbianismo não pode constituir uma identidade, já que esta denominação não é senão um conjunto de questões, de práticas diluídas no questionamento das categorias de mulher e gênero.

Pesquisa do *MIEL – Mouvement d'Information et d'Expression des Lesbiennes*, (apud Navarro Swain, 2000, p.92) sobre o “ser lesbiana”, concluiu que o termo lesbiana representa uma afirmação de suas identidades. Essa afirmação pressupõe a busca de uma

maior visibilidade manifestada não só um modo de vida sexual ou emocional, mas igualmente um questionamento da sociedade sexista e patriarcal, contra a heterossexualidade por ela veiculada. Mas Navarro Swain (2000, p.93) pondera que, ao se desafiar os padrões e se assumir em uma representação social da inversão o nome dado às práticas consideradas desviantes, legitimam-se de certa maneira as normas existentes.

Navarro Swain (2000, p.93) defende que é impossível traçar um perfil das lésbicas, pois “não há um bloco homogêneo e monolítico de coerência, não existe um tipo de experiência única que possa tomar o lugar de uma referencial estável, de um protótipo”. Segundo a autora, as questões de mulheres que amam mulheres, de mulheres que fazem sexo com outras mulheres, ou que amam mulheres e fazem sexo com homens, fazem parte de um conjunto de experiências múltiplas e complexas construtoras de uma nova ordem sexual que nunca terá o mesmo perfil para todo mundo (2000, p.93,95).

A Bissexualidade

De acordo com Maria José Garcia Werebe, o termo bissexualidade foi introduzido por Freud na psicanálise. Sobre ele, Freud afirmou, “eu me habituei a considerar cada ato sexual como um acontecimento envolvendo quatro pessoas” (apud Werebe, 1998, p.50). Nem todos os homossexuais masculinos ou femininos são exclusivamente homossexuais. Muitos já tiveram ou mantêm relações heterossexuais e são assumidamente bissexuais.

Segundo Werebe (1998, p.50), a idéia de que existe em todos os indivíduos uma tendência bissexual “parece incontestável”, mesmo entre os que, em sua maioria, optam pela heterossexualidade. Para Werebe, uma minoria torna-se exclusivamente homossexual e alguns assumem a bissexualidade. A tendência bissexual talvez explique a hostilidade de grande número de homens contra a homossexualidade, condenando o que ela pode representar para eles.

O travestismo

Szaniawski explica que se considera travestismo ou eonismo a inclinação de uma pessoa ao uso de trajes típicos do sexo oposto (1998, p.52). Para o autor, o travesti pode ser um indivíduo homossexual ou transexual. Giddens (1993, p.216,217) argumenta que as atribuições de gênero são tão fortemente arraigadas que “o travestismo masculino é muito comumente estigmatizado, ainda que não seja mais considerado na literatura psiquiátrica como uma perversão”. Mais ambíguo ainda, segundo o autor, é o caso de mulheres que cultivam uma aparência masculina, mantendo as divisões dualísticas de sexo firmemente determinadas.

No Brasil, de acordo com Trevisan (2000, p.241,242), o travestismo evoluiu por duas vertentes diversas. Uma, meramente lúdica, floresceu no carnaval, protagonizada por homens, muitos pais de família, vestidos com as roupas de suas esposas, mães ou irmãs e, outra, mais voltada para um objetivo profissional, com o surgimento dos atores transformistas nos palcos, que passaram a viver profissionalmente da imitação de mulheres. Com frequência, tornavam-se travestis também na vida cotidiana. O travestismo masculino proliferou tanto, segundo o autor, que no século XX, ele passou do palco para as ruas e, num movimento inverso, procurou se legitimar de volta nos palcos, buscando a função nos espetáculos transformistas.

Segundo Richard Parker (2002, p.112), refazendo o corpo, criando a ilusão de feminilidade sem sacrificar uma realidade oculta de masculinidade, o travesti se tornou uma referência chave do mundo *gay* no Brasil, mapeando os contornos desse mundo e definindo-o como distinto e oposto à rotina da conformidade hetero. Parker assim escreve (2002, p.11): “apesar do notável estigma e da discriminação que enfrentam, contudo, a persistência dos travestis é realmente estarrecedora. O corpo do travesti precisa ser literalmente produzido ao longo do tempo por meio de um exercício quase constante de intervenção cultural e química que vai da maquiagem mais superficial à longa aplicação de hormônios e silicone”.

Parker (2002, p.110) argumenta que é exatamente por causa de sua representação exagerada e bastante estilizada da feminilidade que os travestis estão entre as figuras mais características e visíveis do mundo urbano *gay* no Brasil. Uma das mais estigmatizadas por quase todos os segmentos da sociedade.

Homofobia

O sociólogo e Doutor em sociologia da Universidade de Brasília, Luiz Mello de Almeida (2001, p.160), descreve que em face das fortes reações que o desejo e a prática homossexuais costumam despertar no que ele chama de “imaginário heterocêntrico”, construiu-se o termo homofobia para designar um misto de ódio e medo irracionais que muitos seres humanos sentem em relação às pessoas homossexuais. Segundo o autor, via de regra a homofobia costuma estar associada ao machismo e ao fundamentalismo religioso, podendo assumir variadas formas de manifestação, associadas ou não à misoginia, variando desde o preconceito camuflado e racionalmente administrado até as explosões de violência física contra homossexuais.³³

Algumas gírias e expressões de significados eróticos e gays

De acordo com Preti Dino (1983, p.66), embora a gíria não ofereça as mesmas perspectivas em todas as línguas, pode-se dizer que ela, na essência, constitui-se num vocabulário ligado à vida e à cultura de um grupo social restrito. Sua função como linguagem fechada, além de simples veículo de comunicação, é também a de defesa e preservação de classe. O que o autor chama de signo de grupo, elemento de auto-afirmação e identificação de falantes. Pela gíria, o grupo expressa sua visão e julgamento da sociedade criando significados especiais ou deformando significantes da linguagem usual, opondo-se a um comportamento lingüístico escolhido pela maioria como norma. O autor defende que é possível ver nesse vocabulário um mecanismo social de agressão e defesa, justificando plenamente sua condição especial, só acessível à minoria.

³³ Segundo Almeida (2001, p.163), para se ter uma idéia da homofobia, deve se destacar o relatório “Quebrando o silêncio”, elaborado pela Anistia Internacional, em 1998. O relatório afirma que atitudes homofóbicas são comuns em pelo menos 150 países, enquanto apenas 13 dispõem de legislação que proíbe a discriminação de homossexuais. Não são incomuns as ameaças de morte e apedrejamento em praça pública em função da sexualidade. Há pena de morte para práticas homossexuais no Paquistão, Irã, Arábia Saudita, Iraque, Sudão e Afeganistão. Ainda segundo a Anistia Internacional, a homossexualidade masculina é proibida, por Lei, em 83 países, enquanto o lesbianismo é legalmente proibido em 44 países.

Homofobia

O sociólogo e Doutor em sociologia da Universidade de Brasília, Luiz Mello de Almeida (2001, p.160), descreve que em face das fortes reações que o desejo e a prática homossexuais costumam despertar no que ele chama de “imaginário heterocêntrico”, construiu-se o termo homofobia para designar um misto de ódio e medo irracionais que muitos seres humanos sentem em relação às pessoas homossexuais. Segundo o autor, via de regra a homofobia costuma estar associada ao machismo e ao fundamentalismo religioso, podendo assumir variadas formas de manifestação, associadas ou não à misoginia, variando desde o preconceito camuflado e racionalmente administrado até as explosões de violência física contra homossexuais.³³

Algumas gírias e expressões de significados eróticos e *gays*

De acordo com Preti Dino (1983, p.66), embora a gíria não ofereça as mesmas perspectivas em todas as línguas, pode-se dizer que ela, na essência, constitui-se num vocabulário ligado à vida e à cultura de um grupo social restrito. Sua função como linguagem fechada, além de simples veículo de comunicação, é também a de defesa e preservação de classe. O que o autor chama de signo de grupo, elemento de auto-afirmação e identificação de falantes. Pela gíria, o grupo expressa sua visão e julgamento da sociedade criando significados especiais ou deformando significantes da linguagem usual, opondo-se a um comportamento lingüístico escolhido pela maioria como norma. O autor defende que é possível ver nesse vocabulário um mecanismo social de agressão e defesa, justificando plenamente sua condição especial, só acessível à minoria.

³³ Segundo Almeida (2001, p.163), para se ter uma idéia da homofobia, deve se destacar o relatório “Quebrando o silêncio”, elaborado pela Anistia Internacional, em 1998. O relatório afirma que atitudes homofóbicas são comuns em pelo menos 150 países, enquanto apenas 13 dispõem de legislação que proíbe a discriminação de homossexuais. Não são incomuns as ameaças de morte e apedrejamento em praça pública em função da sexualidade. Há pena de morte para práticas homossexuais no Paquistão, Irã, Arábia Saudita, Iraque, Sudão e Afeganistão. Ainda segundo a Anistia Internacional, a homossexualidade masculina é proibida, por Lei, em 83 países, enquanto o lesbianismo é legalmente proibido em 44 países.

Prete Dino defende a gíria como uma tradução das condições de vida impostas pela sociedade ao homem do povo. Ela representa, segundo o autor, uma visão do mundo, sob a perspectiva do oprimido. Por meio dela, é possível estudar a miséria, a insegurança, a revolta, a humilhação que marca a trajetória dos menos favorecidos.

Relacionamos algumas das principais expressões encontradas na revista *G Magazine*:

Gay

Na década de 1970, o termo americano *gay*, que significa “alegre e entregue aos prazeres”, tornou-se freqüente para designar o homossexual. Segundo Maria José Garcia Werebe (1998 p.44), esse termo nasceu nos Estados Unidos, depois das primeiras lutas do movimento homossexual, no fim dos anos de 1960, e faz referência “a uma autodefinição por parte dos indivíduos”.

Giddens (1993, p.23) também defende a importância da introdução do termo *gay* como expressão de autodefinição, “a popularização da autodenominação *gay* foi um exemplo de processo reflexivo em que um fenômeno social pode ser apropriado e transformado através do compromisso coletivo”. O termo confere, segundo o autor, “colorido, abertura e legitimidade” à imagem até então existente de homossexualidade.

Em nível pessoal, segundo Giddens (1993, p.24), “o termo *gay* também trouxe uma referência cada vez mais difundida à sexualidade como uma qualidade ou propriedade do eu. Uma pessoa ‘tem’ uma sexualidade, *gay* ou outra qualquer, que pode ser reflexivamente alcançada, interrogada e desenvolvida”.

Dragqueens

Para Judith Butler (apud Navarro Swain, 2000, p.79), as *drags* seriam pessoas com corpos performativos, que “encenam e representam a ligação entre sexo biológico e gênero social”, mas, ao mesmo tempo, desmascaram-na, pois suas aparências desmentem seus corpos biológicos. Assim apontam para o aspecto ilusório e construído do binômio sexo e gênero, pois demonstram a possibilidade de sua total inversão.

Elas surgiram na década de 1990 e implantaram um conceito mais flexível de travestismo. Além de serem atores transformistas, segundo o autor, eles se distinguem dos travestis comuns por andarem vestidos como homens, no cotidiano, e exercerem também outras profissões que nada tem a ver com o travestismo. Sua atuação engloba um “componente lúdico e satírico semelhante ao das caricaturas de carnaval”, o que facilita seu trânsito em festas de *socialites*, *shows* beneficentes e colunas sociais da grande imprensa, além das boates, onde são contratadas para animar o público (Trevisan, 2000, p.246).

Gender fuckers

O termo *Gender Fucker* significa “rompe-gêneros”. Segundo João Silvério Trevisan (2000, p.288), a expressão foi usada na década de 1970, em São Francisco, nos Estados Unidos, “para nomear as bichas contestatórias, que se vestiam com signos femininos (roupas e pinturas), mas deixavam à mostra traços primários masculinos (tais como barba e pêlos no peito)”. Suas intenções, segundo o autor, eram “borrar as fronteiras entre os gêneros masculino e feminino”, socialmente construídos; com isso queriam evidenciar como essa divisão tão rigorosamente organizada é um fenômeno cultural, portanto arbitrário e mutável, inteiramente alheio ao sexo biológico do homem e da mulher.

Barbies

Barbie é o nome pelo qual ficaram conhecidos, na cena *gay* brasileira, os rapazes homossexuais cuja preocupação básica é desenvolver a musculatura. Eles costumam praticar um tipo de ginástica especial e ingerir de hormônios masculinos, até um grau exacerbado, que

os torna “verdadeiras paródias do protótipo de *machão*” (Trevisan 2000, p.288). Segundo Trevisan, as *Barbies* vivem para modelar o corpo de acordo com um conceito exacerbado do masculino. Para isso, raspam os pêlos para que a musculatura se destaque (Caros Amigos – outubro de 2001).

Michês

Segundo Richard Parker (2002, p.104), os *michês* são em geral adolescentes ou adultos jovens, entre as idades de treze e vinte anos, caracterizados pela virilidade masculina vigorosa que se deslocam das áreas mais pobres da cidade para o centro para manterem contato com homens mais velhos, ricos e afeminados (chamados de *mariconas* pelos *michês*) que pagam por seus serviços sexuais.

Como em toda forma de sexo comercial, a negociação de um programa entre um *michê* e seus clientes potenciais é uma interação delicada, em que tanto o preço cobrado como as práticas sexuais específicas envolvidas devem ser especificados. Na verdade, segundo Parker, é uma negociação em que não apenas os prazeres do corpo, mas também as identidades subjetivas estão em jogo. A prática sexual é particularmente problemática, uma vez que seus significados estão associados a atividade e passividade, uma vez que práticas como fazer felação em outro homem ou ser penetrado analmente por um cliente são comportamentos que questionam a masculinidade e são, portanto, rejeitados por um grande número de *michês*.

Essa concepção de atividade sexual simbolizada pela penetração ativa do *michê* e supostamente passiva da *maricona*, é fundamental na construção da virilidade masculina do *michê* e é em muitos casos reforçada por uma estreita associação com o potencial constante e a violência física. Segundo Parker (2002, p.108), o simbolismo da violência é personificada na imagem de virilidade exagerada e ativa do *michê*. Para João Silvério Trevisan, esse estereótipo de *bofes* heteros envolvidos em homossexualismo somente em troca de pagamento, é na verdade, muito mais complicado do que parece. Trevisan argumenta que *michês* são prostitutos masculinos que, segundo ele, “são freqüentemente homossexuais não assumidos, disfarçando seu desejo sob pretexto de ganhar dinheiro” (2000, p.399).

Trevisan cita a pesquisa realizada pelo antropólogo Nestor Perlongher, na década de 1980, entre michês da cidade de São Paulo. O trabalho constatou que grande parte dos homicídios de homossexuais tem como agressor um *michê*. Nela o antropólogo verificou que o ato de ser possuído pode ser vivido pelo *michê* “como uma ofensa, uma ferida”, de tal modo que o michê pode se transformar de amante a algoz, “podendo até matar o freguês” (apud Trevisan, 2000, p.399).

Na prática, a figura do *michê* e tudo o que ele representa na distribuição particular de significados sexuais é muito mais ambígua do que parece à primeira vista. Segundo Parker (2002, p.109), embora o *michê* pareça simbolizar concretamente a intervenção da masculinidade hetero no mundo homoerótico das ruas, ao mesmo tempo ele representa a constante possibilidade de feminilizar, homossexualizar padrões heteros das normas tradicionais esperadas.

Na verdade, segundo Parker (2002, p.103), os próprios termos *michê* e michetagem são fundamentalmente ambíguos, referindo-se ao próprio prostituto (que é chamado de *michê*) na prostituição masculina, e ao pagamento (também chamado de *michê*), que é trocado entre um cliente homem e uma prostituta mulher na prostituição heterossexual. Em um nível relativamente consciente, o mundo da prostituição masculina, dentro de todo o mundo *gay*, não somente liga uma idéia de interação sexual a um sistema de troca econômica, mas também constitui uma complexa economia simbólica em que os significados associados à experiência homossexual e heterossexual devem ser constantemente negociados e renegociados nos intercâmbios sociais/sexuais.

GLS

Os anos de 1990 apresentaram inovações fundamentais no liberacionismo homossexual brasileiro, uma delas foi a implantação do conceito *GLS*, literalmente referente a *Gays*, Lésbicas e Simpatizantes. Esse conceito, segundo o autor, introduziu no contexto do país a idéia americana de *gay friendly*, ou seja, a idéia de simpatizante, muito adequada ao convívio pluralista das sociedades modernas e democráticas, que tende a juntar num mesmo espaço físico ou ideológico pessoas antes excluídas da normalidade social (Trevisan, 2000, p.376).

Um simpatizante, argumenta Trevisan (2000, p.376,377), pode tranquilamente frequentar um local *GLS* sem se sentir agredido, desde que também esteja disponível a aceitar as diferenças comportamentais presentes num clima de mútua tolerância. Esse conceito permitiu não só certa flexibilização das fronteiras, mas uma expansão e democratização do gueto com uma eclosão de atividades culturais ligadas à homossexualidade e uma repercussão social que vai além da cena *gay*. Segundo o autor, o conceito *GLS* foi uma grande aquisição do movimento homossexual da década de 1990. A definição pode demonstrar a ambigüidade brasileira, uma ambigüidade que cria um conceito político, que pode ampliar os limites do gueto ou até mesmo destruí-lo (Caros Amigos, outubro de 2001). Contudo, a sigla *GLS* já se encaminha para uma nova denominação *GLBT*: *Gays*, lésbicas, bissexuais e transgênero. Atualmente, em alguns países como o Canadá, a sigla *GLS* já está inclusive ultrapassada.³⁴

Algumas gírias encontradas na revista:

- *Babado*: acontecimento, confusão alegre.
- *Bear*: *gay* grande, peludo.
- *Biba*: *gay* jovial, *bicha* simpática, dada.
- *Bofe*: homens que não têm trejeitos de *viado*
- *Boquete*: sexo oral.
- *Coió*: agressão machista
- *Dark Room*: Quarto escuro nas boates *gays* para prática de sexo.
- *Elza*: roubo, assalto
- *Frango Assado*: posição sexual que lembra o frango
- *Entendido*: homossexual
- *Maricona*: *gay* de idade avançada

³⁴ Para Trevisan, simpatizante é uma coisa muito interessante do ponto de política sexual, é uma pessoa que não tem nada contra, pelo contrário, está lá compartilhando. Em um estabelecimento *GLS*, por exemplo, é possível encontrar homossexuais e heterossexuais dançando juntos. Segundo o autor, este seria um estado teoricamente desejável, se não houvesse mais o gueto. Segundo Trevisan, O S é mais “suspeito” que “simpatizante”. O simpatizante seria, muito frequentemente, um estágio não totalmente aceito da própria homossexualidade. Caros Amigos, outubro de 2001.

- *Micheteira*: bicha de programa
- *Mona*: mulher (nem sempre do sexo masculino)
- *Operada*: transexual que passou por cirurgia de mudança de sexo.
- *Pegação*: paquera, azaração.
- *Shana*: órgão sexual feminino
- *Velcro*: transa entre mulheres