



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE HISTÓRIA E GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA
ALUNO: FÁBIO RONALDO DA SILVA**

**SER OU NÃO SER:
A REPRESENTAÇÃO DE VIRILIDADE
NAS CAPAS DA *G MAGAZINE* (1997-2007)**

Campina Grande – Paraíba
Março – 2010

FÁBIO RONALDO DA SILVA

**SER OU NÃO SER:
A REPRESENTAÇÃO DE VIRILIDADE
NAS CAPAS DA *G MAGAZINE* (1997-2007)**

**PROF^ª. DR^ª. ROSILENE DIAS MONTENEGRO
ORIENTADORA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História, do Centro de Humanidades da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em História, Área de Concentração em História, Cultura e Sociedade, Campina Grande, 2010.

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA
CENTRAL DA UFCG**

S586s Silva, Fabio Ronaldo da
Ser ou não ser : a representacao de virilidade nas capas
da G Magazine (1997-2007) / Fabio Ronaldo da Silva. -
Campina Grande, 2010.
176 f. : il.

Dissertacao (Mestrado em Historia) - Universidade
Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades.

1. Representacao 2. G-Magazine 3. Virilidade 4.
Dissertacao I. Montenegro, Rosilene Dias, Dra. II.
Universidade Federal de Campina Grande - Campina Grande
(PB) III. Título

CDU 305(043)

FÁBIO RONALDO DA SILVA

**SER OU NÃO SER:
A REPRESENTAÇÃO DE VIRILIDADE
NAS CAPAS DA *G MAGAZINE* (1997-2007)**

Dra. Rosilene Dias Montenegro
(Orientadora)

Dr. Iranilson Buriti de Oliveira
(Examinador interno)

Dr. Nelson Eliezer Ferreira Junior
(Examinador externo)

Dra. Regina Coelli Gomes Nascimento
(Suplente interno)

Dra. Sandra Raquew dos Santos Azevedo
(Suplente externo)

Dedico aos meus pais, Irene Eunice da Silva (*in memoriam*) e José Ronaldo da Silva pelo apoio incondicional e eterna dedicação. Vocês foram minha principal fonte de incentivo.

AGRADECIMENTOS

Aos professores do Programa de Pós Graduação em História da UFCG, em especial a minha orientadora Dra. Rosilene Dias Montenegro que já vem me acompanhando desde a graduação. Obrigado pela confiança e respeito e por não ter “me dado uns cascudos” por eu ter me afastado um pouco da discussão sobre C&T.

A minha família sangüínea, que sempre desejou e deseja o melhor para mim.

Aos amigos, Helen Silva, Adriano Barros, João Montenegro, Ângela Dias, Vinicius Lima, Emmanuela Lins, Íris Medeiros, Verônica Viana, Gilvana Tabosa, Martinho Tota, José Valmi, Glauco Machado, Silvia Tavares, Ada Kesea, Flaubert Paiva, Lúcia Araújo, Marina Rabelo e Auricélio Soares que considero uma família construída, dentre outras coisas, pelas afinidades que temos. Obrigado por compreenderem minhas ausências, minhas divagações sobre masculinidades, virilidade, representação..., e me auxiliarem, na medida do possível, nos meus momentos de estresse, melancolia e de medos.

Aos consumidores da *G Magazine* que me cederam cópia das capas da revista para que esse trabalho fosse desenvolvido.

Aos companheiros da minha turma mestrado, em especial, Joachin Melo, Clécia Maria, Andréa Rodrigues, Valdirene de Sousa e Luciana Estevam.

Aos Outros, em especial, aqueles que não são dotados de virilidade, que sofrem preconceito por assim o serem, mas, que mesmo assim, vivem sua história, seja através das burlas ou representações.

RESUMO

O presente trabalho tem como proposta analisar como as capas da *G Magazine* (1997-2007), revista brasileira voltada para o público LGBTT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros e Transexuais). Buscamos questionar algumas construções identitárias tidas como naturalizadas e não inventadas, principalmente da identidade do homem viril que, nas capas da revista será representada por modelos que forjam uma virilidade seja esta através do vestuário, posições corporais ou expressões faciais. Escolhemos analisar capas pelo fato de que elas, por si só, já vendem a revista, logo, a produção das mesmas passa por um maior rigor, além do mais, imagens não servem apenas para ilustrar, elas possuem informações que, quando decodificadas, transpassam a própria imagem, pois, antes de tudo, imagem é um símbolo. Ao trazer em suas capas homens que encenam a virilidade, a revista contribui para que a identidade dos seus possíveis consumidores seja influenciada não apenas no tocante ao viril, mas também ao modelo de corpo “ideal”, isto é, o corpo que se deseja e o corpo desejado. Mas, ao mesmo tempo em que mostra apenas homens viris ou que simulam a virilidade em suas capas, a *G Magazine* acaba contribuindo para que a imagem dos chamados não-viris seja descartada, negada. A pesquisa aqui apresentada é de cunho interpretativa onde utilizamos como base discursiva na análise das capas da *G Magazine* a idéia de representação trazida por vários teóricos, dos quais destacamos Roger CHARTIER (1990) que vai valorizar, em sua análise, os signos não-verbais. A proposta de trabalho aqui apresentada foi desenvolvida com base na discussão sobre a representação fotográfica, semiótica e homoerotismo.

Palavras-chave: Representação, *G magazine*, virilidade.

ABSTRACT

The present work is to analyze how the covers of *G Magazine* (1997-2007), Brazilian magazine dedicated to the public LGBTT (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Transsexuals). We sought to question some identity constructions taken as naturalized and not contrived, especially the identity of the manly man who, on the covers of the magazine will be represented by models that forge a virility whether it be through clothing, body positions and facial expressions. Chose to examine covers the fact that they, alone, already sell the magazine, so the production of those passes for tightening, besides, images not only serve to illustrate, they have information which, when decoded, pierce the image itself, because, first of all, image is a symbol. By bringing in its covers men who enact the virility, the magazine contributes to the identity of their potential consumers is influenced not only for the virile, but also the model of "ideal" body, ie the body you want and desired body. But at the same time it shows only manly men or virility that simulate on their covers, *G Magazine* has just contributing to the image of so-called non-virile be dismissed, denied. The research presented here is interpretive slant where we use discourse analysis as the basis of covers of *G Magazine*, the idea of representation brought by several theorists, which include Roger CHARTIER (1990) that will enhance, in their analysis, the non-verbal signs. The proposed work presented here was developed based on the discussion of photographic representation, semiotics and homoeroticism.

Keywords: Representation, *G magazine*, virility.

Os mergulhadores iniciantes, quando ultrapassam o limite dos cinquenta metros de profundidade, são tomados por uma alegria incontrolável, começam a rolar sobre si mesmos e, sempre sorrindo, descem cada vez mais, brincando com os cardumes faiscantes. Os experientes, ao primeiro sinal dessa mesma euforia, nadam rapidamente para cima: eles acham que quando se mergulha muito fundo, a sensação de alegria desmedida, o deslumbramento com a paisagem submersa, é a véspera do perigo, o anúncio do fim, o tempatsu.

Não sei de onde veio a força que me impulsionou para o alto, além da linha limítrofe dos cinquenta metros, quando meu corpo já se abria numa só gargalhada, atraído pelo brilho dos corais.

De qualquer maneira, cheguei à superfície e encontrei o barco a minha espera.

Desde então, me contento com explorações a pequenas profundidades e, embora a memória dos peixes fosforescentes, entrevistados no meu mergulho maior, chegue a aguçar minha curiosidade, deixa-o arquivada na gaveta dos exercícios vitais já cumpridos.

Meu campo é a superfície: como uma arraia preguiçosa, nado sem pressa alguma. E, se não provo as emoções dos grandes desfiladeiros abismais, pelo menos vejo os casais burgueses lagarteando-se na praia, ouço o pregão do vendedor de limãozinho e me sinto em casa. Pois o cotidiano, de prosaico que era, tornou-se terreno anônimo, onde há lugar para toda espécie de peixe. Até mesmo para arraias.

(uma carta de Luiz Roberto. In. Os Homossexuais visto por entendidos)

SUMÁRIO

Introdução	11
Capítulo 01 - Homossexualidade(s) e identidade(s).....	22
1.1 - A imprensa homoerótica “ <i>coming out</i> ”: Dos jornais artesanais às bancas de revistas.....	23
1.2 - Revistas homoeróticas brasileiras pré- <i>G Magazine</i>	29
1.3 – <i>G magazine</i> : Quando o homoerotismo e o sucesso andam de mãos dadas.....	36
1.4 A fluidez da(s)identidade(s).....	44
1.5 Os discursos do passado que (ainda) reverberam no presente	66
Capítulo 02 – Imagens: Usos e significações	75
2.1 – Algumas considerações	76
2.2 - A imagem na contemporaneidade	77
2.3 - Da montagem fotográfica à masculinidade: Uma discussão que vale a pena	86
2.4 – Mas afinal, o que é representação.....	100
Capítulo 03 – Corpo, para que te quero?	111
3.1 – Expandindo e mantendo a masculinidade	112
3.2 – Para “fechar” a onda é se depilar e malhar!	117
3.3 – Diga o que vestes e te direi se eis viril	147
Considerações finais	168
Referências bibliográficas	170

LISTA DE IMAGENS

Figura 01: Capa da edição nº 01 de <i>Lampião da Esquina</i> – 1978	32
Figura 02: Capa da última edição de <i>Lampião da Esquina</i> –1981.....	32
Vitor Xavier - Fig. 03: Outubro de 1997.....	53
Ricardo Villani - Fig. 04: Abril de 2006.....	54
Esnar Ribeiro - Fig. 05: Agosto de 2000.....	55
Renato Vianna - Fig. 06: Abril de 2002.....	60
Rafael Alencar - Fig. 07: Setembro de 2003.....	61
Leandro Becker - Fig. 08: Fevereiro de 2006.....	64
Marcos Oliver – Fig. 09: Fevereiro de 1998.....	81
Marcelo Santo – Fig. 10: Dezembro de 1997	83
Júlio Capeleti e Clodovil – Fig. 11: Abril de 2005.....	87
Jean e Alê – Fig. 12: Maio de 2005.....	88
Mauro Borges - Fig. 13: Maio de 1998.....	97
Marcus Deminco - Fig. 14: Junho de 2002.....	113
Gilson Machado - Fig. 15: Setembro de 1998.....	115
Dimas Caetano - Fig. 16: Agosto de 2004.....	120
Alex Riviera - Fig. 17: Novembro de 1997.....	125
Eric Lobão - Fig. 18: Novembro de 2006.....	127
Alexandre Frota - Fig. 19: Outubro de 2001.....	129
Bruno Carvalho - Fig. 20: Julho de 2002.....	134
Vampeta - Fig. 21: Janeiro de 1999.....	135
Alexandre Gaucho - Fig. 22: Setembro de 2005.....	136
Lenzi - Fig. 23: Fevereiro de 2000.....	138
Reinaldo - Fig. 24: Maio de 2001.....	140
Fábio Meirelles - Fig. 25: Fevereiro de 2004.....	143
Iran - Fig. 26: Fevereiro de 2007.....	144
Mathias - Fig. 27: Outubro de 2003.....	146
Evandro Siqueira - Fig. 28: Novembro de 2004.....	149
Lot - Fig. 29: Novembro de 1999.....	151
David Cardoso - Fig. 30: Abril de 1999.....	154
David Cardoso Jr. - Fig. 31: Abril de 2007.....	158
Warren Cuccurullo - Fig. 32: Dezembro de 2000.....	161
Fabinho - Fig. 33: Abril de 2001	162
Márcio Aguiar - Fig. 34: Fevereiro de 2003.....	164
Coy - Fig. 35: Agosto de 2007.....	165

INTRODUÇÃO

Falar do Outro é tão complexo quanto o ser. O Outro pode ser aquele que tem alguma deficiência ou limitação física, o mendigo que fica pedindo um trocado lá no centro da cidade, a mulher que faz faxina na minha ou na sua casa ou o travesti que faz programas em alguma rua da cidade. Convivemos com o Outro, e o somos para eles, todos os dias, em vários ambientes e situações. Mas, na maioria das vezes, fingimos que não existem ou os toleramos.

Tolerância é algo que buscamos colocar em prática para tentar conviver, pacificamente, com aqueles que fogem daquilo que, conscientemente ou não, taxamos de “normal”. Entretanto, isso não é uma regra, principalmente quando se trata de sexualidade. É no Brasil, por exemplo, que existe o maior número de assassinatos de homossexuais apenas por que eles assim o são¹. É o país também conhecido pelo “preconceito velado”, onde se finge ser tolerante, mas pelas costas...

Todavia, há momentos onde esse “preconceito velado” se faz aparecer em pesquisas publicadas pela mídia e foi com base em uma que a idéia desse trabalho surgiu. Em 19 de junho de 2005, a Folha de São Paulo no caderno “Mais” publicou uma matéria intitulada “Só os viris e discretos serão amados?” que trazia uma pesquisa feita entre os participantes da Parada Gay paulista com a seguinte informação:

Na pesquisa do Datafolha, chamou a atenção o fato de 76% dos entrevistados concordarem, total ou parcialmente, com a idéia de que "alguns homossexuais exageram nos trejeitos, o que alimenta o preconceito contra os gays". A mesma pesquisa no Rio de Janeiro revelou que, entre os homens homossexuais, 44,6%

¹ Segundo dados de pesquisa realizada pelo Grupo Gay da Bahia (GGB) apenas em 2009, no Brasil, foram registrados 198 crimes por homofobia. Segundo o Relatório de Assassinatos a Homossexuais no Brasil, a região mais homofóbica é o Nordeste, onde um gay tem 84% de chances de ser assassinado apenas por causa da orientação sexual. Mais sobre o assunto ver o sítio:

<http://www.ggb.org.br/dossier%20de%20assassinatos%20de%20homossexuais%20em%202009.html>

preferem parceiros "mais masculinos", contra apenas 1,9% que os preferem "mais femininos". Para alguns, por aumentar o preconceito, a feminilidade parece politicamente incorreta nos homens. Para outros, deve ser cuidadosamente policiada pelos que se aventuram no mercado dos afetos e paixões.

Trocando em miúdos, mais de 40% afirmavam que nunca teria nenhum tipo de relacionamento com homossexuais não viris, ou seja, com aqueles homossexuais chamados, no cotidiano, de "bicha", aqueles que "dão pinta", também chamados, vulgarmente, de "viado". Esse Outro é o outro do homem "a categoria serve para assinalar sujeitos cujo processo de materialização enquanto homem de verdade fracassaria"² e o Outro do homossexual. Esse Outro não virilizado seria então uma figura abjeta, que, quando trazido pela mídia televisiva, por exemplo, será, na maioria das vezes, representado como um pícaro, alguém que serve para divertir e, quando muito, ajudar quem esteja passando por alguma situação difícil.

Escolhemos então, fazer uma análise das imagens trazidas nas capas da revista *G Magazine* (1997-2007) – publicação voltada para homossexuais masculinos e que está há mais de dez anos, sem nenhuma interrupção, em circulação no mercado editorial brasileiro – no intuito de perceber qual a representação de masculinidade que ela apresenta para o público que consome a revista. Para tanto, será feita não apenas uma análise da representação do modelo que posa na capa, mas o personagem que ele representa, o gestual, bem como os elementos que vão compor o cenário que, juntos, contribuem para reafirmar a virilidade do personagem ali representado.

É importante informar que não será feita aqui, uma pesquisa de recepção de imagem, mas sim, da produção da mesma e como esta forja representações.

Para trabalhar com representações visuais na historiografia, uma das possibilidades seria a aproximação com a História Cultural, pois esta se constitui em uma tendência privilegiada para os estudos sobre representações.

Sendo a fotografia um produto social, cabe ao historiador perceber como as imagens constituem certa maneira discursiva e colocar em cena questões e

² OLIVEIRA, Leandro de. As realizações polimorfas da figura da bicha. Anais do VII Seminário Fazendo Gênero. UERJ, 2006, p. 01.

fragmentos da história, percebidas no encaixe de uns documentos com os outros na tentativa de se entender suas continuidades e discontinuidades. Desta forma, a história aproxima-se do presente, com a fotografia, permitindo entender a história oficial, individual e a coletiva. A história do sentido das fotografias, a cada período, sofre renovação de suas funções: a fotografia social, a popular, a midiática, dentre outras.

Todavia, antes de falar sobre o tema escolhido, é interessante explanar um pouco acerca da Nova História Cultural³ que contribui para que determinados assuntos sejam trabalhados no âmbito historiográfico, trazendo novos ares ao trabalho do historiador e, em seguida, trabalharemos a questão da representação junto com o tema do meu trabalho. O arcabouço intelectual que vai dar origem à Nova História Cultural está ligado ao surgimento, no final da década de 1920, na França, da História das Mentalidades. De acordo com Vainfas (2002) esta acaba se juntando à Nova História Cultural. Isso pelo fato de que, ainda de acordo com o autor, “a chamada História das Mentalidades abriu-se de tal modo a outros saberes e questionamentos que, no limite, pôs em risco a própria legitimidade da disciplina”⁴.

A nova forma de se interpretar os acontecimentos históricos, procurava fugir da história historicizante, ou seja, uma história que evitava dialogar com as outras ciências humanas.

Ainda segundo o autor, era preciso adotar,

uma história problematizadora do social, preocupada com as massas anônimas, seus modos de viver, sentir e pensar. Uma história com estruturas em movimento, com grande ênfase no mundo das condições de vida material, embora sem qualquer reconhecimento da determinância do econômico na totalidade social, à diferença da concepção marxista da história. Uma

³ Utiliza-se o termo Nova História Cultural para distingui-la da chamada Velha História Cultural onde, na primeira, segundo PESAVENTO (2004, p. 15-6), “foram deixadas de lado concepções de viés marxista, que entendiam a cultura como integrante da superestrutura, como mero refluxo da infra-estrutura, ou mesmo da cultura como manifestação superior do espírito humano e, portanto, como domínio das elites. Também foram deixadas para trás concepções que opunham a cultura erudita à cultura popular, esta ingenuamente concebida como reduto do autêntico. Longe vão também as assertivas herdeiras de uma concepção da Belle Époque, que entendia a literatura e, por extensão, a cultura, como o sorriso da sociedade, como produção para o deleite e a pura fruição do espírito”.

⁴ Idem. pp. 55-56

história não preocupada com a apologia de príncipes ou generais em feitos singulares, senão com a sociedade global, e com a reconstrução dos fatos em série passíveis de compreensão e explicação⁵.

Para justificar essa afirmação de que a Nova História Cultural trouxe um novo ar à História, basta observarmos a exaustão das explicações oferecidas por modelos teóricos com tendências à totalidade, nos quais o historiador era refém da busca da verdade. Essas explicações globais, por sua incapacidade de interpretar novos agentes históricos, passaram, portanto, a ser questionados.

Nas últimas décadas é perceptível um aumento do número de autores falando de cultura, de identidade e diferença tendo como base os estudos culturais, na história cultural e na chamada antropologia cultural e na sociologia da cultura. Segundo Burke (2001) há, atualmente, um momento de efervescência dos chamados Estudos culturais.

O desafio aos velhos modelos foi especialmente rigoroso na escola dos Annales. Embora a história econômica, social e demográfica tenha permanecido dominante na própria Annales, a história intelectual e cultural passou a ocupar um sólido segundo lugar (...). (HUNT, 1995, p.08)

A “revolução” historiográfica desencadeada pelos teóricos da Escola dos Annales impulsionou diferentes perspectivas de escrever e estudar a história. Assim, também o desenvolvimento da História Oral e da Micro-história⁶, as quais o processo se confunde com a própria história cultural, pois aparecem no bojo dos anseios de historiadores que buscavam um novo modo de compor a historiografia, como veremos mais adiante.

Todavia, Burke (2001) aponta para uma fragmentação no tocante a esses estudos e para a dificuldade em definir o que é “cultura”.

A chamada História Cultural Clássica estava ancorada na arte, na literatura e na descrição das idéias. De acordo com Burke (idem) e Chartier (1990), a

⁵ VAINFAS, Ronaldo. Os protagonistas anônimos da História. São Paulo, SP: Campus, 2002, p. 17.

⁶ Gênero historiográfico que surgiu na Itália, tendo, dentre os principais expositores, Carlo Ginzburg e Giovanni Levi.

cultura era considerada patrimônio e pairava no ar enquanto uma unidade transcendente, descolada da economia, da política e das relações sociais. A nova história ou História Cultural, renovada pelas contribuições das ciências sociais, pretende colocar em causa seus objetos e dar primazia ao modo de como os construímos ao estabelecer relações entre os acontecimentos.

Segundo Hunt (1995, p.16), ao falar sobre a história cultural, Robert Danton afirmava que é “a história de natureza etnográfica. (...) A modalidade antropológica de história parte da premissa de que a expressão individual ocorre no âmbito de um idioma geral”. O que reforça, ainda mais, as possibilidades que abarcam esse fazer historiográfico.

Chartier (1990) vai assegurar uma história cultural que busca o confronto, onde se deve localizar as lutas discursivas e de poder no campo do saber. Também afirma a ruptura da história cultural com um sujeito universal e abstrato e a descontinuidade das formações sociais e culturais.

Ainda de acordo com o autor, a cultura era pensada sob a perspectiva de um legado recebido e também como transmissão de hábitos e costumes de uma geração a outra. Todavia, o próprio autor afirma que os objetos não são simplesmente aceitos de modo passivo, isto é, eles não são recebidos como uma herança perpetuada por uma tradição. Há um processo de recepção, de apropriação cultural dos objetos, que são utilizados de formas diferentes. A realidade não é recebida como um arquivo e congelada na memória em diferentes espaços. Desta feita, as realidades sociais estariam sempre sendo construídas e não simplesmente repassadas.

Certeau (2003) propõe, juntamente com Chartier (1990), pensarmos a cultura no plural ao invés de percebê-la como um objeto natural ou como uma unidade. Os autores citados propõem a realização de uma sociologia da cultura, em que nos preocuparíamos em interrogar os modos de produção da cultura, como ela é difundida e quais são seus meios de circulação. É necessário, hoje, começarmos a enxergar a cultura como um conjunto de significados partilhados e construídos pelos homens para explicar o mundo.

Todavia, a Nova História Cultural vai fazer ressalvas sem, no entanto, negar o conceito de mentalidades por classificá-lo ambíguo e excessivamente vago. Não negando, ainda, a aproximação com as outras ciências humanas, admite o conceito de longa duração e aceita os temas do cotidiano.

Os historiadores da cultura (...), não chegam propriamente a negar a relevância dos estudos sobre o mental. Não recusam, pelo contrário, a aproximação com a antropologia e demais ciências humanas, admitem a longa duração e não rejeitam os temas das mentalidades e do cotidiano. (VAINFAS, 2002, p. 56)

Além disso, a Nova História Cultural quer também se aproximar das massas anônimas. Podemos, portanto, afirmar que a Nova História Cultural revela uma especial afeição pelo informal, por análises historiográficas que apresentem caminhos alternativos para a investigação histórica, indo onde as abordagens tradicionais não foram.

Diante de uma gama de possibilidades, muitos historiadores passaram a trabalhar com diversos temas até então não explorados pelos historiadores e merecem destaque Carlo Ginzburg, Roger Chartier e Michael de Certeau. Mesmo sabendo da importância dos mesmos para a História, será dado destaque aqui, apenas aos dois primeiros, pois ambos trabalham com tema que será bastante utilizado durante esse nosso trabalho, no que se refere à discussão acerca da representação. O italiano Ginzburg, no final da década de setenta lança “O queijo e os vermes”, livro que narra a história de um moleiro que foi condenado como herege pela Inquisição Papal no século XVI. Em “O queijo e os vermes” Ginzburg (1986) abandonou o conceito de mentalidades e adotou o de cultura, definindo-a como vários tipos de atividades, códigos e crenças que permeiam as relações das classes subalternas de determinado período histórico.

Com a contribuição dada por Ginzburg quando o mesmo define cultura, tornou-se possível contemplar ou recuperar conflitos de classes numa dimensão sociocultural, deixando-se entrever no campo das discussões teóricas aquilo que Ginzburg denominou de circularidade cultural, conceito que irá se opor ao paradigma cultura popular *versus* cultura erudita.

Do ponto de vista metodológico, a micro-história avança nas pesquisas historiográficas por romper com a prática calcada na retórica e na estética. O trabalho da micro-história tem se centralizado na busca de uma descrição mais detalhada do comportamento humano, empregando um modelo de ação que possa dar voz a personagens que, de outra maneira, ficariam no esquecimento. Segundo Levi (1992, p. 136), a micro-história possui, portanto, um papel muito específico dentro da chamada Nova História Cultural: “refutar o relativismo, o irracionalismo e a redução do trabalho do historiador a uma atividade puramente retórica que interprete os textos e não os próprios acontecimentos.” Assim, o historiador de orientação micro-histórica, amparado pelos conceitos da Nova História Cultural, pode “visualizar” acontecimentos, fatos que a historiografia tradicional não percebe e trazer à tona dados que estavam adormecidos. O que nos faz concluir que a análise feita pela micro-história busca ser mais criteriosa e democrática.

Retomando a discussão feita anteriormente sobre cultura e a produção da mesma, Burke (1999) nos diz como o processo de canonização de artistas, de diversos autores e dos denominados cientistas e pesquisadores vem sendo estudado pelos historiadores. Exemplos que ilustram esta afirmação são os estudos realizados sobre história dos intelectuais, a história da leitura, a interrogação da função-autor, dentre outros.

Desta feita, a divisão entre cultura letrada e cultura popular tem sido alvo de interrogações pelos historiadores e estudiosos das ciências sociais. Para Certeau (2003), não existe uma cultura de elite homogênea, assim como não existe uma cultura popular oposta, também homogênea, compartilhada por classes sociais distintas. Os costumes e hábitos, comportamentos, modos de ser e modos de existir entrecruzam-se. Há um processo de circulação das práticas culturais entre os diversos grupos sociais. Chartier (1995) afirma que a categoria “cultura popular” é uma classificação erudita, produzida para separar as condutas situadas fora de um modelo tomado como referência que é o da cultura erudita. Os vários etnocentrismos têm se mantido em função de práticas que classificam modos de existir de primitivos, não civilizados, carentes, não desenvolvidos diante das

práticas de grupos específicos que se agenciam para controlar a produção e reprodução dos bens culturais.

Há um espaço entre as normas impostas e o vivido. O autor não vai negar que haja modos de agir, viver, sentir e pensar afirmados e outros negados em diferentes épocas, assim como não nega que existam regras coercitivas estabelecidas por certos grupos que formam alianças políticas e impõe um conjunto de regras aos outros. A crítica coloca-se negando uma suposta homogeneidade cultural, “tanto os bens simbólicos como as práticas culturais continuam sendo objeto de lutas sociais, em que estão em jogo sua classificação, suas hierarquizações, sua consagração ou desqualificação” (CHARTIER, 1995, p: 184-5).

Para Chartier, segundo Hunt (1995), os historiadores que trabalham com cultura não devem esquecer que os textos com os quais trabalham afetam o leitor de formas variadas e individuais.

Chartier mostra que, nos primórdios da Europa moderna, o significado dos textos dependia de uma grande diversidade de fatores, desde a idade dos leitores até as inovações tipográficas, como a multiplicação de indicações cênicas. Seu enfoque da relação triangular entre o texto do modo como é concebido pelo autor, impresso pelo editor e lido (ou ouvido) pelo leitor lança dúvidas sobre as clássicas concepções da história da cultura, em especial sobre a dicotomia entre cultura popular e cultura erudita ou de elites. (HUNT, 1995, p.19).

Na história da arte e na crítica literária, a representação é, há muito tempo, reconhecida como o problema central da disciplina. Para Chartier, a cultura não se situa acima ou abaixo das relações econômicas e sociais e tampouco pode ser alinhadas com elas. Assim, todas as práticas, sejam econômicas ou culturais, dependem das representações utilizadas pelos indivíduos para darem sentido ao mundo.

É interessante observar que o assunto em análise trazido nesse trabalho é pouco discutido pelos historiadores. Para tanto, em vários momentos, recorreremos a antropólogos e sociólogos que discutem tal assunto e vem ajudando a construir, bibliograficamente, a história dos homossexuais no Brasil e

as suas variações. Sendo assim, o trabalho aqui apresentado está totalmente vinculado a linha de pesquisa Cultura, poder e identidades do Programa de Pós-Graduação em História desta IES pelos seguintes motivos: por refletir sobre a questão da representação das identidades, abordando o tema das identidades homoeróticas; apresentando uma análise crítica as compreensões que tomam essas identidades como naturalizadas. Analisamos essas identidades mostrando que não são imutáveis, estão sempre em processo de (re)elaboração; ao analisar um produto produzido pelos *médias* buscamos avaliar os significados simbólicos inscritos nas imagens tecnicamente produzidas com um maior rigor para que possam atingir o público alvo e, por fim; por discutirmos acerca da relação saber/poder do qual o ser másculo e viril estará sempre passando por coerções para que possam vir a ser.

Nosso trabalho será constituído por três capítulos, além da introdução e as considerações finais. No primeiro capítulo, **Homossexualidade(s) e identidade(s)**, é feita uma discussão sobre os termos usados para dar lugar, demarcar aqueles que mantém relações afetivas e sexuais com iguais que, no século XIX passaram a ser denominados de homossexuais, como nos mostra Foucault, Green, Fry, dentre outros autores. Paralela a essa discussão, mostraremos como os homossexuais, no Brasil, começam a buscar lugares para sociabilização e como vai ocorrendo o surgimento de uma imprensa voltada para os mesmos. Ainda nesse capítulo, é feita uma discussão sobre identidade(s) e o quanto ela (s) é (são) fluída(s) fazendo-nos perceber que, assim como não há apenas uma identidade determinante o mesmo se aplica a homossexualidade, onde ela é representada e vivenciada de formas diferentes, sendo assim, uma orientação sexual possível. É válido salientar que, desde o primeiro capítulo, paralela a discussão teórica, estaremos fazendo a leitura sígnica das capas das *G Magazine*, buscando perceber como a representação de virilidade nelas é evidenciada. Assim, faremos uma amostragem de três capas ano, especificamente de 1997, época do lançamento da primeira edição da revista até 2007, ano em que a mesma completou dez anos.

No segundo capítulo, **Imagens: Usos e significações**, é feita uma discussão sobre imagem percebendo que, desde os primórdios, ela já é um suporte para as representações, seja de lugar, de pessoas, de objetos etc. Para tanto, é feita uma discussão teórica tendo como suporte tanto semiólogos quanto estudiosos da imagem enquanto suporte representacional. Todavia, ao dialogar com semiólogos, escolhemos trabalhar com aqueles cuja idéia de representação se aproxima da definição utilizada por Roger Chartier – teórico que utilizamos, no tocante a discussão trazida sobre representação, como base para análise das capas da revista – assim, o diálogo teórico foi feito com Lúcia Santaella que tem como base teórica a semiótica peirciana. É feita ainda, uma discussão sobre masculinidade, logo, virilidade e o seu oposto, pois o modelo que se tem sobre masculinidade e virilidade e, conseqüentemente, feminilidade e não-virilidade serão usados como modelo para qualificar o homossexual ativo-discreto e o passivo-efeminado.

Perceberemos que essa construção “sexual social” atribuída aos homossexuais, mesmo com o discurso médico, que classificará tais sujeitos como anormais, “invertidos”, “doentes” e que precisam ser curados (“sexual fisiológica”) acaba afetando o imaginário social, permanecendo, até a atualidade, a idéia de que passividade⁷ estará ligada a representação de homossexuais não-viris e a atividade⁸ a imagem do homossexual viril, sendo essa a idéia que é mostrada nas capas da *G Magazine*. Por isso, encerrando o capítulo, é feita uma discussão sobre o que vem a ser representação e o quanto ela será importante para fazer com que determinados discursos ainda permaneçam latentes no imaginário social.

No terceiro e último capítulo do trabalho, **Corpo, para que te quero**, paralela à análise das capas da revista, será feita uma discussão sobre corpo. Mesmo tal assunto não estando diretamente mencionado nos objetivos do trabalho proposto, é perceptível a necessidade de tal discussão, pois o mesmo além, obviamente dos objetos que ajudarão a compor o personagem representado nas capas das revistas, possui suas marcas, seus significados que contribuirão

⁷ Deixar, sexualmente, ser penetrado.

⁸ Aquele que, na relação sexual, é quem penetra o outro.

para classificar, hierarquizar, dar lugar aos sujeitos, aos personagens que aparecem nas capas da revista analisada. Csordas (1999) afirma que o corpo pode ser construído ao mesmo tempo como fonte de representações e como fundamento do “estar-no-mundo”. Isso implica manter em mente a possibilidade de que a representação pode ser entendida como constitutiva da experiência e da realidade enquanto textos. Sendo assim, o corpo pode não só ser visto como um objeto sobre o qual a cultura opera, mas também como o local das percepções, a partir das quais a cultura “vem a ser”.

CAPÍTULO I: HOMOSSEXUALIDADE(S) E IDENTIDADE(S)

A história pode dignificar uma moral (uma política); um espaço, por sua vez, vai favorecer uma estética e produzir uma ética.

Michel Maffesoli

1.1 – A imprensa homoerótica “*coming out*”⁹: Dos jornais artesanais às bancas de revistas

Para se compreender como o tema da homossexualidade pode se transformar em pesquisa acadêmica, é preciso que se reconheça uma história que mistura obscuridade, intolerância, resistência e subversão, ou seja, há um longo processo de transformação de conceitos e atitudes diante da homossexualidade.

Foucault (1988) argumenta que a noção de identidade homossexual é, necessariamente uma formação moderna, já que antes disso, para as práticas sexuais entre pessoas do mesmo sexo, não havia categorias de identificação correspondente. Até fins do século XIX, como não se pensava em identidade homossexual, sendo considerado apenas o ato, não havia um termo que definisse o homem que tivesse inclinação sexual por pessoa do mesmo sexo. O ato era denominado *sodomia* ou *pecado nefando* e o praticante da ação *sodomita* – termos vinculados, obviamente, ao discurso religioso, que regulava toda a conduta de vida durante os períodos da colônia e império brasileiro (Trevisan, 2002). Na visão pós-estruturalista, em especial de Foucault (1988), homossexualidade e heterossexualidade seriam aspectos das múltiplas identidades socioculturais que condicionam nossas maneiras de viver, sentir, pensar, amar, sofrer, e não situações universais, condicionadas apenas e tão somente ao sexo biológico. As noções de hétero ou homossexual, desta feita, são construtos sociais e discursivos, mas trataremos dessa discussão mais adiante.

O século XX trouxe vários outros termos para definir os homossexuais. Segundo Green (1999, p.62) “puto” era o homem que tinha relações sexuais com outros homens por dinheiro, geralmente sendo encontrados nas praças. Eram comuns também termos como “fresco” e “fanchono”. O primeiro termo já aparece por volta de fins do século XIX para referir-se a homens que se vestiam de mulher nos bailes de máscara de carnaval. O Dicionário Moderno de 1903 já trazia o uso

⁹ Segundo VINCENT (2009, p. 364) “a expressão *coming out* é ambígua. M. Pollak a traduz por ‘passagem ao ato’. Para nós, ela significaria antes a confissão, o reconhecimento de uma homossexualidade agora patente: em suma, a revelação do segredo. A simultaneidade entre o primeiro ato homossexual e o reconhecimento dessa prática não nos parece evidente”. No Brasil, tal expressão é traduzida como “saindo do armário”, isto é, quando aquele que é homossexual assume sua identidade sexual perante a sociedade.

pejorativo da expressão: “**Fresco** – Adjetivo arejado de modernização depravada. Quase frio, ameno, suave, que não tem calor nem quenturas. Que faz frescuras, que tem o sopro da brisa. Encontram-se muito nos morros e no Lago do Rossio” (GREEN, 1999, p.63). É importante observar o valor pejorativo, em especial do lugar onde se encontrariam os “frescos”. Os morros eram habitados, por volta de fins do século XIX e início do século XX, especialmente por ex-escravos libertos pela Lei Áurea de 1888, e expulsos dos casarios do centro do Rio de Janeiro pela reforma urbana do prefeito Pereira Passos. Nessa mesma situação estavam os ex-combatentes da Guerra dos Canudos, que enfrentaram o grupo de Antônio Conselheiro com a promessa de ganhar terrenos no Rio de Janeiro, a promessa foi cumprida pelo governo, porém as áreas doadas eram nas encostas dos morros. Viviam também nas mesmas condições os migrantes, que em muitos casos pela ausência de posses, não tinham outra alternativa a não ser os cortiços e os morros (Sevcenko, 1998).

Não podemos deixar também de citar outros termos como bicha, baitola, “viado”, maricas, bofe, boiola, *barbie*, boy, qua-qua-qua, frutinha e entendido. Tal lista, longe de ser exaustiva, como nos lembra Parker (2002, p. 61) chama “atenção para o fato da passividade sexual – que, por sua vez, parece se traduzir em uma ênfase penetrante no social ou no estilo de desempenho do sexo oposto”. O que se torna difícil de explicar, no entanto, é o grau em que o papel cultural da “bicha” é, simultaneamente, estigmatizado e, automaticamente, institucionalizado na cultura popular.

Sobre a importância dos estudos sobre homossexualidade, Badinter (1993), afirma que isso passou a ocorrer quando alguns homossexuais norte-americanos resolveram mostrar que a heterossexualidade não é a única forma de sexualidade normal. Os “*Gays’s Studies*”¹⁰ trazem uma visão epistemológica, com a colocação de que os gays eram homens como os outros, procurando afastar identificações entre identidade e orientação sexual.

No Brasil, segundo Lopes (2001) há registros de trabalhos sobre o tema desde a segunda metade do século XIX, mas o que marca a produção

¹⁰ Conjunto de trabalhos sobre homossexualidade.

contemporânea é uma dupla articulação entre matrizes estrangeiras, notadamente francesas e norte-americanas, e uma trajetória dos estudos e movimentos homossexuais no país. O autor afirma ser a década de 1970 o marco desses estudos no país, quando a abertura política possibilitou um desenvolvimento do movimento gay e quando, na universidade, antropólogos “vão apresentar a homossexualidade sob um novo ângulo, liberando-a definitivamente de preconceitos médicos, jurídicos e religiosos” (2001: p. 122).

Embora já em 1920, 1930, estudiosos como Malinowski, Mead, Freud e outros se referissem, em seus estudos, ao “masculino” e ao “feminino”, é na década de 1960, a partir dos movimentos feministas e dos movimentos homossexuais e lésbicos¹¹, que o interesse pela masculinidade como objeto de estudo tem seu início, principalmente nos Estados Unidos e Inglaterra.

Ao procurarem definir, de modo amplo, nos âmbitos público e privado, seu espaço na política, na economia e nas questões relativas à sexualidade, mulheres e homossexuais organizaram-se para contestar a discriminação que sofriam, propondo outras mentalidades, outros comportamentos, outras perspectivas, “outras palavras” para as relações entre os sexos, questionando, sobretudo, a masculinidade tida como tradicional¹²: branca, heterossexual e dominante, (Arihla, 1998, p.17).

Green (2000) vai esboçar uma trajetória da homossexualidade masculina no nosso país, refutando a idéia de que haveria no Brasil uma tolerância quanto a ambigüidade sexual, que se dissemina através de imagens carnavalescas de

¹¹ É importante destacar que, algumas lésbicas não querem ser consideradas como pertencentes ao movimento gay, mas serem identificadas como mulheres que se relacionam sexual e afetivamente com outras mulheres e que estas atitudes são “um ato político”. Mais sobre o assunto, Ver. ARRIOLA, Elvia R. Desigualdades de gênero: lésbicas, gays e teoria legal feminista. Revista Estudos Feministas, vol. 2, n.2/1994, p. 388-427.

¹² Utilizamos o termo **tradicional** ao invés de **hegemônica** proposto por Connell (1995b) que sobre masculinidade, afirma que não existe apenas uma “masculinidade”, mas várias, sendo esta plural. Entretanto, segundo o autor existiria uma que se apresentaria de forma “hegemônica”, correspondendo assim, um ideal cultural de masculinidade, havendo assim o grupo hegemônico e o não-hegemônico. Todavia, os outros modelos de masculinidades existentes (“barbies”, metrossexuais, etc) não buscam inverter suas posições, passando a ser dominantes, hegemônicos, pelo contrário, buscam o reconhecimento como formas legítimas e possíveis de também vivenciar a masculinidade.

travestis e da famosa máxima, a cada dia mais sem sentido, de que “não existe pecado ao sul do Equador.”

Os homossexuais, no período da *belle époque* (1898-1914) começaram a se concentrar em lugares públicos a exemplo de praças, teatros e cinemas, apesar dos mecanismos legais que puniam a exposição do comportamento homossexual. Aos poucos, eles passaram a “demarcar” seu território, fazendo com que tais áreas, com o passar do tempo, fossem vistas como lugar de gays ou de “pegação”¹³. É interessante ainda perceber que, na maioria das vezes, como nos mostra Perlongher (1988), os locais mais comuns que os homossexuais usarão para se concentrar são nos locais ou estabelecimentos voltados ao lazer e locais de paquera¹⁴.

Em 1914 estaria sendo publicado pela revista *Rio Nu* o conto “O menino de Gouveia”, possivelmente a primeira narrativa homoerótica já publicada no Brasil e em uma revista voltada para heterossexuais. O autor do conto, segundo Green (2006) usava o pseudônimo de Capadócio Maluco e, provavelmente, participava da vida homoerótica dos parques do Rio de Janeiro. O nome do conto faz referência a gíria “gouveia” que, na época, era a forma como era denominado o homem mais velho que gostava/desejava (de) rapazes mais jovens.

Sobre a questão de usarem determinados locais mais públicos para se mostrarem, Castells (1999) nos mostra que,

Para poderem se expressar, os gays sempre se juntaram – nos tempos modernos em bares e lugares social e culturalmente marcados. Quando se conscientizaram e sentiram-se suficientemente fortes para “assumirem” coletivamente, passaram a escolher lugares onde se sentiam seguros e podiam inventar novas vidas para si próprios. Os limites territoriais dos lugares selecionados tornaram-se as bases para o estabelecimento de instituições autônomas e a criação de uma autonomia cultural (p.249).

¹³ Pegação é um termo frequentemente associado à prática sexual anônima com consentimento de ambas as partes. Geralmente essa prática é feita em lugares públicos.

¹⁴ Mais sobre o assunto ver: Araújo, Martinho Tota Filho Rocha de. Identidades fragmentadas: cultura e sociabilidades homoeróticas em Campina Grande. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFCG em 2006 e Perlongher, Nestor. O Negócio do Michê: a prostituição viril. São Paulo: Brasiliense, 1988.

Naquele momento já existia a premissa de que, para se tolerar que um homem se desviasse de sua condição de *masculino* ele precisaria assumir uma posição de estereótipo da mulher, o que nos remete aos papéis sexuais (*sex roles*) ou de gênero, sendo assim, a questão de gênero vai se sobrepor a questão sexual.

Segundo Vaughter *apud* Guimarães (2004, p.40),

Sex roles consists of all 'irreducible' and non-optional attributes and behaviors typically characteristic of congruent female or male or of hermaphroditic persons; gender role consists of all optional and prescribed attributes, attitudes, and behaviors defined appropriate for and expected of females and males within the culture. The gender role definition exists independently of the person's experiencing of or performing, the role. Gender roles are defined by culture¹⁵.

Assim, em uma cultura tradicionalmente patriarcal e machocêntrica como a do Brasil, merece destaque a nítida dicotomia entre os papéis sociais e, conseqüentemente, de gênero – masculino e feminino. Esta delimitação simbólica entre os gêneros será percebida nas atividades do cotidiano e não apenas na produção de atitudes do comportamento ou nos espaços sociais “próprios” a cada sexo. A discussão sobre esse assunto, entretanto, será feita mais adiante.

Já nas décadas seguintes (1920 – 1945), algumas áreas públicas do Rio de Janeiro começaram a servir de cenário para encontros sexuais entre homens. É neste período que surge uma discussão crescente sobre identidade nacional. Para Green (2000) os acontecimentos que tiveram lugar nesse período e as construções ideológicas e sociais controvertidas sobre nação, raça, identidade, cultura e gênero iriam moldar tanto uma sub-cultura homossexual urbana

¹⁵ Papéis sexuais consistem em todos os "irredutíveis" e não-opcionais atributos e comportamentos tipicamente característicos nos papéis dos gêneros feminino ou masculino, ou de pessoas hermafroditas. Papéis sexuais consistem em todos os atributos prescritos, atitudes e comportamentos definidos como apropriados e ou esperados para definir fêmeas e machos dentro de uma cultura. A definição de papéis sexuais existe independentemente da experiência da pessoa na atuação do mesmo. Os papéis sexuais são definidos pela cultura. [Tradução do Autor]

nascente quanto um discurso médico-legal sobre a mesma, como veremos mais adiante.

Entretanto, indiferentes às questões teóricas formuladas a seu respeito, os homossexuais começaram a ocupar cada vez mais espaços nas grandes cidades e, aos poucos, passaram a ser mais visíveis. Isso se deve de acordo com Parker (2002), às grandes mudanças porque passou o país, no final do século passado, no tocante ao desenvolvimento urbano, econômico e industrial, em específico.

Esses processos, por sua vez, talvez sejam os fatores fundamentais que condicionaram o modo como a sociedade brasileira interagiu, incorporou e adaptou influências de uma série de outras fontes, e delas fez uso para a organização da experiência e das relações de mesmo sexo. O resultado foi o desenvolvimento de identidades e comunidades gays variadas e cada vez mais complexas em todo o Brasil – identidades e comunidades que cada vez mais compartilham muitas características em comum as da Europa e da América do Norte, mas que também respondem às estruturas existentes de culturas, economias e ecologias locais. (PARKER, 2002, p. 146)

1.2 – Revistas homoeróticas brasileiras pré-*G Magazine*

Na década de 1950 e 1960 ocorreu no interior do Brasil, um grande processo de migração para as grandes metrópoles, geralmente, a procura de melhores condições de vida. O processo de modernização e a expansão industrial pela qual estavam passando cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Fortaleza e Recife passou a ser uma boa oportunidade para os homossexuais das cidades do interior que buscavam o anonimato e, conseqüentemente, mais liberdade para dar vazão aos desejos. Esse público, mais tarde, ajudaria a criar algumas das sub-culturas homossexuais urbanas.

Esse processo de migração, fez com que surgissem grupos que dava maior visibilidade às questões homossexuais, incluindo a formação da primeira publicação assumidamente gay no Brasil: *O Snob*, que surgiu no Rio de Janeiro dos anos 60.

É importante mencionar que, além do conto publicado na revista *Rio Nu* ou matérias publicadas em revistas como *O Malho* (1911) ou *Manchete* (1957), na maioria das vezes, ligadas ao carnaval, os homossexuais já eram representados no cinema brasileiro.

No final da década de 50, surge no Brasil, uma das mais expressivas formas de “pornografia à brasileira”, as pornochanchadas. Inspiradas em filmes italianos, que produziam um tipo de comédia pornográfica, essa foi forma mais expressiva da representação do modelo de filme pornô no Brasil e que se fez presente nos cinemas até os últimos anos da década de 80. E, mesmo não existindo filmes voltados especificamente para homossexuais, os mesmos eram representados nesse gênero fílmico. Todavia, estudiosos do homoerotismo brasileiro afirmam que os filmes das pornochanchadas eram um espaço que salientava o estigma e a discriminação sofrida pelos homens que tentavam de alguma forma viver os seus desejos homoeróticos.

(...) cinema brasileiro, a partir da década de 1970, especializou-se na apresentação de personagens homossexuais como objeto de achincalhe; isso sobretudo aqueles filmes mais comerciais, medíocres e moralistas (conhecidos como ‘pornochanchadas’),

que infestaram a produção cinematográfica brasileira do período (...). Geralmente caricaturizadas, as bichas¹⁶ desses filmes serviam de mero pretexto para provocar gargalhada de deboche nas platéias de referencial machista. (TREVISAN, 2000, p. 299)

Voltando às publicações destinadas aos homossexuais masculinos no Brasil, é importante mencionar que, por muito tempo, o que era produzido não era feito por eles, “foram raríssimos aqueles que ousaram deixar testemunhos de próprio punho sobre a sua condição, pelo menos até os anos 1960” (GREEN, 2006, p.17). Antes de 60, o que se podia ler sobre os homossexuais estaria em relatórios médicos, boletins ou páginas policiais e em matérias jornalísticas sobre o carnaval.

Como nos mostra Fry (1983), ao mesmo tempo que os movimentos homossexuais surgiram com o objetivo de repensar a identidade homossexual e ajudar no combate ao preconceito social, a homossexualidade se tornou mais visível. No Brasil, podemos perceber que tal público passou a ser visto de forma menos deturpada, na mídia especializada e, no fim da década de 1990 as paradas gays, possibilitou que as minorias, em especial, os homossexuais passassem a ir as ruas no intuito de expressar/mostrar sua orientação sexual bem como pela busca de direitos inclusivos.

O surgimento de *O Snob* foi bastante importante para o nascimento da chamada “imprensa gay”, pois foi a partir dele que outros jornais, durante os anos 60 e 70, passaram a ser produzidos não apenas no Rio de Janeiro, mas em várias regiões do país, dentre eles *O centro*, *Darling*, *Gay Society*, *Baby*, *Lê Sophistique* e *Entender* (Green, 2006, p. 156). A grande maioria composta por “jornaizinhos”

¹⁶ Os termos “viado” e “bicha” aparecem respectivamente nos anos 20 e 30 do século XX. Não se sabe ao certo a origem da ligação entre homens homossexuais e o animal veado, mas o fato é que a palavra mais uma vez foi associada a homens efeminados que praticavam sexo com outros homens, e o animal passou a ser “símbolo dos invertidos” (TREVISAN, 2002). O uso da palavra “bicha” também não tem sua origem muito bem conhecida. Uma das hipóteses seria uma adaptação da palavra francesa *biche*, que significa corsa, feminino de veado. Segundo Green *apud* Foutain-Stokes (2004), *biche* também era usado na França para se fazer referência a uma jovem mulher. No Brasil, “bicha” também significa uma mulher irritada e, no Nordeste, sinônimo de prostituta. Atualmente, segundo o sistema simbólico de relações sociais dos homossexuais, no Brasil, a *bicha* é aquele que não é dotada de virilidade, logo, está numa posição hierárquica inferior. [Nota do autor]

artesanais, alguns feitos a mão e com tiragem de um único exemplar, distribuídos de mão em mão, cujos autores geralmente se escondiam sob pseudônimos. A existência de publicações desse tipo possibilitou, em 1967, a fundação, no Rio de Janeiro, da Associação Brasileira de Imprensa Gay, que teve como diretores Agildo Guimarães e Anuar Farah. Todavia, esta Associação durou até 1968, foi fechada pelo o regime militar.

A publicação informal *O Snob* e os seus imitadores pararam, de circular porque seus editores temiam ser confundidos com grupos clandestinos de esquerda que estavam sendo brutalmente reprimidos naquele momento. A censura moralista do governo militar limitava referências à homossexualidade na imprensa. (GREEN, 2000, p. 281)

A efervescência política e cultural dos anos 60 e 70 foi o cenário que fez surgir, em 1979 em São Paulo, o grupo SOMOS – Grupo de Afirmação Homossexual que iria, segundo Fry (1983) dar impulso para que outros grupos similares fossem criados pelo Brasil¹⁷. Enquanto os periódicos dirigidos aos homossexuais tinham sua circulação reprimida, surgiam novos pontos de diversão e socialização. No início da década de 70, saunas e boates surgiram como pólos de concentração e encontros homoeróticos, permanecendo estes relativamente livres da atenção do regime militar que, por sua vez, estava demasiadamente ocupado em controlar as produções artísticas e os meios de comunicação, para se preocupar com saunas e as pistas de dança.

Em 1976, antigos colaboradores de *O Snob* fundaram o *Gente Gay*, considerado “a primeira de uma onda de novas publicações que marcaram o início de um movimento politizado de gays e lésbicas no país” (MACRAE, 2000, p. 314), além de fofocas e notícias internas, trazia informações sobre o movimento homossexual internacional. Dentre as publicações que caracterizaram a chamada imprensa alternativa, da qual o jornal carioca *Pasquim* foi o representante pioneiro,

¹⁷ Dos quatro grupos criados, atualmente, o Grupo Gay da Bahia, coordenado pelo antropólogo Luiz Mott é o mais antigo do Brasil. Dentre as conquistas do GGB está o reconhecimento jurídico do grupo e, através de campanha, conseguiu, em 1985, que o Conselho Nacional de Saúde retirasse a homossexualidade da categoria de doenças tratáveis.

e ainda, surgiu, em 1978, o *Lampião da Esquina*, produzido por jornalistas, artistas e intelectuais, que se lançou como questionador da moral vigente.

O número zero do *Lampião da Esquina* foi publicado em 1978¹⁸ e, já no seu primeiro editorial, o jornal manifestou a ênfase no propósito de criação de um jornal voltado para homossexuais como forma de negar o gueto, de dar voz a uma minoria discriminada e de derrubar estereótipos associados à homossexualidade, como poderemos ver no editorial de uma das primeiras edições e nas capas de dois exemplares da publicação, como veremos a seguir.

A idéia de publicar um jornal que, dentro da chamada imprensa alternativa, desse ênfase aos assuntos que esta considera 'não prioritários' (...), mas um jornal homossexual, para quê? (...) nossa resposta é a seguinte: é preciso dizer não ao gueto e, em conseqüência, sair dele (...) e uma minoria, é elementar nos dias de hoje, precisa de voz (...) Para isso, estaremos mensalmente nas bancas do país, falando da atualidade e procurando esclarecer sobre a experiência homossexual em todos os campos da sociedade e da criatividade humana. (LAMPIÃO, 1978 *apud* LIMA, 2003, p. 04)

Tanto quanto narrar a situação social e política de um grupo em determinada época, um jornal ou revista, por exemplo, voltados para determinado público, seleciona os temas e assuntos que orientam e de certa forma fundamentam a constituição e o fortalecimento de identidades dos grupos aos quais se destinam.



Fig. 01: Capa da edição nº 01 de *Lampião da Esquina* - 1978

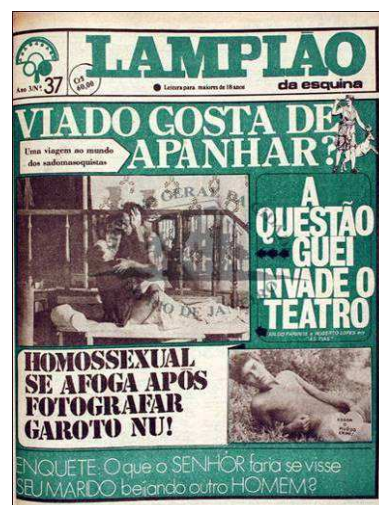


Fig. 02: Capa da última edição de *Lampião da Esquina* - 1981

¹⁸ No Brasil, neste mesmo ano, surgiram o Movimento Negro Unificado, o Movimento Feminista começava a ganhar mais força no país, além dos primeiros núcleos do movimento homossexual no país. (Fry, 1983).

Muitos dos idealizadores do jornal eram os mesmos que participariam do SOMOS, o que permitiu que se estabelecesse uma forte identificação entre *Lampião da Esquina* e esse grupo. Apesar de servir como forma de comunicação entre os grupos, o jornal se dizia autônomo em relação ao movimento e seus encarregados objetivavam atingir não só os homossexuais, mas todas as pessoas interessadas em discutir a sexualidade. Além disso, pretendia discutir questões referentes a outros grupos minoritários discriminados, como as mulheres, os negros e os índios.

Mesmo a homossexualidade não sendo mencionada no Código Penal Brasileiro, no final da década de 1970 foi instaurado um inquérito policial contra o jornal *Lampião*, onde os editores foram acusados de infringir a Lei de Imprensa, contrariando os bons costumes e a moral dos cidadãos. Devemos lembrar que nesse período ainda estava em vigor o Ato Institucional Nº 5, considerado um dos mais castradores no tocante a liberdade de expressão, fosse essa de qual tipo fosse.

Com o fim do *Lampião*, ocorrido em 1981, por algum tempo o público homossexual contava apenas com as revistas eróticas¹⁹ e/ou pornográficas, a maioria delas estrangeiras, centradas na publicação de fotos de nu e cenas de sexo, e com as publicações internas dos grupos, de alcance bem mais restrito entre os não-militantes. Todavia, a existência desse tipo de publicação não se dá por um acaso.

Numa sociedade cuja sexualidade é confinada ao lar e à relação moderada entre os cônjuges em que não se pode falar sobre sexo; na qual é quase tudo perversão ou tabu, as publicações pornográficas, são a válvula de escape para os impulsos sexuais (MIRA, 2003, p.104).

Trevisan (2002) nos lembra ainda que, mesmo com a ditadura militar dando seus últimos suspiros no Brasil, a censura ainda era muito forte, principalmente no tocante a publicações eróticas. Segundo o autor, no ano de 1982, o então ministro

¹⁹ Segundo Abreu (1996) sob o rótulo de erótico estão abrigadas aquelas obras que abordam assuntos relativos à sexualidade com teor “nobre”, “humano”, “artístico”, problematizando-os com “dignidade” estética, e de pornográfico as de caráter “grosseiro e vulgar”, que tratam do sexo pelo sexo, produzidas em série com o objetivo evidente de comercialização e de falar somente aos instintos.

da Educação e Cultura, general Rubem Ludwig, juntamente com o presidente João Figueiredo estavam juntos na articulação de uma campanha contra a pornografia, pois, “segundo ele, o erotismo não tem raízes na tradição cultural brasileira” (TREVISAN, 2002, p. 157-8). Desta feita, *sex-shops* foram fechados, a venda de revistas eróticas e pornográficas foi proibida nas bancas, a censura a filmes ficou mais rígida e bispos de diferentes dioceses organizaram campanhas para boicotar os canais de TV que exibissem programas “impróprios” para os lares cristãos.

Ainda segundo Trevisan (2002, p. 168),

foram especialmente visados os personagens e situações homossexuais que o *boom* da permissividade inseria em programas de televisão – pois como reclamava um membro do Conselho Superior de Censura: ‘O que dá de v(iado) na televisão não é brincadeira’.

Em meio a essa carência de publicações especializadas dirigidas ao público homossexual, em especial, o masculino, em 1995, surgiu no mercado editorial brasileiro *SuiGeneris*, revista de circulação nacional. Desvinculada dos grupos organizados, apesar de contar com colaboradores que fizeram parte da história do movimento, e enfrentando, a exemplo de publicações anteriores, problemas como falta de anunciantes e censura extra-oficial, a *SuiGeneris* surgiu como produto da segmentação do mercado editorial que propunha discutir, com homossexuais e heterossexuais, questões relativas à homossexualidade. A revista investiu numa possibilidade de afirmação do “ser gay” através de temas como cultura, comportamento, moda e entrevistas com grandes nomes do meio artístico/político nacional. O que acabava sendo um grande diferencial as matérias trazidas pelas revistas voltadas para homossexuais masculinos na década de 60 e 70.

O que se percebe é que a *SuiGeneris* deu uma nova roupagem às publicações homoeróticas para que elas fossem absorvidas pelo mercado, isto é, ao invés de ficar mostrando gays desconhecidos, enfatizar em assuntos ligados à violência ou questões mais ideológicas restritas ao público homossexual, passou a mostrar gays bem sucedidos, bonitos e que cuidam do corpo.

Segundo Monteiro (2000, p. 24),

A revista se lança junto com o conceito mercadológico de GLS (sigla que significa gays, lésbicas e simpatizantes), que viria renovar toda a concepção por trás do marketing de produtos gays, ou voltados para seu público, no Brasil. Começava ali um momento de maior penetração de publicações, antes associadas a um grupo extremamente marginal, num mercado mais amplo e mais visível. Também a proposta editorial da *SuiGeneris* favoreceu esse *cross over* para um mercado mais amplo, pois 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 *SuiGeneris* apostava numa postura militante sem os excessos e estilo do ativismo dos anos 1970. Esta publicação buscava refletir a atitude do “assumir-se”, mas também destacava a validade do desejo homoerótico e buscava fortalecer a auto-estima dos seus leitores. Circulou de janeiro de 1995 a março de 2000, quando, por motivos financeiros, encerrou sua publicação.

Em 1996, foi lançada a revista *OK Magazine*, pela Trama Editorial, que não durou muito tempo. Tratava-se de uma publicação de variedades que abordava homossexualidade em seções de moda, arte, classificados, atualidades, além de oferecer um roteiro para diversões e serviços para os homossexuais.

A máxima mostrada nas revistas voltadas para os homossexuais masculinos no Brasil é de que os mesmos, para serem bem sucedidos, bastam apenas cuidar de si e do corpo, sem se preocupar com questões políticas e assuntos referentes a elas, e ainda, buscar sempre o bem estar, visando sempre entretenimento, sem preocupar-se com muitos questionamentos.

1.3 – *G Magazine*: Quando o homoerotismo e o sucesso andam de mãos dadas

Em 1997, a Fractal Edições colocou no mercado aquela que foi a principal concorrente da *SuiGeneiris* na busca de leitores e de anunciantes. A revista *G Magazine*, periódico que tem como especialidade o nu masculino, passou a se destacar das demais já existentes e que tinham a mesma proposta, pelo fato de trazer em suas capas personalidades famosas, como jogadores, atores e cantores bem como expor nu frontal e o falo ereto.

Nunan (2003, p. 185) afirma que,

Com relação às publicações com fotos de homens nus masculinos pode-se citar, primeiramente, as revistas *Spartacus* e *Alone* (surgidas entre as décadas de 60 e 70. Em abril de 1997 chega às bancas de todo o país a *Bananalouca*, revista paulista que depois de algumas edições e mudanças de direção se transforma na *G Magazine*, um fenômeno editorial, chamada por muitos de '*Playboy gay*'. Dirigida para os homossexuais masculinos, a *G Magazine* se tornou conhecida do grande público devido à adoção de uma estratégia semelhante à da *Playboy*, isto é, convidar personalidades famosas para posarem nus na revista. Além das fotos de nudez frontal, esta publicação, de elevada qualidade gráfica, conta também com informações sobre lazer e cultura. Vale ressaltar que a *G Magazine* fez tanto sucesso junto ao público homossexual que sua editoria resolveu lançar em 2001 a *G Lolitos*, que contém fotos de *gays* jovens (entre 18 e 21 anos, aproximadamente). Em junho de 1997 a *SG-Press* (mesma editora da *Sui Generes*), de olho no filão dos nús masculinos, lança a *Homens*, revista de qualidade bastante inferior à da *G Magazine*. Entre as demais publicações com conteúdo sexual citamos: *Gold*, *Porn*, *Sex Symbol*, *Sodoma* (a primeira revista nacional a mostrar sexo explícito entre homens, também da editora *SG-Press*) e *Top Secret* (fotonovela *gay* da editora Fractal, a mesma da *G Magazine*), entre outras.

Assim como as condições de organização política dos homossexuais em grupo, o surgimento, bem como a manutenção da imprensa especializada, é uma forma de manifestação da explosão discursiva sobre o homoerotismo, o que não significa necessariamente a aceitação da homossexualidade como prática legítima. Se observarmos, a *G Magazine*, periódico do qual nos propomos analisar

as capas, está cheia de significados e valores tais como o de homem viril, de um corpo a ser desejado e, até mesmo, de uma masculinidade representada. As quatro primeiras edições saíram com o título *Bananaloca*, uma quinta edição saiu com o título *Bananaloca apresenta G Magazine*, até a revista adotar seu nome definitivo e recomeçar do número um, em outubro de 1997.

É importante perceber que, desde a sua primeira capa²⁰, a revista já começava a construir, no imaginário dos seus leitores, uma virilidade representada, como vamos ver mais adiante. A proposta de mostrar o falo ereto já na primeira edição, como podemos observar nas informações existentes no site da revista e que aqui transcrevemos:

Não tínhamos plena certeza de que deveríamos publicar fotos de homens com o pênis ereto. Já apareciam, mas timidamente. Uma espécie de tabu interno a ser resolvido... Entretanto, diante dos inúmeros pedidos de leitores (que a partir de então pautariam todo o caminho da G), finalmente nos rendemos à ode ao falo “erectus”. A ordem era que as fotos do modelo de capa da edição nº 1 da G Magazine já contemplassem a anatomia do pênis em todos os estágios... Mas, na última hora, Vitor Xavier acabou dando pra trás e não se deixou fotografar assim... Os primeiros a aparecerem com pênis eretos mesmo foram os modelos Johnny e Luciano Muller, que saíram na seção *Desejo* da primeira edição da G²¹.

Acredito ser importante mencionar que, pela forma de mostrar e trazer a informação, a *G Magazine*, foi a primeira revista voltada explicitamente para gays masculinos a fazer parte da Associação Nacional dos Editores de Revista (Aner) e ter sua circulação auditivada pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC), fato até então inédito para revistas voltadas para esse público.

A SG-Press lançaria, também em 1997, *Homens*, também caracterizada pelo nu frontal masculino como atrativo principal. Atualmente, ao lado dessas duas, convivem mais três publicações de nú voltadas para o público homossexual masculino: *Billy* (SG-Press), *Über* (Editora Xanadu) e *For Guys* (Heavy Sex).

²⁰ Ver capas nas páginas 44, 45 e 46.

²¹ Informações retiradas do sítio: <http://gonline.uol.com.br/site/arquivos/estatico/memorias.htm> no dia 20 de março de 2009.

Novas revistas voltadas para o público homossexual masculino só viriam a serem lançadas no final de 2007.

Com proposta de não mostrar ensaios eróticos, mas sensuais, sem exposição do falo e tentando pautar mais como revistas de comportamento do que como publicações eróticas, são lançadas *Júnior* e *DOM* (De Outro Modo). A *Júnior*, da editora Sapucaia, é uma produção de André Fischer, que dirige há quinze anos o primeiro site sobre a chamada “cultura homoerótica” do Brasil. Ao contrário das outras revistas voltadas para tal público e que já existiam no mercado, a *Júnior* traz em suas páginas anúncios de marcas²² internacionais, algo raro, pois no Brasil, até então, as grandes empresas insistiam em não ligar sua marca a produtos “gays”. De toda forma, os grandes anunciantes que aparecem nas páginas desta revista já anunciavam em revistas homoeróticas européias ou norte-americanas, a exemplo de *Têtu* e da *Out* ou *DNA*. *Júnior* tem como política editorial atingir o novo homem, isto é, os garotos que cresceram em um ambiente social mais tolerante com a busca pela igualdade de direitos, com a diversidade sexual.

A proposta da *DOM* é bastante semelhante a da *Júnior*. Lançada pela editora Peixes²³, a revista traz em suas páginas reportagens sobre moda, beleza, estilo, turismo e ensaio, apenas sensual, com o garoto da capa, sem foco em militância ou política. Em termos de marketing a revista se destacou, pois chegou às bancas com uma campanha publicitária que coloca nas páginas dos jornais um garoto adolescente, de jeans e camiseta, lendo a revista. A imagem desmistifica a imagem gay ligada à marginalidade e integra o rapaz que gosta de rapazes no grupo dos “comuns”, o que já é um progresso. Os editores reforçam que a

²² É importante lembrar que na década de 1980, período de surgimento da AIDS no mundo, as empresas não produziam anúncios voltados para os homossexuais e muito menos queriam ligar seus produtos a imagens dos mesmos, pois se acreditava que a doença era uma doença de “gays” e ligar os produtos a esse tipo de público era algo que levaria ao fracasso. Com os avanços da medicina e a dissociação da imagem do homossexual a essa doença, publicitários americanos e europeus passaram a produzir propagandas e produtos voltados para esse grupo, começando a se criar assim, o chamado “mercado gay”.

²³ Até dezembro de 2008, a revista pertencia a Peixes. De janeiro a fevereiro de 2009 ela deixou de circular. Em março, foi anunciada que a *DOM* voltaria às bancas, mas sendo editada pela mesma editora da *G Magazine*. [Nota do Autor]

publicação é não gay, mas é *hetero-friendly*, ou seja, a idéia é incluir o “mundo gay” na sociedade e não torná-lo um universo em separado.

Em março de 2008 surgiu ainda a revista *Aimée*, publicada pelo grupo editorial Lopso de Comunicação e que também segue a proposta *hetero-friendly*, isto é, trazendo notícias voltadas a leitores de diferentes orientações sexuais e não possuindo ensaios de nudez.

Em entrevista concedida à *Folha*²⁴, Ana Maria Sodré, diretora da Lopson afirma que “a proposta é ampliar o leque de assuntos de interesse ao leitor homossexual com reportagens sobre saúde, nutrição, *fitness*, consumo, moda e cultura. O desejo dos que fazem a *AIMÉE* é ser a revista *VEJA* do público gay.

Fotografias, principalmente as de capas de revistas, quase sempre e, especificamente, as da *G Magazine*, são montadas, representam a mistura de intencionalidades do fotógrafo, do observador e do editor. Escolhemos analisar capas pelo fato de que elas, por si só, já vendem a revista, logo, a produção das mesmas passa por um maior rigor, além do mais, imagens não servem apenas para ilustrar, elas possuem informações que, quando decodificadas, transpassam a própria imagem, pois, como sabemos, antes de tudo, imagem é um símbolo.

É em meio a essa intencionalidade que podem se encontrar o visível e o invisível, do positivo para o negativo, do ver para o sentir. No meio dessas variantes, podemos encontrar a chamada subjetividade, que deixa marcas visuais no objeto. E é no próprio objeto que devemos procurar identificar as subjetividades existentes. A imagem indica algo que, embora nem sempre visível, é sempre resultado da produção de um sujeito.

Mesmo sendo voltada para o público gay, a revista está cheia de elementos sógnicos que reforçam e representam a imagem de virilidade masculina e isso, ao mesmo tempo, serve para reforçar o preconceito existente entre os próprios gays no que se refere aos estereótipos “afeminados” e “não-afeminados”. Pois o que é mostrado, representado nas capas dessa revista é o macho, o homem forte, másculo e viril e não o contrário.

²⁴ <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/destaquesgls/ult10009u382850.shtml> , acessado em 22 de março de 2009

Não é à toa que encontramos nas capas das revistas homoeróticas brasileiras e, em especial, da *G Magazine*, apenas modelos com corpos malhados, viris, com uma masculinidade à flor da pele, bem como elementos que compõem a cena que venha a reforçar isso ao invés, por exemplo, de serem exibidos nessas capas, modelos que não apresentem uma virilidade ou que possuam traços femininos. O que nos faz pensar que apenas os homens viris e másculos são desejados pelos homossexuais e essas capas acabam refutando a imagem do homossexual afeminado. De toda forma, isso é um assunto para vermos mais adiante, no segundo capítulo desse trabalho.

A literatura sobre o homoerotismo mostra que o movimento homossexual esteve estruturado, até a década de 1960, em estereótipos e paradigmas que caracterizavam posturas bem definidas e distintivas de rotular e reconhecer o homossexual. De um lado, a lésbica masculinizada, reconhecida como a “mulher-macho”; de outro, o “viado”, ou seja, o gay extremamente efeminado, situado na fronteira entre os transformistas, os homens e as mulheres. Essa estereotipia ligava-se diretamente a uma organização das relações sociais marcada pela oposição centro/margem, a qual relegava os homossexuais à marginalidade.

De acordo com a história das lutas feministas, as conquistas do movimento, por meio do qual as mulheres reivindicaram um lugar no centro da organização da sociedade, como um corpo e um ser que possuem especificidades e direitos, permitiram que as reivindicações desse mesmo direito proliferassem entre outros grupos minoritários (nos quais se incluía o grupo homossexual). Assim, suscitaram uma possível explosão da idéia de centro, a partir do momento em que cada grupo supostamente ocuparia um espaço no seio das relações sociais.

Com essas conquistas e com a crescente estigmatização da estereotipia tradicional, o “viado” e a “sapatão”, manifestada pelo próprio movimento, a imagem do corpo homossexual é modificada e outra estereotipia dos corpos e dos comportamentos começa a ser traçada na projeção de uma nova imagem desejável e desejada. Tal fato aponta para um aparente deslocamento, a partir da década de 70, segundo o qual a valorização da lésbica masculinizada dá lugar à valorização da lésbica extremamente feminina e, ao mesmo tempo, baseada na

imagem da mulher independente e decidida. Já a imagem do chamado “viado”, que por muito tempo foi o símbolo do reconhecimento da homossexualidade, é substituída pela do gay másculo, o qual se (re)apropriou da tradição patriarcal do homem viril, potente e agressivo.

É perceptível assim, que, ao longo do processo da gestação da chamada “imprensa gay” no Brasil, ocorre uma convenção cultural que vai imbricar em mudança no código moral, no que tange a sociedade de modo geral, pois se “permite” a produção de publicações voltadas para homossexuais ocorrendo uma convenção cultural²⁵.

Embora desejos e comportamentos homossexuais existam em diferentes épocas e sociedades, somente em algumas se produz uma identidade homossexual específica, conforme preocupações com as definições e os limites do que é aceitável em termos de conduta sexual.

Para nós, historiadores, é importante nos debruçarmos sobre a imprensa voltada para grupos minoritários, em especial o público homossexual masculino, pois a existência desse tipo de publicação não atribui automaticamente um lugar de fala para o homossexual na sociedade. Segundo Bourdieu *apud* Arán (2004), “o movimento de revolta contra uma forma particular de violência simbólica, além de fazer com que existam novos objetos de análise, coloca profundamente em questão a ordem simbólica em vigor” (p. 129).

O autor se refere a uma forma específica de opressão, da qual os homossexuais seriam vítimas, que se faz “pela negação da existência pública visível”. Neste sentido, a manutenção da invisibilidade se daria, por um lado, pelo não-reconhecimento por parte do direito e, por outro, por uma espécie de estigma social que se manifesta justamente quando esse movimento aparece, ou seja, quando faz política. Da mesma forma, Green (2003) sugere pensar que o que foi concedido aos homossexuais foi uma espécie de liberdade negativa, tolerada,

²⁵ É importante lembrar que, a partir da segunda metade do século XIX, a prática homossexual passava a definir um tipo especial de sujeito e, conseqüentemente, uma nova categoria social, que viria a ser marcada, estigmatizada e reconhecida sob o nome de homossexual, categorizado, e nomeado, como desvio da norma. Os indivíduos que se encaixassem, ou fossem forçadamente encaixados nesta categoria, passaram por muito tempo a viver em segredo, tendo o medo como norte e de suportar as dores da segregação social (TREVISSAN, 2002; FOUCAULT, 1988).

desde que invisível, como se quando se falasse de homossexualidade, fosse necessário somente para situações de fato, e não produzir sentido.

Desta feita, torna-se ambígua a existência de uma imprensa segmentada: de um lado, indica o reconhecimento de uma identidade, o que significa que os homossexuais não precisam se esconder, não são mais “indesejáveis”. Por outro, estes ainda são sinais da acentuação de diferenças, ou melhor, de desigualdades; é preciso que haja uma publicação específica para eles, pois nas outras; eles não encontram espaços, o que significa que a sociedade reconhece a diferença, porém, essa se encontra marcada e isolada em relação à orientação heterossexual (auto) proclamada como dominante.

Nesta época líquido-moderna, o indivíduo livremente flutuante, desimpedido é o herói popular, por estar fixo e ser identificado de modo inflexível e sem alternativa é algo muito malvisto. Ainda mais que, por vivermos em uma sociedade onde a informação e a cultura possuem um tratamento predominantemente visual, a comunicação contemporânea oferece uma gigantesca diversidade de imagens com características distintas, cujo crescimento desenfreado dos *media* põe em realce o caráter de imediatismo, de aparente reflexo contemplativo e de duplicação da realidade.

Segundo Deleuze (1987), a denominação de “civilização de imagem” é, sobretudo, uma “civilização do cliché”, cuja explicação pode referir-se duplamente ao aumento do icônico que gera a redundância, e por outro lado na ocultação, distorção ou manipulação de certas imagens, de tal maneira que estas ao invés de serem um meio para descortinar a realidade, ocultam-na.

A imagem não cessa de cair em estado de lugar-comum; porque se insere nos encadeamentos sensoriomotores, porque ela mesma organiza ou induz estes encadeamentos, porque nunca percebemos tudo o que há na imagem, por que ela está feita para isso. Civilização da imagem? De fato se trata de civilização do lugar-comum, onde todos os poderes têm interesse em nos ocultar as imagens, não forçosamente em nos ocultar a mesma coisa e sim em nos ocultar algo na imagem. (Deleuze, 1987, p. 36-7).

Assim Deleuze afirma que existe um interesse geral em esconder algo na imagem, este algo poderíamos dizer que é o próprio caráter de persuasão. Ao examinar as imagens como produtos da tecnologia e de quem as manipula, percebe-se sua construção. Por essa razão, é essencial investigar a fotografia não só como ícone, mas como símbolo e índice em uma interpretação codificada do real.

Podemos dividir o universo das imagens em dois domínios distintos e complementares: o das imagens enquanto representações visuais, das inscrições em cavernas às produções infográficas, e as de domínio imaterial, que seriam as representações mentais. Ambos os domínios encontram-se inteiramente ligados desde sua gênese.

De acordo com Chartier (1998), representação é um instrumento de conhecimento mediato que faz ver um objeto ausente, através de sua substituição por uma “imagem”, capaz de reconstituir a memória e de o figurar da forma como ele é. Sobre esse assunto, entretanto, será aberta uma maior discussão no próximo capítulo.

1.4- A FLUIDEZ DA(S) IDENTIDADE(S)

O debate sobre identidade é hoje assunto corrente nas ciências humanas. Mas, acima de tudo, está em discussão a chamada crise de identidade do sujeito. O homem da sociedade moderna, segundo Hall (2000), tinha uma identidade bem definida e localizada no mundo social e cultural. Entretanto, uma mudança estrutural fez com que as identidades culturais de classe, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade se fragmentassem, se deslocassem. Se antes estas identidades eram sólidas localizações, nas quais os indivíduos se encaixavam socialmente, hoje elas se encontram descentralizadas, fraturadas, com fronteiras menos definidas, provocando no indivíduo uma crise de identidade. Esta “crise de identidade”, afirma o autor, faz parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social.

Hoje, portanto, uma identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar, ao menos temporariamente. É preciso admitir que, nesses tempos de pós-modernidade²⁶, o sujeito é, simultaneamente,

²⁶ Segundo Silva (2005), muitos autores afirmam que a pós-modernidade seria característica principalmente do pós-fordismo e do pós-industrialismo das sociedades super-desenvolvidas ocidentais. Podemos dizer que “modernidade” e “pós-modernidade” são termos genéricos, nesse caso, é possível admitir que o prefixo “pós” significa algo que vem depois, é uma quebra. É dessa forma que muitos teóricos definem a pós-modernidade, como uma representação de um período de vida social; a mudança de uma época para outra e/ou ruptura com o moderno, definida em contraposição a ele e ainda, a interrupção da modernidade, envolvendo a emergência de uma nova totalidade social, com seus princípios organizadores próprios e distintos. Analisando dessa forma, a pós-modernidade passaria a ser um termo totalmente indefinido, uma vez que estamos no começo do “suposto” deslocamento, não sendo possível assim, ver a pós-modernidade como uma positividade plenamente desenvolvida, capaz de ser definida em toda a sua amplitude e por sua própria natureza. Bauman (1999) nos diz que pensamento e prática moral da modernidade eram animados pela crença na possibilidade de um código tido como não-ambivalente e/ou não aporético. Por esse motivo, ele denomina o movimento contemporâneo de pós-modernidade, mas, ao contrário de outros autores, Bauman (1998, p.15) não vê o “pós” no sentido cronológico, mas “no sentido de deslocar e substituir a modernidade, de nascer só no momento em que a modernidade termina e desaparece, de tornar a visão moderna impossível uma vez chegada ao

“muitas coisas”, ou melhor, é constituído de muitas identidades que, transitórias e contingentes, inacabadas e históricas, são vividas frequentemente com tensões e conflitos, envolvendo tanto interesses objetivos e políticos, quanto subjetivos concernentes a desejo, prazer, autoconhecimento e, por que não dizer, angústias existenciais.

Agora podemos conviver com coisas que não têm nenhuma causa que as façam necessárias²⁷; além de fazermos outras que, dificilmente passariam no teste de um propósito calculável, ou “racional”. Bauman (1998) nos mostra ainda que, além de resistir, a mente humana tende a ficar amedrontada pela possibilidade de um desregramento da conduta humana, de viver sem um código ético, que seja rigoroso e abrangente, que aposte na intuição moral humana e na capacidade de negociar o mundo e os usos de viver juntos. Contudo, ele também mostra que estamos conscientes do espaço onde nos situamos e que existem problemas na vida, sejam eles humano ou social, sem nenhuma solução. Todavia, não há mais o desejo de encontrar as tais fórmulas totais, únicas da vida sem ambigüidade, sem perigos e riscos. Deve-se ter certeza de que, todo tratamento focalizado, estraga tanto quanto repara.

Para o autor, o mundo passa por um processo de mudanças e, temos que viver, estar nele, como jogadores que, quando for necessário, deve se trocar de identidade da mesma forma como se troca de roupa. Para Bauman (1998, p.36), identidade seria “uma série de ‘novos começos’, que se experimentam com formas instantaneamente agrupadas, mas facilmente demolidas, pintadas uma sobre as outras.” É o que ele chama de identidade de palimpsesto, que vai se ajustando ao mundo, onde a arte de esquecer é tão ou mais importante do que memorizar, onde esse constante esquecimento torna-se a condição da constante adaptação, pois o pertencimento ou a identidade, não são definitivos nem sólidos, mas

que lhe é próprio”. Ou seja, no sentido de mostrar que todos os esforços da modernidade não vingaram. A pós-modernidade traz o “reencantamento” do mundo. Esse reencantamento traz consigo, a oportunidade de ver a capacidade humana sem disfarces, da forma como ela realmente é, sem deformações, apagando assim, o estigma deixado pela memória, pelas desconfianças da modernidade.

²⁷ Podemos citar como exemplo, os *flashmobs*

negociáveis e revogáveis; tudo depende das decisões que o indivíduo toma, do caminho que percorre e da maneira como age.

Sabemos ainda que a identidade depende também da diferença. Como afirma Hall (2000), a identidade não se opõe à diferença, e sim, depende dela. A identificação é um processo de articulação, uma suturação, uma sobredeterminação, e não uma subsunção. Há sempre “demasiado” ou “muito pouco”, uma sobredeterminação ou uma falta, mas nunca um ajuste completo, uma totalidade. Como todas as práticas de significação, ela está sujeita ao “jogo” da *différance*. Ela obedece à lógica do mais-que-um. E uma vez que, como num processo, a identificação opera por meio da *différance*, ela envolve um trabalho discursivo, o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas, a produção de “efeitos de fronteiras”. Para consolidar o processo, ela requer aquilo que é deixado de fora – o exterior que a constitui.

Maffesoli (1998) vai trabalhar com a idéia de que, na pós-modernidade, nós temos não uma multiplicidade de identidades, mas identificações. Ele entende que as identificações são temporárias, sem um compromisso contínuo bem como uma contigüidade geográfica e espacial. As identidades foram superadas por uma espécie de deriva, nomadismo, representado na instabilidade das filiações, no turismo, nas relações da internet, na religiosidade desinstitucionalizada. Argumenta que nas sociedades pluralistas, até mesmo o sexo, é uma construção pontual. Essas identificações se dão em torno de novos totens, objetos e imagens que se tornam vetores de agregação, legitimando o agrupamento em forma de novas tribos, exercendo o papel antes reservado à religião.

Bauman (2005, p.19) por sua vez nos afirma que “as identidades flutuam no ar algumas de nossas próprias escolhas, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas”.

Não podemos esquecer o fato de que a identidade é também um princípio de coesão interiorizado por uma pessoa ou um grupo. Ela permite aos indivíduos reconhecerem-se e serem reconhecidos. Assim como as diferenças, a identidade depende de um conjunto de características partilhadas pelos membros do grupo,

que permitem um processo de identificação das pessoas no interior do grupo e de diferenciação em relação aos outros grupos. A identidade, entretanto, nunca está definida de uma vez por todas, sendo um processo de inclusão e exclusão tanto em relação ao exterior, quanto no interior do próprio grupo. Ora, é precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas. Além disso, elas emergem no interior do jogo de modalidades específicas de poder e são, assim, mais o produto da marcação da diferença e da exclusão do que o signo de uma unidade idêntica, naturalmente constituída, de uma “identidade” em seu significado tradicional, isto é, uma “mesmidade” que tudo inclui, uma identidade sem costuras, inteiriça, sem diferenciação interna.

Entretanto, estamos diante do anuviamento e da diluição da diferença entre o normal e o anormal, o comum e o bizarro, o familiar e o estranho. Os estranhos já não são autoritariamente pré-selecionados, definidos e separados, como costumavam ser nos tempos dos coerentes e duráveis programas de constituição da ordem administrados pelo estado. Agora, eles são tão instáveis como a própria identidade de alguém, e tão pobremente baseados, tão erráticos e voláteis. Os estranhos de hoje são subprodutos, mas também os meios de produção no incessante, porque jamais concluem o processo de construção da identidade. Os estranhos são, portanto, produzidos, e são úteis precisamente em sua qualidade de estranhos: sua estranheza deve ser protegida e cuidadosamente preservada (Bauman, 2005).

Contudo, a imagem de si mesmo se parte numa coleção de instantâneos, e cada pessoa deve evocar, transportar e exprimir seu próprio significado, mais frequentemente do que abstrair os instantâneos do outro. Em vez de sua identidade construir, gradualmente e pacientemente, uma série de “novos começos”, que se experimentam com formas instantaneamente agrupadas, mas facilmente demolidas, pintadas umas sobre as outras, constroem uma identidade de palimpsesto. Essa é a identidade que se ajusta ao mundo em que a arte de

esquecer é um bem mais importante do que a arte de memorizar, em que sempre novas coisas e pessoas entram e saem sem muito ou qualquer finalidade do campo de visão da inalterada câmara da atenção.

Novamente nos remetemos a Bauman quando o mesmo afirma que,

A 'identidade' só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto; como alvo de um esforço, 'um objetivo'; como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protegê-la lutando ainda mais – mesmo que, para que essa luta seja vitoriosa, a verdade sobre a condição precária eternamente inconclusa da identidade deva ser, e tenda a ser, suprimida e laboriosamente oculta. (2005, p. 22)

Ou seja, podemos afirmar então que identidade é algo em constante construção, em constante mudança e a luta para conquistá-la é motivada por fatores externos e internos à cultura e ao próprio homem, sendo tais fatores os que nos impelem a definirmo-nos enquanto grupo perante outros grupos.

Assim como os sistemas culturais estão em constante mudança, sendo as zonas fronteiriças os espaços que acirram as tensões entre os sistemas, a identidade está também sujeita aos movimentos entre centro e periferia que são responsáveis pela expansão e retração dos sistemas culturais representados pelos discursos.

Como estamos trabalhando com análise de capas de revistas produzidas por determinado tipo de imprensa, torna-se importante levar em consideração, nesse contexto, o papel da mídia e do consumo de determinadas imagens ou bens imagéticos que permitem a constituição de grupos que, muitas vezes, transpõem barreiras geográficas e culturais aparentemente sólidas. A partir da mídia, os indivíduos podem adquirir experiências semelhantes mesmo sem participarem necessariamente dos mesmos contextos de vida. A iconografia, os retratos, os filmes, palavras e produtos se tornam espécies de quadros de memória social que muitos indivíduos de um determinado grupo podem acionar para a constituição de um "eu-imagem". Devemos sempre lembrar que as

identidades passam a adquirir sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas. Existindo, assim, uma associação entre a identidade da pessoa e as coisas que uma pessoa usa.

A respeito do papel desempenhado pela mídia e o consumo na criação de identidades sociais e pessoais, Canclini (1999) realizou um estudo sobre a globalização e a ressignificação do consumo nas sociedades globais e o papel das indústrias culturais no processo de representação, sobretudo, o papel dos textos midiáticos quando assumem a função de narrar historicamente as nações e assim contribuírem para a formação das comunidades imaginadas em torno de identidades culturais específicas.

De acordo com ele, questões de identidade social ou pessoal são respondidas mais pelo consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que pelo exercício de regras abstratas de democracia ou pela participação coletiva em grupos de interesse.

A identidade surge, na atual concepção das ciências sociais, não como uma essência intemporal que se manifesta, mas como uma construção imaginária que se narra. A globalização diminui a importância dos acontecimentos fundadores e dos territórios que sustentam a ilusão de identidades a-históricas e ensimesmadas (CANCLINI, 2005, p. 117).

A partir da disseminação de imagens através da mídia, observa Canclini (1999), que assistimos e vivenciamos a emergência de comunidades transnacionais de consumidores, onde se deve levar em conta a diversidade de repertórios artísticos e de meios de comunicação que contribuem na reelaboração das identidades. Nesse contexto, palavras como multimídia e multi-contextualismo seriam as duas noções-chave para a redefinição do papel do cinema e de outros sistemas de comunicação e da cultura em geral. Aqui, a identidade, dinamizada por esse processo, não constitui simplesmente uma narrativa ritualizada, uma repetição monótona pretendida pelos fundamentalismos. Ao se tornar um relato que reconstruímos incessantemente, que reconstruímos com os outros, afirma Canclini, a identidade se torna também uma co-produção.

Podemos afirmar então que a fragmentação étnica e cultural e a homogeneização modernista não são dois argumentos, mas duas tendências constitutivas da realidade global, onde se dá a interação entre o mercado mundial e a identidade cultural, entre o processo local e o global, entre o consumo e as estratégias culturais.

A mídia se constitui como principal espaço de instaurações de identidades presumivelmente fixas. Ela aparece como principal arena onde as identidades são estandardizadas, expostas, confrontadas, virtualmente construídas, reconstruídas, reavaliadas, naturalizadas, questionadas e discutidas continuamente. No atual contexto, nunca simplesmente falseadas ou forjadas, pois, forjar uma identidade na mídia não é negar sua dimensão criativa, mas sim, afirmá-la. O espaço virtual engendrado na e pela mídia é um espaço real. Não cabe, portanto, no contexto midiático, falar de identidades sociais ou subjetivas em termos de falso ou verdadeiro. Aqui as identidades simplesmente são por si só.

As identidades fraturadas, fragmentadas, emergem no seio de uma sociedade cujo poder encontra na mídia um esteio fundamental. A mídia cria a ilusão de uma identidade fixa, “autêntica”, original. Mas a própria mídia contribui para o processo de esfacelamento, saturação, disjunção das identidades. Nesse sentido, o sistema midiático funciona num regime de tirania ao mesmo tempo em que não há limites claramente definidos, o que a torna libertária, subversiva. Nesse propósito, a mídia está além de qualquer discurso de teor maniqueísta. Ela não é boazinha, generosa, assim como não é uma madrasta malvada.

Dizer que a mídia por si só cria identidades ou que promove um forçamento destas, seria atribuir a ela um papel de sujeito e, conseqüentemente, a nós, o papel de objeto criado. Entretanto a mídia não pode ser entendida como um sujeito autônomo, pois ela é acima de tudo um meio, um instrumento, um veículo, uma máquina de produção de identidades. Poderíamos pensar também que as identidades sociais são as que definem os padrões de funcionamento da máquina midiática.

Toda identidade é um *constructo*, um artifício, bem como toda teoria, todo discurso, todo pensamento. Se todas as identidades estandardizadas são

verdadeiras ou todas falsas, então essas categorias, tomadas isoladamente, não dão conta do problema. Assim, o importante nesse caso é saber como as pessoas se vêem, se definem e reagem aos modelos identitários difundidas pelas imagens – nos deteremos aqui, as estáticas, produzidas e veiculadas nas capas da revista *G Magazine*. São imagens reais na medida em que indivíduos ali se reconhecem, são falsas para aqueles que se sentem de algum modo agredidos, caricaturados, ludibriados.

A masculinidade tem a ver com relações sociais como nos lembra Keijzer (2001, p.3), a masculinidade é “un conjunto de atributos, valores, funciones y conductas que se suponen esenciales al varón en una cultura determinada”²⁸.

Historicamente, a definição de masculino se dá em oposição ao feminino, isto é, o que é do masculino é definido como aquilo tudo que não pode ser feminino. Se, desde muito cedo, a família como grupo socializador primário modela, através de ritos, regras e limites, comportamentos diferentes para homem e mulher, mais tarde, outros grupos sociais, como escola, comunidade e outros espaços prosseguem na proposição desse modelo hegemônico, através da multimídia, divulgando conhecimentos e saberes. A partir dos movimentos de liberação de minorias, como o feminista e o sexual, estudos e pesquisas sobre sexualidade feminina ou feminilidade se multiplicaram. Com esses movimentos, o masculino, baseado num modelo de oposição a tudo o que é feminino, sofre abalos na sua estrutura.

Autores como Nolasco (1995) e Goldenberg (2004) apontam uma crise da masculinidade ao surgirem tensões entre o padrão tradicional de identidade masculina e a possibilidade de viver novas formas de ser homem. Assim também o estudo de Oliveira (2004), sobre a construção social da masculinidade, aborda uma possível crise da masculinidade em um contexto específico da sociedade, mas não a defende como algo generalizado, pois, diz ele, que nas camadas populares o modelo tradicional de hegemonia masculina predomina. Todavia, de modo geral, tanto homens como mulheres ainda alimentam o ideal de

²⁸ “um conjunto de atributos, valores, funções e condutas que se supõem essenciais ao homem em uma cultura determinada” [Tradução do autor].

comportamento dos homens baseado na força, no poder e na virilidade, de acordo com Goldenberg (2000), mas o que se encontra é um modelo em que o comportamento tradicional já não é mais valorizado. A virilidade fica ameaçada.

A masculinidade é social e culturalmente *construída*, sendo secundária, frágil e desenvolvida a partir da feminilidade original. É fácil constatar quanto os homens se preocupam em demonstrar, comprovar e reafirmar sua virilidade.

Historicamente, as diversas sociedades criaram instituições ou instâncias hierarquizadas de *poder* com o objetivo de exercer o controle necessário sobre seus cidadãos através de mecanismos de inclusão e de exclusão. Quer se trate da pedagogia “homoerótica” da Grécia antiga, da educação viril dos cavaleiros da Idade Média, dos “rituais de iniciação masculina” de meninos e adolescentes nas sociedades ditas primitivas, ou mesmo das manifestações atenuadas e disfarçadas - mas ainda presentes - nas sociedades contemporâneas (Castoriadis, 1995), todas visavam a instalar e a garantir a masculinidade de seus filhos. Esses rituais de iniciação, de passagem ou de confirmação da masculinidade geravam, ao mesmo tempo, terror e fascinação nos jovens, pois o reconhecimento como *macho* era não apenas uma meta a ser dolorosamente alcançada, mas também ansiosamente desejada.

A necessidade de “restaurar” a masculinidade dominante conduz à revalorização da masculinidade tradicional. Este esforço de restauração de uma imagem deteriorada provocou o surgimento de cultos que são comumente definidos como a verdadeira masculinidade. Demarcada pela excessiva valorização da virilidade, do sentido do dever, do sacrificar-se pelo bem da sociedade, do ideal de guerreiro, este culto da masculinidade fez surgir, nas décadas de 1980 e 1990, modelos de homens como os atores Sylvester Stalone e Jean Claude van Dame, inspirados no antigo ideal masculino do *cowboy*²⁹. Sobre isto, podemos perceber

²⁹ Segundo Pollak *apud* Vincent (1983), “cabelos curtos, bigode ou barba, físico musculoso... As imagens míticas mais freqüentes na imprensa homossexual e nas revistas pornográficas especializadas são o caubói, o caminhoneiro e o esportista” (p. 371), personagens esses que, serão representados nas capas da *G Magazine* que analisaremos no decorrer desse trabalho.

Videoteca & Hungary for Men, mais um Bjorn inédito

G

magazine

Ano 11 nº 1 - R\$ 4,90

ENTREVISTA
CLODDYIL ABRE O JOGO

e-mail
santa Rita Lee,
profetora das bibas

Garoto Stripper
do Raul Gil,
Vitor Xavier
segura o laço pra você

Luta de Espadas
Confira o vencedor!

Fig. 03: Outubro de 1997



G
magazine

Ano 8 - Abril/2006
Edição 103 - R\$ 10,90



você
é um
**gay-
amélia?**

**kama
sutra**
só para
homens

desejo
um Pascoal
na vida real

entrevista
Walter Neves,
um cientista
fora do armário

**Ricardo
Villani**
um cowboy sem
segredos num ensaio à
Brokeback Mountain

Fig. 04: Abril de 2006



Fig. 05: Agosto de 2000

na capa da primeira edição com o modelo Vitor Xavier (fig. 03) e na capa com Esnar Ribeiro (fig. 05) que aparecem com elementos que nos remetem à própria imagem do *cowboy*. O primeiro, está representando a figura de um vaqueiro ou *cowboy*, personagem que, no imaginário, se destaca sempre pela bravura, agilidade e, o mais importante, masculinidade e virilidade. A representação desse personagem será utilizada algumas vezes pela revista em diferentes capas. No período que estamos analisando, esse personagem será o que mais se repete como vimos anteriormente. É importante destacar que, mesmo os modelos representando o vaqueiro ou *cowboy* e esse personagem ser mostrado de diferentes formas, a proposta continua sendo a mesma, isto é, reafirmar, dar ênfase à masculinidade e à virilidade dos modelos. Tradicionalmente a imagem que se tem do vaqueiro é de uma pessoa que está em busca de briga e, além de solitário, ele é um aventureiro.

O leitor perceberá que eles estão representando vaqueiros ou *cowboys* pela existência de alguns símbolos como o cinto e o chapéu que os modelos estão usando, bem como o cenário onde se encontram. Isso é o que Chartier (1998) vai chamar de apropriação, ou seja, a forma como os indivíduos dão sentido ao que vêem e/ou lêem. Trata-se da construção de sentido e interpretação. A apropriação é, por definição, histórica. No campo da leitura, seja esta textual ou imagética, os fatores que determinam a apropriação são as competências do leitor, derivadas por sua vez das práticas de leitura que ele possui; os dispositivos discursivos e formais (inclusive materiais) etc. A apropriação tem suas determinações sociais, institucionais e culturais.

Já Ricardo Villani (fig. 04) aparece mais como um vaqueiro do que um *cowboy* e isso pode ser visto pela existência de alguns elementos que chamaremos aqui de signos: o fundo verde, mesmo que desfocado, que nos passa a idéia de um pasto e o chapéu de vaqueiro.

Para haver entendimento dos signos, existe a necessidade da emissão de uma mensagem a alguém. Então temos uma mensagem, um emissor e um receptor. Para que haja uma boa relação entre estes três elementos deve haver uma boa codificação de signos e sinais. Se o receptor não reconhecer os sinais,

então não entenderá a mensagem. Estes signos transformam-se em uma linguagem clara e cada cultura possui signos diferentes e com características próprias, mas com a globalização, em especial, culturas de determinados povos, até então não conhecidas, puderam ser visualizadas por outros povos e aquelas já conhecidas, receberam maior massificação no intuito de serem absorvidas. Por isso, mesmo a figura do *cowboy* não fazendo parte da nossa cultura, já a introjetamos através dos filmes das décadas de 1950 e 1960, pelos comerciais de cigarros da década de 1980 e 1990.

Já na segunda capa, na figura 04, apenas o rosto do modelo é mostrado e a representação de virilidade estará, não apenas no personagem que é utilizado pelo modelo, mas no rosto, ou seja, pela a barba e pelo o olhar. Enquanto que na figura 05, similar a figura 03, o foco é o corpo do modelo e a atenção do leitor estará voltada para a área da genitália do Esnar Ribeiro que ganha destaque devido o tamanho da fivela do cinto que ele está usando junto a cueca de couro. Este último elemento tem um grande significado em fotos eróticas ou pornográficas, mas, sobre esse assunto falaremos mais adiante.

Entretanto, segundo Mira (2003), os produtores de revistas eróticas e/ou pornográficas, muitas vezes, compartilham do mesmo universo cultural dos consumidores de determinadas revistas, sabendo como “agradá-los”, isso implica que, possivelmente, o leitor/consumidor da *G Magazine* não encontrará nas capas desta publicação, por exemplo, mulheres como atração principal nem tampouco um modelo representando um apanhador de lixo, pois isso não faz parte do imaginário desejante de quem consome essa revista.

Ainda segundo a autora, os produtores sabem a quem se dirigem, sabem quem e qual é o seu público e falam a mesma linguagem “proibida” e conhecem os seus códigos de deciframento. Como é um jogo compartilhado, existe um processo de cumplicidade, de comunicação entre o leitor/consumidor e os produtores.

Se tomarmos Nolasco (1998) que afirma que o sentimento de identidade masculina está mesmo ligado à identidade sexual, podemos afirmar que será no campo sexual onde haverá as maiores exigências e a figura 07, que virá a seguir,

reforça, sem precisar de um elemento cênico, o quanto o modelo que aparece é másculo, isso pelo fato do mesmo, além de possuir um corpo bastante trabalhado e musculoso, aparece com a genitália ereta, maior demonstração de virilidade, poder e masculinidade. Isso porque, na cultura ocidental, masculinidade implica ser masculino, logo, ativo. Ser ativo, utilizando a discussão sobre gênero, significa ser ativo sexualmente, ou seja, penetrar o corpo de outra pessoa. Pela imagem que veremos, perceberemos que, de todas as capas apresentadas nesse trabalho, essa será a que a representação de masculinidade estará mais forte e presente. Antes, todavia, mostraremos uma imagem, figura 06, onde a mesma idéia de virilidade, força e poder estarão presente, mas devido a presença de um elemento, neste caso, uma “viga de aço” entre as pernas do modelo, simbolizando o falo, e não o próprio falo em si como veremos na imagem subsequente.

Como nos mostra Fry (1982), em nosso país, homem é aquele que come, isto é, que penetra o seu falo não apenas em mulher, mas em outros homens também, estes últimos, todavia, serão feminilizados na categoria de “bichas”.

Aqui, mais do que nunca podemos perceber que o corpo, distante de uma posição de completa passividade, da mesma forma que recebe também cria interpretações, códigos e significados, como poderemos observar na figura a seguir.

Mesmo com a ausência de pêlos (figs. 05 e 06), por exemplo, ou com o piercing no mamilo (fig. 07), a masculinidade não se põe à prova, pelo contrário, percebe-se que há nessas capas uma hipermasculinidade performatizada, corporificada apenas pela forma em que se encontram o falo – ou a sugestão do mesmo – dos modelos. Simbolicamente, podemos dizer que o modelo e ator pornô Rafael Alencar não está nu, mas sim “vestido de masculinidade”.

Segundo Santaella (2005), para a semiótica, tudo o que produz o fenômeno de significação e de sentidos estabelece uma comunicação entre os homens, e sendo assim não precisa usar a voz para se passar uma mensagem, pois a linguagem também está contida nas expressões corporais, e a roupa, por exemplo, também pode ser colocada como linguagem visual.

Tanto na figura 06 quanto nas próximas que serão mostradas ao longo deste trabalho, podemos observar na capa, o destaque que foi dado ao corpo dos modelos. Estes, na maioria das vezes estarão sem camisa, exibindo um corpo forte, malhado, com músculos definidos.



Fig. 06: Abril de 2002

www.gmagazine.com.br

G

[magazine]

Ano 6 - Setembro/2003 - Edição 72 - R\$ 8,90

Fractal

DESA CONSUMÍVEL PARA MENORES E ADULTOS INTELES. CONTEÚDO BIÓTICO

Os gays e suas empregadas domésticas

Massagens para todos os gostos e necessidades

Casal argentino que se uniu legalmente dá uma lição ao Brasil

RAFAEL ALENCAR
Astro brasileiro do cine erótico mundial mostra o seu ENOOOORME "talento"

Fig. 07: Setembro de 2003

Ao mesmo tempo em que traz e mostra modelos viris e com corpos definidos, tomaremos como exemplo aqui, as figuras 04 e 05, a revista acaba contribuindo para influenciar no que tange ao desejo do corpo desejado e o desejoso, pois, como afirma Oliveira (2004), a mídia, assim como a publicidade exploram características tidas como típicas da masculinidade reafirmando as prescrições comportamentais contribuindo para reproduzir e representar a masculinidade como um lugar imaginário de sentido estruturante junto aos processos de subjetivação do agente, neste caso, do consumidor da revista.

Assim, ao mesmo tempo em que se quer “possuir” aquele corpo exibido nas capas e nos ensaios trazidos pela revista, há também o desejo de se construir, moldar o próprio corpo para que seja semelhante ao corpo exibido. Podemos ver que, o modelo da figura 07, possui e oferece um corpo com músculos “esculpidos”, sendo este um padrão físico a ser alcançado. Além disso, Leandro Becker (fig. 08) traz consigo o sorriso, que nos atesta a alegria, possivelmente, pela saúde física que o mesmo possui. É como se ele estivesse alegre por ter um corpo musculoso, sentindo um certo prazer por isso.

Já o ator pornô, Rafael Alencar, que aparece totalmente nu na capa da *G Magazine* não apresenta um sorriso, mas um olhar sensual, que busca provocar desejo em quem o olha. Como a boca está entreaberta, acaba esboçando uma cumplicidade com o leitor que o observa. É importante destacar ainda que os leitores não se deparam apenas com os rostos dos modelos, deparam-se com seus olhares. Todos olham fixamente para frente, o que dá a impressão de que miram o leitor e buscam também o seu olhar.

Podemos perceber que o sorriso de Rafael Alencar não é irônico, mas sensual; malicioso, mas não perverso e sim, quase erótico. E isso faz o leitor/receptor dessas imagens sentir prazer no que veem, não apenas no corpo trazido pela revista, mas pelo sorriso, o bem-estar que os modelos passam³⁰.

As pesquisas sobre masculinidade, segundo Hennigen (2005), remontam aos anos 70, no âmbito internacional, mas somente na década de 80 aparecem,

³⁰ Ver também o sorriso dos modelos nas figuras das páginas 124 e 125

com maior consistência, estudos sobre a construção social da masculinidade, diretamente beneficiados pelas reflexões em torno do conceito de gênero.

As investigações sobre o gênero nos últimos anos têm demonstrado que não existe um modelo universal de beleza masculina e nem mesmo a cultura ocidental possui um parâmetro estético que não sofram variações conforme o tempo e as circunstâncias.

Sobre a masculinidade, percebe-se que a forma de controle social que se exerce entre os homens desde os primeiros passos de sua educação, obriga-os a ser viris, mostrarem-se superiores, fortes, competitivos, ou serão tratados como fracos ou serão comparados às mulheres (Welzer-Lang, 2004).

Foucault (1979) ao trabalhar com a interseção saber/poder afirma que a verdade pode ser vista como social e histórica: “A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder.” (p.12).

O autor fala de uma política ou regime da verdade que cada sociedade possui para regulamentar discursos tachados de falsos ou verdadeiros, sancionando assim alguns e produzindo efeitos de poder relacionados ao discurso “verdadeiro”. Para ele, a verdade (ou o saber) é o conjunto de regras segundo as quais se distingue o verdadeiro do falso e se atribui ao verdadeiro efeito específico de poder. Em se tratando da masculinidade, aquela que é mais “verdadeira” que as outras é mais legítima possuindo dessa forma um mecanismo de poder sobre outras.

ISSN 1516-2753
9 771516 275008

o premiado
**Brokeback
Mountain**

G
magazine

Ano 8
Fevereiro/2006
Edição 101
R\$ 10,90
Fractal

**DJ
Leandro
Becker
belíssimo**

fisiologia da
paixão

onde pular
Carnaval
pelo Brasil

entrevista
Nando Reis
e o arco-íris

DESACONSELHÁVEL PARA
MENORES E ADOLESCENTES,
CONTEÚDO ERÓTICO

Fig. 08: Fevereiro de 2006

Como nos mostra Guimarães (2004),

a trajetória comumente estabelecida – de homossexual “enrustido” no “mundo heterossexual” para “assumido” – significou, para alguns, a expressão pública da categoria homossexual estereotipada. O comportamento e as atitudes, tanto sociais como sexuais, reproduzem a forma caricatural do papel de gênero feminino – o *efeminado*. O “ser homossexual” mostra-se visível – na forma e no conteúdo da fala, nos gestos e nas roupas – como uma declaração pública da identidade homossexual “assumida”. Na prática sexual, adota-se o papel “passivo”, de “quem dá”, “próprio” da mulher. (p. 57)

Os mecanismos de controle a ele relacionados revelam rapidamente sua ligação com o poder – aquilo que é tomado como verdadeiro em determinado período - sendo não só aquilo que manifesta o desejo, mas também objeto do mesmo.

A imprensa é um espaço bastante evidente de produção, circulação e recepção de discursos sejam estes visuais ou verbais. Mais ainda, a imprensa especializada é um modo de circulação por meio do qual certo grupo se constitui e se reconhece como uma comunidade discursiva. Não só no Brasil, mas em todo o mundo temos revistas voltadas para negros, homossexuais, mulheres, roqueiros, pesquisadores, etc.; ao definir diversas práticas discursivas, a imprensa proclama e dita normas de ser, de dizer e, portanto, de se apresentar no mundo e de pertencer a uma comunidade que partilha de interesses comuns.

Vivemos em uma sociedade onde a informação e a cultura possuem um tratamento predominantemente visual. A comunicação contemporânea oferece uma gigantesca diversidade de imagens com características distintas, cujo crescimento desenfreado dos *media* põe em realce o caráter de imediatismo, de aparente reflexo contemplativo e de duplicação da realidade.

1.5 - OS DISCURSOS DO PASSADO QUE (AINDA) REVERBERAM NO PRESENTE

Assim como a heterossexualidade, a homossexualidade é uma construção³¹ recente na história do Ocidente para significar e dar lugar a prática sexual. No final do século XIX e início do XX, vários discursos foram construídos para condizer às práticas sexuais que não se enquadravam na chamada heteronormatividade. Médicos, psicanalistas, psiquiatras, a polícia e a Igreja Católica, às vezes juntos, outras separadas, procuraram explicar e, conseqüentemente, indicar a cura aos tidos como anormais e invertidos.

Foucault (1988) chama de "dispositivo da sexualidade" onde a sociedade moderna cria mecanismos para que as condutas sexuais dos sujeitos sejam entendidas como em relação ao corpo da nação. Com a patologização das condutas sexuais não apropriadas a ideologia do Estado moderno, que eleva a categoria de doença as sexualidades não reprodutoras, os sujeitos são "convidados" a colaborar com a saúde da nação. Isto é, o prazer passa a ser codificado em gradações positivas e negativas e suas práticas sexuais como o efeito de uma verdade interior que independe deles, mas sob o domínio do conhecimento científico e sua pretensa neutralidade. Os médicos juristas vão falar como porta-vozes da saúde da nação e, por conseqüência, como representantes da heterossexualidade compulsória.

Green (1999), Trevisan (2002) e Fry (1983) vão apontar que na primeira metade do século XX tanto a moral cristã [apontava, e ainda aponta, a homossexualidade como um pecado] e a medicina e a psicologia [acusariam tal prática como uma patologia] buscavam encontrar uma forma de sanar esse mal que estava se tornando bastante evidente na sociedade que começava a se modernizar. É importante informar aqui que, quase sempre, as vítimas "convidadas" a se curar eram os homossexuais que visivelmente poderiam ser

³¹ Foucault (1988) bem como Costa (1995) mostram que, até o começo do século XIX a medicina não possuía recursos simbólicos suficientes para representar a sexualidade humana sendo ela dividida binariamente entre masculina e feminina.

apontados como tal, ou seja, os homossexuais masculinos disvirilizados, de trejeitos femininos.

Os modos efeminados de muitos desses homens e seu aparente inconformismo com as tradicionais representações da masculinidade perturbaram os papéis de gênero normativos. (...) Assim como o corpo social brasileiro dos anos 20 e 30 estava 'fora de controle' com as inquietações políticas e sociais, do mesmo modo, ao que parece, estava o corpo do homossexual, cuja disfunção do sistema hormonal levava uma conduta imoral e degenerada e cujo comportamento desafiava os padrões estabelecidos de masculinidade e feminilidade. (GREEN, 1999, p. 192)

Segundo Trevisan (2000), os médicos higienistas incluíam um sem número de caracteres femininos que poderiam ser encontrados num homem "homossexual", dentre essas características, destacam-se a passividade no sexo, a delicadeza no comportamento, o gosto pelas artes, a excentricidade no vestir-se, a maquiagem, o corte dos pêlos pubianos, dentre outros. Ao mesmo tempo, os componentes ativos da relação sexual que não apresentassem nenhum desses "sintomas", não teriam a mesma "doença". Ou seja, apenas os homossexuais masculinos, sexualmente passivos e com trejeitos femininos é que eram anormais, aqueles que eram sexualmente ativos não precisavam passar pelo processo de cura, pois estes cometiam tal ato apenas para atender aos instintos.

É válido mencionar aqui que no Brasil, no final do século XIX e começo do século XX, a tradição positivista ganha grande destaque no tocante à valorização da ciência como a mola propulsora para que ocorresse o progresso e a ordem social, logo, ela legitimava a intervenção do Estado para resolver, sanar os males da sociedade. Desta feita, médicos, criminologistas e juristas passavam a ganhar maior respaldo social, pois a eles cabia apontar as doenças sociais e encontrar a cura para as mesmas no intuito da nação alcançar o progresso de forma saudável e com bastante vigor.

É importante lembrar ainda que é também com a tradição positivista que vão ganhando força debates sobre raça, eugenia, o papel da mulher na sociedade

bem como as causas da chamada degeneração sexual dos invertidos, tendo estes, um desvio do instinto do seu rumo “normal” e “natural” para a reprodução da espécie.

Foucault (1999) fala de quatro estratégias globais de dominação, constituintes do dispositivo da sexualidade: a histerização do corpo da mulher, a pedagogização do corpo da criança, a socialização das condutas de procriação e a psiquiatrização do prazer "perverso". Essa nova tecnologia sexual surge no século XVIII, criando uma relação entre degenerescência, hereditariedade e perversão.

Fry (1983) indica que, desde o final do século XIX que os médicos passam a se preocupar com a sexualidade e, conseqüentemente, qualquer tipo de relação sexual fora do casamento, e aí se aplica a prostituição e, de quebra, as práticas homossexuais. Nação saudável implicava família saudável, a segunda estando bem iria ser refletida no bem estar social. Aqueles que eram comunistas, fascistas, negros, imigrantes e homossexuais deveriam ser controlados, contidos e, quando possível, curados. Desta feita,

Os médicos vão reivindicar a sua autoridade de falar a verdade sobre a sexualidade e são eles os agentes da gradual transformação da homossexualidade de ‘crime’, ‘sem-vergonhice’ e ‘pecado’ para ‘doença’, ao longo dos anos que seguem. O crime merece punição, a doença exige a ‘cura’ e a ‘correção’. (Fry, 1993, p. 61)

Algo que os médicos que estudavam a sexualidade e, em especial, a homossexualidade não negava, era que tal “mazela” sempre existiu na sociedade, era algo universal, que transcendia a história, mas que tal “mal” passou a crescer de forma assustadora no início do século passado. Segundo o especialista em saúde pública, Afrânio Peixoto *apud* Green (1999) tornou-se fácil perceber tal tipo de degeneração pelo fato de que, segundo o especialista, a “inversão” masculina é mais fácil de ser percebida, pois é mais declarada.

Foucault (1999) já afirmava que todo discurso é dotado de poder, e o discurso médico não seria uma exceção e é isso que o autor vai mostrar quando analisa o surgimento do “homossexual” na história e o quanto este será vitimado

tanto pelo discurso hegemônico sobre homossexualidade – pois, segundo o autor, desde o século XVIII passou a existir uma incitação a produção de discursos sobre sexo, onde uma das táticas utilizadas era a confissão, sendo uma forma com que o poder passa a se apoderar dos corpos e, conseqüentemente, dos prazeres – quanto pelos próprios homossexuais.

Assim, os saberes médicos foram tentando, de várias maneiras, encontrar formas que identificassem um “invertido” para que se pudesse indicar-lhe a cura de tal mal. Os argumentos utilizados pelos médicos para determinar fisicamente um “pervertido” eram, em sua maioria, bastante triviais, a ponto de afirmar que, os homossexuais efeminados, assim, como as mulheres, não sabiam assobiar, (GREEN, 1999). Dentre outros “fortes” indícios que identificavam o homossexual estava a distribuição “anormal” ou exagerada de pêlos corporais. Não podemos esquecer que, tais laudos [esdrúxulos, diga-se de passagem] advinham dos saberes médicos e, como aponta Green (1999), a ausência de cientificidade não impediu que tais argumentos fossem utilizados como modelo por outros médicos em quase todo o Brasil no intuito de livrar o país dessa “doença social”.

O Guia de Medicina Homeopática do Dr. Nilo Cairo que, segundo Trevisan (2002), até o início desse novo século ainda é utilizado no Brasil, por alguns médicos e que vai dar embasamento aos conhecimentos médicos homeopatas desde o século passado. Em um dos capítulos desse manual, Trevisan (2002) nos mostra algumas orientações indicadas para o tratamento de cura de homens pederastas, de pessoas que são avessas ao sexo, dentre outros desvios”.

Para se compreender o contexto das interferências ‘científicas’, basta dizer que entre as desordens sexuais estão aí incluídas, entre muitas outras, a masturbação, a ‘disposição de certas crianças a pegarem constantemente no pênis’, a ‘mania de se pôr nu’, a ‘exaltação sexual em virgens e viúvas’, a ‘infidelidade conjugal’ e a ‘aversão ao marido’ – cada qual com um remédio específico para sua cura. (TREVISAN, 2002, p. 159)

Outras indicações mais naturais para curar o homossexualismo masculino, uma doença psíquica ou somática, seria através da acupuntura, homeopatia e sessões de yoga. Todavia, para não “pegar” homossexualidade, era importante

evitar alimentos artificiais e doces a exemplo de refrigerantes, sorvetes, chocolates etc.

Para tanto, os médicos, em especial, amparados por mecanismos estatais, passaram a aplicar no país teorias trazidas da Europa sobre homossexualidade. Como nos mostra Green (2000, p. 193), esses especialistas,

compartilhavam da perspectiva de que as profissões médicas e legais, bem como o estado, deveriam desempenhar um papel mais incisivo ao lidar com os problemas sociais. (...) Os anos 30, assim, transformaram-se num campo de teste sobre qual o melhor meio de purificar a nação brasileira e curar seus distúrbios sociais.

Desta feita, nesse período, qualquer homem que se tornasse suspeito de ser “invertido”, um anormal sexualmente tinha grandes chances de ser internado, geralmente a força, numa clínica psiquiátrica, sendo necessário apenas a vontade dos pais para que tal ato fosse executado. E um dos principais métodos “terapêuticos” de tratar e curar o degenerado seriam através de sessões de eletro choque.

Outra forma de curar os invertidos é trazida por Leonídio Ribeiro que foi um dos médicos no Brasil que mais realizou pesquisas acerca do homossexualismo no intuito de encontrar uma cura para tal “mal”, usando sempre como base os apontamentos de outro médico pesquisador, Gregório Maraion. Ribeiro destacava-se em pesquisas sobre antropologia criminal e medicina legal e, em suas pesquisas, vai ligando o que ele denomina de homossexualismo a problemas endócrinos, acreditando que a chamada “inversão sexual” se devia a uma causa ou predisposição orgânica no qual era acionado pelo ambiente.

Leonídio Ribeiro vai encontrar uma suposta fórmula para curar os invertidos. Abaixo, segue um trecho do tratamento indicado pelo médico que, em 1933 ganhou o prêmio Lombroso pela Academia Real de Medicina Italiana.

Provado que o homossexualismo é, em grande número de casos, uma conseqüência de perturbações do funcionamento das glândulas de secreção interna, logo surgiu a possibilidade de seu tratamento. Era mais um problema social a ser resolvido pela medicina.

(...) Ao pesquisador vienense Steinach coube (...) o mérito de haver conseguido modificar os caracteres sexuais dos animais. A partir de 1910, depois de castrar cobaias machos e enxertar a glândula do sexo oposto, provocou neles o aparecimento de sinais físicos femininos. As mesmas experiências foram repetidas, em sentido inverso, com idênticos resultados. (...) Verificando-se, assim, que é possível, no laboratório, não só masculinizar fêmeas e feminilizar machos, com transplantações ovarianas ou testiculares, como ainda obter, no mesmo animal, o chamado 'hermafroditismo experimental', estava indicado o verdadeiro caminho para o tratamento médico dos casos de inversão sexual. (GREEN, 2006, p. 90)

Sobre a discussão científica e social acerca da normalidade ou anormalidade da sexualidade humana, outro detrator da repressão sexual, o autor afirma que a sexualidade humana, através da história, esteve sob a suposta ameaça de ser dominada por processos patológicos, o que teria levado as ciências e a religião a intervir, atuando tanto em nível de prevenção como de cura e normalização. Dentro deste processo a Igreja Católica, as ciências médicas e a sexologia definiram a homossexualidade como uma patologia, um desvio da conduta sexual normal, buscando deste modo mudá-la para a heterossexualidade dominante.

Assim, como nos mostra Ferreira Júnior (2006) e Green (1999), muitos homossexuais foram presos, se tornando objeto de estudo e análise de pesquisas de cunho "científico", mas que tinham como preocupação maior resultados de cunho moral. "Buscavam-se modificações nos costumes vistos como 'corruptores', tendo por base as preocupações pedagógicas da eugenia." (FERREIRA JÚNIOR, 2006, p. 33).

Sobre essa ambivalência existente entre os critérios científicos e as preocupações moralistas cristãs Green (1999, p. 198) afirma que,

Os próprios profissionais médicos-legais insistiam, num parágrafo de seus escritos, que a homossexualidade não devia continuar a ser encarada como um vício ou um pecado, para no parágrafo seguinte aconselhar os pais a promoverem uma moral saudável na educação de seus filhos, prevenindo desde cedo manifestações de perversão.

Novamente retomamos as discussões trazidas por Foucault (1999) que afirma que o poder social estabeleceu e ainda estabelece os limites entre o normal e o patológico, o racional e o irracional, assim como do sano e o insano, seria um poder normalizador, que exclui o que não se enquadra dentro dos parâmetros formais de normalidade. Este poder social/normalizador teria suas bases no complexo saber/poder, ou seja, um vínculo direto entre o saber e o poder, em uma relação que potencializa o saber na sua busca da normalidade, e que esta normalidade seria uma ferramenta de dominação. Ainda segundo Foucault (1999), devido a este poder normalizador/dominador podemos observar através do tempo como as pessoas foram, e continuam sendo julgadas, classificadas, condenadas, obrigadas a viver de um certo modo e até a morrer por não desistir de suas convicções.

Apesar de toda essa vontade de “curar” os invertidos, os homossexuais ficaram indiferentes às formulações teóricas ao seu respeito e, aos poucos, especificamente nas décadas de 1950 e 1960, como já apontado anteriormente, foram surgindo grupos que buscavam dar maior visibilidade às causas homossexuais e estes, começavam a não ser vistos apenas em páginas policiais ou em matérias sobre carnaval, mas começaram a produzir seus próprios jornais e informativos, no intuito de mostrar que eles eram, e são, tão normais quanto qualquer heterossexual.

Como aponta Green (2000, p. 223), “novas noções de identidades sexuais e de gênero surgiram, colocando em cheque a polaridade entre homens ‘verdadeiros’ e bichas afeminadas.”

O mais interessante é que, aos tidos como efeminados a sociedade, na maioria das vezes, acaba encontrando um lugar para que aquele sujeito “estranho” possa servir para algo. “Costureiros de grife, cabeleireiros da moda e travestis famosos conseguem cavar um nicho protegido entre a elite, desde que aparentem reforçar as representações tradicionais do feminino ou do afeminado” (GREEN, 1999, 104).

Sinisgalli *apud* Green (2006) em um documento intitulado “Observações sobre os hábitos, costumes e condições de vida dos homossexuais (pederastas

passivos) de São Paulo” publicado entre os anos de 1938 e 1940 tenta “sintetizar” as profissões cabíveis a tais anômalos, apontando sempre que estes preferem sempre as profissões que não requeiram muito esforço físico.

Preferem ocupações domésticas, gostam de trabalhar como cozinheiros, doceiros, costureiros de senhoras, etc. Tendo alguns desenvolvido senso artístico, encontram-se muitos invertidos militando nos meios artísticos e literário. O ideal de muitos é levar uma vida idêntica à das mulheres casadas. Arrumação de casa, cozinha, costuras, enquanto o ‘marido’ vai trabalhar, provendo a subsistência de ambos.

Nas grandes cidades existem pederastas sem profissão; ou melhor, agem como prostitutas. Vivem do imoral comércio das carnes. Acidentalmente arranjam um emprego. Geralmente vivem com as mulheres dos lupanares. (SINISGALLI *apud* GREEN, 2006, p. 49)

Podemos observar aqui a questão dos gêneros se sobrepondo a questão sexual, ou seja, para se aceitar, tolerar que um homem se desviasse da norma heteronormativa era preciso que ele abdicasse de sua condição de masculino, assumindo assim, o estereótipo de mulher, não ameaçando assim, o limite ideológico se supremacia do homem da sociedade patriarcal (FERREIRA JÚNIOR, 2006). Por fim, é interessante mencionar ainda que, durante muito tempo acreditava-se que, se homossexual, havia grande probabilidade de ser ligado à criminalidade.

Apesar de toda a construção e desconstrução dos discursos médicos, muitas vezes sem nenhum cunho científico, determinadas idéias a respeito da homossexualidade ainda faz parte do imaginário social. Mesmo a mídia, nos últimos anos, estar mostrando personagens homossexuais dotados de virilidade, no senso comum brasileiro, do qual e no qual o que se chama "mundo gay" faz parte, ser "homossexual" está relacionado, de certa forma, com uma inversão de polaridades masculino/feminino. Ser "gay", ou seja, um homem que deseja outro afetivamente e sexualmente significa, para muitos, ser um homem com características femininas. Ainda acredita-se que ser homossexual implica ter trejeitos femininos e, o que talvez seja o mais questionador, o homossexual é

aquele que é sexualmente passivo, logo, é a “mulher” da relação, desta feita, ele não é dotado de virilidade, pois é o dominado.

Novamente trago aqui a discussão de que, entre os próprios homossexuais aqueles que não se apresentam viris, muitas vezes são desprezados, pois é fácil ser “detectado” devido o excesso de trejeitos femininos, por isso, que a revista *G Magazine* vai fazer “sumir” de suas capas, qualquer indicio de não virilidade. Assim, haverá todo um suporte, tanto de cenário, quanto de roupas, personagens e expressões representadas para que, a virilidade esteja sempre presente de forma bastante acentuada nas imagens ali mostradas.

Podemos dividir o universo das imagens em dois domínios distintos e complementares: o das imagens enquanto representações visuais, das inscrições em cavernas às produções infográficas, e o domínio imaterial, que seriam as representações mentais. Ambos os domínios encontram-se inteiramente ligados desde sua gênese e é sobre esse assunto que vamos trabalhar no próximo capítulo.

CAPÍTULO II: IMAGEM: USOS E SIGNIFICAÇÕES

Porque você não pode voltar atrás no que vê.
Você pode se recusar a ver, o tempo que quiser:
até o fim de sua maldita vida, você pode recusar,
sem necessidade de rever seus mitos ou
movimentar-se de seu lugarzinho confortável.
Mas a partir do momento em que você vê,
mesmo involuntariamente, você está perdido: as
coisas não voltarão a ser mais as mesmas e você
próprio já não será o mesmo.

Caio Fernando Abreu

2.1 – ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A definição do que vem a ser imagem é polissêmica, pois, a mesma tem diferentes definições e inúmeras possibilidades de uso, a começar pela origem da palavra que vem de vários idiomas com diferentes terminologias³².

Com referência à sua conceituação, ela pode ser vista como percepção dos objetos existentes, mas, também, como algo que pode ser evocado, mesmo sem os estímulos visuais. Estes dois modelos são constantes em muitas culturas, divididas entre si, pelas suas posições e opiniões. Santaella e Nöth (2005) e vários outros autores, inclusive Chartier (1991), apontam para estas duas dimensões: “a da representação visual e da imaginação mental” (p.15).

Temos como imagem, os desenhos, gravuras, fotografias, imagens eletrônicas como a TV, videotexto, vídeoarte, holo, infográficas, computador, manuscritos, documentos, livros, jornais, revistas e cartazes. Neste sentido, essas imagens verbais, visuais, mecânicas, eletrônicas e virtuais são objetos materiais que representam o ambiente visual com os seus diferentes suportes e as mais diversas complexidades inerentes a cada classificação.

As imagens produzidas ou representadas pelo ser humano, sejam através de pinturas, desenhos, esculturas ou gravuras, antes da invenção da fotografia, sempre dependeram da habilidade manual de um pintor, desenhista, escultor ou gravador.

A fotografia surge como a soma da necessidade humana de comunicação, o conhecimento do fenômeno da câmara escura e a descoberta dos materiais fotossensíveis (sensíveis à luz) capazes de fixar as imagens.

Segundo Parente (1995), a invenção da fotografia se deu na primeira metade do século XIX, mas o fenômeno da câmara escura, o princípio físico da fotografia, já era conhecido muito antes. “No período de Aristóteles, o fenômeno de projeção da imagem sobre o fundo de uma caixa vedada (apresentando

³² A palavra imagem vem do latim *imago*, do grego *eikon*, do francês *image* e do inglês *image* e *picture*. Neste último sentido, a conceituação fica entre os dois.

apenas um furo), já era conhecido (câmara escura)” (idem, idem p. 32). Os filósofos Platão e Aristóteles, todavia, discordavam da real função da imagem. Para Platão, a imagem era nada mais que algo que apenas imitava o real, seduzindo as partes mais fracas da alma. Já para Aristóteles, a imagem servia para educar (JOLY, 2005, p. 19).

Ainda sobre esse assunto, Kossy afirma que.

Durante séculos o homem serviu-se da câmara obscura, instrumento que o favorecia para desenhar uma vista, uma paisagem que por alguma razão lhe interessou conservar a imagem. A imagem dos objetos do mundo visível, formando-se no interior da câmara, podia ser delineada e, de fato, viajantes, cientistas e artistas fizeram uso do aparelho, obtendo, sobre papel, esboços e desenhos da natureza (1989, p. 21).

Pode-se perceber que a imagem se comporta ora como um objeto ora como uma idéia mental, ambos produzidos pelo homem ou pela força da natureza segundo a relação ao outro que ela representa. Assim, a produção e a compreensão de uma imagem também acontecem segundo restrições temporais. A imagem tem sempre um contexto e uma história que pode ser analisada e interpretada. A imagem através dos tempos é uma realidade presente de sincronia e diacronia.

É importante lembrar que a nossa análise optará pela noção ou idéia de representação como um instrumento de conhecimento mediato que faz ver um objeto ausente substituindo-lhe uma “imagem” capaz de repô-lo em memória e de “pintá-lo tal como é” (CHARTIER, 1991, p.184).

2.2 A IMAGEM NA CONTEMPORANEIDADE

Não traremos aqui uma definição sobre o que vem a ser imagem, pois já existem vários trabalhos que tentam fazer isso, não chegando, até o momento, a uma definição conclusiva. Discutiremos sobre a diversidade de imagens e de como elas continuam presente no cotidiano das sociedades. Não há como concentrar esta diversidade de imagens num bloco ou amálgama, mas ao contrário, deve ser uma atitude positiva de reconhecimento de uma trajetória de construção da cultura de um povo.

No campo da arte, a noção de imagem vincula-se essencialmente à representação visual: “afrescos, pinturas, mas também iluminuras, ilustrações decorativas, desenho, gravura, filmes, vídeo, fotografia e até imagens de sínteses. A estatuária é mais raramente considerada imagem” (JOLY, 1996, p. 18).

Para Joly (1996), nas ciências humanas, também é natural estudar a imagem de personagens representativos da sociedade, como:

A imagem da “mulher” ou “do médico” ou “da guerra” neste ou naquele cineasta, isto é, nas imagens. Da mesma maneira, é possível usar imagens (cartazes e fotografias) para construir a “imagem” de alguém: as campanhas eleitorais são um exemplo representativo desse tipo de procedimento (1996, p.21).

Assim a imagem da mídia, é aquela que faz parte do cotidiano das pessoas, pois, trata-se da imagem que os veículos de comunicação propagam. Elas são diversas e manifestam uma longa trajetória de vida. Pode-se encontrar a fotografia, a charge, o desenho, a pintura, a gravura e o registro da câmera pelo cinegrafista. Encontram-se todas as espécies de meios de expressão visual que se consideram “imagens”.

Tomando como ponto de análise a fotografia, tendo esta como “elemento que congela o real” servindo, dessa forma, como documento, podemos citar alguns autores que comentam sobre esse assunto:

A fotografia transforma em cena o que vivemos. A eficácia social da foto é tanta que, em alguns momentos, é possível conduzir nossas vidas na lembrança

da representação, como se fôssemos legitimados pelo registro do acontecimento (NEIVA JR,1986, p.64), nas diversas realidades contidas pela fotografia (KOSSOY, 1989, p.37), na perspectiva da imagem ser uma espécie de ponte entre a realidade retratada e outras realidades, e outros assuntos, seja no passado ou presente (PAIVA, 2002, p.19), na idéia de que as “fotografias não são decodificadas como uma linguagem, elas são interpretadas criativamente” (BITTENCOURT, 1998, p. 231), na concepção de que “a foto torna-se o referente de si mesma” (KOURY,1998), de que as imagens fotográficas são antes de tudo “objetos culturais autônomos” (CAMARGO,1999, p.33) que pertencem ao “particular absoluto, a contingência soberana, impenetrável e quase animal” (BARTHES,1980, p. 17), e, conseqüentemente no aspecto polissêmico da linguagem fotográfica, o que permitiria diversas e infinitas interpretações.

Como afirma Maria Dantas (1999, p. 55),

Entre o leitor, a fotografia e o autor há um campo de intencionalidade impossível de ser registrado, mas que impregna o acontecimento (...). Assim, o que emerge é resultado da impossibilidade de redução, sendo sempre o espaço reservado a criação que alimentam e reciclam leituras do mundo.

Por isso, para se interpretar uma fotografia é necessário utilizar, enquanto método, “a imaginação e os sentimentos como campos que tecem o itinerário argumentativo do conhecimento”, pois “a memória contida nos dados materiais só é passível de ser acionada quando permite que uma rede de sentidos, ou seja, olhar, desejos, emoção, possam vir à tona borrando a exatidão disponível na fotografia” (DANTAS, 1999, p. 84-5). A autora ainda adiciona que “tal proposição coloca para a pesquisa a necessidade de abdicar da asepsia dos conceitos da objetividade fragmentária, da metonização da ciência que separou, cindiu razão/desrazão, real/imaginário” (DANTAS, 1999, p. 90).

Desta feita, não reconhecer e interrogar a realidade existente nos desenhos, nas pinturas, nas imagens como um todo, como algo que vem de muito longe seria ativar uma amnésia e uma cegueira, tão prejudiciais quanto inúteis para a compreensão deste importante código de comunicação visual.

Diante de vários aspectos desta problemática, tem-se a impressão de que a imagem pode ser tudo e seu contrário.

Ela pode ser visual e imaterial; fabricada e natural; real e virtual; móvel e imóvel; sagrada e profana; antiga e contemporânea; vinculada à vida e à morte; analógica e comparativa; convencional e expressiva; comunicativa e construtora; destrutiva e benéfica e ameaçadora. (JOLY, 2004, p. 27).

De fato, a imagem em movimento revela uma dose muito maior de emoção e vida, pois, ela transmite efeitos e detalhes que fascinam e prendem a atenção das pessoas. Tudo isso foi possível, graças à força da ciência que desenvolveu e aperfeiçoou os recursos técnicos para captação e edição. Neste sentido, ela é um mundo que fascina e não mente à priori, mas, pode ser selecionada, manipulada a posteriori, isto é, no momento da edição da matéria.

Mesmo a fotografia, com a sua antiga tradição, de funcionar como o olho da realidade, ou seja, registrar as coisas com objetividade e imparcialidade, poderá, ser submetida a um processo de distorção do seu conteúdo.

A consideração de Barthes (1980) acerca do poder referencial da fotografia é de suma importância neste contexto:

A fotografia nunca é mais do que um canto alternado de 'Olhe. Veja'. 'Aqui está'; ela aponta com o dedo uma certa gente-a-frente, e não pode sair dessa pura linguagem dêitica.(...) teimosia do referente em estar sempre presente. (...) o referente adere. (...) a Referência é a ordem fundadora da Fotografia. (...) esta coisa que nenhuma pintura realista poderia dar-me: a certeza de que eles estavam; aquilo que vejo não é recordação, uma imaginação, uma reconstituição, um fragmento da Maya, como a arte prodigaliza, mas o real no estado passado: simultaneamente o passado e o real. (...). A fotografia é crua, em todos os sentidos da palavra. (...) é toda evidência. (BARTHES, 1980, p. 18-20).

Com um discurso da imagem técnica existindo como um espelho, em que a realidade se projeta mecânica e quimicamente, essa abordagem define-a como uma visão automática da realidade e, portanto, objetiva, quase natural, especular. E é essa quase naturalidade das imagens técnicas que vai permear o imaginário

Videoteca! Um Curious Leather, um Su Imperdível

G
magazine
 Ano 1 - nº 5 - R\$ 5,90

GRÁTIS
 Complete o
 seu calendário
G98

Sidney Pinheiro
*Não fugiu do raio,
 mas perdeu o fôlego*

E-mail
 Beta Simas,
 o eterno Adão

Entrevista
 O desejo e a pátria de
 Jovã Silverio Trevisan

Rodolfo Bottino
 Recalças geladas para
 os dias quentes de folia

Globetrotter
 A Miami nordestina
 e a Veneza brasileira

Gato da Capa
Marcos Oliver
 Robin Hood fica nu
 na floresta tropical

Fig. 09: Fevereiro de 1998

dos leitores e daqueles que veem as capas da revista *G Magazine*. Nela estarão sempre presentes homens viris que querem se mostrar para os outros e tal virilidade é reafirmada não apenas pelo corpo, mas pelo semblante e elementos de cena que constituem a fotografia da capa da revista, como já pode ser visto em imagens anteriores e nas que seguem.

O cenário atrás do modelo que pousa como Robin Hood (fig. 09) acaba contribuindo para compor o personagem que ele representa. É interessante perceber que o que se vê atrás do modelo Marcos Oliver está desfocado, não sabemos realmente se ele está em uma floresta, mas, pelos tons verde (o que dá a idéia de árvores) e marrom (o que nos faz lembrar a cor da terra, do chão) imaginamos, realmente, que ele se encontra em uma floresta.

A representação de virilidade do modelo é afirmada em vários aspectos: pelo ambiente selvagem onde, apenas os bravos teriam coragem de enfrentar; pelo volume na calça, que sugere ser ele bem dotado; pelo arco e flecha que se encontram no poder do mesmo, sendo estes sempre lembrados como símbolos fálicos e, por último, o personagem que o mesmo representa, que está no imaginário como um herói valente, um justiceiro másculo e que desafia as autoridades para ajudar os pobres. Isto é, a virilidade também se encontra presente na composição do personagem, no caso Robin Hood, mas também poderá ser vista nas capas que aparecerão no decorrer deste trabalho, onde os modelos estarão sempre vestidos de personagens, às vezes heróis noutras personagens comuns, mas que denotam força, poder.

Devemos sempre lembrar que os heróis, por si só, possuem uma mítica em torno da virilidade masculina, onde, eles são sempre fortes, corajosos e que enfrentam qualquer tipo de perigo e situação de risco para provar sua força e valentia.

A única capa em que o modelo vai representar a imagem de um santo da Igreja Católica foi publicada no primeiro ano da revista, onde o modelo, pela montagem da cena, posição corporal e por estar semi-nú, lembra São Sebastião, tido, desde meados do século XX como o patrono dos gays. Todavia alguns autores afirmam que a associação entre os gays e o santo teve início quando o

Videoteca G: Sjohn mostra Carotas Quentes de Montreal

G

magazine

Ass 2 An 1

Entrevi **COMPLETE SUA COLEÇÃO!**
O poder de Marisa Orth Edição: 03 R\$ 6,90

Previsões 98
As revelações do Tarô e dos Números

Florianópolis
Paraiso nos mares do Sul

Culinha
Reinaldo Bettino

GATO DA CAPA
MARCELO SANTOS
Nem a Angélica tem esta pinta

Fig. 10: Dezembro de 1997

escritor Oscar Wilde comparou o momento difícil que passou na cadeia ao sofrimento vivenciado por São Sebastião.

É importante perceber que, mesmo não estando com o corpo flechado, apenas pela posição, o leitor mais atento perceberá que o modelo está representando a figura do santo. Apesar de se encontrar em uma posição não muito confortável, a virilidade do mesmo não se põe à prova, mais pelas feições másculas do modelo do que pelo cenário onde o mesmo se encontra.

No tocante a essa questão da fantasia, de vestir um personagem, DaMatta *apud* Arent (2009) afirma que as fantasias em si trazem um grande sentido metafórico, já que somam o papel imaginário nela caracterizado juntamente com os papéis reais que aquela pessoa desempenha no dia-a-dia.

E sobre honra, lembramos aqui de Carbone (2008) que nos mostra que a função da masculinidade bem como a da virilidade se dá em defesa da honra. Jamous (1992, p. 193) afirma que “a honra se manifesta antes de tudo na relação de violência. A honra não deve ser compreendida como um código judiciário. É um assunto social, que relaciona homens ou grupos dividindo os mesmos valores”.

Isso, no Brasil, é bastante comum, principalmente no Nordeste, onde os homens defendem sua honra e moral potencializando a sua virilidade. Desde cedo, por exemplo, é comum ouvir dos pais que, não se deve levar desaforo para casa, logo, se apanhar, deve bater também. Se assim não fizer, a moral fica desmoralizada.

De acordo com Blázquez (1999) as pessoas não leem as imagens, mas as consomem. O público está se convertendo num espectador fanático, para quem o que menos interessa é conhecer a origem dessas imagens ou símbolos. Daí, a sua preocupação com esta realidade, por ele denominada de pós-moderna.

As imagens tendem a substituir por completo os conceitos inteligíveis. Dá-se mais importância àquilo que se vê do que àquilo que se possa entender por meio da inteligência. A representação e a aparência substituem a compreensão do ser. (BLÁZQUEZ, 1999, p.357).

Neste contexto, a questão da ética é fundamental para uma análise das informações que são transmitidas através dos signos. A questão central é a veracidade do conteúdo da comunicação visual. Há um apelo muito grande para o sensacionalismo, onde se tem uma divulgação de produtos associados à belas mulheres e belos homens, cujo objetivo é aguçar a mente das pessoas para o consumo desenfreado.

O que vale, neste contexto, é a representação e a aparência das coisas, ou seja, o que está em jogo é a embalagem dos produtos, e não, a compreensão e a funcionalidade das coisas.

Ainda segundo o autor, o surgimento da “imagem técnica” diferente da imagem tradicional, apresenta um alto índice de sofisticação que pode trazer sérias deformações para a sociedade. Esse tipo de imagens, as tratadas com recursos tecnológicos, serão bastante comuns em revistas, em especial as que trazem o nu, seja esse masculino ou feminino, onde o que importa é mostrar um corpo perfeito, sem marcas de nenhum tipo.

A imagem técnica oferece imensas possibilidades de enriquecer a qualidade informativa, mas também de causar deformações próprias do meio técnico utilizado na sua produção e difusão. Por exemplo, há tipo de tubo da tela do monitor, tipo de suporte de registro, iluminação, angulação e relações de perspectiva. A sofisticada imagem de uma bela mulher, por exemplo, pode induzir-nos a pensar nela e a tratá-la de formas totalmente opostas às exigências profundas da sua realidade humana e pessoal. (BLÁZQUEZ, 1999, P.367)

2.3 DA MONTAGEM FOTOGRÁFICA À MASCULINIDADE: UMA DISCUSSÃO QUE VALE A PENA

O recurso tecnológico, especificamente a montagem de fotos, também é usado pelas revistas, em específico, temos duas capas da G Magazine que, até então, durante a sua história nunca havia mostrado dois homens juntos e, o mais interessante, são homens que se tornam notícia mais pelo que falam do que pelo corpo e/ ou virilidade, como poderemos observar.

Essas capas são as únicas que foram publicadas em 2005 onde há mais de uma pessoa retratada no mesmo espaço, uma vez que esses homens retratados não trocam olhares, nem sorrisos, nem conversam entre si, como ignorassem a presença uns dos outros e buscassem cada um seu interlocutor fora do espaço onde estão - dizer que estão retratados no mesmo espaço é diferente de dizer que foram fotografados juntos. Nada impede que tenha sido feita uma montagem em que eles, fotografados isoladamente, apareçam juntos. O “distanciamento” existente entre eles serve ainda para evitar a existência de uma intimidade entre os mesmos. Dessa forma, não se pode associar nenhum sentimentalismo masculino a eles.

Sobre essas duas capas que seguem, é importante destacar que os dois “ícones gays” brasileiros, Clodovil Hernandez e Jean Wyllys, estão do lado esquerdo da revista. Ambos possuem traços e trejeitos que contribuem para que os mesmos não mostrem o corpo nú na revista, mas o que pensam, pois não são sujeitos dotados de virilidade suficiente para posar nu para essa revista. Por esse motivo, eles não aparecem sozinhos e os modelos que estão do lado deles possuem uma grande carga de virilidade, não em objetos ou elementos componentes de cenário, mas a virilidade está na própria forma física do corpo e isso nos permite afirmar que, aqui no Ocidente, em especial, o ideal de masculinidade, mais do que nunca, é o resultado de complexas elaborações culturais.

Oliveira (2004) afirma que tanto a modernidade quanto as características assumidas como masculinas andam juntas e essa união poderá ser percebida em vários momentos da história, isto é, dos revolucionários franceses radicados na crença de que novos símbolos fariam novos homens até os triunfantes ideais burgueses e seus valores de classe média.

Enquanto Elias (1994)³³, Luhmann (1991)³⁴ e Mosse (1996)³⁵ vão argumentar sobre a relevância das alterações no padrão de relacionamento entre os sexos para a economia de poder entre os gêneros, tanto no período medieval quanto na Idade Moderna, onde estas mudanças ainda poderão ser sentidas na contemporaneidade no tocante a questão do masculino. Todavia, como sabemos, essa ruptura não vai se dar de forma abrupta, pois durante o processo de transição histórica sempre existem aspectos e/ou características das formações sociais que acabam permanecendo na nova configuração gestada, ainda que reformuladas ou modificadas.

Elias *apud* Oliveira (2004) fala sobre essa ligação ou resquícios do passado que se faz existir no presente:

O passado nunca é simplesmente passado. Ele age – com maior ou menor força, de acordo com as circunstâncias – como uma influência sobre o presente. Não apenas por causa da inércia das tradições que deslizam cegamente de era em era, mas também porque uma imagem de fases pretéritas da nossa própria sociedade, por distorcida e deformada que possa ser, continua vivendo na consciência de gerações subseqüentes, servindo involuntariamente como um espelho onde cada um pode ver a si mesmo. (p.21)

Podemos citar como exemplo, alguns valores ou características do ser “masculino” que foram sofrendo mudanças, mas que, até os dias atuais são importantes para “definir” alguém como másculo a exemplo da lealdade,

³³ ELIAS, Nobert. O processo civilizador. Volume I: Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zagar, 1994a

³⁴ LUHMANN, Niklas. O amor como paixão para a decodificação da intimidade. Lisboa: Difel, 1991

³⁵ MOSSE, George L. The image of man. The creation of modern masculinity. New York: Oxford University Press, 1996

proibição, correção, coragem, bravura, dentre outros. “Certas características comportamentais como coragem e bravura, por exemplo, serão progressivamente destituídas de seu caráter de violência explícita” (OLIVEIRA, 2004, p.23). Elas se formarão a partir de firmes contornos estipulados por imperativos morais essenciais.

Desta feita, a sociedade vai associando, ao homem e à mulher, as características à eles relacionados e isso acabará ajudando a distinguir, segundo os padrões culturais, o que é e o que não é do masculino ou feminino, sendo tais posicionamentos apreendidos pelo imaginário das pessoas e que vai delimitar ou se fazer permissível, simbolicamente ou não, o lugar do homem e da mulher seja dentro ou fora de casa, isto é, nos seus papéis sociais e de gênero, seja nos gestos, no modo de se vestir, de falar, dentre outros. Essa produção de/das subjetividades masculinas, estarão nas relações de força que dirigiriam uma estratégia articulada, procedimentos de sujeição de corpos e construção de estereótipos.

Essas tais “regras” também se farão presentes entre os homossexuais masculinos, especialmente, onde se fará uma distinção entre os homossexuais dotados de virilidade e dos que dela são faltosos ou, em outras palavras, dos ativos e, logo, másculos e discretos, e dos passivos, afeminados e notáveis.

Pelas duas capas e por determinados posicionamentos ou características tanto do Clodovil quanto do Jean Wyllys, quem os vê poderá associar a imagem deles à homossexuais, o que é comum, mas homossexuais que não são dotados de elementos que os tornam viris e, o mais importante, são homossexuais assumidos, o que, como veremos mais adiante, fará que se crie um maior preconceito com os mesmos, pois, sendo dotados de trejeitos femininos e sendo assumidos, será associado a eles, a imagem de homossexuais passivos os quais são chamados pela sociedade de “bichas”. A identidade desse tipo de homossexuais é sempre atribuída à criatividade, à sensibilidade artística e o humor, como se fosse algo natural de tal gênero (FRY, 1983).

É válido trazer aqui a discussão de Fry (1982), onde ele faz uma análise das representações sobre a sexualidade masculina e as retóricas sexuais que vão

estabelecer as relações hierárquicas ou igualitárias entre homens no Brasil.

Segundo o autor, existiam três sistemas de representação de identidades sexuais masculinas: o primeiro, localizado na periferia de Belém, a hierarquia é baseada na relação homem (masculino e ativo) e bicha (feminino e passivo), pressupondo que o homem poderia ter uma vida sexual com outro homem desde que ele exercesse o papel ativo em todas as relações sexuais; desta feita, o papel de gênero era quem delimitava a hierarquia, igualando o lugar do homem ativo à idéia de masculinidade – isso ainda é uma constante não apenas em Belém mas em várias regiões do país; o segundo sistema de representação foi encontrado pelo autor nas classes médias das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, e se baseava na igualdade sexual postulado pelo movimento feminista no fim da década de 1960, no qual se recusaria a hierarquia homem/ativo bicha/passivo para se estabelecer uma relação igualitária entre homens (heterossexuais) e homens (entendidos), por essa forma de classificação, se o homem mantivesse relações sexuais como ativo com outro homem, ele deixaria de ser “homem mesmo” para se tornar “entendido”; o terceiro e último esquema de representação era formulado pelas ciências médicas do século XIX, que dividia o sistema de identidades sexuais entre três modelos: o homem heterossexual, o homem passivo invertido (efeminado) e o pseudo-heterossexual que na verdade era um homossexual ativo pervertido (masculino), ou como se diz hoje em dia, homossexual que não saiu do “armário”. Nesse sistema de representação, a grande divisão está delimitada entre homens heterossexuais e homens homossexuais, estabelecendo uma hierarquia que delimita o papel da masculinidade. Sobre esse assunto, especificamente sobre a “explicação” das ciências médicas veremos a seguir.

Parker (2002) afirma que esse sistema “tradicional” de significações sexuais é sempre influenciável, passando por modificações, como já foi dito anteriormente, todavia, tais significações estão ancoradas em práticas e significados que, em todo o mundo latino foi denominado genericamente de “machismo”. Guimarães (2004) corrobora com a idéia apresentada e ainda diz que, no Brasil, onde a sociedade é patriarcal e “machocêntrica, a divisão macho-fêmea terá como “ponto

norteador” o machismo, modelo “ideal” de masculinidade, ao qual é referida sua complementação, ou seja, o modelo ideal de feminilidade.

Os termos utilizados para configurar a categoria machismo, tais como “coragem”, “dominância”, “poder”, “agressividade”, “invulnerabilidade” etc., servem como ponto de referência para categoria social mulher, numa espécie de jogo de termos antônimos. (GUIMARÃES, 2004, p. 44)

Nas capas vistas anteriormente, podemos observar que a “fragilidade” dos dois, Clodovil Hernandez e Jean Wyllys, foi reforçada pelos gestos e pela vestimenta, em especial como podemos perceber: Clodovil (fig. 11) está sentado em uma cadeira com *design* de formas curvas e suaves, com as pernas cruzadas e a mão colocada na cintura. Tais posições, em nossa cultura, são associadas há hábitos femininos e não masculinos. Logo, se são associados aos hábitos femininos, automaticamente fica subtendida a passividade sexualmente falando dos dois “ícones”.

Retomando rapidamente a discussão acerca do uranismo³⁶ na Grécia e, conseqüentemente, a efeminização, cito aqui Brammer *apud* Prado & Machado (2008) que nos diz que,

Enquanto homossexuais modernos muitas vezes ocupam uma posição marginal na sociedade e são normalmente considerados como efeminados, na Grécia, era a pederastia que propiciava acesso ao mundo da elite social; era apenas a relação pederasta que transformava o rapaz em um verdadeiro homem. (1991, p. 26)

Assim, tanto Jean (fig. 12) e, bem mais, Clodovil (fig. 11), pelas vestimentas, gestos e poses em que se encontram que reforçarão ou tornarão mais acentuada a emasculação ou não virilidade nas imagens contribuirão para não relacioná-los ao universo masculino, tendo este como um espaço de homens machos, fortes e viris, essencialmente com aquilo que a própria sociedade entende como a obrigação do homem, comandar, proteger e dominar, mas a um

³⁶ Uso essa palavra, pois homossexualidade, homossexualismo, homoerotismo não existiam naquele momento.

contexto de homens emasculados, que não demonstram potência, mas fragilidades, homens amolecidos, logo, que “saíram do armário³⁷”, isto é, assumem socialmente a identidade homossexual.

Clodovil Hernandes e Jean Wyllys estão nas capas, mas seguidos de modelos musculosos, mostrando a virilidade não com ícones ou símbolos, mas com o próprio corpo em forma, esculpido. “À medida que o corpo se avoluma, a personalidade também se transforma. Desaparecem os modos ‘cautelosos, passivos’” (PAGLIA, 1993, p. 85). Corroborando com essa afirmação, o olhar de quem observa a revista tende a se deslocar para a zona privilegiada (superior e/ou à direita), onde se encontra o rosto do modelo, para a qual seu olhar se dirige, estabelecendo uma nova zona privilegiada no campo de visão. Todavia, antes de voltarmos às observações da capa com o ex-BBB se faz necessário fazer uma breve discussão no tocante a “zona de olhar”.

Segundo Dondis (1973, p.39), o olho favorece a zona inferior esquerda de qualquer campo visual. A princípio, isso indicaria, para todas as capas mostradas e as próximas, que o olhar do leitor se concentraria na parte inferior da página. Todavia, isso acontece quando existem elementos localizados em condições opostas, isto é, na parte superior e/ou à direita do campo visual, a composição visual caracteriza-se por uma tensão, ou seja, os elementos presentes nas fotos ou mesmo certas disposições dos corpos do modelo que interferem no equilíbrio compositivo, e, assim, exercem maior peso de atração visual. Uma perturbação pode ser um efeito de luminosidade que contrasta com regiões mais escuras, um ponto, uma linha diagonal, a sensação de movimento etc. No caso das duas capas, a “perturbação” será o corpo, dos modelos.

Os elementos situados nessas áreas de tensão têm mais peso do que aqueles nivelados na zona preferencial, ou seja, tem mais capacidade de atrair o

³⁷ Segundo Prado & Machado (2008) tal ato pode ser definido como “revelar publicamente a construção identitária (sentimentos, práticas e desejos) homossexual. Pode apresentar níveis distintos. Algumas pessoas se assumem apenas em âmbitos mais restritos e seguros, outras fazem disto um lema de vida, enfrentando o preconceito e a discriminação em âmbitos mais ousados. Sair do armário pode ser visto como uma ação política e, por isto, é motivo de divergências dentro dos movimentos GLBTs. Alguns acham importante denunciar a homossexualidade de vultos históricos e pessoas famosas (vivas ou mortas) e incentivam que todos assumam publicamente; outros acham que sair do armário é uma questão extremamente pessoal e deve ser respeitada” (p. 142-3)

olho (Dondis, 1971). Assim, os rostos dos modelos, encontram-se todos na parte superior das capas, portanto, numa zona do campo visual que atrai o olhar. Além disso, os rostos estão todos localizados próximos ao logotipo. Sabemos que o logotipo é o nome, a identificação da revista, portanto, o fato de o rosto estar localizado perto dele é também significativo no que se refere ao direcionamento do olhar do leitor. E o fato de se localizarem no alto da página e próximos ao logotipo faz dos rostos elementos privilegiados no primeiro contato que o leitor tem com a revista.

De acordo com Barthes (1989, p. 145), as fotos, “salvo no cerimonial forçado de algumas reuniões tediosas”, devem ser olhadas quando se está só, o que pode sugerir um momento de intimidade entre o leitor e o modelo. São milhares de exemplares da mesma revista, para milhares de leitores que vão consumir o(s) mesmo(s) corpo(s), porém, o leitor seduzido pelo olhar do modelo, pode ter a sensação de privacidade e intimidade com aquele corpo que, pelo tempo em que ele o observa, é dele. A presença do outro, no caso o leitor, é tão evidente e tão necessária que, se observarmos bem as capas aqui expostas, não há nenhum olhar de surpresa ou de constrangimento dos modelos por estarem sendo vistos em situação de nudez e desnudamento. Trata-se antes de um olhar de cumplicidade, um olhar que convida o leitor a comprar a revista e de participar do desnudamento.

Dando prosseguimento, voltamos às observações da capa onde aparece o ex-BBB Jean Wyllys e Alê Mañas, do *reality* show *A Casa dos Artistas*³⁸. Percebemos que o Jean está vestido com calça jeans e camisa florida. Com um olhar desatento, associamos a camisa que o Jean está vestido à aquelas que, geralmente, os surfistas usam. Todavia, se observarmos atentamente as flores que estão desenhadas no tecido, veremos que elas tem traços delicados, pontinhos, além das cores fracas, de forma implícita, para reforçar a imagem de não-viril do Jean Wyllys e fazer com que desloquemos o nosso olhar, quase que de imediato, para o modelo Alê Mañas. Ao observamos essas duas capas, o que importa não é mais o apresentador de televisão Clodovil ou o professor e

³⁸ Programa exibido pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)

vencedor do *reality* show Big Brother Brasil 5, Jean Wyllys, os não-viris, mas os modelos que estão ao lado deles, dotados de toda a virilidade e, mesmo com a ausência de pêlos, aquela não está comprometida devido aos músculos trabalhados e de aparência rígida.

Magnavita (2008) discutindo a respeito do “ideal” que há na mente das pessoas, e em especial, naquelas que são homossexuais afirma que,

um sujeito pode ser homossexual, contanto que não seja uma "maluca desvairada e caricata" (leia-se: afeminado) e, ao que parece, ser "velho" é também um demérito, e não uma condição natural e inevitável da biologia. Tal discurso não dá espaço para a invenção da homossexualidade a partir de um ativismo constante e auto-questionador, conforme nos propõe Foucault. Existe, para este tipo de militante, uma forma ideal de ser homossexual, uma forma que, justamente por ser idealizada, exclui terminantemente uma realidade: efetivamente, existem homens homossexuais afeminados, quer gostem disso ou não os gays descolados, modernos e másculos³⁹.

Tal afirmação do autor nos indica que, dentro do próprio grupo que já é estigmatizado por grande parte da sociedade heterossexual, existem outros grupos que sofrem preconceitos por não serem viris, por serem gordos, velhos etc. O que nos mostra que há uma seleção, dentro do grupo homossexual, do que é e o que não é bem vindo, o que podemos denominar de preconceito, havendo dessa forma, um grupo que domina, isto é, os másculos, viris, pois são discretos, logo, não percebidos pela sociedade quanto a sua orientação sexual e os dominados, os efeminados, não viris, tidos como passivos e que causam “vergonha”. São esses últimos à que será negada a existência nas capas da revista *G Magazine*.

É possível associar as críticas sobre a representação de homossexuais não dotados de virilidade, que geralmente aparecem na mídia, às críticas que um homem afeminado sofreria na antiga Grécia. Como aponta Magnavita (2008)

é extremamente comum, nos tempos modernos, a afirmação ‘eu sou gay, mas não sou afeminado e detesto afeminados’. Além

³⁹ Retirado do sítio: <http://www.portalcienciaevida.com.br/ESFI/Edicoes/22/artigo87205-1.asp> acessado em 30/04/2009.

disso, saliente-se o fato de que o termo pejorativo “bicha passiva” é amplamente utilizado por muitos homossexuais para se referir a outros com sinal de evidente desprezo. Nada disso é muito novo, e quem enxerga a antiga Grécia como um paraíso da diversidade gay, se equivoca profundamente⁴⁰.

Veyne (1999) nos mostra que um homófilo passivo (*diat ithemenos*) era desprezado e rejeitado tanto na Grécia quanto em Roma, especialmente pelo exército. Não ser dotado de virilidade era visto pelos antigos greco-romanos como algo desprezível. Na modernidade, mesmo por razões distintas, muitos homossexuais parecem sofrer da mesma aversão à passividade sexual masculina, pois ainda associam passividade à feminilidade.

Como aponta Magnavita (2008) há entre os homossexuais, um modelo normativo, que irá se basear em regras e em “modos de ser” que, longe de criar sujeitos criativos, vai criar aquilo que Foucault denominou de “clones”, “ao se referir aos homens de aparência similar nas paradas gays (na época de Foucault, homens com fartos bigodes e óculos Ray Ban; modernamente, homens anabolizados e preferencialmente depilados)”, como o que pode ser visto, por exemplo, na figura 09.

Como poderemos observar nas capas aqui mostradas, a grande maioria trará homens malhados, com corpos depilados. Estes “clones”, ao contrário de criarem a obra de arte de suas próprias existências, compraram o modelo pré-fabricado, uma identidade de plástico, uma identidade que busca o idêntico: o modelo, o molde, o “dever ser”. Mais sobre esse assunto, falaremos no terceiro capítulo deste trabalho.

⁴⁰ Idem, ibidem

The image shows the cover of G magazine. The central figure is a muscular man, Mauro Borges, wearing a white sailor's cap with a gold emblem, a white shirt, and a black necktie that is unbuttoned and hanging down. He is also wearing white trousers. He is posing with one hand on his hip and the other behind his head. The background is black with white circular lines. In the top left, there is a large orange 'G' logo with the word 'magazine' below it and 'ano 1 - # 8 - RS 9,90' underneath. On the left side, there is a white box containing the name 'MAURO BORGES' in a stylized font. On the right side, there is text in white and yellow: 'O DJ' in yellow, followed by 'Seus segredos mais excitantes', 'Os embalos e as suas paixões', 'As dez mais da sua pick-up', and 'A frenética história da dance music nas pistas'.

Fig. 13: Maio de 1998

Podemos afirmar que, no Brasil, em especial, a prática homossexual será construída e delimitada através da realidade que é expressa por meio dos comportamentos masculinos baseados na masculinidade tradicional.

Prado & Machado (2008) vão afirmar que autores que estudam sobre preconceitos, tais como Adorno e Horkheimer (1973); Crochik (1997); Camino (2002), dentre outros, afirmam que o preconceito geralmente passa do âmbito individual ao social tendo sempre uma ligação com a inferiorização social assim como na naturalização das desigualdades históricas.

Se há um elemento paradoxal no preconceito é que ele nos impede de “ver” que “não vemos” e “o que é que não vemos”, ou seja, ele atua ocultando razões que justificam determinadas formas de inferiorização históricas, naturalizadas por seus mecanismos. Em outras palavras, o preconceito nos impede de identificar os limites de nossa própria percepção da realidade.

Mesmo nas capas de abril e maio de 2005 onde aparecem esses “ícones” *gays* brasileiros, Clodovil Hernandez e Jean Wyllys, que se destacaram pela formação cultural e intelectual, há ao lado deles modelos bonitos, fortes e viris, que acabam fazendo com que a imagem dos “ícones” seja de certa forma, ofuscada, pois eles não possuem aquilo que geralmente os leitores da revista desejam ver, isto é, um corpo másculo, desejoso e sem trejeitos femininos, em síntese, eles não possuem um corpo potente. Dessa maneira, os modelos chamam a atenção para determinadas partes do corpo que é importante observar na encenação da nudez, mais precisamente para a genitália, como pode ser visto na fig. 13 onde a gravata preta do modelo leva os olhos do leitor em direção a genitália. A calça branca contribui para que a mão que segura a genitália ganhe destaque. Apesar de olhar para o leitor, o modelo fantasiado de marinheiro, ainda está com a boca semi-aberta, no escopo de se mostrar sensualizado. Com isso, o olhar do leitor acaba sendo levado para o contraste já mencionado (gravata+calça+mão) se fixando assim, na genitália não mostrada, mas que “ameaça” ser mostrada.

O leitor fica, então, atento àquilo que nos corpos fotografados deva ser admirado e admirável. Trata-se de um diálogo que se dá também pelo olhar; mais precisamente, nesse caso, pelo desvio do olhar.

The body, I would conclude, is inescapable in the construction of masculinity; but what is inescapable is not fixed. The bodily process, entering into the social process, becomes part of history (both personal and collective) and a possible object of politics. Yet this does not return us to the idea of bodies as landscape. They have various forms of recalcitrance to social symbolism and control⁴¹. (CONNELL *apud* REGES, 2008, p. 89)

A masculinidade⁴² tem a ver com relações sociais e também se refere aos corpos, uma vez que “homem” significa pessoa adulta com corpo masculino. Assim, podemos afirmar que a masculinidade é uma construção, um lugar simbólico e imaginário de sentido estruturante nos processos de subjetivação (Oliveira, 2004).

Connell (1995, p. 188-9) afirma que “nós vivenciamos as masculinidades como certas tensões musculares, posturas, habilidades físicas, formas de nos movimentar, e assim por diante”. Em síntese, quanto mais masculino mais viril.

⁴¹ O corpo, eu poderia concluir, é inevitável na construção da masculinidade, mas o que é inevitável não está necessariamente fixado. O processo corporal, entrando no processo social, torna-se parte da história (tanto pessoal como coletiva) e um possível objeto da política. Isto ainda não nos faz, porém, retornar a idéia do corpo como uma paisagem. Ele tem várias formas de recalcitrância no controle e simbolismo social. [Tradução do autor]

⁴² Segundo Petersen *apud* Oliveira (2004) a palavra “masculinidade” é derivada do termo *masculus* e passou a ser utilizada no final do século XVIII quando se realizava uma série de esforços físicos com o objetivo de estabelecer critérios mais explícitos que diferenciavam os sexos.

2.4 - MAS AFINAL, O QUE É REPRESENTAÇÃO?

Antes de falarmos sobre representação, acredito ser importante discutir um pouco acerca da mimesis diante da proximidade no que se refere a definição dos dois termos. Sabemos que mimesis é um conceito presente na estética desde a Antiguidade, sendo elemento importante na filosofia de Platão e Aristóteles, e que chegou até o século XX sendo retomado por pensadores como Paul Ricoeur, Jacques Derrida, e os representantes da Escola de Frankfurt, principalmente Walter Benjamin e Theodor Adorno.

Tanto Platão quanto Aristóteles viam na mimesis, a representação da natureza. Contudo, para Platão toda a criação era uma imitação, até mesmo a criação divina era uma imitação da natureza verdadeira. Sendo assim, a representação artística do mundo criado por Deus, isto é, o mundo físico, seria uma imitação de segunda categoria, pobre. Ou seja, para Platão mimesis é imitação.

Já Aristóteles via o drama como sendo a “imitação de uma ação”, que na tragédia teria o efeito catártico. Como abdica do mundo das idéias, ele valoriza a arte como representação do mundo. Esses conceitos estão no seu mais conhecido trabalho, a “Poética”. Ou seja, para Aristóteles mimesis é representação.

Aristóteles acreditava que houvesse interseções entre o real e a imagem que ele representava. A idéia de mimesis é associada à idéia de representação. Historicamente, é fundamental observar que, com o advento da tragédia e a progressiva democratização das instituições da cidade, abre-se margem para a discussão e para a anteposição de pontos de vista, o que instaura a ambigüidade da palavra.

No século XVI, a idéia de mimesis estava associada à idéia de *imitatio*, pois “a semelhança é o que há de mais universal” (ROUBINE, 1998, p.23). As palavras passam a funcionar como algo a ser decifrado e o mundo passa a ser coberto de signos. Nos séculos XVII e XVIII, as similitudes cedem lugar às identidades.

Mímesis remete à idéia de verossimilhança. Falando mais livremente, supõe-se haver uma homogeneidade entre o representado, isto é, o referente e o representante, ou seja, o objeto da mímesis, cabendo ao artista, ao fotógrafo, etc, corrigir, ajustar, modificar relativamente a fonte representada, sem, no entanto, mudá-la de tal maneira que se tornasse naturalisticamente irreconhecível.

Sobre isso,

Em sua incidência mais freqüente, a verossimilhança é a prática da redundância; a confirmação do já esperado; a repetição do simplificado. Por seu crivo, flui a obra conservadora e fácil. Falar a seu respeito em *wahr scheint* (parece verdadeiro) seria uma grosseria. Se o teórico não se satisfaz com a repetição das redundâncias é porque privilegia e estimula a obra que desafia as expectativas gerais; a que se nutre de um mínimo traço de continuidade com tradições existentes, esquecidas ou vigentes, mas sempre repostas em questão. Obra que, para ser acolhida, precisa então dispor de uma verossimilhança divergente. (LIMA, 2000, p. 66)

Observando o grande número de discursos, imagens e formas simbólicas em geral que são produzidas, em excesso, no mundo contemporâneo, assim como as influências destas manifestações no pensamento e nas práticas sociais dos indivíduos no dia-a-dia, as representações passam a ser um importante campo de visibilidade dos objetos que compõem a inteligibilidade histórica.

Como veremos, o termo “representação” possui uma complexidade de significados, sendo, muitas vezes, difícil estabelecer um consenso acerca de sua significação, como nos mostra Jodelet (2002), ainda mais quando se colocam categorias similares como as de imaginário, imaginação, mentalidades.

Minayo (1994) entende as representações como a reprodução de uma percepção retida na lembrança ou conteúdo do pensamento, isto é, idéias, utopias, desejos, compostos por categorias que expressam uma realidade. Fazendo uma análise das representações dentro da teoria social clássica, esta autora percorre o pensamento de vários teóricos desta corrente estabelecendo uma análise comparativa onde identifica as convergências e divergências dessas teorias.

Tanto Minayo (idem) quanto Jodelet (idem) observam que Durkheim foi um dos primeiros a trabalhar com o termo representação onde, para o qual, é a

sociedade que pensa, portanto as representações são produtos dos fatos sociais, não dependem da consciência individual. Assim, as representações são produto da existência humana.

Durkheim foi o primeiro a identificar tais objetos como produções mentais sociais, extraídos de um estudo sobre a ideação coletiva. Moscovici (1961) renovou a análise, insistindo sobre a especificidade dos fenômenos representativos nas sociedades contemporâneas, caracterizadas por: intensidade e fluidez das trocas e comunicações; desenvolvimento da ciência; pluralidade e mobilidades sociais (JODELET, 2002, p. 22)

A concepção do pensamento durkheiminiano seria contraposta, mais tarde, por Max Weber para o qual a vida social é composta pela intersecção do material como cultural, sendo as representações idéias, juízos que os indivíduos dotados de vontade possuem.

Existe, em Weber, uma maior autonomia do indivíduo no que se refere à produção e significação das representações, embora ele não deixe de situar o indivíduo no plano social. Assim, pode-se dizer que as representações são tanto sociais como individuais, ambas não se excluem, são complementares, pois os indivíduos são sociais. Já para Marx, segundo Minayo (1994), as representações são condicionadas pela vida material envolvida por uma dialética onde as circunstâncias produzem os homens, mas estes também produzem as circunstâncias.

A mediação entre o individual e o social é que permite historicizar as representações e torná-las objeto para apreensão e produção do conhecimento histórico. Sejam como discursos ou imagens, de qualquer tipo, as formas pelas quais as representações se manifestam, sempre serão produzidas por alguém. Sendo assim, o papel do sujeito é imprescindível para sua compreensão e, ao mesmo tempo este indivíduo ou grupos de indivíduos não constituem um microcosmo do mundo separado de seu tempo, dos valores de sua época como se estivessem protegidos por um campo de força, estes indivíduos são indivíduos sociais.

Dessa forma, as representações também podem ser consideradas como o meio pelo qual os indivíduos, grupos e instituições manifestam suas idéias e suas percepções de mundo, sua imaginação a fim de estabelecer uma relação de comunicação ou mesmo de dominação sobre os outros. No mundo contemporâneo a imprensa é um dos veículos onde estas representações se manifestam, através de discursos, imagens, idéias e palavras de ordem que chegam à coletividade e dependendo do capital simbólico que carregam podem elencar formas de percepção e, por conseguinte, alterar o pensar e o agir desta coletividade. É através deste veículo (a imprensa) que as relações humanas são mediatizadas por um conjunto de representações que tem o potencial de construir o mundo social (onde o real e o imaginário estão interligados).

Esta relação entre indivíduo e representação é abordada por Castoriadis (1995) para o qual não há possibilidade de compreender a problemática da representação fora da própria representação. Para este autor, a representação é compreensível na psique, esta é receptividade de impressões, capacidade de ser afetada, mas por outro lado, é também emergência da representação, ou seja, produz representação a partir de seu potencial imaginativo que o autor já citado denomina de imaginário radical. Suas manifestações são produzidas no plano individual.

Por outro lado, esta psique não é totalmente autônoma, ela sofre influência do mundo exterior e suas estruturas (social, cultural, econômica, política) estão em constante interação com estas esferas. É nessa perspectiva que Castoriadis (1995) estabelece a relação de um outro elemento que de alguma forma influencia a psique, o social-histórico. O social-histórico é entendido por este autor como as relações estabelecidas entre os indivíduos e as coisas que resultam no pensar coletivo. A sociedade é entendida como uma aparição regularmente determinada a partir do indivíduo como causa eficiente ou final, como coexistência de elementos pré-existentes, pois o indivíduo é um indivíduo social, que traz o social dentro de si. A dialética indivíduo-sociedade, na produção das representações, parece ficar mais clarividente nesta perspectiva.

Na história, estas relações entre individual e social na formação das representações além de ser considerada como um processo de interação, não parece ser plausível de ser concebida de forma dedutiva, estendendo para as particularidades formas e conceitos teoricamente generalizantes. A verificação empírica de cada objeto, de cada situação em cada contexto no qual o mesmo está situado exige métodos e categorias que podem ser válidas para si mas não co-extensiva para outros objetos. Embora as discussões sobre mudanças e permanências, bem como o macro e o micro na história sejam elencadas de forma a produzir diferentes possibilidades de pensar os objetos e, por conseguinte, produzir conhecimento a partir dos mesmos, certamente o que caracteriza a história e isso já foi verificado tanto com Le Goff quanto com Castoriadis, é a alteridade, o diferencial, a mudança.

Assim, Bourdieu (1987) entende as representações como estruturas estruturadas que atuam como estruturas estruturantes, ou seja, sendo enunciados performativos que pretendem fazer acontecer aquilo que anunciam criando as condições de sua realização, as representações mesmo sendo objetivadas no e pelo social podem ser reestruturadas sob novas percepções. Dessa forma, as representações podem criar novas representações.

Contudo, podemos nos indagar se as representações podem produzir algum efeito de sentido para a história. Este parece ser o ponto culminante desta abordagem, haja vista a concepção de história apresentada anteriormente, especialmente no mundo contemporâneo onde à produção de imagens, símbolos, discursos, idéias tem sido muito dissimulada, o que os seres humanos fazem é de alguma forma influenciado por estas representações.

A produção, circulação e apreensão destas formas simbólicas são algumas variáveis que permitem transformar as representações em objetos, de forma a estabelecer uma possibilidade de compreensão da inteligibilidade histórica nelas incutida. Para Bourdieu (1997), por exemplo, as representações como sistemas simbólicos – estes usados para dar existência às formas da representação – e elementos estruturados e estruturantes da comunicação e conhecimento, cumprem a função de exercer uma dominação política. Tendo ou não esta

primazia, o fato é que em determinadas circunstâncias elas conseguem estabelecer determinados círculos de sentido e, conseqüentemente, exercer influências consideráveis sobre a condição humana.

Ginzburg (2001) nos mostra que nas Ciências Humanas, há muito tempo vem se falando de representação, algo que se deve, sem dúvida, à ambiguidade do termo, pois, de um lado, a representação se faz às vezes da realidade representada, evocando assim, a ausência; de outro, torna visível a realidade representada e, portanto, sugere a presença. Para o autor esse é um aborrecido jogo de espelhos e ele não se detém nisto. Para ele, a imagem é ao mesmo tempo presença e sucedâneo de algo que não existe.

A origem do termo “representação”, segundo Ginzburg (2001) remonta ao século XIII onde denominava-se *représentation* os manequins que podiam ser de cera, madeira ou de couro. Estes eram colocados junto do corpo dos soberanos ingleses e franceses durante o funeral. Enquanto o rei era velado, a presença do manequim era um testemunho da transcendência do rei e a sua presença no mundo dos mortos. Os manequins tinham como função, lembrar aos presentes que o rei, a partir daquele momento, estava assumindo outra forma e que uma outra e nova vida estava começando para aquele morto e “a *imago* funerária substituía o cadáver ausente” (Ginzburg, 2001, p. 91).

Etimologicamente, “representação” provém da forma latina *repraesentare* – fazer presente ou apresentar de novo. Fazer presente alguém ou alguma coisa ausente, inclusive uma idéia, por intermédio da presença de um objeto.

Segundo Chartier (1998), o principal objetivo da Nova História Cultural é identificar o modo como, em diferentes espaços e períodos, determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler. São estes esquemas intelectuais incorporados que criam as figuras por qual o presente pode adquirir sentido, o outro, e tornar inteligível o espaço a ser decifrado. Dessa forma, as representações do mundo social são sempre determinadas pelos interesses de grupo que as forjam. Portanto, para cada caso, torna-se necessário relacionar os discursos proferidos com a posição de quem os utiliza.

Representação, segundo o autor, é um instrumento de conhecimento mediato que faz ver um objeto ausente, através de sua substituição por uma “imagem” capaz de reconstituir em memória e de figurar a forma como ela é. O surgimento da noção de representação mostra duas famílias de sentidos aparentemente contraditórios: por um lado, a representação permite ver algo ausente, o que supõe uma clara distinção radical entre o que representa e aquilo que é representado. Por outro, a representação é a exibição de uma presença, a apresentação pública de algo ou de alguém. Para Hall (2000), é através do modo como representamos as coisas nos diferentes espaços sociais e culturais que elas adquirem significados.

Predominantemente, existem três abordagens teóricas em termos de representação. Na abordagem refletiva ou reflexiva, a linguagem apenas reflete o que existe no mundo – seus objetos, pessoas, eventos – tal como um espelho, sem interferir no processo de representação; na abordagem intencional, a linguagem expressa a ideologia do sujeito falante, aquilo que ele quer dizer, os traços de sua personalidade; na abordagem construcionista, a mais aceita por Hall (2000), o significado é construído através da linguagem, com o uso de sistemas representacionais – conceitos e signos. Nessa abordagem, “são os atores sociais quem usam os sistemas conceituais de sua cultura e outros sistemas lingüísticos e representacionais para construir significado, para tornar o mundo significativo e comunicar de forma coerente este mundo para outros” (HALL, 2000, p.25).

Esses sistemas de representação mencionados anteriormente envolvem dois processos: no primeiro, todos os objetos, pessoas e eventos são relacionados a uma série de representações mentais. Sem elas, nós não interpretamos de forma significativa. Nessa abordagem, o significado depende do sistema de conceitos ou imagens formado em nossa mente e usado para representar o mundo.

Segundo Woodward (2004, p.17), “a representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e aquilo que somos”.

Assim, através de princípios como o da similaridade, organizamos, arranjamos e classificamos, efetuando relações complexas com o que vemos e também com o que nunca poderá ser visto, já que algumas formas de representação referem-se a seres e conceitos abstratos.

Cada pessoa compreende e interpreta o mundo de forma individual – por isso somos sujeitos únicos; entretanto, como fazemos parte da mesma cultura e compartilhamos os mesmos conceitos, somos capazes de nos comunicar porque interpretamos o mundo de forma similar.

O segundo processo do sistema de representação acontece através da linguagem. Nossos conceitos compartilhados necessitam ser expressos em uma linguagem comum, em palavras escritas, sons falados e imagens visuais. Os signos – palavras, sons e imagens carregados de significado – representam os conceitos assimilados por nossa mente e a sua relação com o mundo exterior, traduzindo o sistema de significação de dada cultura, ligando-se a formas de poder, pois através dos sistemas de representação constroem-se lugares a partir de onde os indivíduos podem se posicionar e falar.

Ainda em Woodward (2004, p.18): “Todas as práticas de significação que produzem significados envolvem relações de poder, incluindo o poder para definir quem é incluído e quem é excluído”.

As palavras são, portanto, apenas um dos elementos que, em conjunto com outros como o visual ou o gestual, compõem um sistema representacional e, justamente por serem as mesmas limitadas em certos aspectos, não conseguem representar de forma plenamente fiel à relação entre signo, conceito e o objeto ao qual se relacionam (Silva, 2004b). Para tanto, precisam fazer parte de um conjunto onde palavras, visual e gestual tracem um panorama o mais próximo possível do que se quer mostrar e/ou exprimir.

Como sabemos, “[...] as culturas modernas, [...] adotam como eixo de orientação o investimento no material em detrimento do coletivo, definindo identidade como um problema do sujeito ligado exclusivamente à ordem no privado.” (NOLASCO, 2001, p. 25). Assim, começaram a emergir grupos sociais que buscaram recodificar suas representações sociais, uma vez que estas não

lhes conferiam o reconhecimento e valores desejados. Entretanto, ao reafirmar um novo tipo de representação uma outra é negada, como poderemos observar mais adiante.

Pela natureza do material analisado, nosso trabalho se insere numa perspectiva discursiva verbo-visual. Isso significa que os aspectos visuais devem receber um tratamento analítico tão sério quanto os verbais, uma vez que os primeiros são tão importantes quanto os segundos para a produção de efeitos de sentido suscitados na discursividade da imprensa especializada. É preciso ter em mente que a visão envolve algo mais do que o mero fato de ver que algo seja mostrado (DONDIS, 1973, p.13).

Nas capas da revista analisada são usadas relações sgnicas na construção de sua unidade, que se alicerça justamente na pluralidade significativa e utiliza precisamente a composição sígnica, que perpassa o histórico-cultural chegando ao psíquico. Dessa forma, um homem loiro, por exemplo,  ícone quando tomado como imagem, mas  símbolo quando representa "glamour", "beleza", como pode ser visto nas capas que seguem. Elementos como carro, uma bola de futebol ou objetos de couro, por exemplo, podem ser tomados como ícones, quando imagens, mas símbolos quando representam idéias abstratas como "status", "sofisticação", "potência".

Como nos mostra Chartier (1998), a representação é instrumento de conhecimento imediato que revela um objeto ausente, substituindo-o por uma imagem, capaz de traz-lo  memória e de o figurar tal como ele é. Desse modo, a relação de representação é entendida como a correlação de uma imagem presente e de um objeto ausente, um valendo pelo outro.

O autor também atenta para a distinção fundamental entre representação e representado, isto é, entre signo e significado, que  pervertida pelas formas de teatralização do antigo regime. Ou seja, todas tem o objetivo de fazer com que a identidade do ser não seja outra coisa senão a aparência da representação, corroborando, assim, ao que foi dito acima.

As capas da *G Magazine* que passaremos a analisar no próximo capítulo, são aqui consideradas o conteúdo mais importante da revista e que, por isso,

chamam para a leitura, anunciam e, em alguns momentos sugerem o nú frontal que está por vir, mas, apesar de ser a “estrela principal” dos ensaios fotográficos, a genitália não é mostrada nem anunciada de imediato. Talvez pelo desejo de se afastar da imagem pornográfica pejorativa, e/ou pela regulamentação da imprensa que proíbe a exibição de genitálias nas capas. Apenas em uma capa o modelo aparece com nú frontal (fig. 07), mas, quando a revista estava a venda nas bancas, a genitália ficava escondida com uma tarja. Há toda uma representação do corpo que tem como efeito a erotização do caráter pornográfico correntemente atribuído à exibição da genitália desnuda. Essa encenação constrói uma cenografia da revelação de uma intimidade, a partir da invasão consentida da privacidade, que dá sentido a essa nudez.

A fotografia será aqui entendida como uma imagem associada a um ato inseparável de sua enunciação e de sua recepção. Assim, o fotógrafo, o dispositivo técnico, a cena e seu(s) ator(es) e, por fim, o espectador, fazem parte do processo de significação. Ao abordar e fazer um itinerário histórico da questão do realismo fotográfico, nos seus primórdios, com sua ênfase no fascínio da representação da realidade, a imagem técnica funda um discurso que perdura até os dias de hoje, de localizá-la no âmbito da analogia. Com um discurso da imagem técnica existindo como um espelho, em que a realidade se projeta mecânica e quimicamente, essa abordagem define-a como uma visão automática da realidade e, portanto, objetiva, quase natural, especular.

E é essa quase naturalidade das imagens técnicas que vai permear o imaginário dos leitores e daqueles que veem as capas da revista *G Magazine*. Nela estarão sempre presentes homens viris que querem se mostrar para os outros e tal virilidade é reafirmada não apenas pelo corpo, mas pelo semblante e elementos de cena que constituem a fotografia da capa da revista.

No próximo capítulo, buscaremos aplicar o que discutimos nos dois primeiros, com análise de outras capas da *G Magazine* e, paralelo a isso, faremos uma discussão acerca do corpo, observando como eles são projetados nas capas que serão analisadas, onde se permite um olhar sobre as convenções que regem a corporalidade desejável e desejante e, o mais importante, o quanto o corpo,

neste caso, masculino, foi sofrendo adaptações no tocante à estética para que, mesmo perdendo alguns elementos que representam, por si só a virilidade ou masculinidade, essas continuem se fazendo perceber por outros detalhes.

CAPÍTULO III: CORPO, PARA QUE TE QUERO?

Tudo que é profundo gosta da máscara.

Frederich Nietzsche

3.1 – Corpo: Expandindo e mantendo a masculinidade

O corpo, seja este do homem ou da mulher, ao longo da história, passou por diversos processos de ressignificações, principalmente no século XX onde foi sendo inventando teoricamente, ou seja, foi ligado ao inconsciente (psicanálise), amarrado ao sujeito (existencialismo) e inserido nas formas sociais da cultura; e aos poucos, deixou de ser visto como lugar “sacro”, passando a ser aceito e tido como “eu-pele” (COURTINE, 2008), onde, principalmente na década de 1970 as ditas minorias passaram a afirmar: “Nosso corpo nos pertence” jargão repetido ainda hoje, no século XXI, por mulheres que desejam realizar aborto sem ter que pedir autorização ao Estado e/ou por pessoas que desejam passar por intervenção cirúrgica para a mudança do sexo biológico.

O “culto ao corpo” é um mecanismo altamente eficiente de individualização, ao responsabilizar cada indivíduo por sua aparência, isto é, instaurando uma nova moralidade, a da “boa forma”, referida à juventude, beleza e saúde e, conseqüentemente, acentuando particularismos ao fazer de cada indivíduo uma espécie de escrutinador de cada detalhe de seu corpo e aparência, mas não deixa de existir, ao lado desses movimentos que promovem ou acirram uma espécie de individualização, alguns outros imperativos, igualmente eficazes, porém opostos e contraditórios. Como nos mostra Bourdieu (1987, p.9),

Quanto mais se impõe o ideal de autonomia individual, mais aumenta a exigência de conformidade aos modelos sociais do corpo. Se é bem verdade que o corpo se emancipou de muitas de suas antigas prisões sexuais, procriadoras ou indumentárias, atualmente encontra-se submetido a coerções estéticas mais imperativas e geradoras de ansiedade do que antigamente.

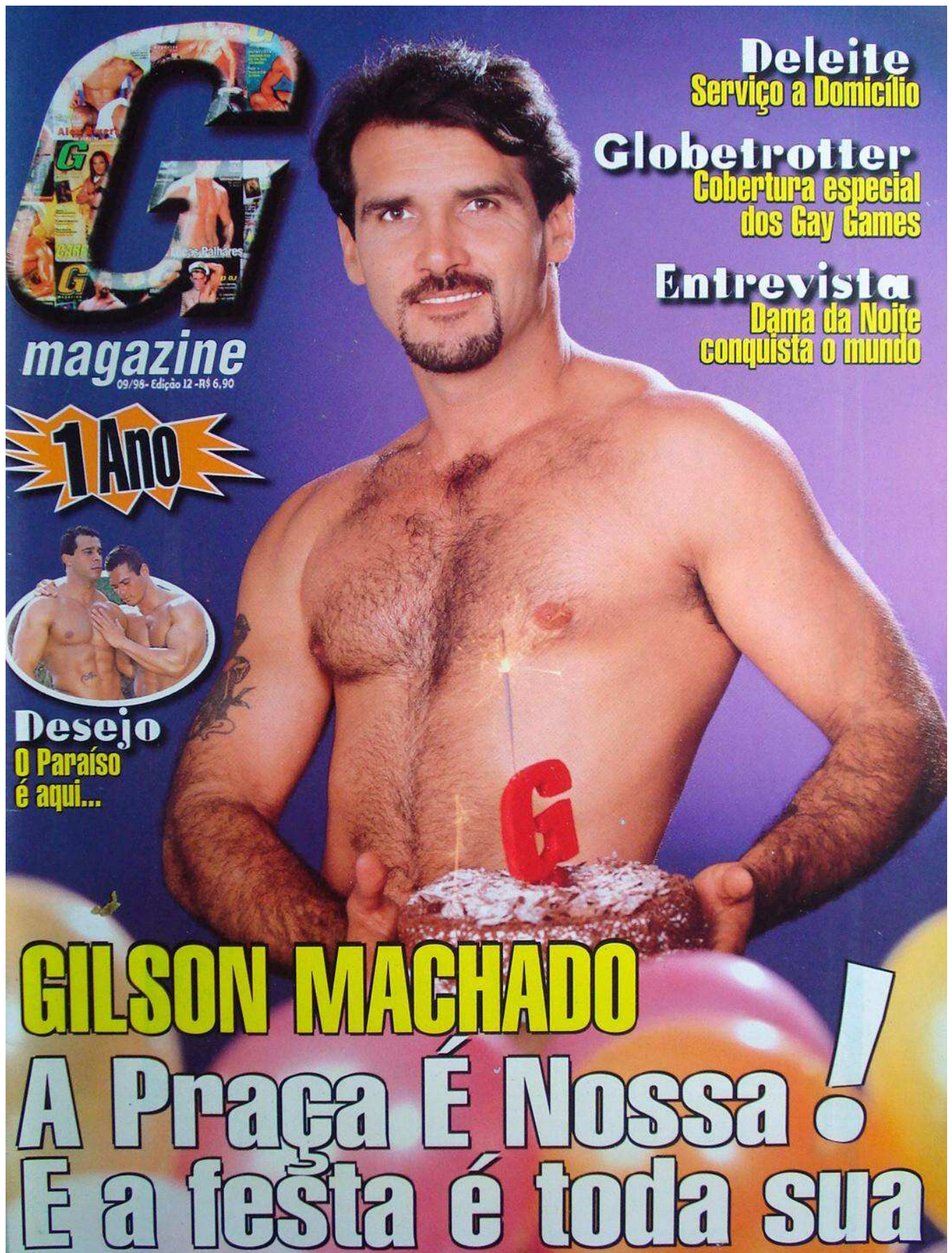
Pode-se dizer que, sob a moral da “boa forma”, um corpo trabalhado, como visto nas figuras 13 ou 14, cuidado, sem marcas indesejáveis, isto é, rugas, estrias, celulites, manchas e sem gorduras e flacidez, é o único que, mesmo sem roupas, estará decentemente vestido. Como lembra Courtine (1995), ao tratar do desvelamento do corpo masculino nos Estados Unidos do final do século XIX, “um corpo de homem, se é musculoso, não está jamais verdadeiramente nu.” (p. 68).

Hoje, mais do que nunca, é possível afirmar que o corpo carrega consigo as marcas simbólicas de classe, de origem e de gênero, se constituindo assim, um grande espaço de pesquisa e análise, em especial, para as ciências humanas.

Desta feita, pode-se dizer que a discussão acerca da masculinidade está atrelada à questão do corpo, pois o mesmo será de extrema importância para que ela passe a ser vista, servindo este, como uma espécie de suporte para que aquela possa vir a ser. Ou seja, o corpo torna-se importante no tocante a afirmar e reforçar, especificamente, o ser homem e o ser másculo, sendo que esta última necessitará da permanência de determinados tipos de gestos, símbolos ou ações para reafirmar aquilo representado. Na figura 14, por exemplo, a virilidade do modelo é representada apenas por dois elementos: a barba e os músculos. Ele pode até ter trejeitos femininos ou voz não muito grossa, mas, a imagem do mesmo não vai demonstrar isso. É onde se encaixa aquela famosa máxima: “Uma imagem vale mais do que mil palavras”.

Neste ponto, acordamos com Badinter (1995) *apud* Ramos (2000) onde afirma que tornar-se masculino “envolve fatores psicológicos, sociais e culturais que nada têm a ver com a genética e que desempenham, talvez, papel mais determinante do que ela” (p.45).

Assim, a masculinidade dos modelos que aparecem nas capas da revista *G Magazine* estará, em primeiro plano, apresentada e representada no corpo e, em segundo plano, nas roupas e cenários onde eles estarão fotografando durante os ensaios fotográficos. Podemos observar, por exemplo, na figura 15, o quanto o modelo “exala” masculinidade apenas por mostrar o corpo e o quanto os pêlos e os músculos contribuirão para reforçar tal marca no corpo dele.



G
magazine
09/98 - Edição 12 - R\$ 6,90

1 Ano

Desejo
O Paraíso é aqui...

Deleite
Serviço a Domicílio

Globetrotter
Cobertura especial dos Gay Games

Entrevista
Dama da Noite conquista o mundo

GILSON MACHADO
A Praça É Nossa !
E a festa é toda sua

Fig. 15: Setembro de 1998

É importante perceber que o modelo dessa capa representa a chamada masculinidade tradicional, onde, além do corpo “trabalhado” o mesmo estará revestido por pêlos. Veremos, ao longo de nossa análise que, esses tipos de homens com pêlos pelo corpo, com o passar do tempo, vão deixando de ser a “estrela principal” das capas desta revista e nas demais voltadas para o público heterossexual⁴³ e boa parte das que são voltadas para o público homossexual⁴⁴, dando lugar aos corpos lisos, depilados, mas, ainda malhados em situações, cenários e gestos que reforçam a virilidade.

⁴³ Podemos ter como exemplo *Men's Health* revista publicada no Brasil voltada, a princípio e de acordo com a editoria da mesma, para o público masculino e heterossexual que se preocupa com a saúde, beleza, moda, tecnologia e viagens. *A Men's Health* foi lançada em 1987 nos Estados Unidos e é publicada em mais de 30 países.

⁴⁴ Podemos citar a *Dom* e *Júnior*, além da *G Magazine*

3.2 – PARA “FECHAR” A ONDA É SE DEPILAR E MALHAR!

As poucas vezes que apareceram homens com pêlos no tórax nas capas da *G Magazine* – nos primeiros cinco anos de publicação e depois muito esporadicamente – poderemos perceber que esses pêlos passaram por um processo de “disciplinamento” e os músculos ganharam uma atenção e valorização maior, como discutiremos mais adiante. Antes, todavia, falaremos um pouco nas mudanças sociais ao longo das últimas décadas do século passado que contribuíram para reinventar o ser másculo na atualidade, onde muitos autores já chegaram a afirmar que a masculinidade está em crise.

Courtine (2005) nos mostra que nas últimas décadas do século XX começou a ser gestada, a princípio nos Estados Unidos e depois em outros países, o que se denomina de “indústria do músculo”, que trouxe para o nosso dia-a-dia um mercado relativo ao ferro, às vitaminas e ao suor. Essa indústria oferece, além dos aparelhos de musculação, suplementos nutricionais e revistas especializadas no tocante a boa forma e a saúde, além de indicações mais estéticas, como dicas de regimes, para o desenvolvimento corporal, etc.

Houve uma mudança nas máquinas usadas para malhação, onde elas se tornaram mais “confiáveis”, mais amigas, fazendo com que a “tecnologia do suor”, aos poucos, fosse se deslocando das acadêmicas para dentro da casa daqueles que sentiam, e ainda sentem, a necessidade de trabalhar o corpo, “estar bem” e melhorar o “estilo de vida” e, aos poucos, o músculo passou a ser um modo de vida.

Durante muito tempo, a preocupação com a aparência e com determinado modelo de corpo ficou restrita (e permitida) apenas as mulheres, mas hoje os homens também possuem essa preocupação.

Estar com o corpo malhado automaticamente se atribui força, virilidade, hombridade, potencialidade e saúde. Tais sinônimos, todavia, não são atribuídos aos homens que possuem o corpo gordo ou flácido, pelo contrário, a imagem sempre atribuída a eles é a de pessoa sedentária, que toma espaço e, quando

muito, pessoa forte, não por ter força, mas por ser pesado. Ou seja, o peso torna-se uma forma de medir a saúde. Saudável é aquele que tem corpo sem excesso de peso, que possui corpo malhado.

Como reflete Leite Jr (2009),

Atualmente, parece que o ideal de corpo tornou-se esguio e firme. O perfil considerado belo e “normal” até algumas décadas atrás, hoje é considerado “gordo” e motivo de preocupação e vergonha. Em oposição ao início do século XX, quando a gordura corporal ainda era sinônimo de fartura econômica e prestígio social, agora a obesidade é associada às classes baixas e sem capital cultural, pois estas são vistas como não tendo tempo para cuidar de si mesmas (cuidado apresentado no corpo) (...). Para a ciência, ser gordo é ser doente. A estética dita a completa inadequação desses corpos em qualquer padrão de beleza. Ser gordo é também ser feio. A moral associa o excesso de gordura a preguiça, à falta de vontade e, conseqüentemente, ao caráter fraco e ressentido. Ser gordo é ser doente, feio e vagabundo. (p.525)

Os modelos que aparecem nas figuras 09 e 15, mesmo não tendo o tórax “trabalhado”, têm uma definição física, onde o peitoral substitui um tórax mais definido, todavia, o mais importante é que eles posam para *G Magazine* porque não são obesos, não têm barriga, ou seja, são pessoas saudáveis e desejáveis, como demonstra ser o modelo que aparecerá na figura a seguir.

Essa idéia de corpo malhado, logo, saudável, não começou a ser gestada em curto prazo. Segundo Vigarello (2007) desde o começo do século XX que isso já vem sendo criado.

As enciclopédias domésticas, os livros para o lar, os dicionários da vida prática se enriquecem de súbito na virada do século XX com inúmeros exemplos de práticas físicas. Seus métodos se fragmentam como nunca, prometendo “um corpo mais harmonioso, mais belo” (p.199)

Para o autor, o ato de malhar, de seguir programas, regras para (re)construir o corpo com movimentos sistematizados, mecânicos e precisos é, na

verdade, uma forma de deixar esse corpo educado “de acordo com um código analítico de progressão, músculo por músculo, parte após parte” (p.199).

Ser “macho” e viril, assim, é ser visto, também, como um vitorioso, ser melhor que outros. A “atividade” (força física e, algumas vezes, a força moral) é uma dos principais artifícios usados pelos que produzem as capas dessa revista, basta observar os modelos escolhidos e seus corpos musculosos.

Os corpos dos modelos que posam para a revista em análise, especificamente, vão obedecer a um modelo que se encontra no imaginário dos homens no geral, sejam estes hetero ou homossexuais, isto é, eles devem ser “deliciosos, musculosos e bem-dotados” (REGES, 2008) sendo esse, um padrão de corporalidade que pode ser encontrada, a princípio, nas revistas homoeróticas onde se exhibe ou insinua o nu masculino.

www.gmagazine.com.br

G

[magazine]

Ano 6 - Agosto/2004
Edição 83 - R\$ 8,90

Fractal

ESPECIAL
Olimpíadas e preconceito

HELP!
O que fazer com o ex

OLHO NO OLHO
Trevisan:
60 anos de amor

CORPO
Adeus às gordurinhas

REPORTAGEM
O subúrbio gay

ENTREVISTA
Fernando Pires aos seus pés

Dimas Caetano
GAROTO FITNESS 2004

ISSN 1516-2753

Fig. 16: Agosto de 2004

O erotismo desses corpos estará ligado a alguns elementos, tais como: o corpo musculoso – uma musculatura definida - o famoso “bombado” ou “barbies”, mas que não chegam aos limites extremos dos *boudbuilds*⁴⁵ norte-americanos – e o pênis grande, sendo que este último, quase nunca será mostrado, mas insinuado. Símbolos de virilidade e força, o corpo musculoso e o pênis grande vão ser postulados como características imprescindíveis para representar a virilidade masculina nas capas da *G Magazine*.

Aos poucos vamos percebendo essa masculinidade tradicional, onde os homens que aparecem com corpo peludo e pouco trabalhado passam a ser substituídos por modelos que representam uma masculinidade mais flexível, mas tão viril quanto a anterior, com corpos mais dóceis e úteis para o consumo de mercado, seja enquanto modelo a ser obtido ou desejável, como poderemos observar na capa a seguir onde o modelo, além de passar a imagem de homem saudável, é jovem e possuem um corpo “vendível”, ou seja, enquadra-se no modelo de corpos trazido pela mídia em geral.

Além da ausência de pêlos, outro ponto que merece ser destacado é que tanto o modelo da figura 16, quanto o da figura 17, por exemplo, possui rosto de uma pessoa jovem ou de um adolescente, mas nem por isso ele perde sua virilidade. A ausência de barba contribui para que os modelos se aproximem da imagem de garotos novos, pois, dentro do padrão de normatização que faz parte do imaginário de nós, ocidentais, barba, além de outros atributos, traz consigo a idéia de pessoa mais velha e, em alguns casos, pessoas sujas e descuidadas. Podemos afirmar então que, para muitos, o ato de se barbear e eliminar os pêlos do corpo é uma forma, também, de esconder o envelhecimento e aparecer jovem e saudável.

Essas técnicas de gerenciamento do corpo que floresceram no decorrer dos anos 80 são sustentadas por uma obsessão dos invólucros corporais: o desejo de obter uma tensão máxima da pele; o amor pelo liso, pelo polido, pelo fresco, pelo esbelto, pelo jovem; ansiedade frente a tudo o que na aparência pareça

⁴⁵ Aqueles que trabalham no corpo como um “artesão”, moldando-os de acordo com o desejo de se sentir mais musculoso e viril.

relaxado, franzido, machucado, amarrotado, enrugado, pesado, amolecido ou distendido; uma contestação ativa das marcas do envelhecimento no organismo. Uma negação laboriosa de sua morte próxima. (COURTINE, p. 62, 1995)

A normatividade ou normalização teve ação disciplinar direta sobre o corpo. Era sobre ele que se refletiam os diferentes saberes-poderes⁴⁶.

Notamos a “atividade” freqüentemente relacionada com força física, corpos musculosos, homens viris. Desta feita, podemos perceber a influência da historicidade na construção dessas analogias. Tal influência está inteiramente relacionada com a história da higiene corporal.

Os textos de higiene persistem em renovações práticas, como a promoção do sabão. O mecanismo das cidades e a moral se mesclam, ou seja, a limpeza do pobre é o aval de sua moral – quem nunca ouviu a máxima “sou pobre mas sou limpinho”? -, a garantia de “ordem” numa cidade industrial. Higiene ganha o caráter disciplinar (ordem e moral), não apenas o vigor corporal.

Visivelmente, barbear-se deixa de ser um ato relacionado à salubridade e passa a ser um ato moral. O conceito de virilidade sofre, dessa forma, uma interferência direta: ser macho também passa a ser saudável e ser moralmente forte e limpo. São relações de poder distintas entrando em choque, masculinidades em disputa. Nessa “queda de braço”, aos poucos uma cede espaço à outra. Onde poucas vezes encontraremos nas capas dessa revista, homens com pêlos. Estes foram substituídos por músculos. Desta feita, a masculinidade não passa a ser duvidosa, pelo contrário, a revista acaba vendendo as imagens de homem viril, forte, limpo e saudável.

No dia-a-dia admitem-se bigodes, cavanhaques, barbas, desde que aparados e limpos. Como podemos perceber, barbas são quase inexistentes nos modelos que apareceram nas capas da *G Magazine* de forma geral. Mas altera-se a construção da virilidade, agora representada nos corpos de outra forma. No passado, a barba e outros pêlos corporais indicariam a maturidade e virilidade daqueles que os possuíssem, enquanto nos dias atuais essa significação é assumida pelo modelo mesomórfico de corpo e pela musculatura, estando esta

⁴⁶ Assunto já debatido em capítulo anterior

associada a homens “machos”, viris, fortes e, no caso da revista, potentes sexualmente.

Segundo Parker (1991, p.74),

(...) não é de admirar, dado nosso entendimento tanto da tradição patriarcal como da linguagem do corpo no Brasil contemporâneo, que a figura do machão devesse ser tão importante quanto o pai ou marido na construção da definição popular de masculinidade. Tanto quanto qualquer outra figura isolada, o machão incorpora os valores tradicionalmente associados com o papel de macho na cultura brasileira – força e poder, violência e agressão, virilidade e potência sexual.

Observando o nosso recorte temporal para esse trabalho, perceberemos que poucas capas trarão um modelo de homem mais “rústico”, com pêlos pelo corpo, quando estes posavam, quase sempre reforçavam essa imagem de homem macho, representando força e poder como vimos na citação acima e como poderemos observar na figura que virá a seguir.

Há sempre, nessas revistas, uma necessidade de mostrar que eles são pessoas bonitas, que cuidam do corpo e que são limpos. É interessante observar que, mesmo ligando a imagem do homossexual à beleza, evita-se deixá-lo em poses ou usando roupas que o deixem “afeminados” ou com a virilidade em questionamento.

Uma capa que traduz um pouco essa mudança que aconteceu no final do século passado, onde os homens passaram a deixar o corpo higienizado – leia-se sem pêlos – passando a trabalhar mais os músculos para que a virilidade não ficasse comprometida pela falta de pêlos é a que segue mais adiante⁴⁷, onde o modelo, além de estar representando uma profissão tradicionalmente tida como de homens – a de piloto de avião – está abrindo a camisa para mostrar a quase inexistência de pêlos no peito. Mesmo não tendo os músculos do tórax definidos, ele sorri, demonstrando estar feliz por mostrar o seu corpo.

As formações imaginárias, como nos indica Chartier (1998), nos possibilitam a analisar como o homem “lê” as representações de seu gênero: o

⁴⁷ Ver pág. 126

homem moderno cuida da aparência, é ativo e que se preocupa com a saúde e beleza, logo, o homem moderno é aquele que alcançou o sucesso.

A imagem do homem “machão” cedeu lugar ao que se cuida, mas que, nem por isso, perde a sua virilidade, pelo contrário, ele vai utilizar bem mais o corpo para reafirmar que ele é “macho” e isso vai fazer com que, no final do século XX surgisse a idéia do chamado homem “metrossexual” que é aquele que cuida do corpo e da beleza mantendo a virilidade.

O corpo idealizado, configurado conforme os parâmetros que podemos considerar como de boa forma, é, antes de ser um corpo bonito, um corpo (re)construído a partir de um conjunto de discursos, práticas e procedimentos de várias naturezas que visam torná-lo culturalmente adequado, capaz de atender às exigências de uma corporeidade supostamente considerada ideal. O corpo ideal, antes de ser belo, deve ser sinônimo de não gordo e saudável.

Todavia, como nos mostra Monteiro (1990), cada vez mais cuidar da aparência se torna parte integrante de um homossexual bem sucedido. Não ser gordo, estar na moda, usar perfumes e cremes e até mesmo depilar se tornam práticas corriqueiras. Ato que, aos poucos passaram a ser adotados pelos heterossexuais que acabou contribuindo para o surgimento do termo “metrossexual”⁴⁸.

É importante observar também que Alexandre Frota (fig. 19) possui um corpo definido, não podendo ser taxado como gordo. Podemos notar ainda que o mesmo está sério e não expressa nenhum sorriso, nem tampouco sugere uma cumplicidade com o leitor.

⁴⁸ O termo metrossexual foi cunhado por Mark Simpson, em 1994, para designar o homem heterossexual que utiliza boa parte de seu orçamento com cosméticos, acessórios e roupas de marca.

G
 magazine
 Ano 1 nº 2 R\$ 5,90

Desejo
 Um amante latino
 em fina estampa

Videoteca G: Greased Up, um Falcon inédito!

Sua revista G
 agora com mais
 páginas

PROCURADOS
 encontre aqui
 o seu par

Gourmet
 RODOLFO BOTTINO
 ESTRÉIA COLUNA
 DE CULINÁRIA

GATO DA CAPA
 Revelação de
 Cindy, o Frêje,
Alex Rivera
 um fauno sedutor

MEXA-SE
 Pra ficar
 em forma

Fig. 17: Novembro de 1997

Os leitores não se deparam apenas com o rosto do modelo, deparam-se também com seu olhar. Frota olha fixamente para frente, o que dá a impressão de que mira o leitor e busca também o seu olhar. Mesmo aparecendo de punhos serrados, passando a imagem do chamado *bad boy*⁴⁹, o mesmo não sugere o medo em que vê, o motivo se deve pelo fato da calça do mesmo estar com o botão aberto, o que faz sugerir que ele é uma pessoa disponível para dar prazer, posando como um “verdadeiro” macho.

Outro elemento que reforça a masculinidade do modelo é a tatuagem. Para Sanders (1989), a tatuagem é um meio de individuação que tem a tarefa de demarcar a diferença em relação ao outro, tatuado ou não. Também constitui uma demarcação de inconformismo que pode expressar a incorporação de uma estética pessoal.

Por outro lado, a grafia epidérmica permite reivindicar o pertencimento a uma categoria social, servindo como uma espécie de “etiqueta coletiva” (DURKHEIM, 1972, p. 113), simbolizando a filiação privilegiada a um grupo social específico que busca demarcar sua identidade coletiva em um processo emblemático.

Representações e práticas podem ser sugeridas pelos símbolos que os integrantes desse grupo urbano inscrevem na pele. As tatuagens mais comuns entre os fisiculturistas e freqüentadores assíduos das academias são aquelas que expressam força, autoridade e poder, relacionando-se este diretamente à virilidade.

⁴⁹ Homens que posam como malvados, mas, ao mesmo tempo, sensuais. (N.A)

G
magazine

Ano 9 - Novembro/2006
Edição 110 - R\$10,90

Fractal

ISSN 1516-9753
0110
9 781516 975308

Marcia Tiburi
a filósofa pop

balanço das
eleições 2006

mais prazer com
o **neotantra**

o que fazer
quando o
amor acaba

sabonetes
escolha o seu

cozinhando
com **pimenta**

plano B
mudar de vida
é possível

ex-Varig
Eric Lobão
veja o que o
uniforme escondia

Fig. 18: Novembro de 2006

A tatuagem torna-se um adorno para as qualidades físicas diretamente ligadas ao gênero e às hierarquias de poder e relações de força a ele inerentes (LE BRETON, 2004). Ou seja, mais uma vez a revista reafirma a representação da identidade de um homossexual que cuida apenas do corpo e que busca sempre se manter viril.

Nas capas vistas e analisadas até aqui e, especialmente na fig. 13, podemos observar ainda, o destaque que foi dado ao corpo dos modelos. Quase sempre sem camisa e com corpo forte, malhado, com músculos definidos. É importante observar que, mesmo representando toda uma agressividade, o corpo apresentado na capa da fig. 18 possui uma presença mais saudável do que o corpo mostrado na fig. 15. Se observarmos, a cor morena, ganha destaque com o óleo espalhado no corpo do modelo acaba representando uma presença de saúde ao contrário do corpo branco, quase pálido, sem vida, de Gilson Machado (fig. 15).

Observamos também que, possivelmente, com o passar dos anos, os produtores das fotografias da *G Magazine* passaram a perceber que um corpo bronzeado e com óleo representaria bem mais coisas e seria bem mais “comerciável” do que um corpo pálido, anêmico, tanto é que, desde meados da década de 1990, os modelos que posam para a revista se encontram com o corpo banhado de óleo ou a luz utilizada no cenário irá sugerir isso.

Então, no decorrer de sua publicação, os corpos flácidos, “sem cor” e excessivamente peludos foram sumindo das capas da revistas, pois esses, possivelmente, não seriam corpos que a maioria dos consumidores da revista gostaria de ver. A “ordem” seria manter a preocupação em mostrar homens que reforçassem a representação da força, virilidade, mantendo sempre uma preocupação com a estética.

Os músculos à mostra, em quase todas as figuras, representam um homem forte e viril. Subentende-se que, mesmo que o homem se mostre preocupado com o porte físico, ele tem a necessidade de mostrar sua força e demarcar sua



G

magazine

Ano 4 - Outubro/2001 - Edição 49 - R\$ 7,50

Fractal

ENTREVISTA

Ele mesmo,
o Bad Boy
Alexandre Frota

DESEJO

Vilson a
todo vapor

TESTE

Você
entende
de sexo?

agora é nudez total
Alexandre Frota

ESPECIAL
Jovens
Solteiros
Procuram



Fig. 19: Outubro de 2001

virilidade. Os corpos musculosos dos homens da *G Magazine* são sempre exibidos como motivo de orgulho.

O corpo é para a semiótica um signo. A presença de uma doença num indivíduo observa-se do exterior, como sintomas de uma determinada afecção. Ter o “sarampo” é muito simplesmente manifestar na pele os signos conhecidos do mal a que se dá este nome. Os modos de “ser” do corpo, nesta perspectiva, tanto se podem apreender como sinal, signo, símbolo ou índice. Assim, podemos afirmar que o corpo é simultaneamente instrumento e espaço de comunicação quando remete para sinais numa situação de coordenação da ação, espaço de significação quando se contenta com dar a ler a outro, por intermédio da roupa, do adorno, dos sinais e os símbolos de uma linhagem, de uma classe, de uma condição ou de um comprometimento.

Na contemporaneidade, o corpo deve ter o aspecto de bem cuidado, porém, sem perder a imagem de virilidade e segurança típicas do ideal sobre o papel do homem. O redesenho do corpo do homem, onde ganha destaque os músculos, passou a ocupar as páginas de revistas direcionadas para os gays quanto às direcionadas aos heterossexuais masculinos.

Uma das melhores formas de reafirmar a virilidade dos modelos que posam para a revista é colocá-los em situações de aventura ou encenando a prática de algum esporte e, nada melhor, para os que produzem a *G Magazine* quando são os próprios esportistas resolvem aceitar o convite e serem capa da revista.

Talvez sejam essas capas que seguem as que mais expressem a idéia de virilidade usando uma linguagem mais simples e fácil de ser percebida, pois a concepção da masculinidade, competitiva, hierárquica e agressiva, não é propícia ao estabelecimento de amizades íntimas e duradouras com outros homens. Logo, reforça a idéia da virilidade dos mesmos. Como sabemos, o Brasil é considerado o país do futebol. Embora seja um esporte tão popular, não foi no Brasil que teve seu início, chegando aqui bastante tempo depois de sua criação.

Antes de se tornar um esporte, o jogo de bola que se assemelhava ao futebol era uma espécie de disputa violenta e sem regras, servindo como confronto entre os moradores de várias regiões da Inglaterra.

A partir do fim do século XVIII, início do XIX, com a influência da industrialização na Inglaterra, foi se desenvolvendo um processo de mudança, ou um “processo civilizador” que levou a prática desportiva a ter como objetivo não só propiciar uma atividade física que agradasse aos jovens da elite inglesa, mas também a desenvolver mecanismos de controle das emoções, condizentes com um comportamento individual mais refinado.

Segundo Proni (2000, p.24) que fez um histórico sobre o futebol,

(...) de uma postura de desagravo e tolerância para uma orientação explícita de encorajamento e valorização do novo esporte. O futebol foi convertido em uma ‘escola’ de virtude e de virilidade, capaz de ajudar a modelar o caráter e estimular a vontade de vencer, o que distingue os verdadeiros líderes.

Pode-se constatar que o futebol, assim como outros jogos antes exclusivos do sexo masculino, passa a ser transmissor de habilidades, competências e valores considerados como essenciais ao mundo dos homens, tais como autoridade, negócio, caça, ataque, defesa, combate e luta. Podemos observar nas capas que seguem que os modelos estão com aparência de suados, dando a idéia de que eles acabaram de se exercitar, fato corroborado com a presença da bola de futebol na mão dos atletas e no caso do jogador Vampeta (fig. 21) – primeiro jogador conhecido nacionalmente de um time brasileiro a posar para a *G Magazine* – de o mesmo estar “tão cansado” que se sentou sobre as bolas. Esta última também pode ser tida como um símbolo de virilidade e de fertilidade, pois, como nos mostra Souza (1996, p. 52) “ela (*a bola*) precisa atravessar um arco, formado pelas traves, que constantemente é descrito e associado aos órgãos reprodutores femininos, cuja violação por forasteiros deve ser evitada pelos jogadores e por torcedores, pela identificação”.

Segundo Dunning (apud SOUZA, 1996, p. 48), “O próprio jogo de futebol é a representação de um confronto que se baseia, no fundamental, na expressão da masculinidade, embora de uma forma que é aprovada e controlada socialmente”. Quanto a isso, não se pode negar que no futebol, existe uma exibição agressiva dos atributos da masculinidade. É por isso que, é bem mais comum encontrarmos

nas capas de revistas homoeróticas e, em especial, nos exemplares da *G Magazine* modelos vestindo a identidade de jogador de futebol ou goleiro, do que, por exemplo, um praticante de vôlei ou de tênis pois,

o futebol é predominantemente um interesse masculino. (...) Ao definir o futebol como um esporte que exige 'resistência viril', os brasileiros transformaram-no num teste de masculinidade. Os meninos que não demonstram talento ou gosto pelo jogo fracassam no teste. (...) Da mesma forma, o ato de torcer em adulto demonstra interesses masculinos (Lever *apud* SOUZA, 1996, p.49).

O futebol é um dos vários esportes que tem como um dos ingredientes centrais a aceitação social de expressões ritualizadas de violência física. Em uma partida de futebol acontece a simulação de um confronto, onde as equipes são autorizadas, até certo ponto, a praticar a violência, representando uma luta. O futebol pode ser caracterizado, portanto, como um encontro de opostos, onde o conflito comunitário é admitido, exercido e subordinado a um "fim pacífico", isto é, a vitória de um dos times que está em campo. "A proposição do jogo é a de um combate: penetrar no campo do adversário para atingi-lo no seu último reduto" Vogel, (*apud* SOUZA, 1996, p: 48). As regras do futebol são destinadas, em parte, a limitar a violência, e a colocá-la em termos socialmente aceitáveis.

Assim como nas outras capas, o corpo e músculos dos modelos também são valorizados. E na figura 22, ao invés de apelar com imagem para dar idéia do dote e virilidade, a revista brinca com o nome do jogador, Alexandre, associando-o ao personagem histórico, Alexandre, o Grande, rei da Ásia e sucessor da Dinastia persa. Logo, o nome dele remete ao nome de um personagem de poder da história da humanidade.

A enunciação da excitação pela auto-estimulação sexual do corpo também se verifica no domínio das fotos. Em especial a figura 22 onde o jogador se toca, dando a idéia de que vai manipular na genitália, o que sugere a masturbação. Faz parte dessa representação, os toques e carícias preliminares, quando o corpo não se encontra completamente desnudo e as feições de prazer, como podemos observar no rosto de Alexandre Gaúcho. Todo esse entorno da auto-estimulação

sexual é considerado genericamente como masturbação que, contribui para que se crie um clima de suspense na revelação da genitália desnuda.

O corpo que proporciona prazer ao leitor e suscita seu desejo, além de ser um corpo bonito e sensual, deve ser altamente estimulado e estimulante no que tange ao seu desempenho sexual.

Essa apologia ao corpo excitado, o qual este não só desejável, mas é também desejante, na verdade, uma apologia à ditadura do prazer e da potência sexuais.

O modelo está em pé o corpo posicionado na diagonal, fazendo com que o rosto fique disposto na zona de tensão visual. Supostamente, essa parte do corpo localizada na porção superior à direita da foto seria o elemento de maior peso na atração do olhar. Entretanto, dois outros elementos atraem o olhar do leitor para a zona preferencial, inferior e à esquerda, restabelecendo-a como zona principal de atração ou, ainda, estabelecendo um equilíbrio visual entre as duas zonas. Um desses elementos é o calção branco que o modelo veste, o qual, em contraste com seu corpo bronzeado, cria um efeito de luminosidade que destaca a região da pélvis e dirige a atenção do leitor para a metade inferior da página. Outro elemento importante é o triângulo formado pelo braço, cujo percurso traçado pelas linhas diagonais guia o olhar do ombro à mão que, escondida sob o calção, parece manipular o pênis. Ressalta-se, dessa maneira, a estimulação sexual desse corpo.

A interpretação das imagens visuais sugere os temas alegria, satisfação e realização. Subentende-se que as pessoas em boa forma são mais alegres, pois estão satisfeitas com o corpo que exibem e esbanjam realização e prazer por terem obtido um corpo musculoso e praticamente “perfeito”. O conjunto formado pelo corpo malhado e o sorriso pressupõe que o homem com o físico bem trabalhado está de bem com a vida e, certamente está preparado para enfrentar qualquer situação e alcançar todos os seus ideais.



Fig. 20: Julho de 2002

G
magazine
 Ano 2 - Janeiro/99 - Edição 16 - R\$ 6,90

Entrevista
 Milton Cunha,
 o carnavalesco
 sem censura

Globetrotter
 Sorria, você
 está na Bahia!

Moda
 Domingo no Parque

Desejo
 Fábio Cardoso
 vai te nocautear!

Gato da Capa
Vampeta
Bola na Rede...

Fig. 21: Janeiro de 1999

Com exceção das capas mostradas nas figuras 12 e 13, todos os modelos se encontram sozinhos, o que sugere que esse outro para quem olham e sorriem e com quem tentam estabelecer um diálogo pode ser o fotógrafo que está por trás das lentes, o qual, também ausente na fotografia, dá seu lugar ao leitor, que passa a ser o interlocutor da cena.

A instauração de uma interlocução se dá no jogo enunciativo “eu-tu”, denunciado nas revistas pelo olhar dos modelos fotografados, que se volta constantemente ao leitor, o que atrai, de alguma maneira, o olhar do leitor para o corpo fotografado, como se o convidasse a participar dessa cena. Esse convite começa como é de se imaginar, já nas capas. A capa, considerada como o espaço de apresentação da revista, constitui o primeiro contato entre o leitor, e anuncia em destaque o conteúdo mais importante da edição; no caso das publicações consideradas aqui, os ensaios de nu.

Ao anunciar esses ensaios, as capas não oferecem apenas fotos de homens seminus e, em alguns momentos nus como se fossem uma amostra do que vai ser exibido nas revistas, elas instauram de imediato uma interlocução com o leitor que se dá, desde esse primeiro contato - o momento em que o leitor visualiza a revista nas bancas ou que recebe seu exemplar de assinante, conforme nas figuras que virão nas páginas seguintes.

A representação do corpo, em algumas capas aparecem supondo movimento – superando obstáculos, medindo sua força, desafiando limites – pressupõe que, para se ter um corpo forte, saudável e definido, são necessários muitos exercícios e esforços físicos. São os exercícios que propiciam um corpo bonito e um corpo bonito pressupõe satisfação. A expressão corporal dos homens das figuras analisadas pressupõe esforço e determinação, mostrando que, para alcançar o corpo perfeito, tem de se chegar ao limite, ao esforço máximo, logo, o corpo musculoso é a recompensa para tanta dedicação. Tais imagens correspondem às expectativas do imaginário coletivo que guarda em sua memória as diferenças sociais de papéis entre os representantes dos sexos opostos.



Fig. 23: Fevereiro de 2000

É importante destacar aqui que, no imaginário, a figura do negro, no tocante a performance sexual, é sempre de uma pessoa ativa, bem dotada e que está sempre a disposição para fazer sexo. Talvez seja por isso que os modelos das figuras 24 e 25 apareçam em pé, mostrando bastante simpatia e disposição e, o mais importante, levantando a toalha branca (fig. 24) dando a impressão que mostrará a genitália, já o outro (fig. 25), com semblante bastante sensual, mostra o tórax malhado e esconde a genitália com um pano amarelo. Ambos se mostram bastante aptos a oferecer prazer. É importante destacar que é um pouco raro aparecerem homens negros nas capas da G Magazine como é possível perceber pelas capas analisadas aqui.

Braz (2004) nos mostra que não é nenhuma novidade essa associação entre etnia/cor e sexualidade, principalmente nas ciências sociais que traz estudos sobre favores e trocas sexuais entre homens na vida noturna em algumas metrópoles do país. Abaixo, transcrevo parte de um diálogo entre o autor e um entrevistado que realçam essa associação entre etnia/cor e virilidade/masculinidade. Acredito ser importante trazer esse depoimento para cá, para que possamos ter uma dimensão de como, no imaginário, o ser negro, também, está ligado a algumas questões sexuais e a virilidade.

Jonas: Tenho percebido que ajuda às vezes [ser mulato], muitos associam com pau grande.

Camilo: Você acha que rola um fetiche, assim?

Jonas: Ah...lembrei de cantadas...sim, puro fetiche, ai não acho que seja pela pessoa que eu sou e sim pelo que eles idealizam em mim.

Camilo: Que outras idealizações fazem de você em função de ser mulato?

Jonas: Na verdade sou bundudo e bocudo... me referindo às cantadas, ao que eles realmente veem e isso vai de encontro ao fetiche, agora o que eles idealizam é o tamanho... imaginam... ser fofoso, talvez... ser másculo... ser ativo, talvez, pois se "sou" mulato, tenho pau grande, se tenho pau grande, sou ativo, se sou ativo, fodo horrores e se fodo horrores posso satisfaze-lo... acho que é isso que rola na cabeça, no subconsciente. (BRAZ, 2009, p. 228)



Fig. 24: Maio de 2001

Podemos dizer ainda que essas são capas onde o viril está bem explícito, não em objetos nem no cenário, mas nos modelos, tanto no corpo, quanto na face.

Sobre essa identidade sexual que é atribuída ao negro, trago aqui uma citação de Hall (2003) que nos faz refletir sobre as diferenças, sejam estas de quais tipos forem.

A questão não é simplesmente que, visto que nossas diferenças raciais não nos constituem inteiramente, somos sempre diferentes e estamos sempre negociando diferentes tipos de diferenças – de gênero, sexualidade, classe. Trata-se também do fato de que esses antagonismos se recusam a ser alinhados; simplesmente não se reduzem um ao outro, se recusam a se aglutinar em torno de um eixo único de diferenciação. Estamos constantemente em negociação, não com um único conjunto de oposições que nos situe sempre na mesma relação com os outros, mas com uma série de posições diferentes. Cada uma delas tem para nós seu ponto de profunda identificação subjetiva. Essa é a questão mais difícil da proliferação no campo das identidades e antagonismos: elas frequentemente se deslocam entre si. (p. 346)

Em síntese, sobre esse tema, podemos afirmar que a identidade sexual não nos constitui inteiramente, nós somos sempre diferentes e estamos sempre em negociação com os diferentes tipos de diferenças que nos surgem a cada momento, desta feita, é questionável dar/pensar o negro sempre como um vulcão sexual que está à beira de uma ebulição.

Guimarães (2000) afirma que a cor branca tem aplicações culturais das mais enaltecidas de beleza divina as mais terríficas e que o universo simbólico das cores é mais rico do que se pode aprisionar numa paleta semântica. E diz que, “conquanto em muitos objetivos naturais à brancura enalteça requintadamente a beleza, como que lhe conferindo alguma virtude especial, onde lhe é própria, como o mármore, as camélias, e as pérolas” (157-58).

Enquanto que o negro que aparece na fig. 26 representa um malandro, aquele homem que seduz a todos para conseguir o que quer, se é uma pessoa que consegue o que quer e seduz quem deseja, é um macho em potencial pois, a todo momento, está mostrando que é uma pessoa forte, máscula e viril.

Como nos mostra Machado (1997),

O malandro se constrói positivamente como aquele que rouba, assalta, mata, bebe e se droga, associando estas atividades à valorização positiva do macho: corajoso, dono de sua vontade e capaz de impor sua vontade. A idéia de “macho” no campo da sexualidade, centrada no lugar simbólico do masculino como lugar da iniciativa é que parece fundar a crença da idéia de “macho social”, aquele que tem a iniciativa e a imposição da vontade no plano social (p. 238).

Há, entretanto, algumas capas em que os modelos não sorriem. Na maioria das vezes isso acontece para compor o personagem que estão representando podemos citar como exemplo a figura 27 que virá a seguir e que traz na capa Mathias, ex-participante de um *reality show* exibido pelo SBT (Sistema Brasileiro de Comunicação).

Podemos observar que ele está sério, não expressa nenhum sorriso, nem tampouco sugere uma cumplicidade com o leitor. Pelo contrário, ele mantém o ar de homem sério e compromissado. A única coisa que o modelo faz é segurar seu instrumento musical que está representando o seu falo. Fazendo uma rápida associação, percebe-se a virilidade e a potência da genitália do modelo quer ser exibida pelo físico do mesmo, mas também pelo tamanho do trompete que o mesmo segura, bem como pela forma segurada e pelo local onde o mesmo está, dando a entender que o mesmo é uma pessoa bem dotada sexualmente falando, nos remetendo assim, a uma discussão feita anteriormente acerca do corpo/virilidade e tamanho do pênis dos modelos. Outro atributo que reforça a virilidade do modelo é a tatuagem de uma cobra no braço. Como vimos anteriormente, a tatuagem, além de forte teor representativo simboliza, também, bravura, coragem, virilidade.

www.gmagazine.com.br

G
magazine

Ano 9 - Fevereiro/2007
Edição 113 - R\$ 10,90

DESACONSELHÁVEL PARA MENORES E ADOLESCENTES. CONTÉM O EROTICO

Finalista!

os babados do **carnaval** carioca

os primeiros avanços da **adoção** no Brasil

dicas para ferver em **Nova York**

Cauby Peixoto fala sobre glamour e cantadas

BBB
IRAN
você nunca viu nada tãoão grande

ISSN 1517-9343

Fig. 26: Fevereiro de 2007

A representação, enfatizada todos os dias pelos diversos tipos de mídia, tornou-se uma verdade. O corpo agora é uma mercadoria. Ele é vendido. O discurso que outrora controlava o corpo e a sexualidade com o intuito de conter os excessos improdutivos do sexo ainda continua a controlá-lo, só que agora utilizando as próprias armas do "inimigo". Como salienta Foucault (1988), o controle-repressão dos vitorianos foi substituído pelo controle-estimulação capitalista. Os corpos e os sujeitos não escapam do controle velado que é estimulado pelos micro-poderes presentes no autocontrole e no controle dos "outros".

G
[magazine]

Ano 6 - Outubro/2003
Edição 73 - R\$ 8,90
Fractal

Turbine o seu poder sexual com a ajuda dos afrodisíacos

Trans quebram preconceitos no ambiente de trabalho

Entrevista com o versátil André Fischer

Como é ser gay em cidades pequenas

Casa dos Artistas
Mathias revela o tom de seu instrumento

1521-1110 2722

Fig. 27: Outubro de 2003

3.3 - DIGA O QUE VESTES E TE DIREI SE ÉS VIRIL

Sabemos que uma roupa não é só uma vestimenta, ela possui significados e variantes embutidos e com funções simples ou complexas. O vestuário é uma máscara social, pode esconder ou salientar o corpo, descreve a personalidade e estilo de quem a veste. A roupa pode fazer transparecer sentimentos, vida, estética, movimento, posição social, épocas e lugares através de suas formas, cores e texturas, como foi visto na análise de algumas capas anteriormente. E perceberemos nas duas capas que virão mais especificamente. As imagens que veremos darão ênfase a um tipo de fetiche bastante específico, geralmente associado ao sadomasoquismo. Umberto Eco já havia afirmado que “o hábito fala pelo monge, o vestuário é comunicação, além de cobrir o corpo da nudez, ela tem outras finalidades” (1989, p.71).

Segundo Santaella (2005), para a semiótica, tudo o que produz o fenômeno de significação e de sentidos estabelece uma comunicação entre os homens, e sendo assim não precisa usar a voz para se passar uma mensagem, pois a linguagem também está contida nas expressões corporais, e a roupa pode ser colocada como linguagem visual.

Marcar a própria presença, chamar a atenção, pôr ênfase em determinadas partes do corpo, denotar com uma imagem clara e muitas vezes mesmo codificada com precisão alguns significados, e dar a conhecer outros de maneira explícita, mas, sempre sensível, eis o objetivo principal do vestuário, Sigurtá (apud ECO, 1989:22).

Dutra (2002), mostra como se dá, através da produção e reprodução de papéis de gênero, a construção de novas atitudes frente ao ato de vestir-se para muitos homens no Brasil. O autor mostra como são construídas as masculinidades através da moda (vestuário), estabelecendo uma hierarquia entre os papéis de gênero.

Aí acontece um contraste muito grande baseado nos valores e nos padrões de vestimenta ditados pela masculinidade tradicional, que desvaloriza e

estigmatiza os novos padrões baseados em um tipo de moda alternativa. Pensar o papel que a roupa (os tão aclamados figurinos) ocupa nessas fotografias é de suma importância, porque é através da vestimenta que muitos fetiches vão ser reafirmados.

Na fig. 28 o modelo aparece sem camisa, com calça preta e botas de cano longo, o que já nos remete a imagem de um homem destemido, que se arrisca e que está pronto para a ação, ou seja, é um homem viril, mesmo mostrando uma cara de simpático. É importante perceber que, há determinados momentos que a face do modelo tem que mostrar, parecer menos agressivo para que não cause estranheza e medo ao leitor/receptor. O modelo Evandro Siqueira, por exemplo, não poderia estar com a cara fechada como aparece o Alexandre Frota. Devemos ter em mente que são duas situações diferentes onde os modelos representam seus personagens e virilidade também de formas diferentes.

Nesta foto daremos destaque apenas aquele objeto que representam, para os fetichistas e BDSM⁵⁰, a genitália masculina, que neste caso será a bota de cano longo usada pelo modelo. Segundo Steele (1997, p.97), as botas simbolizam um grande pênis. Botas com solas pesadas e saltos que cheiram a suor e couro são ultra-masculinas: "A bota de engenheiro, de couro preto, é a bota para homens que sabem que você é aquilo que usa nos pés."

De acordo com a autora, até o século XVII, o salto alto era comum a sapatos masculinos e femininos. Em muitas culturas, mulheres e homens usavam sapatos de plataforma com diferentes funções: aumento da estatura, marcas de classe e de gênero literário, higiene dos pés ou apelo sensual e erótico. Porém, as plataformas acabaram dando lugar aos saltos altos, graças aos sapateiros europeus do século XVII.

50 BDSM é um acrônimo para bondage, disciplina, dominação e submissão, e sadismo e masoquismo. O BDSM envolve ainda o fetichismo. Embora sejam classificadas como distúrbios sexuais pela medicina, tais atividades sexuais são regidas por um conjunto de "ferramentas de segurança e argumentação" – as quais incluem a chamada safe word, o respeito ao consentimento do parceiro e o conceito SSC (são, seguro e consentido) – criadas e definidas por seus praticantes no sentido de legitimar essas atividades e afastá-las do rótulo da perversão e da patologização. Informações retiradas do sítio: <http://www.clam.org.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=6000&sid=43&tpl=printerview> em 22/02/2010.



www.gmagazine.com.br

G

[magazine]

Ano 7 - Novembro/2004
Edição 86 - R\$ 8,90

Fractal

RELIGIÃO
Buda e os Gays

CORPO
Turbine seu pênis

ENTREVISTA
Caio Blat
cara-a-cara com
Nany People

REPORTAGEM
Viciados
em sexo

EXTRA!

DESEJO
BETO VASCONCELOS
de volta
com pênis
turbinado!

EVANDRO SILVEIRA
ex-policial do GOE
exibe suas armas

Fig. 28: Novembro de 2004

Aos poucos, os saltos altos foram sendo associados à feminilidade, incorporados ao universo da moda e tornaram-se uma das preferências dos fetichistas, só perdendo para o espartilho. Steele (1997) nos diz ainda que os sapatos de salto alto, assim como as botas de couro comportam muitas imagens, entre elas, sublinha as de adoração, de objeto consumo, de onipotência, de prostituição e de órgãos genitais e demonstra como tais imagens podem contribuir na “criação (e violação) de estereótipos de gênero” (STEELE, 1997, p.121).

Desta feita, tendo como os que praticam ou curtem o BDSM as botas que o modelo Evandro Siqueira usa, representam nada mais do que a genitália do mesmo. Mas, para os leitores em geral, apenas a forma como o modelo está vestido já demonstra o quanto o mesmo é viril, sendo a bota de couro o principal artefato que reafirmará tal condição do modelo. O mesmo não aconteceria se o mesmo estivesse usando uma sandália havaiana, por exemplo. Da mesma forma que a bota de couro é um adorno utilizado ou visto como fetiche por aqueles que praticam BDSM, sejam eles héteros ou homossexuais.

A máscara também é um ícone que, além de despertar curiosidade e desejo, também é tido como objeto de fetiche nas práticas e fantasias sexuais, independente da orientação sexual. O modelo da figura 29 está “vestido” apenas com uma máscara de couro, que instiga a curiosidade de saber quem é o mesmo, mas, independente disso, o corpo dele “exala” masculinidade e virilidade, devido à forma como o mesmo foi esculpido, deixando todos os músculos do tórax e barriga expostos. O olhar do leitor acaba percorrendo o corpo do modelo Lot e para exatamente no local onde está a genitália, que está escondida estrategicamente por um objeto metálico de cor laranja, simbolizando a genitália do modelo.

São com esses personagens que os que produzem as capas da *G Magazine* brincam. Despertando os desejos e fantasias dos leitores, fazendo-os sempre perceber que aquilo que eles desejam, isto é, homens viris, másculos e saudáveis, poderão ser encontrados na revista todos os meses.

G
magazine
 Ano 3 - Novembro/99 - Edição 26 - R\$ 6,90

ENTREVISTA
 Rogéria cara
 a cara com
 Nany People

DESEJO
 Cabeça
 feita, corpo
 malhado

TESTE
 Será
 que
 ele é?

NOITE
 Elas
 atacam no
 dark-room

LOT
 nosso
 tiozinho
 tira a
 máscara...

1500 1056-7753 26
 9 771516 275008

Fig. 29: Novembro de 1999

A percepção do real não é um processo objetivo e transparente, mas, ao contrário, é determinado por categorias partilhadas por determinado grupo social, as quais permitem entender, classificar e atuar sobre o real. Tais categorias configuram uma instituição social, na medida em que são dados ligados a grupos sociais, os quais buscam atender a interesses específicos. O resultado é que a representação do real construída pelos diferentes grupos sociais tende a justificar e a legitimar um determinado lugar social e ao mesmo a própria representação aí em jogo. Toda representação social aspira à hegemonia: ela busca se impor aos demais grupos sociais, submetendo a estes últimos os seus valores e conceitos. É a chamada dominação simbólica.

Para Chartier (1998), a representação do mundo está ligada à posição social dos indivíduos, sendo, portanto, histórica, posto que construídas ao longo do tempo. Ademais, a representação funciona na prática como uma estratégia de classe, que media as relações entre ela e as demais classes sociais. O resultado é que temos, num mesmo período, uma verdadeira “arena” de representações sociais, onde cada classe elabora o real ao seu modo, cabendo aos que produzem as imagens para a revista *G Magazine* conhecer o público que a consome, no intuito de saber, cada vez mais, quais são os tipos e modelos de masculinidade esses consumidores desejam ver na revista.

A representação é inseparável da prática: a prática é uma ação no mundo que faz reconhecer o lugar social do indivíduo. Podemos afirmar então que a representação, ao articular-se às práticas, implicam uma identidade social. E não existe representação dissociada da prática: é o mundo da representação que gera as práticas sociais, objetivando-se em instituições, que tendem a perpetuar a existência dos grupos sociais.

Não podemos esquecer a dimensão histórica destes processos, visto que as significações são históricas.

Sobre as botas e máscaras que os modelos usam, podemos citar Coelho (2002) que vai afirmar que os objetos significativos para o seu possuidor constituem-se em suporte ou unidades textuais, pois, em função de sua aparência

e configuração, e em função do espaço que ocupam num ambiente humano, refletem quem os possui.

Os significados simbólicos dessas poses emergem num processo dialético do possuidor com o objeto, uma vez que o simbolismo atribuído a este tanto reflete a imagem de quem o possui como vice-versa.

“Quanto mais acreditamos que possuímos ou somos possuídos por um objeto, mais parte do nosso *self* ele se torna” (BELK, 1988, p.141). Desta feita, a relação explicitada não seria sujeito-objeto, mas na verdade sujeito-objeto-sujeito.

Outro autor que nos fala sobre o poder dos objetos é Geertz (1989), ao afirmar que os objetos têm o poder de induzir e refletir ao mesmo tempo as qualidades que representam simbolicamente.

Como vimos até o momento, em algumas imagens é necessário a utilização de alguns acessórios para dar mais veracidade na representação do personagem montado para aquela situação, em outras, isso não se torna necessário, pois basta o corpo e um cenário para que tal proposta se concretize. Ao longo das capas vistas até aqui, podemos perceber que em todas, os modelos que nelas posaram eram ou tinham aparecia de pessoas jovens, mas, como em toda regra há uma exceção, podemos ver na figura 30, David Cardoso, ator de um gênero de filmes produzidos no Brasil conhecido como pornochanchada⁵¹.

De toda forma, é importante destacar que, não apenas é por ser um “coroa enxuto” que o Cardoso foi parar na capa da revista, mas, e talvez seja isso que pese mais, pelo mesmo ter participado de filmes meio pornôs meio comédias nos quais, geralmente, sua genitália não era mostrada, o que despertaria o interesse das pessoas que vivenciaram aquela época ou acompanharam as películas de ver o que sempre foi omitido nos filmes nos quais Cardoso participou. É importante destacar que as pornochanchadas não “vendiam” o sexo explícito, nesses filmes, geralmente, o máximo que poderia se ver de um homem, era o nu frontal (até a cintura) e a bunda, enquanto que as mulheres apareciam em nu frontal, onde algumas vezes apareciam a genitália, e as nádegas.

⁵¹ Sobre esse assunto ver página 25

A telenovela e os personagens gays

Desejo
Andarilho em
busca de aventura

Globe
Um giro pela
capital germânica



Ano 2 - Abril/99 - Edição 19 - R\$ 6,90

O Rei da Pornochanchada

**DAVID
CARDOSO**
sem cortes

Fig. 30: Abril de 1999

Como diz um depoente para Perlongher (1987, p.106), “(...) o movimento *gay* não liberou esse preconceito de idade (...) estamos no meio da cultura da juventude: importa a masculinidade, mas também importa a idade”. É como se os gays vivessem um eterno complexo de Peter Pan, onde o envelhecimento é o principal vilão que deve ser combatido a todo custo, toda hora. Do contrário, se deixará de ser um corpo desejado, tornando-se um corpo abjeto e que deverá ser escondido assim como foi feito com o corpo do David Cardoso. Cabe aqui fazer uma indagação que poderá ser respondida em trabalhos futuros: Como os significados do corpo velho pertencente a homossexuais são marcados e compartilhados nas práticas de sociabilidade criadas a partir das identidades homossexuais masculinas?

Outra coisa importante que merece ser destacada é que, guardadas as suas diferenças, tanto o Cardoso quanto o Rafael Alencar (fig. 07) são atores de filmes eróticos, observemos o destaque que foi dado ao corpo e falo de um, e a certa “omissão” que foi dado ao corpo de outro. Enquanto na figura 07 a estrela, o falo e o olhar quase obscuro de Alencar, na figura 30 o principal “chamariz” é o sorriso de felicidade e, ao mesmo tempo, sedutor do Cardoso. Podemos perceber o quanto o corpo de uma pessoa com mais idade é desvalorizado pelos que fazem as capas da *G magazine*. Enquanto o modelo da figura 07 anuncia vitalidade, poder e desejo, o da figura 30 anuncia “apenas” experiência. Mesmo anunciando que o modelo será exibido “sem cortes”, o corte já acontece na capa, negando, de certa forma, o que é anunciado, fazendo não transparecer, dessa forma, o corpo que, de certa forma, está em “decomposição”. É um mérito da revista trazer em sua capa uma pessoa mais velha, mas é importante perceber que essa pessoa só foi capa da revista porque seu nome está ligado à pornochanchada brasileira, logo, está no imaginário de alguns brasileiros como ator bonito e que já fez filmes que tinham sua eroticidade. Se percebemos o enfoque dado ao corpo, aí podemos perceber que há um enorme preconceito dos que fazem a revista, mas isso possivelmente se deve pelo fato de que, como nos mostra Simões (2003, p. 02),

Envelhecimento e sexualidade são temas que remetem à confluência e ao confronto entre o corpo e a cultura. Pensar sobre ambos leva-nos invariavelmente a considerar as tensões entre a faticidade material do corpo e sua construção social. Quando vistos da perspectiva do desenvolvimento da vida humana à maneira ocidental dominante – isto é, como o movimento do ser corpóreo através do tempo concebido como progressão cronológica rumo à finitude –, envelhecimento e sexualidade tornam-se temas que se excluem mutuamente. O declínio do desejo, a perda da atratividade física e o virtual apagamento como pessoa sexuada estão entre as principais marcas e condições do envelhecimento que sustentam, em grande parte, o repúdio e o medo generalizados do corpo em degeneração e, em contrapartida, a avaliação positiva que se faz da juventude.

Lidar com as limitações biológicas da existência e aceitar que o corpo envelhecendo é um dos principais desafios na contemporaneidade, para tanto basta percebermos a “obsessão” com as formas corporais e a apresentação juvenil que aparecem nas capas da revista analisada e que atravessa todo o complexo da moda, das academias de ginástica, dos anabolizantes, dos cosméticos, da cirurgia plástica e das demais tecnologias de manutenção corporal (Goldenberg, 2001).

Se a preferência pela juventude e a antipatia pela velhice é comum na história das concepções ocidentais sobre envelhecimento, e também constituem sentimentos disseminados na chamada cultura de consumo contemporânea,

eles parecem atingir o seu ápice quando se considera a chamada “cultura gay masculina” dos centros urbanos e das metrópoles. Nesse cenário, aparentemente marcado pelo hedonismo complacente e pela obsessão com atributos físicos capazes de suscitar atração e desejo, em que tudo parece girar em torno de um mercado sexual hierarquizado por critérios de juventude e beleza, não haveria lugar para pessoas de mais idade, que carregariam os estereótipos derivados da depreciação de sua atratividade como parceiros sexuais desejáveis (...) (SIMÕES, 2003, p 05)

Desta feita, interessante e desejável seria o filho do David Cardoso, modelo da fig.31 que, ao contrário do seu pai, fig. 30, que representa velhice, uma “atividade” em questionamento, além de beleza, corpo jovem e, automaticamente,

com a aparência de saudável, o modelo representa, antes de qualquer coisa, longevidade, vida e prazer, seja este de qual tipo for.

Mais uma vez, a virilidade do modelo estará sendo representada e reafirmada não só pelo corpo e rosto, mas, principalmente pelo que ele veste, ou está tirando, isto é, roupa social, com blusa de mangas longas, calça preta e uma gravata, o que, automaticamente, já nos faz perceber que ele é uma pessoa que tem dinheiro.

No primeiro momento, associamos a idéia de desconforto trazido pela vestimenta, já que o mesmo a está tirando. Mas, com um olhar mais atento, percebemos que o mesmo está mostrando o corpo e convidando o espectador/receptor para prová-lo, podemos afirmar isso por observar a calça do modelo que está entreaberta e o mesmo aparece sem cueca, mostrando assim o quanto o mesmo está disponível para mostrar a todos o quanto ele é “homem” e viril.

Se observarmos com mais atenção, perceberemos que não são todos que usam esse tipo de vestimenta, apenas os que são dotados de uma condição favorável mais confortável que podem desfrutar de determinados bens de consumo. Logo, longe de passar uma idéia de fragilidade, a roupa que encontra-se com o modelo acaba passando a imagem de um homem poderoso, reforçando assim, sua virilidade. Almeida (1995), ao fazer uma análise sobre a questão do poder, diz que na busca de corresponder a um modelo de masculinidade tradicional, ele é, ou pode ser, exercido na relação sobre outros homens, também.

Surge daí a idéia de que ascensão social e liderança podem representar um dos papéis da masculinidade, isto é, o de homem forte e viril, que consegue aquilo que deseja, pois tem poder. E isso pode ser visto na referida figura que reforça a idéia de masculinidade tradicional, isto é, aquela que teria como modelo máximo homens, na sua quase maioria, brancos, de setores médios da população, e que tenderia a se configurar como o conjunto de práticas dominantes na construção da subjetividade masculina, servindo como referência a ser atingida e que, possivelmente, aumentaria a auto-estima da pessoa desejante, fazendo-o parecer tão realizado quanto o modelo das capas da *G Magazine*.



G
magazine

Ano 9 - Abril/2007
Edição 115 - R\$ 10,90

Fractal

Sidney Magal
simpatizante
bem resolvido

vídeos
divertidos do
YouTube

DAVID CARDOSO JR
“estou muito mais homem”

o melhor de
Paris por
Jean Wyllys

help!
como
se virar
sem
grana

desenho
homoerótico
no Brasil



Fig. 31: Abril de 2007

É importante lembrar que ser homem está atrelado a ser macho, independente de manifestar alguma sensibilidade, ser homem-macho-viril implica mostrar, dar ênfase ou realçar aquilo que é próprio do homem, isto é, a genitália, ela será a maior prova, estando a mostra, insinuada ou representada, do quanto a virilidade desses homens que posam para essa revista é inquestionável. Por isso, essa sempre indução do olhar do leitor à genitália do modelo e não para a bunda, por exemplo.

Em suas “reflexões sobre a identidade masculina”, DaMatta (1997) coloca que uma brincadeira comum entre homens, na sua adolescência – de apalpar a bunda dos meninos com a pergunta “tem pente aí?” –, era um “gesto ritual” que moldava a masculinidade. Qualquer reação de maior sensibilidade ao toque nesta região poderia ser interpretada como pouco masculina,

ser homem não era apenas ter um corpo de homem, mas mostrar-se masculino e macho em todos os momentos. Como a brincadeira do “Tem pente aí?” indicava, ninguém devia (ou podia) esquecer essa condição, nem mesmo quando conversava despreocupadamente com os amigos numa área pública da cidade. Um dos preços da masculinidade, portanto, era uma eterna vigilância das emoções, dos gestos e do próprio corpo (p. 37).

Por isso que a ênfase na figura 27, por exemplo, é no sax que o modelo segura – representando o falo – e não na bunda. A ênfase nessa região do corpo, para o homem, o estaria, de certa forma o “desvarolizando” enquanto homem, colocando-o numa posição de passividade. Como nos faz lembrar Badinter (1995), ser homem é não ser dócil, submisso ou dependente, não ser impotente com as mulheres, significa ainda “não ser feminino na aparência física e nos gestos, mas, o mais importante dentre esse “ser” ou “não ser”, é não parecer “ser passivo”, pois, como foi visto no segundo capítulo desse trabalho, no imaginário das pessoas, passividade está ligada a homossexualidade.

Talvez seja por isso que os modelos que posam para a revista, assim como as fotos de capa da mesma, sempre utilizam algo para representar ou destacar o pênis ou o volume do mesmo, como podemos perceber nas capas anteriores e na

que se segue, onde a genitália do modelo é representada pela guitarra que está, estrategicamente, colocada onde estaria o seu órgão sexual.

A idéia da guitarra como representação do falo do modelo (fig. 32) ou mesmo do cavaquinho (fig. 33), só é possível ser visualizada pelos leitores da revista, a princípio, pelo fato do modelo estar nu, como afirma Chartier (1990), as representações podem ser pensadas como “esquemas intelectuais, que criam as figuras graças às quais o presente pode adquirir sentido, o outro tornar-se inteligível e o espaço ser decifrado” (p.17).

Uma das maiores “sacadas” feitas pela História Cultural e usando a proposta de Chartier, está no fato de que o social passa a ser abordado por meio dos lugares de produção de discursos, que apreendem e estruturam o real, neste caso, as representações. Trata-se de símbolos que, por meio das práticas culturais, que são produtoras de símbolos, imprimem determinada leitura de mundo, em um dado lugar. Para o autor, é a partir desses esquemas intelectuais incorporados que surgem as figuras às quais o presente pode adquirir sentido, o outro se torna inteligível e o espaço, decifrável.

Desta feita, podemos dizer que pesquisar as representações não é, tão-somente, afastar-se do social, mas localizar os pontos de afrontamentos tanto mais decisivos quanto menos imediatamente materiais, neste caso, o mundo da cultura.

A problemática do mundo como representação, moldado através das séries de discursos que o apreendem e o estruturam, conduz obrigatoriamente a uma reflexão sobre o modo como uma figuração desse tipo pode ser apropriada pelos leitores dos textos (ou das imagens) que dão a ver e pensar o real. Daí, neste livro e noutros, mais especificamente consagrados às práticas de leitura, o interesse manifestado pelo processo por intermédio do qual é historicamente produzido um sentido e diferenciadamente construída uma significação. (Chartier, 1990, p. 23-4)

A presença da guitarra ou do cavaquinho, que representam o falo, serve então, para o Cuccurullo (fig. 32) e Fabinho (fig. 33) reafirmarem a masculinidade, pois esses signos não estão ali, em cena, por acaso e além de acontecimentos visuais podemos afirmar que são acontecimentos discursivos.



Fig. 32: Dezembro de 2000



Fig. 33: Abril de 2001

Vemos que a nudez por si só não significa nada, ela é um simples estado. Mas a neutralidade desaparece quando é considerada em relação a um lugar, a um contexto, ou seja, quando é considerada em situação. Ao longo desse trabalho podemos observar, sobretudo, como essa representação do corpo másculo e virilizado se constrói a partir das mesmas “regras” de restrições semânticas que regem elementos verbais e elementos não verbais.

Ao longo deste trabalho é possível perceber também que é quase um procedimento freqüente, para os que montam as capas da *G Magazine*, recorrer a cenas ou situações validadas, ou seja, aquelas já instaladas na memória coletiva, utilizando personagens como super heróis, jogadores de futebol, ou cenários que nos remetam a lugares selvagens onde apenas homens bravos e viris poderiam estar. Essas cenas ou situações variam em função do grupo visado pelo discurso, isto é, uma comunidade de fortes convicções possui o que podemos chamar de uma memória própria; mas, de modo geral, podemos associar a qualquer público, por vasto e heterogêneo que seja, certa quantidade de cenas supostamente compartilhadas. Ou seja, esses personagens não estão apenas no imaginário dos homossexuais masculinos do Brasil, essas capas são produzidas para que, não apenas os gays, mas o público em geral possa ver e perceber elementos que representam ou sugiram a masculinidade ou virilidade que já se encontra no inconsciente coletivo das pessoas. As imagens validadas caracterizam-se não apenas como discurso, mas também como um estereótipo autonomizado, e, algumas vezes descontextualizado – como é o caso da capa onde aparece o modelo representando Robin Hood (fig. 09), por exemplo. As capas da *G Magazine* se fixam facilmente em representações arquetípicas popularizadas pelas mídias.

Com as próximas e últimas capas, buscaremos encerrar aqui, a discussão inicial sobre a questão do corpo, algo que todo dia passar a ser mais trabalhado para representar melhor a beleza, a saúde e a virilidade. Veremos primeiro as capas e, em seguida, faremos a nossa discussão.

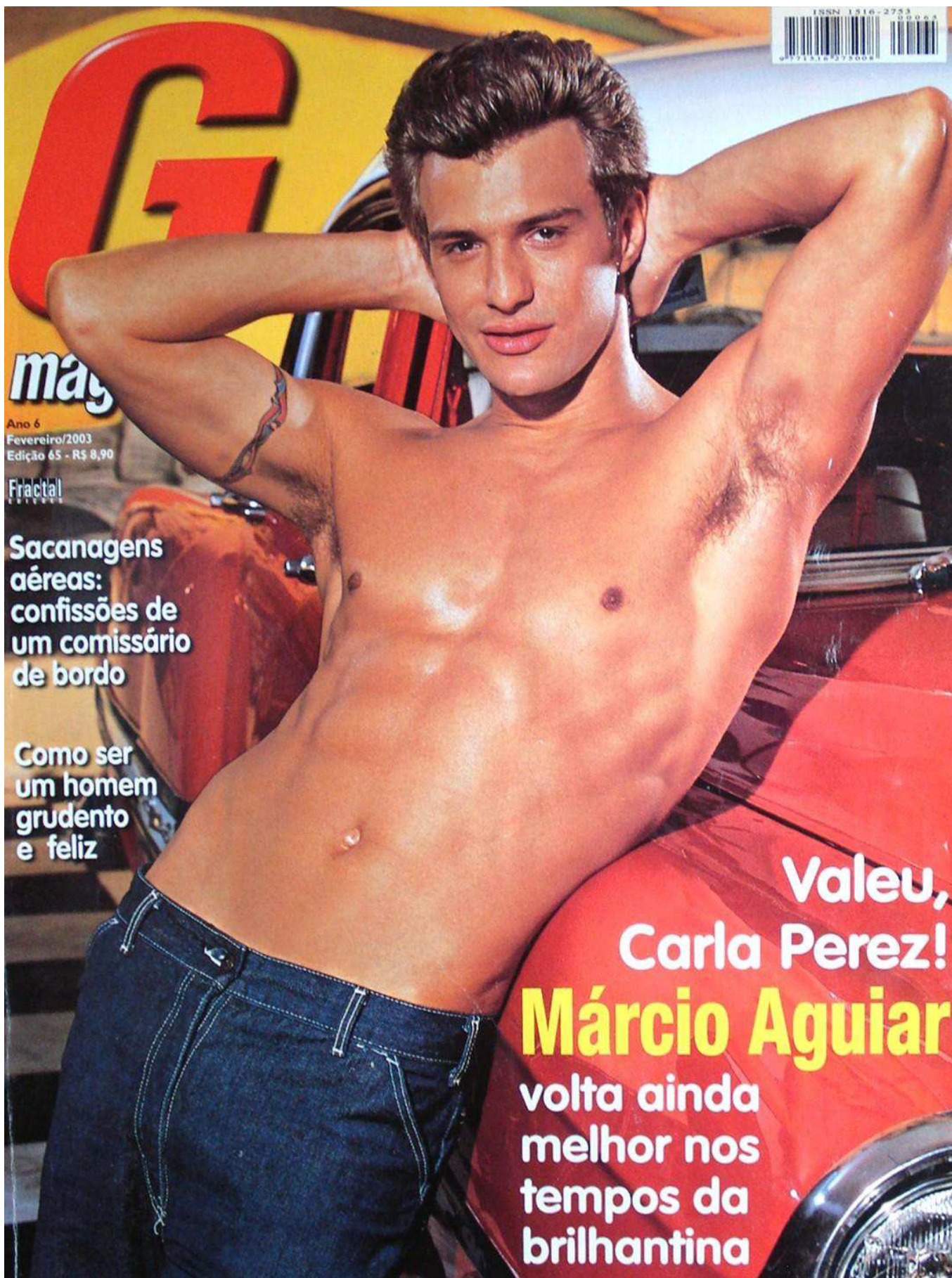


Fig. 34: Fevereiro de 2003



Fig. 35: Agosto de 2007

Apesar desse modelo de homem malhado, também chamado de barbies, ser o padrão de beleza atual para muitos homossexuais e também trazido nas capas da *G Magazine*, este é um fenômeno recente. Para Badinter (1992) existem “estilos” dominantes diferentes segundo as épocas. Desde o final do século XIX até aproximadamente o início da década de 1970 a definição do homossexual masculino estava ligada a uma extrema feminilidade. O maneirismo ostensivo, no tocante ao modo de falar, andar e na aparência, evocavam uma paródia do feminino tradicional. Ainda na mesma década, este “estilo” feminino foi substituído por um modelo teatralmente masculino. Os supermachos vestiam roupas de couro, botas pesadas e usavam cabelo curto, barba e bigode, apoiando um conceito de virilidade tradicional – quem não se lembra do grupo musical Village People?

Ainda segundo Badinter (1992, p.163), houve o aumento de bares “sodomasoquistas”, frequentados por homossexuais que gostavam de objetos “tipicamente” masculinos, como correntes, botas, quepes.

As imagens míticas deste período são o cowboy, o motorista de caminhão, o policial, o bombeiro e o esportista. Devemos sempre lembrar aqui que esses modelos de masculino nada mais são do que estereótipos de masculinidade e aqueles que se apropriam de qualquer um destes modelos não fazem mais do que reforçar os padrões heterossexuais tidos como tradicionais ou, como alguns chamam: dominantes.

Na última década do século passado esse modelo de homossexual “supermacho” acaba se ressignificando onde o que mais importa não é mais, ou apenas, os gestos e a roupa, começando a existir um culto ao corpo, característico do subgrupo das barbies. Basta, por exemplo, observar os corpos dos modelos que aparecem nas duas últimas capas aqui trazidas. Autores como Fry & MacRae (1983) apontam para o forte preconceito que este fenômeno provocou dentro da comunidade gay, desta feita, os homossexuais não virilizados, feios, velhos, gordos, pobres ou negros, que não se encaixam neste padrão de beleza são estigmatizados e excluídos. Não é de se estranhar, assim, que os tipos de homens que a revista traz em suas capas são homens “bombados” que, com o corpo,

objetos, e outros signos forjam uma masculinidade onde a virilidade é potencializada, negando, dessa forma, a existência de outros tipos de corpos, belezas, etc.

Enquanto a representação da virilidade do modelo da fig. 35 é destacada pelas tatuagens que, como vimos anteriormente, a tatuagem, na qualidade de adorno corporal é um signo que confere um aumento em valores associados na diferenciação de gênero a virilidade do modelo da fig. 34 está totalmente marcada no corpo musculoso e reafirmada com o carro, que, como sabemos, é um símbolo fálico.

A representação masculina nas capas da *G Magazine* é o próprio objeto, isto é, o corpo dos modelos que posam para as capas, sobre o qual as culturas definem seus padrões de masculinidade, neste caso, a valorização, pelos homossexuais, de homens que sejam dotados, no mínimo, do modelo de masculinidade tradicional onde o homem, antes de qualquer coisa, é viril.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A imprensa é um espaço bastante evidente de produção, circulação e recepção de discursos, sejam estes visuais ou verbais. Mais ainda, a imprensa especializada é um modo de circulação por meio do qual certo grupo se constitui e se reconhece como uma comunidade discursiva. Não só no Brasil, mas em todo mundo temos revistas voltadas para negros, homossexuais, mulheres, estilistas etc. Ao definir diversas práticas discursivas, a imprensa proclama e dita normas de ser, de dizer e, portanto, de se apresentar no mundo e de pertencer a uma comunidade que partilha de interesses comuns.

Com ajuda da teoria sobre representação de Roger Chartier percebemos que há uma grande preocupação dos que fazem a revista *G Magazine* e, em especial, as capas do anos analisados na apresentação do corpo que deve ser admirado. Sendo construídos assim, corpos desejados e desejáveis a partir de suas características físicas e comportamentais, estas sempre ligadas ou reforçando a questão do ser viril, do ser másculo.

O corpo mostrado nas capas é fisicamente atraente. A enunciação visual ressalta determinadas características físicas a serem valorizadas nele, geralmente não nu, tais como altura, peso, partes do corpo, abdômen, tórax, braços, coxas, formas e músculos. Essa caracterização ajuda a definir o corpo másculo e viril, digno de ser admirado, mostrando que, na maior parte do tempo, é a beleza física que merece ser representada e não outros aspectos como, por exemplo, a inteligência ou a formação cultural dos modelos.

Mesmo nas capas de abril e maio de 2005 onde aparecem dois ícones *gays* brasileiros, Clodovil Hernandez e Jean Wyllys, que se destacaram pela formação cultural e intelectual, há ao lado deles modelos bonitos, fortes e viris, que fazem com que a imagem dos ícones seja de certa forma, ofuscada, pois eles não possuem aquilo que geralmente os leitores da revista desejam ver, isto é, um corpo másculo, desejoso e sem trejeitos femininos, em síntese, eles não possuem

um corpo potente. Daí, cabe a nós nos perguntarmos, apenas os homens viris e másculos serão amados e desejados pelos homossexuais?

A necessidade de criar a imagem de um homem potente é, ao mesmo tempo, a necessidade de renegar qualquer possibilidade de aproximação com a homossexualidade, em especial, com a existência do estereótipo mais visível da homossexualidade, isto é, o homossexual não másculo, ausente de virilidade. Masculinidade e virilidade nas capas da *G Magazine*, como pudemos perceber, são sinônimos de heterossexualidade e qualquer qualificação que ameace tal orientação sexual é desvalorizada. Assim, essa revista homoerótica constitui um espaço para a enunciação da homossexualidade, desde que esteja nos moldes dos estereótipos heterossexuais.

O fato de desejar ser e de querer conquistar um homem viril tem a ver com o desejo de aceder à suposta “normalidade”. A construção do *ethos* de um homem potente e másculo corresponde à antítese do homossexual afeminado. Esse *ethos* valorizado e incorporado pelos modelos fotografados reforça a imagem do homem considerado “normal”, isto é, o heterossexual, recusando-se, assim, os personagens mais visíveis e os que, muitas vezes, são rejeitados pelos próprios homossexuais, os efeminados e escandalosos. O desejo de se afastar dessa realidade homossexual pode traduzir um desejo de se afastar da própria realidade de ser homossexual, o que mostra que os enunciadores são ainda prisioneiros dos lugares-comuns a respeito da aparência e da natureza dos homossexuais.

É válido salientar ainda que as idéias apresentadas aqui não soam e nem pretendem tornar uma “verdade absoluta”, visto que o processo de leitura e interpretação é um efeito da própria construção de quem interpreta. Um sistema de signos verbais ou icônicos é uma reserva de formas que esperam do leitor o seu sentido (Certeau, 2003). É importante salientar que o sentido de uma imagem não acaba com os significados que ela passa a carregar arbitrariamente consigo, por meio de um discurso impetrado por alguém ou pelo social. Haverá sempre interpretações diversas a partir dos mesmos significantes componentes da mensagem imagética.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Nuno César. **O olhar pornô: a representação do obsceno no cinema e no vídeo**. Campinas: Mercado de Letras, 1996.

ARÁN, Márcia & CORRÊA, Márcia V. **Sexualidade e política na cultura contemporânea: o reconhecimento social e jurídico do casal homossexual**. Disponível no site: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103312004000200008&script=sci_arttext&tling=pt. Acessado em 22/11/09, às 22:14 horas.

ARAÚJO, Martinho Tota Filho Rocha de. **Identidades fragmentadas: cultura e sociabilidades homoeróticas em Campina Grande**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFCG. Campina Grande, 2006.

ARILHA, Margareth; et al (orgs). **Homens e masculinidades: Outras palavras**. Ed. Ecos. São Paulo. 1998.

BADINTER, Elisabeth. **XY: Sobre a identidade masculina**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Lisboa: Edições 70, 1989.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro – RJ, Zahar, 1998.

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro - RJ: Zahar, 2005.

BITTENCOURT, Luciana Aguiar. **Algumas considerações sobre o uso da imagem fotográfica na pesquisa antropológica**. In: FELDMAN-BIANCO, Bela; LEITE, Miriam Moreira (orgs). **Desafios da Imagem**. Campinas: Papirus, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O sentimento da honra na sociedade cabília**. In: PERISTIANY, J. G. **Honra e vergonha: valores das sociedades mediterrânicas**. 2. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1987.

BRAZ, Camilo Albuquerque de. **Além da pele: um olhar antropológico sobre a bodymodification em São Paulo**. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas: Unicamp, 2006.

_____. **Macho versus Macho: um olhar antropológico sobre práticas homoeróticas entre homens em São Paulo**. *Cadernos Pagu* (28), Núcleo de Estudos de Gênero Pagu/Unicamp, 2007a.

_____. **Silêncio, suor e sexo: Subjetividades e diferenças em Clubes para Homens.** IN: Prazeres Dissidentes. DÍAZ-BENITZ, Maria Elvira e FÍGARI, Carlos Eduardo (orgs.) Rio de Janeiro: Garamond 2009.

BURKE, Peter. **A escrita da história.** São Paulo, SP. Unesp, 1992.

_____. **Testemunha ocular: história e imagem.** Bauru, SP : Edusc, 2001.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

_____. **Culturas Híbridas.** São Paulo: Edusp, 2005.

CARRARA, Sérgio. **“Só os viris e discretos serão amados?”.** Folha de São Paulo: caderno “mais”, 19 de junho de 2005.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade, vol II.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade.** 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

CERTEAU, Michael de. **A cultura no plural.** Campinas: Papyrus, 2003.

CHARTIER, Roger. **A história cultural entre práticas e representações:** Difel, 1998.

_____. **As práticas da escrita.** In: Áries, Philippe; Chartier, Roger (Orgs.). História da Vida Privada. Da Renascença ao Século das Luzes. Vol. 3. Trad. Hildegard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

COURTINE, J.J. **Os staknovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo.** In: SANT'ANNA, D.B. Políticas do corpo. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

COSTA, Jurandir Ferreira. **A inocência e o vício.** Estudos sobre o homoerotismo. Rio de Janeiro: Relume Dumara, 2002.

DAMATTA, Roberto A. Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia di dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1997

DANTAS, Maria Eugênia. **Educação-fotografia: impressões e sentidos.** Caicó: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 1999. Disponível em <<http://www.anped.org.br/0209t.htm>>. Acessado em 21/04/09, às 23:14 horas.

DELEUZE, Gilles. **A imagem-tempo**. Barcelona-ES: Paidós, 1987.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DURKHEIM, Emile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.

ECO, Umberto. **Huizinga e o Jogo**. In: _____. **Sobre os Espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

ELIAS, Nibert. **O processo civilizador**. Volume I: Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zagar, 1994.

FERREIRA JUNIOR, Nelson. **Caio Fernando Abreu: a identidade (re)construída para além do arco-íris**. João Pessoa: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2006.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

_____. **Os anormais**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FRY, Peter. **Para Inglês ver: identidade e política na cultura brasileira**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

_____. MacRAE, E. **O que é homossexualidade**. São Paulo, Abril Cultural - Brasiliense, 1983.

GARBOGGINI, F. B. **A nova representação masculina na publicidade, uma leitura semiótica**. In: GHILARDI, M. I.; BARZOTTO, V. **Nas telas da mídia**. Campinas: Alínea, 2002.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes**. São Paulo, SP: Cia. das Letras, 1986.

_____. **Olhos de madeira – Nove reflexões sobre a distância**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

GOLDENBERG, Maria. **Os novos desejos: das academias de musculação às agências de encontros**. Editora Record, Rio de Janeiro, 2000.

GREEN, James. **Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX**. São Paulo: Editora UNESP, 1999.

_____. **Frescos trópicos: fontes sobre a homossexualidade masculina no Brasil (1870 – 1980)**. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 2006.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2000.

HUNT, Lynn. **Apresentação: História, Cultura e Texto**. Martins Fontes, São Paulo, 1995.

HALL, Stuart. **Quem precisa de identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

_____. **Da Diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG: Representações da UNESCO no Brasil, 2003.

GARBOGGINI, F. B. **A nova representação masculina na publicidade, uma leitura semiótica**. In: GHILARDI, M. I.; BARZOTTO, V. *Nas telas da mídia*. Campinas: Alínea, 2002.

GINZBURG, Carlo. **Olhos de madeira – Nove reflexões sobre a distância**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

GOLDENBERG, Maria. **Os novos desejos: das academias de musculação às agências de encontros**. Editora Record, Rio de Janeiro, 2000.

GUIMARÃES, Carmen Dora. **O homossexual visto por entendidos**. Rio de Janeiro, Editora Garamond, 2004.

HENNINGEN, Ines. **Modos de ser homem e ser pai na mídia**. In: STREY, Marlene Neves; CABEDA, Sonia T. L.; PREHN, Denise Rodrigues. (orgs.) *Gênero e cultura: questões contemporâneas*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

JODELET, D. **Representações Sociais: um domínio em expansão**. In: JODELET, D. (Org.) *As Representações Sociais*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2002.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus, 1994.

KEIJZER, B. **Hasta donde el cuerpo aguante: género, cuerpo y salud masculina**. In: R Briceño-León, MCS Minayo, & CEA Coimbra Jr. (coords.). *Salud y equidad: una mirada desde las ciencias sociales*. Fiocruz, Rio de Janeiro, 2000.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e História**. São Paulo: Ática, 1989.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários da imprensa brasileira**.

São Paulo: Escrita Editorial, 1991.

LE BRETON, David. **Sinais de identidade. Tatuagens, piercings e outras marcas culturais**. Lisboa: Miosótis, 2004

LEVI, Giovanni. **Sobre a micro-história**. In: BURKE, Peter. A escrita da história. São Paulo, SP. Unesp, 1992.

LUHMANN, Niklas. **O amor como paixão para a decodificação da intimidade**. Lisboa: Difel, 1991.

MACHADO, Lia Zanotta. **Masculinidades e violências. Gênero e mal-estar na sociedade contemporânea** In SCHPUN, Mônica R. (org). Masculinidades. SP: Boitempo Editorial; Santa Cruz do Sul: Edunisc, 1997.

MACRAE, E. **A construção da igualdade: identidade sexual e política no Brasil da abertura**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1990.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**. Rio de Janeiro: Forense, 1998.

MINAYO, M. C. S. **O conceito de representações sociais dentro da sociologia clássica**. In: Textos em Representações Sociais. Petrópolis: Vozes. 1994.

MIRA, Maria Celeste. **O Leitor e a banca de Revista: A segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'água, 2003.

MONTEIRO, Marko. **Tenham Piedade dos Homens! Masculinidades em Mudança**. Juiz de Fora: FEME, 2000.

_____. **Corpo e masculinidade na revista *Vip Exame*** IN: <http://www.scielo.br/pdf/cpa/n16/n16a11.pdf> , 1990. Site consultado em 10 de janeiro de 2010.

MOSSE, George L. **The image of man. The creation of modern masculinity**. New York: Oxford University Press, 1996.

NEIVA JÚNIOR, Eduardo. **A Imagem**. São Paulo: Ática, 1986.

NOLASCO, Sócrates. **De Tarzan a Homer Simpson: banalização e violência masculina em sociedades contemporâneas ocidentais**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

NUNAN, A. Homossexualidade. **Do Preconceito aos Padrões de Consumo**. Rio de Janeiro. Editora Caravansarai, 2003.

OLIVEIRA, Pedro Paulo de. **A Construção Social da masculinidade**. Belo Horizonte. Editora UFMG, 2004.

PAGLIA, Camille. **Sexo, arte e cultura americana**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

PAIVA, Vinicius. **Sexualidade e gênero num trabalho com adolescentes para prevenção de HIV/AIDS**. In: PARKER, Richard. et al (orgs.) A AIDS no Brasil. Rio de Janeiro: ABIA/Relume-Dumará, 2002.

PARKER, Richard. **Corpos, Prazeres e Paixões: A Cultura Sexual no Brasil Contemporâneo**. São Paulo: Editora Best-Seller, 1991.

PRADO, Marco Aurélio Maximo e MACHADO, Frederico Viana. **Preconceitos contra homossexualidades: a hierarquia da invisibilidade** – (Preconceitos; v.5). São Paulo: Cortez, 2008.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História e História Cultural**. Belo Horizonte, Minas Gerais: Autêntica, 2004.

PERLONGHER, Nestor. **O Negócio do Michê: a prostituição viril**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PRONI, M. W. **A metamorfose do futebol**. Campinas: Editora da Unicamp, Instituto de Economia, 2000.

ROUBINE, Jean-Jacques. **A Arte do Ator**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

SANDERS, Clifton. **Customizing the Body: the art and culture of tattooing**. Philadelphia: Temple University Press, 1989.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson, 2005.

_____ e NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2002.

SEVCENKO, Nicolai. **História da Vida Privada no Brasil**. Vol. 3, São Paulo: Cia das Letras, 1998.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **A produção social da identidade e da diferença**. In: SILVA. Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004b.

SILVA, Fábio Ronaldo da. **A questão do SER em “Quero ser John Malkovich”**. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ronaldo-fabio-jonh-malkovich.pdf> , 2005. Site consultado em 19 de dezembro de 2008.

SIMÕES, Julio Assis. **Homossexualidade masculina e curso de vida: pensando idades e identidades sexuais**. PISCITELLI, Adriana; GREGORI,

Maria Filomena; CARRARA, Sérgio (Orgs.). *Sexualidade e saberes: convenções e fronteiras*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

SOUZA, Marcos Alves de. **A “nação em chuteiras”: raça e masculinidade no futebol brasileiro**. Brasília, 1996. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social) - Universidade de Brasília.

STEELE, Valerie. **Fetichismo: moda, sexo & poder**. São Paulo: Rocco, 1997.

TREVISAN, João Silvério. *Devassos no paraíso: A homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

WELZER-LANG, Daniel. **Os homens e o masculino numa perspectiva de relações sociais de sexo**. In: SCHPUN, Mônica Raisal. (org.) *Masculinidades*. São Paulo: Boitempo Editorial; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

VAINFAS, Ronaldo. **Os protagonistas anônimos da História**. São Paulo, SP: Campus, 2002.

VEYNE, Paul. **A elegia erótica romana**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

SÍTIOS:

<http://gonline.uol.com.br/site/arquivos/estatico/memorias.htm>

acessado no dia 20 de março de 2009.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/colunas/destaquesgls/ult10009u382850.shtml>

acessado em 22 de março de 2009.

<http://www.portalcienciaevida.com.br/ESFI/Edicoes/22/artigo87205-1.asp>

acessado em 30 de abril de 2009.

<http://www.ggb.org.br/dossier%20de%20assassinatos%20de%20homossexuais%20em%202009.html>

acessado em 25 de fevereiro de 2010.