

POR UMA HISTÓRIA DA IMPRENSA HOMOERÓTICA BRASILEIRA

Fábio Ronaldo da Silva – fabiocg@gmail.com

Mestrando do PPGH - UFCG

Dra. Rosilene Dias Montenegro – rosilendedm@hotmail.com

Profa. da Unid. Acadêmica de História e Geografia - UFCG

RESUMO: O presente trabalho tem como proposta, perceber como foi sendo gestada, no Brasil, a chamada imprensa especializada para os homossexuais masculinos a partir da década de 1960. É possível perceber que a existência dessa imprensa não atribui automaticamente um lugar de fala para tal grupo na sociedade brasileira e que, por ser segmentada, acaba produzindo dois espaços: um indica o reconhecimento de uma identidade, o que significa que os homossexuais não precisam se esconder e outro que sinalizam as diferenças. Percebe-se assim, que a sociedade reconhece a diferença, mas essa está marcada e isolada em relação à orientação heterossexual (auto) proclamada como dominante.

Palavras-chaves: Imprensa, homossexualidade, identidade.

A chamada “imprensa gay” no Brasil, como no mundo, surge da necessidade de um grupo, seriamente marginalizado, de procurar seus semelhantes. Pois a união entre os que sofriam a mesma sorte de discriminação e perseguição é o primeiro e indispensável movimento para a implementação de estratégias de preservação. Luta cujo início é a constituição de um refúgio coletivo arquitetado na “igualdade”.

Obviamente, toda a diferença que subsiste no seio de qualquer igualdade seria uma questão secundária na medida em que urgia, a princípio, lutar contra um sistema que aniquilava esse grupo usando uma das piores formas, a imposição da invisibilidade. Nessa órbita de resistência no Brasil, as primeiras publicações voltadas para homossexuais só viriam a ocorrer na década de 1960.

Green (1999) traça uma trajetória da homossexualidade masculina no nosso país, refutando a idéia de que haveria no Brasil uma tolerância quanto a ambigüidade sexual, que se difunde através de imagens carnavalescas de travestis e da famosa máxima 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. Já existia, naquele momento, 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, ou seja, a questão de gênero se sobrepunha a questão sexual.

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 (1999, p.125) “os acontecimentos que tiveram lugar nesse período e as construções ideológicas e sociais controvertidas sobre nação, raça, identidade, cultura e gênero moldaram tanto uma subcultura homossexual urbana nascente quanto um discurso médico-legal sobre ela.”

Entretanto, indiferentes às questões teóricas formuladas a seu respeito, os homossexuais começaram a ocupar cada vez mais espaços nas grandes cidades. O processo de migração em massa para as metrópoles brasileiras, principalmente nas décadas de 50 e 60, fez com que surgissem grupos que dava maior visibilidade às questões homossexuais, incluindo a formação do primeiro jornal assumidamente gay no Brasil: *O Snob*, que surgiu no Rio de Janeiro dos anos 60, como veremos mais adiante.

Tanto quanto narrar a situação social e política de um grupo em determinada época, um jornal ou revista de temática libertária 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. Como nos mostra Woodward (2000, pp. 8-10), “as identidades adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas. (...) Existe uma associação entre a identidade da pessoa e as coisas que uma pessoa usa.”

Atualmente as bancas de revistas oferecem aos leitores muitas publicações voltadas para os homossexuais, em especial, o masculino como veremos adiante, mas para que isso viesse a acontecer, muitas coisas tiveram que ser modificadas, destacamos, em especial, a própria sociedade brasileira que, pelo menos ao que aparenta, tenta aprender a aceitar a (con)viver com os “diferentes”.

Com relação à chamada imprensa erótica brasileira, - e nesse caso, estamos falando da que é voltada para o público heterossexual - ela só começaria a ganhar corpo no início da década de 70, principalmente por causa das mudanças de costumes que estavam ocorrendo no país naquele momento. É nessa década que surgem as revistas *Nova* (1973) e *Playboy* (1975) o surgimento dessas publicações, bem como as mudanças sociais ocorridas, mais adiante, possibilitará e/ou facilitará a produção de revistas de cunho homoerótico, pois, como afirma Mira (2001), “o que acontece com as publicações eróticas ou pornográficas ao longo de sua história relaciona-se intimamente às concepções socialmente aceitas sobre o sexo, o casamento e a família” (p.13).

No tocante as publicações voltadas para homossexuais no Brasil, por muito tempo, o que era produzido não eram 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.

Em 1963, Agildo Guimarães passou a editar uma das primeiras publicações brasileiras voltada para o público homossexual masculino, o jornal *O Snob* que foi lançado no Rio de Janeiro. O jornal circulou de 1963 a 1969 e teve 99 edições e uma edição retrospectiva. No primeiro momento o jornal publicava fofocas, entrevistas com travestis famosos, além de realizar concursos de poesias e contos. Mas aos poucos o jornal começou a ficar mais politizado, passando a levar os seus leitores a refletir sobre a realidade brasileira. O jornal parou de ser publicado em 1969 por causa do endurecimento do regime militar (Green, 2006, p. 155).

O surgimento desse jornal 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 ser impressos 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 artesanais, alguns feitos a mão e com tiragem de exemplar único, distribuídos de mão em mão, cujos autores geralmente se escondiam sob pseudônimos. A existência de publicações desse tipo possibilitou a fundação da Associação Brasileira de Imprensa Gay.

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. Em 1977, surgiram em São Paulo dois jornais, *Entender* e *Mundo Gay*, que ofereciam uma espécie de roteiro de bares, serviços e pontos de concentração do chamado “mundo gay”.

Em 1977, Winston Leyland, editor da *Gay Sunshine Press*, de São Francisco, e que publicava o jornal *Gay Sunshine* veio ao Brasil para recolher material para uma antologia de literatura gay latino-americana. Sua visita, na qual aproveitou para falar publicamente sobre o movimento internacional pelos direitos gays, foi considerada um evento importante para jornalistas e intelectuais homossexuais do eixo Rio-São Paulo, que se sentiram incentivados a produzir uma publicação voltada à discussão política da homossexualidade, além de questões como discriminação racial, artes, ecologia e machismo (MACRAE, 1990, pp. 96-7, e GREEN, 1999, p.430).

Dessa forma, dentre as publicações que caracterizaram a chamada imprensa alternativa, da qual o jornal carioca *Pasquim* foi o representante pioneiro, surgiu o *Lampião da Esquina*, jornal produzido por jornalistas, artistas e intelectuais, que se lançou como questionador da moral vigente, visando predominantemente ao público homossexual. Antes de falarmos sobre o *Lampião da Esquina* reproduziremos uma matéria de título “O homossexual brasileiro nas últimas

três décadas”, assinada por Daniel Franco e que foi publicada no *Jornal do Gay* em 1978 e que fala um pouco das publicações voltadas para os homossexuais naquele período.

No início de 77, alguns gays criaram um pequeno folheto intitulado Entender, que divulgava as fofocas do meio, principalmente as atividades de uma das primeiras casas gays de São Paulo, A Choperia Roleta. Os inventores dessa brincadeira, Mauro Moura e o Miltão, jamais imaginariam que, com aquela iniciativa, estavam criando algo tremendamente sério e grandioso: “A imprensa Homossexual Brasileira”. Enquanto isso, um jovem publicitário chamado Massaro, importa uma novidade: o termo gay que substitui os anteriores, e lança o jornal Mundo Gay. O Entender pára de circular no número sete; Massaro edita três números do Mundo Gay e transforma-o no *Jornal do Gay*, órgão oficial do Círculo Crydon. Entusiasmados, os homossexuais começam a distribuir pequenos folhetos mimeografados, como o “Tiraninho” do Andrade, o “Little Darling” do Di Paula, o “Conde Gay” de Agildo B. Guimarães. (GREEN, 2006, p.179)

Como se percebe, antes de o *Lampião da Esquina*, primeiro jornal voltado para o público homossexual que reunia um grande grupo de intelectuais e jornalistas de ampla experiência profissional, dentre eles João Silvério Trevisan, Aguinaldo Silva e Darcy Penteado começar a ser editado, muita coisa se fez, muitos jornais surgiram e outros desapareceram, mas todos tinham o mesmo objetivo que era “dar voz” aos homossexuais masculinos.

Foi um período em que a discussão a respeito da sexualidade tomou de assalto o panorama cultural e político, com os novos ventos da redemocratização e o fim da censura prévia. A era das rupturas influenciava o nascimento de uma imprensa altamente especializada, segmentada e de caráter militante, representada pelo jornal *Lampião da Esquina*.

O número zero do *Lampião da Esquina* foi publicado em abril de 1978 e, já no seu primeiro editorial, o jornal manifestou a ênfase no propósito de criação de um jornal homossexual como forma de dizer não ao gueto e, em consequência, sair dele, de dar voz a uma minoria discriminada e de derrubar estereótipos associados à homossexualidade. Muitos dos idealizadores do jornal eram os mesmos que, mais tarde, fundariam o *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 pretendia 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.

Além de distribuído pelos membros dos grupos organizados, *Lampião* era vendido em bancas, o que o possibilitou atingir um maior número de leitores em relação às publicações artesanais. Enquanto os jornaizinhos mimeografados e xerocados atingiam 50 exemplares por edição, *Lampião da Esquina* tinha tiragem inicial de 10 mil exemplares, atingindo, logo após seu surgimento, o número de 15 mil. Sem objetivar lucro, o jornal se mantinha a partir de doações e

de uma cota de capital fixo estabelecida entre seus produtores. Após alguns anos, uma série de fatores conjugados provocaram desgaste que levou ao fim do jornal: o surgimento de outras publicações voltadas para os homossexuais; a desagregação interna marcada por rivalidades entre os conselheiros paulistas e cariocas; a perseguição da direita “terrorista” à imprensa alternativa em geral; o aumento do preço do papel e dos custos de produção; a falta de anunciantes; a resistência por parte de grandes distribuidoras. Dessa forma, em junho de 1981, era publicada a edição de número 37 do *Lampião da Esquina*, a última que chegaria às bancas.

Com o fim do *Lampião*, por algum tempo o público homossexual contava apenas com as revistas 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 como nos mostra Mira (2001), “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 quase é tudo perversão ou tabu, as publicações pornográficas, são válvulas de escape para os impulsos sexuais” (p.104).

Em meio a essa carência de publicações especializadas dirigidas ao público homossexual, em especial, o masculino, depois de mais de vinte anos, surgiria, em 1995, no mercado editorial brasileiro a revista *SuiGeneris*, de circulação nacional, publicada pela SG-Press e distribuída pela Fernando Chinaglia, uma das maiores distribuidoras do país. 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, *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 voltada para homossexuais masculinos na década de 60 e 70. 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. Tudo isso acompanhado por textos analíticos, grandes doses de cor, fotografias muito bem produzidas e um projeto gráfico inovador, compatível com a ambição de sua proposta. A revista procurou, desde o início, encontrar um caminho para a expressão de uma identidade gay que de certa forma refletisse o comportamento daquela comunidade dos anos 1990. A *SuiGeneris* 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 de divertimentos e serviços para os homossexuais. 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*, além de abordar questões sobre a homossexualidade, oferecia, e ainda oferece, em suas páginas, a nudez frontal de homens, quase sempre artistas, esportistas ou modelos conhecidos no cenário brasileiro. As quatro primeiras edições saíram com o título *Bananaloca*, uma quinta edição saiu com o título *Bananaloca apresenta G Magazine*, até a revista assumir seu nome definitivo e recomeçar do número um, em outubro de 1997.

A SG-Press lançou, no mesmo ano, a *Homens*, também caracterizada pelo nu frontal masculino como atrativo principal. Atualmente, ao lado dessas duas, convivem mais três publicações de nu voltadas para o público homossexual masculino: *Billy* (SG-Press), *Über* (Editora Xanadu) e *For Guys* (Heavy Sex). Novas revistas voltadas para o público homossexual masculino só viriam a ser 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 marcas internacionais, algo raro até então, 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 uma ambiente social mais tolerante com a busca pela igualdade de direitos, com a diversidade sexual.

A proposta da *DOM* é bastante parecida com a da *Júnior*. Lançada pela editora Pixies, a revista traz em suas páginas reportagens sobre moda, beleza, estilo, turismo e ensaio apenas sensual com 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 publicação é gay, mas é *hetero-friendly*. Ou seja, a idéia é incluir o “mundo gay” na sociedade e não torná-lo um universo em separado.

Pode-se perceber também que, em ambas as revistas, a representação feita dos homossexuais é que os mesmos, para serem bem sucedidos, basta apenas cuidar de si e do

corpo, sem se preocupar com questões políticas ou a elas referentes, mas buscar estar sempre bem, buscando sempre entretenimento, sem muitos questionamentos. É interessante perceber ainda que nas matérias trazidas pela *DOM* e a *Júnior*, respectivamente, quase inexitem fotos ou situações nas quais estejam inseridos homossexuais pobres ou negros, como que, ser pobre ou negro fosse algo ruim ou como se os mesmos não existissem entre os gays.

Há, na verdade, em ambas revistas um apologia ao “culto ao corpo” que 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 fazer coexistir, 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.

É importante perceber que, 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. A existência desse tipo de publicação não atribui automaticamente um lugar de fala para o homossexual na sociedade. A existência de uma imprensa segmentada é um sinal ambíguo: de um lado, indica o reconhecimento de uma identidade, o que significa que os homossexuais não precisam se esconder, não são mais “amaldiçoados”. Por outro lado, ainda é sinal 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, mas essa está marcada e isolada em relação à orientação heterossexual (auto) proclamada como dominante.

Pode ser somado a essa ambigüidade, ainda, o fato de que as próprias publicações especializadas ainda se apóiam em idéias pré-concebidas e depreciativas em relação à homossexualidade, contribuindo assim para a manutenção e a propagação de preconceitos.