UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS CLÁSSICAS E VERNÁCULAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM FILOLOGIA
E LÍNGUA PORTUGUESA

FILIPE MANTOVANI FERREIRA

Estereótipos e Discurso:

a (re)construção da imagem de minorias em revistas de nicho

Este exemplar consiste em uma versão corrigida. O texto original encontra-se disponível no Centro de Apoio à Pesquisa Histórica da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (CAPH/FFLCH/USP).

São Paulo
2012

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS CLÁSSICAS E VERNÁCULAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM FILOLOGIA
E LÍNGUA PORTUGUESA

FILIPE MANTOVANI FERREIRA

Estereótipos e Discurso:

a (re)construção da imagem de minorias em revistas de nicho

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa, da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Letras: Filologia e Língua Portuguesa, sob orientação da Profª. Drª. Zilda Gaspar Oliveira de Aquino.

Este exemplar consiste em uma versão corrigida. O texto original encontra-se disponível no Centro de Apoio à Pesquisa Histórica da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (CAPH/FFLCH/USP).

São Paulo
2012

BANCA EXAMINADORA

_____

Profa. Dra. Rosana Lima Soares

_____

Prof. Dr. Manoel Luiz Gonçalves Corrêa

_____

Profª. Drª. Zilda Gaspar Oliveira de Aquino

Orientadora

Para Jaci, Dirce e Karin.

Para Nelson e Amália.

Para Adelício e Elvira.

Agradecimentos

Um trabalho acadêmico-científico é sempre fruto da interlocução de diversas pessoas, que colaboram para seu resultado final de formas bastante diferentes. Expresso, neste espaço, meus agradecimentos a elas.

À Profa. Dra. Zilda Gaspar Oliveira de Aquino, cuja orientação, dedicação, generosidade e inteligência contribuíram para realização deste trabalho e cujo exemplo de retidão nos âmbitos pessoal, profissional e acadêmico me serve de inspiração.

Aos Profs. Drs. Rosana de Lima Soares e Manoel Luiz Gonçalves Corrêa, cujas leituras, observações, questionamento e críticas tiveram grande importância para dar forma final a esta dissertação e colaboraram para que ela crescesse qualitativamente.

A meus pais, Jaci e Dirce, e à minha irmã, Karin, com cujas palavras de apoio sempre pude contar e que, por meio de suporte afetivo, moral e financeiro, contribuíram para que esta dissertação, dentre diversos outros projetos de vida, se tornasse possível.

A meus avós maternos, Nelson e Amália, cujo amor, ajuda e amparo incondicionais e constantes foram essenciais tanto para a realização deste projeto quanto da caminhada que o precedeu.

A meus avós paternos, Adelício e Elvira, que, estejam onde estiverem, serão sempre fonte de inspiração e referência em termos de valores e conduta.

A meus amigos, Anderson Brito, Camila Silva, Carolina Kiyuna, Fernando Cabral, Francine Harayama e Juliana Colombo. Agradeço, de maneira especial, a Diogo Spinelli, que, com paciência e interesse, acompanhou de perto o desenvolvimento deste trabalho e esteve presente em todos os tropeços e alegrias que fizeram parte de sua confecção.

Resumo

O número de publicações que se dirigem a grupos mais específicos da sociedade tem crescido de modo significativo ao longo dos últimos anos. Títulos voltados a grupos como os evangélicos ou deficientes físicos, antes inexistentes ou restritos aos guetos, tornaram-se uma realidade e são distribuídos em todo o Brasil. É nesse contexto que se inserem as revistas *Raça Brasil* e *Junior*, concebidas para atender, respectivamente, a negros e homossexuais, grupos cujo estereótipo contempla, em nossa sociedade, características e comportamentos comumente avaliados de maneira negativa.

A hipótese que se investiga, neste trabalho, é a de que as revistas que se voltam a grupos desprestigiados pela sociedade busquem, por meio de seu discurso, projetar imagens positivas deles, de modo que passem a ser vistos favoravelmente por seu público leitor.

A fim de averiguar a validade desta hipótese, foi utilizada a abordagem triangular de van Dijk (2006), segundo a qual a produção de sentido só pode ser concebida conforme a tríade discurso – cognição – sociedade seja observada. Além disso, como categorias de análise do corpus, o qual se constitui de textos extraídos de ambas as revistas, foram utilizadas as noções de nomeação, qualificação, narração, argumentação e qualificação, que compõem o processo de transformação (Charaudeau, 2009).

Por meio das análises, chegou-se à conclusão de que as imagens projetadas pelas revistas, de modo geral, polemizam com as imagens estereotípicas desfavoráveis que são associadas às duas minorias, sendo que a divergência entre as imagens ocorre por meio de diversos expedientes linguístico-discursivos. Isso significa que ambas as revistas, em certa medida, dão continuidade ao projeto de construção de uma autoestima minoritária que caracterizava as publicações alternativas que lhes precederam. Concluiu-se, ademais, que os estereótipos negativos de negros e homossexuais funcionam como balizas que moldam de forma significativa os discursos de ambas as revistas.

Abstract

The number of publications aimed at more restrict groups of society has risen significantly over the last years. Magazines targeting groups such as the Protestants or the handicapped, which were either inexistent or restricted to ghettos in the past, have become a reality and are distributed all over Brazil. The magazines *Raça Brasil* and *Junior* are part of this new reality. They aim respectively at the blacks and the homosexuals, which are groups whose stereotypes comprise, in our society, a range of negatively-evaluated characteristics and conducts.

The hypothesis that is looked into in this work is that the magazines that are aimed at socially devalued groups seek, by means of their discourse, to convey positive images of those groups, so as to have their readership see them favorably.

In order to achieve such a goal, van Dijk's (2006) triangular approach was used. As seen by this author, sense production can only be conceived of if the triad discourse – cognition – society is taken into consideration. Besides that, in order to analyze the *corpus*, which is formed by texts from both of the magazines, Charaudeau's (2009) concept of transformation was used. This process is the result of the co-occurrence of the processes of nomination, qualification, narration, argumentation, and modalization.

The analysis led to the conclusion that the images conveyed by the magazines, as a rule, tend to clash with the unfavorable stereotypical images that are generally associated to both of the minorities, being the construction of a positive images grounded on the use various linguistic-discursive procedures. This means that the magazines, up to a certain extent, carry out the same project of self-esteem construction as older alternative publications that were aimed at the homosexuals and blacks in the past. It was also concluded that the negative stereotypes of African-Brazilians and homosexuals work as important parameters for shaping the discourse of both of the magazines.

Sumário

CAPÍTULO I – O DISCURSO NA MÍDIA 20
1.1 O DISCURSO 20
1.1.1 A natureza do saber 22
1.1.1.1 Os saberes de conhecimento 25
1.1.1.2 Os saberes de crenças 27
1.2 DISCURSO, MÍDIA E MANIPULAÇÃO 28
1.2.1 Manipulação e sociedade 29
1.2.2 A dimensão cognitiva da manipulação 33
1.2.2.1 A manipulação da memória de curto prazo 34
1.2.2.2 A manipulação episódica 35
1.2.2.3 A manipulação da cognição social 37

CAPÍTULO II – AS CONCEPÇÕES DE TRANFORMAÇÃO E TRANSAÇÃO NO DISCURSO 39
2.1 NOMEAÇÃO 41
2.2 QUALIFICAÇÃO 44
2.3 NARRAÇÃO 47
2.4 ARGUMENTAÇÃO 51
2.5 MODALIZAÇÃO 56

CAPÍTULO III – ESTEREÓTIPOS: ASPECTOS COGNITIVOS E SOCIAIS 58
3.1 A NOÇÃO DE ESTEREÓTIPO: DO MODELO PICTÓRICO AO COGNITIVISTA 59
3.2 A QUESTÃO DA AQUISIÇÃO DE ESTEREÓTIPOS 64
3.3 ESTEREÓTIPOS E SUA DIMENSÃO SOCIAL E AFETIVA 66
3.3.1 As cognições “fria” e “quente” 67
3.3.2 A relação entre cognição e afeto 68
3.3.3 As relações entre endogrupos e exogrupos 71
3.3.3.1 As relações intergrupais 71
3.3.3.2. As relações intragrupais 73
3.4 MINORIAS E ESTEREÓTIPOS 76

CAPÍTULO IV – IMPRENSA PARA NEGROS E HOMOSSEXUAIS: HISTÓRIA, SEGMENTAÇÃO, VISIBILIDADE 80
4.1 MÍDIA DE MASSA, CONSUMO, MERCADO 81
4.2 REVISTAS PARA NEGROS: DOS PERIÓDICOS ABOLICIONISTAS ÀS PUBLICAÇÕES COMERCIAIS 88
4.3 A REVISTA RAÇA BRASIL 94
4.4 REVISTAS PARA HOMOSSEXUAIS: DA MÍDIA ALTERNATIVA À COMERCIAL 96
4.5 A REVISTA JUNIOR 100
4.6 OS PROJETOS EDITORIAIS DAS REVISTAS 104

CAPÍTULO V – SEMIOTIZAÇÃO E ESTEREÓTIPOS NAS REVISTAS JUNIOR E RAÇA BRASIL 107
5.1 NOMEAÇÃO E QUALIFICAÇÃO 108
5.1.1. Referências relacionadas ao universo profissional 108
5.1.2 Referências relacionadas ao universo religioso 117
5.1.3 Referências com avaliação da compleição física 120
5.1.4 Referências relacionadas à virilidade 123
5.1.5 Referências que sugerem orgulho de pertencer ao endogrupo 125
5.2 NARRAÇÃO 129
5.2.1 Trajetórias de sucesso 130
5.2.1.1. Sucesso como ascensão social e econômica 131
5.2.1.2 Sucesso como consolidação de relações amorosas estáveis e duradouras 136
5.2.1.3 Sucesso como pertencimento a tribos urbanas 138
5.2.1.4 Sucesso como popularidade 141
5.2.2 Trajetórias potencialmente bem-sucedidas 142
5.2.3 Trajetória bem-sucedida com auge em posição intermediária 149
5.3 ARGUMENTAÇÃO 150
5.3.1 Teses 150
5.3.1.1. A diversidade é inerente aos endogrupos 150
5.3.1.2 A pertença ao endogrupo não significa demérito 152
5.3.1.3 Membros de minoria podem ser bem-sucedidos 153
5.3.2 A natureza das teses e o público-leitor 155
5.4 MODALIZAÇÃO 157
5.4.1 Modalização por seleção lexical 158
5.4.2 Modalização por relação sintática 160
5.4.2.1 Modalização pelo uso de expressão conjuntiva aditiva 160
5.4.2.2 Modalização por relação sintática concessiva 161
5.4.3 Modalização por expressão de certeza 162
5.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE AS ANÁLISES 163

CONCLUSÃO 168

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 176

ANEXOS (PARTE 1 – REVISTA RAÇA BRASIL) 182

ANEXOS (PARTE 2 – REVISTA JUNIOR) 211

Índice de quadros

Número do quadro	Título	Número da página
1	Relação de revistas especializadas que se voltam a minorias	XIII
2	Lista de artigos da revista *Raça Brasil*	XVI
3	Lista de artigos da revista *Junior*	XVII
4	A argumentação concebida dentro dos processos de transação e transformação	55
5	Exemplos de referências relacionadas ao universo profissional	109
6	Referências que implicam avaliação de compleição física	120
7	Representação gráfica das trajetórias de sucesso	130
8	Síntese de narrativas em que a ascensão social e econômica é considerada sucesso na revista *Raça Brasil*	132
9	Síntese de narrativas em que a ascensão social e econômica é considerada sucesso na revista *Junior*	133
10	Síntese de narrativas em que a consolidação de relações amorosas estáveis é considerada sucesso	137
11	Representação gráfica de uma trajetória potencialmente bem-sucedida	143
12	Síntese de narrativas potencialmente bem-sucedidas	144
13	As imagens de negros projetadas por narrativas potencialmente bem-sucedidas	146
14	Representação gráfica de uma trajetória bem-sucedida com auge em posição intermediária	149
15	Síntese dos efeitos de sentidos decorrentes de cada processo de semiotização	170

INTRODUÇÃO

O mercado editorial tem assistido, ao longo dos últimos vinte e cinco anos, a um processo de especialização de publicações. Cada vez mais, nas bancas de jornal e revistarias, deparamo-nos com títulos que se direcionam especificamente a nichos de mercado que, até então, eram ignorados pelos veículos de maior circulação e estabelecidos há mais tempo.

Conforme Mira (2001:147), o processo de especialização das revistas se inscreve, em verdade, a uma tendência mais abrangente de segmentação de cultura e público, cujas manifestações também podem ser observadas em meios de comunicação como a televisão, o rádio, os jornais, a internet, entre outros.

De acordo com a autora, entretanto, esse fenômeno foi especialmente intenso no universo das revistas, o qual, por definição, caracteriza-se por significativa segmentação. Data de meados da década de 1980 a fundação da Editora Azul, que foi pioneira ao se especializar em revistas de tiragem reduzida para atender a demandas de mercado bastante específicas e fundou, em contexto brasileiro, um mercado para revistas de nicho.

Essas revistas têm como característica definidora o foco em leitores que pertencem a grupos numericamente mais restritos, como o dos homens de negócio, o das donas de casa etc. Por vezes, como no caso dos negros, deficientes físicos, evangélicos e homossexuais, o público de tais publicações coincide com aquilo que, via de regra, chamamos minorias[1].

---

[1] A noção de minoria será discutida em detalhes na seção 3.4 do terceiro capítulo deste trabalho.

Um levantamento não exaustivo sugere uma tendência relativamente recente de aparecimento de revistas que se voltam especificamente a esses grupos, conforme se vê no quadro a seguir:

Quadro 01 – Relação de revistas especializadas que se voltam a minorias

Nome	Público-alvo	Ano de lançamento
Eclésia	Evangélicos	1996
Made in Japan	Nipodescendentes	1997
G Magazine	Homens homossexuais	1997
Raça Brasil	Afrodescendentes	1998
Sentidos	Deficientes físicos	2002
Junior	Homens homossexuais	2008

Liebkind (1984:16) explica que “grupos minoritários e majoritários diferem (ou se pressupõe que difiram) com relação a características raciais, étnicas, religiosas, sociais, linguísticas ou culturais, as quais podem sobrepor-se ou decorrer umas das outras.” A autora esclarece ainda que esses traços diferenciais, aliados a tipificações, estereótipos e sistemas de valores, podem interferir nos padrões de relação sociais.

Com base nos trabalhos de Shotter e Gergen (1989), Moita Lopes (2002:32) afirma que “as pessoas têm suas identidades construídas de acordo com o modo através do qual se vinculam a um discurso – no seu próprio e nos discursos dos outros”, asserção que evidencia a importância dos discursos para que um indivíduo possa conceber a si próprio.

A construção e a reconstrução das identidades das pessoas ocorrem, portanto, através da circulação do discurso no interior dos mais diversos grupos sociais, sendo que é também por meio desta que são construídos estereótipos

que podem naturalizar representações da realidade que passem a integrar a visão de mundo das pessoas (Cameron, 1992).

A posição desses estudiosos levou-nos a refletir sobre o caso de diversas minorias em nossa sociedade, tais como negros, homossexuais, migrantes, entre outros, as quais não desfrutam de imagens favoráveis frente a uma parcela significativa da população.

Assim como Cameron (1992), entendemos que estereótipos consistem em modelos mentais utilizados para que concebamos as pessoas ou grupos. No caso específico dos discursos produzidos sobre negros e homossexuais, minorias cujas representações buscamos analisar neste trabalho, as imagens projetadas correspondem, via de regra, a projeções caricatas, marcadas pelo preconceito e associadas a comportamentos socialmente reprováveis.

A noção de condutas aceitáveis e inaceitáveis é ditada pela sociedade, através dos discursos que circulam em seu interior. A esse respeito, Maingueneau (2006:273) afirma que a literatura, durante muito tempo, contribuiu para “moldar e avalizar modelos de comportamento”, isto é, ela caracterizou-se por ser um espaço privilegiado para a divulgação de imagens e condutas sociais que eram consideradas aceitáveis. O autor completa dizendo que a publicidade é um dos campos, nos dias atuais, que toma para si esse papel, ao mostrar qual a aparência, as ações e os valores esperados, por exemplo, de uma mulher moderna, de um jovem executivo bem-sucedido ou mesmo de integrantes de grupos minoritários.

Acreditamos, entretanto, que esse papel não se circunscreva ao campo da literatura e da publicidade, mas que a mídia, de forma geral, por potencializar a circulação de dizeres, possa funcionar como importante criadora

e divulgadora de imagens de indivíduos e grupos, característica que lhe confere ao menos duas possibilidades de conduta: ao mesmo tempo em que pode agir no sentido de reforçar imagens negativas ou positivas já existentes, os veículos de comunicação podem tentar criar outras ou mesmo reformulá-las, trazendo a público uma imagem diferente da que existia anteriormente.

Nessa acepção, propõe-se, neste trabalho, a observação do discurso, para nele investigar qual é a imagem que se cria dos homossexuais e dos negros, em duas publicações que se voltam especificamente a esses públicos, quais sejam, respectivamente, as revistas *Junior* e *Raça Brasil.* Mais especificamente, buscamos responder às seguintes perguntas de pesquisa:

> 1) Há, da parte das revistas, um esforço para projetar, por meio de seus discursos, imagens positivas das minorias a que se dirigem?
>
> 2) Como o discurso das revistas responde ao discurso que forja os estereótipos impregnados de preconceitos das minorias?
>
> 3) Quais são os procedimentos linguísticos e discursivos que possibilitam a melhoria das imagens das minorias?
>
> 4) O que significa, do ponto de revista das revistas, proceder a uma reformulação das imagens de grupos minoritários?

A fim de responder a estas questões, apoiamo-nos, como embasamento teórico, na abordagem triangular de van Dijk (2006), para quem a análise dos discursos e dos sentidos por eles produzidos devem estar baseadas na tríade cognição – discurso – sociedade. Assim, stiuamos nossa pesquisa na linha da Análise Crítica do Discurso (ACD), que, de acordo com van Dijk (2008), consiste em uma área de investigação que tem por objetivo o exame das relações entre a materialidade do discurso e as relações sociais.

Além disso, dentre as pesquisas que nos serviram de referência, destacamos os trabalhos na área de Análise do Discurso, em especial os de Charaudeau (2005, 2009), no que concerne aos processos de semiotização da realidade, os quais se fazem por meio da nomeação, qualificação, narração, argumentação e modalização, tomadas como categoria de análise em nossa pesquisa. Completam nosso quadro teórico os trabalhos na área de sociologia, como os de Bastide (1973) e Bauman (2008), e de cognição, como os de Tajfel (1981) e Henwood (1993).

Além da adoção desses elementos como categorias de análise, os procedimentos metodológicos incluíram a seleção de todas as edições da revista *Junior* disponíveis desde seu lançamento, em setembro de 2007, até setembro de 2010, data final da coleta do corpus. No total, foram reunidas as revistas de número 1 a 21, perfazendo um total de vinte e uma edições.

Com relação à revista *Raça Brasil*, foram escolhidas as edições 127 a 148, publicadas no mesmo período, constituindo, portanto, uma amostra de tamanho igual à de *Junior*. No total, foram selecionados catorze textos de cada uma das revistas.

Um critério temático foi adotado para a seleção dos textos componentes do corpus. Foram escolhidos reportagens e artigos que retratassem membros dos grupos a que as revistas se direcionam, para que se pudesse observar o modo como essas publicações projetam, por meio de seus discursos, imagens de membros desses grupos e em que medida elas se aproximam ou se afastam de imagens preconceituosas que circulam em sociedade.

Ao longo do trabalho, as referências aos textos do corpus foram feitas por meio de códigos formados por uma sigla e um número. Os códigos dos textos extraídos de *Raça Brasil* contêm a sigla *RB*, enquanto aqueles que se referem aos textos de *Junior* se iniciam pela letra *J*, conforme se pode observar nas listas de anexos a seguir (quadros 2 e 3). Todos os textos foram digitalizados, organizados, compilados e anexados a este trabalho, de modo que o leitor possa consultá-los sempre que julgar necessário. Além disso, nos anexos, foram acrescidos algarismos ao código dos anexos, de modo a indicar a ordem e o número de páginas dos textos. Assim, ao ler, por exemplo, *RB1.2*, deve-se entender que se trata da segunda página do texto RB1.

Quadro 02 - Lista de artigos da revista *Raça Brasil*

Número do anexo	Número da revista	Página(s)	Título
RB1	127	25	“Guerreira”
RB2	129	36-39	“Entre sonhos e conquistas”
RB3	130	22	“Multifacetado”
RB4	131	9	“Além da vocação”
RB5	132	42-43	“Vander Lee”
RB6	133	54-57	“Unidos no palanque”
RB7	134	32-33	“Visão diferenciada”
RB8	136	49	“Futuro nos palcos”
RB9	138	35	“Veia musical”
RB10	139	58-59	“Crônicas de um ator negro”
RB11	141	58-59	“A cinderela negra”
RB12	142	22-23	“A Bahia lhe deu régua e compasso”
RB13	143	46-48	“Uma voluntária em Moçambique”
RB14	145	30-31	“E agora, José?”

Quadro 03 - Lista de artigos da revista *Junior*

Número do anexo	Edição da revista	Página(s)	Título
J1	01	26	“Rollex”
J2	02	22-31	“A Copa é nossa”
J3	03	26-31	“Diversão entre as pernas”
J4	04	38-41	“A revolta dos nerds”
J5	04	109	“Midas do underwear”
J6	05	123	“Garoto de Ipanema”
J7	10	60-61	“Os GaYmers”
J8	12	76-78	“Mudei de vida por amor”
J9	13	36-37	“Macho sim senhor”
J10	16	46-47	“Ao mestre sem carinho”
J11	18	70-72	“Pode entrar”
J12	21	72-73	“Esse negócio é meu”
J13	21	44-46	“Lá e cá”
J14	21	28	“Para ver, ouvir e babar”

Acreditamos que a observação do discurso de construção de imagens em duas revistas que se dirigem a dois nichos distintos seja significativo, por entendermos que os pontos em comum entre as duas publicações possam apontar para tendências mais gerais dentro da divisão das publicações de nicho. Acresce-se a isso o fato de que a observação de recorrências entre as revistas, além de constituir objeto de investigação para futuros trabalhos na área, parece relevante, na medida em que pode propiciar um entendimento mais aprofundado também da organização social que fomenta a existência desse segmento editorial.

Os quatro capítulos teóricos deste trabalho foram concebidos de modo a dar conta dos elementos da tríade cognição – discurso – sociedade, proposta por van Dijk (2006).

No primeiro capítulo, abordamos a questão das imagens das minorias e da estereotipia segundo o ponto de vista dos estudos de discurso, fazendo, para tanto, uso dos trabalhos de van Dijk (1984, 1998, 2006, 2008) sobre discurso, sociedade e manipulação. Utilizamos também trabalhos de Charaudeau (2009, 2005), que descrevem os processos de semiotização inerentes à produção discursiva e às características do discurso em contexto midiático.

O segundo capítulo é dedicado a descrever os processos de semiotização do mundo propostos por Charaudeau (2005), a saber, a nomeação, a qualificação, a narração, a argumentação e a modalização, os quais são utilizados, neste trabalho, como categorias de análise. Para dar conta dos processos de nomeação e qualificação, apoiamo-nos, principalmente, nos textos de Marcuschi (2000) e Marcuschi e Koch (1998); a discussão teórica do processo de narração tem por base os trabalhos de, Caldas-Couthard (1999), Flusser (2003), Charaudeau (2009) e outros; os trabalhos de Perelman (1996[1958]) e Oléron (1983) constituem a base teórica da discussão teórica sobre argumentação; ao passo que a modalização é compreendida segundo a perspectiva de Charaudeau (2005) e Maingueneau (2001).

No terceiro capítulo, tratamos da dimensão sociocognitiva do tema deste trabalho, apresentando e discutindo os conceitos de endogrupo, exogrupo, minorias, afetos, entre outros que julgamos relevantes para a melhor

compreensão dos processos de criação e recriação de imagens e estereotipia. Embasamo-nos, para tanto, nos trabalhos de Lippmann (1922), Liebkind (1984), Henwood *et al.* (1993), entre outros.

Com vistas a abordar a construção de imagens de negros e homossexuais na mídia de nicho, de um ponto de vista sociológico, e apoiados nos trabalhos de Bastide (1973), Albert e Terrou (1990), Mira (2001), França (2006), Bauman (2008), Ramos (2010) e outros, traçamos, no quarto capítulo deste trabalho, um panorama histórico que contempla o surgimento das publicações mais significativas que se voltam a esses grupos. Além disso, neste capítulo, as revistas *Raça Brasil* e *Junior* são descritas de modo detalhado e considerações acerca de seus projetos editoriais e públicos leitores são feitas.

No capítulo V, procedemos à análise do *corpus*, que visou observar como os processos de semiotização, descritos por Charaudeau (2005), funcionam no sentido de construírem imagens de negros e homossexuais. Este capítulo contempla, também o exame da medida em que estas se afastam ou se aproximam dos estereótipos negativos desses grupos que circulam em sociedade.

Cabe salientar que, especificamente na seção 5.2., em que investigamos as narrações produzidas por ambas as revistas, propomos uma divisão das trajetórias narradas em três categorias, quase sejam, (1) bem-sucedidas, (2) potencialmente bem-sucedidas e (3) bem sucedidas com auge em posição intermediária.

I. O DISCURSO NA MÍDIA

1.1 O discurso

Os estudos da linguagem passaram, ao durante o século XX, por uma importante transição da abordagem da língua como expressão da subjetividade ou manifestação de um sistema abstrato para uma visão mais socialmente situada. É ilustrativa dessa tendência, bastante influente nos dias de hoje, a famosa crítica de Vološinov/Bakhtin, no livro *Marxismo e Filosofia da Linguagem* (1973), às teorias de língua enquanto sistema (objetivismo abstrato), da qual Saussure é o maior expoente, e de língua enquanto expressão da interioridade dos indivíduos (subjetivismo idealista), que tem em Vossler seu defensor mais proeminente.

Atualmente, são diversas as linhas teóricas que se ocupam da interface entre a língua em uso e a sociedade, dentre as quais podemos citar a os estudos de Argumentação, a Análise Dialógica do Discurso e a Análise Crítica de Discurso (ACD), entre outros.

De acordo com van Dijk (2008), cabe aos estudos de discurso procederem à relação entre um micronível (a escrita, a fala, a interação e as práticas semióticas) e um macronível, no qual são compreendidas as relações da sociedade enquanto grupos, organizações e outras coletividades. Em outras palavras, o discurso "não é visto apenas como um objeto 'verbal'[2] autônomo, mas também como uma interação situada, como uma prática social ou como

[2]Palavra grafada entre aspas na tradução brasileira.

um tipo de comunicação numa situação social, cultural, histórica ou política" (*op. cit.*, p. 12).

Na verdade, esses níveis estabelecem uma relação não só de dependência entre si, mas também de influência mútua. Assim, ainda que a gramática da língua seja basicamente a mesma para seus falantes, as opções que este faz (ou é levado a fazer) ao se comunicar são bastante significativas e podem ter grande influência no meio social, sobretudo se tais textos circularem através um suporte midiático que lhes permitam obter alguma visibilidade na sociedade.

Vale dizer, além disso, que essas opções podem ser socialmente motivadas e possuem sempre um valor político inerente, visto que a circulação dos dizeres em sociedade colabora para a pregnância de determinadas crenças e características em detrimento de outras. Uma manifestação concreta dessa relação de influência mútua seria, por exemplo, o uso de "terrorista" ou "lutador pela liberdade" para fazer referência a uma mesma pessoa (idem, p. 13), que deixa ver uma visão favorável ao indivíduo em questão ou não e que pode desencadear sanções positivas ou negativas com relação a ele. O discurso configura-se, portanto, como o lugar em que o abuso de poder, a dominação e a discriminação se materializam e se reproduzem em sociedade.

Essa propriedade torna-se bastante importante quando pensamos no discurso como meio de reprodução da discriminação de endogrupos majoritários com relação a exogrupos minoritários. Uma vez que há uma tendência de que as semelhanças dos membros de um endogrupo sejam enfatizadas e valorizadas[3], há também a tendência de desvalorização de

[3] Trataremos desta questão de modo mais pormenorizado no capítulo 3 deste trabalho, sobretudo no item 3.3.3.

indivíduos e características pertencentes a um exogrupo. É com base nessa estrutura que os estereótipos de modo geral são produzidos e passam a integrar os mecanismos de apreensão do mundo dos indivíduos de uma sociedade. É também essa a base sobre a qual são construídos os preconceitos (van Dijk, 1984), que expressam a visão de mundo de alguns grupos sociais, cujo controle sobre as mídias possibilita não só a circulação de suas crenças, valores e ideias como também colabora para que, aos poucos, elas se tornem (mais) pregnantes e passem a integrar o repertório de saberes detidos por uma grande parcela de uma sociedade.

A fim de compreender a natureza dos estereótipos, parece-nos importante que sejam feitas algumas considerações acerca da natureza dos saberes que se constituem por meio do discurso, a qual será discutida na seção seguinte.

1.1.1 A natureza do saber

Os saberes são forjados no discurso, isto é, consistem em uma construção humana que se dá através de um exercício da linguagem que permite a organização do mundo (Charaudeau, 2009). A construção de saber é uma necessidade humana, pois é através dela que se torna possível a apreensão do mundo, que, complexo, não se entrega à compreensão humana de modo imediato e integral. A criação de categorias em que os elementos da vida são alocados segmenta a realidade e possibilita que os seres humanos, através da adoção de parâmetros, organizem o mundo como forma de tentar compreender a realidade complexa que os circunda.

É através do discurso que é feita a conexão entre um mundo a significar, apenas prenhe de significação, e um mundo significado, em que se cria o sentido através das formas da língua. Sentido e forma passam, assim, a travar uma relação de dependência mútua, uma vez que este só se torna perceptível através daquela e aquela remete sempre a este.

Pode-se dizer, deste modo, que o trabalho de produção discursiva é inerentemente interpretativo, visto que propicia a “integração dos dados de facto num quadro conceptual que constitui um sistema mais ou menos elaborado. Este quadro dá-lhe um sentido, permite compreendê-los (ou dá a ilusão disso) e julgá-los” (Oléron, 1983:112). Desse modo, a realidade, heteróclita, é apenas parcialmente abarcada pelo discurso de alguém, cabendo, portanto, ao produtor do discurso proceder a tentativas de organização desta, conferindo-lhe alguma coesão, a fim de objetivá-la e torná-la tangível.

A objetivação da realidade propiciada pela linguagem é, desta forma, “redutora da realidade que substitui” e implica a adoção de um ponto de vista, fato que faz com que toda a informação que chega a alguém através do discurso de outrem seja necessariamente relativizada (Mosca, 2002:14).

Nesse sentido, parecem relevantes as considerações de Charaudeau (2009:41) acerca da informação como discurso. Segundo esse autor, o sentido das coisas do mundo nunca é dado antecipadamente, mas é fabricado através da ação linguageira do homem em um contexto social, a qual se dá na intersecção entre dois processos de semiotização chamados *transformação* e *transação*.

É através do processo de transformação que se dá a passagem de um mundo a significar para um mundo significado, recriado discursivamente. Esse processo abrange

> categorias do mundo que identificam os seres do mundo *nomeando-os*, que aplicam a esses seres propriedades *qualificando-os*, que descrevem as ações nas quais esses seres estão engajados *narrando*, que fornecem os motivos dessas ações *argumentando*, que avaliam esses seres, essas propriedades, essas ações e esses motivos *modalizando* (Charaudeau, *id. ibid.*)

A transação, por sua vez, entendida como o processo que determina a transformação, tem por função dar significação psicossocial à produção discursiva. Em outras palavras, a transação atribui um objetivo aos atos de linguagem em função de alguns parâmetros, tais como as hipóteses sobre a identidade do outro (seus saberes, posição social, seu estado psicológico, suas aptidões, seus interesses etc.), o efeito que se pretende produzir no outro, o tipo de relação que se pretende instaurar com esse outro e o tipo de regulação que se prevê com relação aos parâmetros precedentes.

Assim, o ato de informar, objetivo declarado principal dos veículos midiáticos, mostra-se como resultado final de um processo de mediação entre os acontecimentos do mundo e os sujeitos alcançados pelo discurso, o qual implica não só uma interpretação daqueles, mas também a adequação do discurso a estes. Evidencia-se, assim, a opacidade inerente ao discurso, que traz sempre em si nuanças ideológicas, visto que depende sempre do olhar subjetivo de um sujeito produtor que seleciona o que será verbalizado, o que será deixado de lado e o modo como as coisas do mundo serão representadas.

De acordo com Chauraudeau (*op. cit.*, p. 43), quando esse olhar subjetivo se volta para o mundo, este passa a ser descrito em termos de

saberes de conhecimento; quando o olhar se volta para o próprio sujeito, são construídos saberes de crenças. Detalharemos, abaixo, essas duas categorias.

1.1.1.1 Os saberes de conhecimento

Os saberes de conhecimento procedem de uma visão racionalizada do mundo em que vivemos, isto é, são inerentemente dependentes da capacidade humana de fragmentar o mundo, de modo que se possa comparar, distinguir, categorizar e hierarquizar os elementos que o compõem. Estes saberes baseiam-se na empiria, em erros e acertos, na capacidade de predição e na depreensão de recorrências que ocorre com o auxílio de um instrumental intelectual (Charaudeau, 2009:44).

Ainda que esses conhecimentos adquiridos possam aparentar ter natureza neutra, tal idéia é, na verdade, falaciosa. É relevante observar que, mesmo quando falamos de saberes de conhecimento, algum matiz de valoração sempre se faz presente, mesmo quando a ordenação do mundo parece tender à objetividade. Classificações embutem em si hierarquizações e cargas ideológicas, visto que são feitas segundo critérios que não são universais ou naturais, mas culturais, discursivos e, portanto, construídos por homens inseridos em um determinado contexto social e que compartilham uma determinada visão de mundo. Segundo Charaudeau (*id. ibid.*),

> esses conhecimentos são considerados suficientes para dar conta do mundo da maneira mais objetiva possível. Sabe-se, evidentemente, que eles passam pelo filtro da experiência social, cultural, civilizacional, o que os relativiza – apesar do sonho dos seres humanos de descrever o mundo como alguma coisa de universal que não dependa da própria contingência humana. De todo modo, os conhecimentos, por oposição às crenças, beneficiam-se de um preconceito favorável de “objetividade” e de “realismo”, o que constitui uma espécie de garantia quanto à estabilidade da visão estruturada do mundo.

Nesse sentido, van Dijk (1998:28) esclarece que categorias como conhecimentos sobre fatos que são consenso ("A água congela a 0ºC", por exemplo), verbalizações de experiências passadas ("No mês passado palestrei em Valparaíso"), preferências pessoais ("Gosto de sorvete"), fatos da vida quotidiana ("Krzysztof é meu vizinho") e fatos ficcionais ou literários ("Havia uma garota da Nicarágua / Que sorria enquanto montava um jaguar")[4] são normalmente vistos como conhecimentos ou crenças não ideológicos. O autor salienta, entretanto, que o conteúdo só não é ideológico se os exemplos acima forem considerados em isolamento, isto é, tomados dentro daquilo que ele chama "interpretação padrão" [5]. Segundo o autor, no entanto, não seria difícil construir um contexto ou texto em que esses exemplos assumissem caráter ideológico, o que significa que cada uma das frases acima possui um potencial de significação ideológica latente, que se manifesta conforme estas são inseridas na cadeia discursiva.

Boa parte da credibilidade da imprensa assenta-se sobre a ilusão de objetividade ("realismo") que caracteriza os saberes de conhecimento, a qual permite que os textos midiáticos sejam grandes agentes influenciadores de decisões e atitudes na sociedade. Identificada a não neutralidade desses (e de quaisquer outros) textos, coloca-se em questão a tradicional divisão das modalidades dos gêneros jornalísticos em informativos, interpretativos e opinativos que, na realidade, servem apenas para balizar a práxis jornalística, quando não mesmo para despistar um leitor desavisado (Mosca, 2004:24). Pode-se dizer, portanto, que "as mídias não transmitem o que ocorre na

---

[4] Todos os exemplos citados neste parágrafo foram extraídos de van Dijk (1998) e livremente traduzidos.
[5] Em inglês, *standard interpretation*.

realidade social, elas impõem o que constroem no espaço público" (Charaudeau, 2009:19).

Ao se eximirem de se assumirem seletivos quanto aos fatos que recriam discursivamente é que os textos jornalísticos, de modo geral, adquirem o status de reflexo fiel e irrefutável da verdade, característica que lhes confere maior potencial de persuasão e oculta, sob o objetivo declarado de informar, suas intenções discursivas. Tal configuração caracteriza textos jornalísticos de modo geral e tende a ser mais bem-sucedida conforme os leitores desses textos falhem ao entender a natureza intrinsecamente ideológica deles, sendo, pois, incapazes de lhes apreender de modo crítico e detectar possíveis falácias, omissões e conteúdo tendencioso que eles possam conter.

1.1.1.2 Os saberes de crenças

Charaudeau (2009:45) descreve os "saberes de crenças" como aqueles que "resultam da atividade humana quando esta se aplica a comentar o mundo, isto é, a fazer com que o mundo não exista mais por si mesmo, mas sim através de um olhar subjetivo que o sujeito lança a ele".

Dessa forma, pode-se dizer que os saberes constituem-se não só tendo em vista categorizações supostamente neutras, mas também um posicionamento ideológico que se objetiva através da codificação do mundo pela linguagem. Entre os saberes de crenças, o olhar subjetivo parece mais evidente, uma vez que, ao contrário dos saberes de conhecimento, eles não assumem com tanta facilidade o aspecto de verdade factual neutra, mas tendem, antes, a serem vistos como qualificação de um dado objeto.

De acordo com Oléron (1983:109), a qualificação pode ser de ordem valorativa e responsável pela atribuição de uma polaridade positiva ou negativa àquilo de que um indivíduo fala.

Cabe observar que tal atribuição de valores não ocorre necessariamente através de expressões avaliativas potencialmente mais evidentes, como os adjetivos; na verdade, o discurso pode proceder à valorização ou desvalorização de idéias, crenças, grupos e outros de modo mais ou menos velado, através, por exemplo, da classificação de um fato em uma determinada categoria (um ato classificado como crime), que pode ser suficiente para lhe conferir acento valorativo positivo ou negativo, despertando, assim, reações positivas ou negativas no seio daqueles que tomam contato com o discurso produzido.

Observa-se, portanto, que o discurso nunca é, por definição, dotado de neutralidade e pode, portanto, ser palco da manipulação, conforme discutiremos na seção que segue.

1.2 Discurso, mídia e manipulação

Devido a sua importância, credibilidade e grande penetração em nossa sociedade, a mídia foi e continua sendo comumente acusada de promover a manipulação ideológica daqueles que tomam contato com os textos que ela veicula. Essa idéia, muito presente no senso comum, encontra respaldo científico nos trabalhos de van Dijk (2006:360), para quem ela se define como “o exercício de uma ilegítima forma de influência através do

discurso”[6], isto é, “manipuladores fazem com que os outros acreditem ou façam coisas que sejam interessantes para quem manipula e contra os interesses daqueles que são manipulados”[7].

Nas seções abaixo, trataremos de duas dimensões da manipulação, quais sejam, a social e a da dimensão cognitiva. Essas dimensões estão imbricadas, travam uma relação de dependência mútua e só ocorrem mediante um esforço de produção discursiva.

1.2.1 Manipulação e sociedade

Segundo van Dijk (2008:93), o poder dos veículos de comunicação está diretamente relacionado a dois aspectos, a saber, a quantidade de pessoas que eles atingem e sua efetiva capacidade de manipulação. Segundo esse estudioso, quando se consegue influenciar os modelos mentais, o conhecimento, as atitudes e, em última instância, as ideologias, é também possível controlar, ainda que indiretamente, as ações futuras dos sujeitos interpelados pelo discurso.

Para esse autor (2006:361), a manipulação constitui-se como algo negativo, na medida em que, diferentemente da persuasão, conduz o manipulado, de modo inconsciente, a determinados comportamentos ou posicionamentos. Essa consequência negativa do discurso manipulativo ocorre tipicamente quando os indivíduos a que ele se dirige não são capazes de perceber (totalmente) as consequências das ações em favor das quais o manipulador advoga.

---

[6] Tradução livre de “the exercise of a form of *illegitimate* influence by means of discourse”.
[7] Tradução livre de “manipulators make others believe or do things that are in the interest of the manipulator, and against the best interests of the manipulated.”

Ainda de acordo com van Dijk (1998:274), são características das manifestações de poder modernas e da hegemonia ideológica as estratégias que visam à aquiescência e anuência com relação a certas posições, de modo que as pessoas ajam voluntariamente segundo o desejo de quem as manipula, fazendo com que poder e dominância pareçam naturais, legítimos, acurados e sejam adotados sem que haja oposição significativa a eles. Em outras palavras, a manipulação operada pela mídia envolve, basicamente, formas de controle mental das quais os espectadores não estão cientes e cujas consequências eles não conseguem controlar. Assim,

> constroem-se modelos sobre eventos de modo que eles influenciem a composição de representações sociais partilhadas que as pessoas criam acerca do mundo, o que, por sua vez, influencia o desenvolvimento de ideologias ou as modifica (*op. cit.*, p. 275)[8].

Dessa forma, a mídia, em virtude de sua penetração na sociedade, colabora para que

> [...] o poder se exerça menos pela repressão das individualidades e muito mais mediante a adesão e o consentimento e, portanto, mediante a integração das subjetividades numa *normalidade*. O imenso grupo de especialistas que gravitam em torno das técnicas de administração dessas subjetividades encarrega-se de produzir, mediante o estabelecimento de padrões de normalidade e, portanto, de possibilidades de calibragem, coletiva ou individual, os parâmetros de ajustamento dos indivíduos dentro da sociedade (Cordeiro, 2003:33-4).

É nesse sentido que o poder exercido pelas mídias difere, por exemplo, do poder exercido pelo Estado, visto que, diferentemente deste, elas "constituem uma instância que não promulga nenhuma regra de comportamento, nenhuma norma, nenhuma sanção" (Charaudeau, 2009:18).

Esses são traços bastante típicos do que chama "poder 'moderno'", que é característico de sociedades democráticas e é exercido não

---

[8] Tradução livre de "Models are constructed of events in a way that has implications for the construction of shared social representations people have about the world, which in turn influence the development or change of ideologies".

através da coerção, mas da manipulação. A dominância, parece relevante ressaltar, raramente é absoluta, pelo contrário: ela normalmente ocorre de modo gradual, podendo enfrentar maior ou menor resistência e contrapoder de grupos dominados (van Dijk, 2008:89).

Nesse sentido, é significativo observar que o poder só pode ser exercido mediante o acesso de indivíduos ou grupos sociais a recursos sociais que lhes permitam exercê-lo e o controle destes. Um desses recursos consiste no acesso preferencial à mídia de massa, o qual só é possível a membros de elites simbólicas, tais como políticos, jornalistas, acadêmicos, escritores, professores etc. Para que a manipulação ocorra, ademais, é necessário que haja acesso a alguma forma de discurso público, como debates políticos, notícias, artigos de opinião, livros, artigos científicos, romances, programas de televisão, anúncios publicitários, internet, para citar alguns. Dito de outro modo, as condições que propiciam o discurso manipulativo podem ser definidas em termos de pertencimento a grupos sociais, posição institucional, profissão, recursos materiais ou simbólicos, entre outros (van Dijk, 2006:362).

A relação entre o acesso aos meios de circulação do discurso por parte de determinados grupos da sociedade e a manipulação é expressa por Fairclough (1992:102) em suas considerações acerca da interface entre intertextualidade e hegemonia. Esse autor adota uma perspectiva dialógica, segundo a qual a idéia de intertextualidade está relacionada à produtividade dos textos, isto é, à maneira como se pode transformar textos anteriores, a fim de reestruturar as convenções existentes e a gerar novas. Isso ocorre, via de regra, através da reacentuação positiva ou negativa de textos anteriores e da ratificação ou negação das idéias que lhes caracterizam. Essa produtividade,

contudo, não está disponível para todas as pessoas, visto que há limitações de ordem social que só não se aplicam àqueles que detêm poder. Segundo o autor,

> a combinação da teoria da hegemonia [...] com a intertextualidade parece ser particularmente profícua. Não só se consegue mapear as possibilidades e limitações dos processos intertextuais dentro de hegemonias específicas e estados de luta pela hegemonia, como também se consegue conceptualizar processos intertextuais e processos de contestação e reestruturação das ordens do discurso enquanto processos de luta pela hegemonia na esfera do discurso, que afetam e são afetados por lutas pela hegemonia em senso lato.[9]

Apesar de reconhecer que a mídia é capaz de manipular valores, atitudes e crenças, Charaudeau (2009:18) considera importante observar que as mídias são manipuladas não só para que atendam aos interesses dos grupos sociais que detêm seu controle, mas também para se adequarem ao público a que visam. Dessa forma, segundo ele, “as mídias manipulam tanto quanto manipulam a si mesmas”, de modo que seu discurso não só se adéque ao manipulado, mas que o faça de modo a não se confessar manipulação.

Nesse sentido, Amossy (2008:125) entende que há, na tentativa de adaptação dos textos ao público visado, um processo de estereotipagem subjacente, isto é, há a tendência de que o público-alvo de um texto de mídia só seja apreendido se este for relacionado a uma categoria social, étnica, política ou outra. Ao ser classificado, o público tem sua representação construída de acordo com as características que são culturalmente consideradas inerentes aos grupos aos quais se considera que ele pertence, e o discurso a ser veiculado molda-se de acordo com elas.

---

[9] Tradução livre de “The combination of hegemony theory (…) with intertextuality is particularly fruitful. Not only one can chart the possibilities and limitations for intertextual processes within particular hegemonies and states of hegemonic struggle, but one can also conceptualize intertextual processes and processes of contesting and restructuring orders of discourse as processes of hegemonic struggle in the sphere of discourse, which have effects upon, as well as being affected by, hegemonic struggle in the wider sense”.

Dessa forma, pode-se dizer que as mídias tendem a se automanipular segundo a contingência de atingir um número cada vez maior de pessoas, o que parece ser conseguido através da distribuição generalizada das mesmas simplificações e clichês, além do recurso à afetividade da audiência (Charaudeau, 2009:19).

1.2.2 A dimensão cognitiva da manipulação

Tratamos da manipulação enquanto fenômeno social e discursivo; parece necessário, além disso, enfocarmos a manipulação em sua dimensão mais propriamente cognitiva, pois que manipular as pessoas implica manipular suas mentes, isto é, suas crenças, conhecimentos, opiniões e ideologias. O discurso, através de operações como ensinar, informar, persuadir etc., pode conduzir a mudanças significativas no sistema de valores e crenças de indivíduos ou grupos, o que implica mudanças de comportamento e avaliação do mundo.

Os processos que caracterizam a cognição humana são diversos e bastante intrincados; por este motivo, discutimos apenas algumas categorias de análise cognitiva, do modo como apresentadas por van Dijk (2006). Segundo esse autor, a manipulação não faz uso de propriedades cognitivas específicas, mas ocorre através de propriedades gerais do processamento do discurso em geral, não necessariamente manipulativo. Destacamos três tipos de manipulação, quais sejam, a da memória de curto prazo, a episódica e a da cognição social.

1.2.2.1 A manipulação da memória de curto prazo

A colocação de um título em fonte maior ou em posição de destaque, por exemplo, faz com que este atraia maior atenção de um leitor, de modo que este dedique mais tempo ao processamento e representação desses fragmentos, resultando em uma memória mais saliente, mais facilmente acessível deste.

Esse consiste em um recurso estratégico à memória de curto prazo (MCP)[10]. Segundo van Dijk (2006:365), o processamento de informações nessa modalidade de memória resulta basicamente na

> [...] "compreensão" (de palavras, orações, frases, enunciados e sinais não verbais) em termos de "significados proposicionais" ou "ações". Tal processamento é estratégico no sentido em que ocorre em tempo real, é orientada por um objetivo e opera em diversos níveis da estrutura discursiva: conjecturas e atalhos rápidos e eficientes são utilizados no lugar de análises completas.[11]

Nesse caso, a manipulação corresponde ao gerenciamento estratégico dos procedimentos parcialmente automatizados que caracterizam a compreensão do discurso. Dessa forma, far-se-á com que as informações cujo entendimento é consoante com os interesses da elite simbólica tenham posição de destaque e sejam entendidas mais facilmente. Essa consiste em uma importante estratégia também em formas não (necessariamente) manipulativas de discurso, tais como reportagens jornalísticas e livros didáticos.

---

[10] Em inglês, *short-term memory (STM).*

[11] Tradução livre de "'understanding' (of words, clauses, sentences, utterances and non-verbal signals) for instance in terms of propositional 'meanings' or 'actions'. Such processing is strategic in the sense of being online, goal-directed, operating at various levels of discourse structure, and hypothetical: fast and efficient guesses and shortcuts are made instead of complete analyses".

Contrariamente, se não for interessante a essa elite que algumas partes do discurso sejam compreendidas ou tenham relevo dentro do processo de compreensão, há a tendência de que se recorra à manipulação de diversos níveis do discurso, tais como o fonológico, fonético, sintático e lexical, de modo a impedir e/ou prejudicar sua compreensão, sendo possível inclusive que se opte pela simples omissão daquilo que não se deseja que apareça.

1.2.2.2 A manipulação episódica

Outro tipo de manipulação é a que ocorre no âmbito da memória episódica. Segundo van Dijk (2006:367), a maior parte da manipulação que ocorre através do discurso não está conectada a estratégias que influenciam a compreensão de discursos específicos, mas sim a resultados mais estáveis, isto é, a conhecimentos, atitudes, ideologias e memórias pessoais que definem as histórias de vida e experiências de cada indivíduo, ou, em outras palavras, ao escopo da memória de longo prazo (MLP)[12].

De acordo com Carrillo-Mora (2010:198), a memória episódica

> [...] corresponde a uma memória composta por informação sensorial de tipos bastante diferentes posicionadas com relação a um marco temporal e espacial definido acerca dos feitos que ocorreram no passado pessoal[13].

Nossas memórias dos eventos comunicativos, assim como nossas experiências cotidianas, são armazenadas na memória episódica como modelos mentais que possuem uma estrutura esquemática própria. Esses

---

[12] Em inglês, *long-term memory (LTM)*.

[13] Tradução livre de “la [memoria] episódica, que comprende una memoria compuesta por información sensorial de muy distintas variedades sobre un marco temporal y espacial definido acerca de hechos que ocurrieron en el pasado personal”.

modelos são singulares, na medida em que são construídos subjetivamente e variam segundo a percepção dos fatos de cada indivíduo.

Ao contar uma história, por exemplo, formulamos um modelo mental subjetivo a respeito de uma determinada experiência, assim como, para compreender uma história ou notícia, exige-se que sejam criados modelos mentais por parte dos sujeitos alcançados pelo discurso.

Deste modo, segundo esclarece van Dijk (2006:367), a compreensão de textos e conversações situadas relaciona-se, no âmbito da memória episódica, à construção de modelos de experiências mais completos. O autor completa dizendo que

> entender não é simplesmente associar significados a palavras, frases ou discursos, mas construir modelos mentais na memória episódica, incluindo opiniões pessoais e emoções que associamos com os eventos sobre os quais lemos ou ouvimos[14] (*id. ibid.*).

É neste modelo mental que está a base para nossas memórias futuras e para a aquisição de conhecimentos baseados em experiências, além de atitudes e ideologias (*id. ibid*.).

O sucesso dessa modalidade de manipulação dependerá, portanto, da formação e ativação de modelos na mente dos manipulados, de modo que sua liberdade de interpretação seja restringida ou as chances de que a interpretação do discurso seja feita de modo conflitante com os interesses dos manipuladores sejam reduzidas.

Adquiridos, tais modelos implicam uma automatização dos processos de percepção e interpretação, que embute em si a manipulação, a

[14] Tradução livre de “Understanding is not merely associating meanings to words, sentences or discourses, but constructing mental models in episodic memory, including our own personal opinions and emotions associated with an event we hear or read about”.

qual não é, via de regra, percebida pelo sujeito influenciado pelo discurso de outrem.

1.2.2.3 A manipulação da cognição social

Diferentemente da manipulação episódica, descrita anteriormente, a manipulação da cognição social implica a tentativa de influenciar as interpretações, ações e decisões de grupos de indivíduos. Trata-se, em outras palavras, de um tipo de manipulação que é mais eficaz que os anteriores, visto que não tenta somente criar e ativar modelos mentais, mas visa influenciar crenças mais gerais e abstratas, tais como o conhecimento, as atitudes e as ideologias.

Nesse nível de ação, é possível até mesmo proceder à manipulação das normas e valores que balizam a avaliação de eventos e pessoas, além da condenação ou legitimação de ações.

De acordo com van Dijk (2006:369),

> modelos mentais incorporam, por um lado, a história pessoal, as experiências e as opiniões de indivíduos e, por outro lado, uma instanciação específica de crenças sociais partilhadas. A maior parte da interação e do discurso é, portanto, produzida e compreendida em termos de modelos mentais que combinam crenças pessoais e sociais, de modo que *ambas*[15] explicam a singularidade de toda produção e compreensão discursiva e a similaridade de nossa compreensão de um mesmo texto[16].

Ainda que a manipulação possa agir no sentido de modificar modelos mentais pessoais (caso da manipulação episódica), ela se tornará

---

[15] Palavra grafada em negrito no original em inglês.

[16] Tradução livre de: “mental models on the one hand embody the personal history, experiences and opinions of individual persons, but on the other hand also feature a specific instantiation of socially shared beliefs. Most interaction and discourse is thus produced and understood in terms of mental models that combine personal and social beliefs – in a way that *both* explains the uniqueness of all discourse production and understanding, *and* the similarity of our understanding of the same text.

bastante mais eficaz conforme controle as representações sociais partilhadas, pois agiria, assim, de modo a manipular idéias e crenças que são aceitas por um grande grupo de pessoas, isto é, teria maior relevo em termos quantitativos.

Atitudes socialmente compartilhadas não são modificadas ou adquiridas da noite para o dia, mas são, antes, desenvolvidas a partir de generalizações e abstrações feitas com base em modelos mentais formados a partir de discursos específicos, tais como notícias, declarações oficiais, filmes etc. Isso significa dizer que essas atitudes são mais estáveis que modelos mentais individuais, o que significa que essa forma de manipulação tem como consequência o controle do que as pessoas fazem e dizem ao longo de um período de tempo relativamente longo.

Concluída a discussão teórica acerca da natureza da visão de discurso que adotamos e das especificidades que ele assume no âmbito da mídia e sobre a questão da manipulação, passamos ao segundo capítulo, em tratamos, de modo detalhado, das partes do processo de transformação concebido por Charaudeau (2005, 2009).

II. AS CONCEPÇÕES DE TRANFORMAÇÃO E TRANSAÇÃO NO DISCURSO

Realizamos, neste capítulo, a discussão teórica dos processos de transformação e transação, conforme concebidos por Charaudeau (2009).

Cabe salientar que a Análise Crítica do Discurso (ACD), área de investigação em que se inscreve este trabalho, não propõe a utilização de categorias de análise específicas, mas defende que elas devam ser adotadas conforme o objetivo de cada trabalho[17].

Adotamos, como categorias para a análise que propomos, os processos de semiotização postulados por Charaudeau (2009), a saber, a nomeação, a qualificação, a narração, a argumentação e a modalização. Estas categorias foram selecionadas por julgamos que a investigação dos processos de semiotização em regime de co-ocorrência propiciaria um entendimento amplo de como eles se combinam e complementam para produzir sentidos.

Conforme detalhado a seguir, a transformação corresponde ao processo de semiotização do mundo ou, em outras palavras, da criação de significados a partir da realidade, que, heteróclita, não pode ser apreendida integralmente. Isto ocorre por meio de um esforço de natureza essencialmente interpretativa que tem por resultado a organização do caos inerente à vida através da ação linguageira do homem, permitindo, dessa forma, a atribuição de coesão a ele e sua apreensão.

[17] Para uma discussão mais aprofundada acerca da adoção de categorias e conceitos em análises de discurso, ver o capítulo 1 de Orlandi (2005).

Dessa forma, seguindo a linha de Marcuschi e Koch (1998:171), defendemos que “a discretização do mundo empírico não é um dado apriorístico e sim uma elaboração cognitiva”.

De acordo com Charaudeau (2009), integram a transformação os processos de nomeação, qualificação, narração, argumentação e modalização.

A ordenação do mundo empreendida por meio do processo de transformação está, segundo defende esse teórico, submetida ao processo de transação, isto é, de atribuição de objetivo e significação psicossocial aos atos de linguagem. No caso específico das revistas de nicho que se voltam a minorias, observa-se que um dos objetivos que norteiam a transação, conforme se pode observar nas análises apresentadas no capítulo 5, sobretudo nos itens 5.1. e 5.2., é o de viabilizar a melhoria das imagens dos negros e homossexuais.

A tentativa de fazer circular imagens favoráveis dessas minorias implica, necessariamente, o estabelecimento de uma relação dialógica com as imagens estereotípicas destas, as quais, via de regra, estão associadas a afetos bastante negativos dentro do imaginário de parte expressiva da população.

A projeção de imagens por parte das revistas conduz, portanto, a duas possibilidades, quais sejam, a de ratificar ou de polemizar com os estereótipos de natureza discriminatória que permeiam as relações e práticas sociais.

Passamos, nas seções seguintes, à discussão detalhada dos processos que compõem a transformação, a saber, nomeação, qualificação, narração, argumentação e modalização.

2.1 Nomeação

Preocupado com a descrição do processo mais propriamente discursivo-cognitivo de discretização do mundo, Charaudeau formula apenas brevemente seu entendimento a respeito do processo de nomeação. Segundo o autor, a nomeação ocorre porque

> é necessário apreender no mundo fenomênico os seres materiais ou ideais, reais ou imaginários, conceitualizá-los e nomeá-los para que se possa falar deles. Os seres do mundo são transformados em ''identidades nominais'' (...). (Charaudeau, 2005:14)[18].

Observamos, portanto, que a nomeação não é concebida como a mera atribuição de nomes a conceitos do mundo, conforme previsto pela concepção estruturalista de signo bipartido, por esta conceber o mundo como realidade previamente discretizada a cujas partes são atribuídos nomes.

De acordo com Marcuschi (2000), a abordagem de origem estruturalista, ainda dominante nos estudos lógico-semânticos, bem como nas análises naturalistas da linguagem, funda-se na crença de que a linguagem é transparente e referencialista, segundo a qual é possível "dizer o mundo de forma objetiva" (p. 01), fazendo-se uma distinção rígida entre fatos e crenças. Além disso, tal perspectiva é responsável pela produção de teorias de compreensão e produção textual em que temos, de um lado, o texto com conteúdos objetivamente inscritos e, de outro, indivíduos que, em condições específicas, podem captar os conteúdos sem maiores problemas. Os

[18] Em Charaudeau (2005), é utilizado o termo *identificação*; no trabalho do mesmo autor de 2009, entretanto, o autor trata do processo de nomear as coisas do mundo sem fazer qualquer menção a este termo. Do verbo *nomear*, extraímos o substantivo *nomeação*, que utilizamos nesse trabalho. Dessa forma, tanto *identificação* quanto *nomeação* referem-se ao mesmo processo.

referentes, nesta teoria, são objetos do mundo e a atividade de referi-los é um processo de designação extensional.

Como alternativa para essa visão, Marcuschi (*id. ibid.*) defende o uso de uma “teoria que toma a língua como atividade e postula o texto como um evento em que convergem ações de natureza linguística, social e cognitiva”. Não se aceita, nessa perspectiva, que os referentes sejam objetos do mundo, mas sim objetos de discurso.

Conforme observa Mondada (1994 *apud* Marcuschi, 2000:2), ao se considerar a noção de

> *objeto de discurso* interessa ter em conta a imbricação das práticas cognitivas e sociais nas operações de referenciação, onde a referência é construída pela atividade enunciativa e orientada em primeiro lugar para a dimensão intersubjetiva no seio da qual ela é negociada, instaurada, modificada, ratificada.

Para esta autora, além da “maneira como o texto faz referência a uma exterioridade”, é também relevante observar “a maneira como os locutores concebem sua referência a uma exterioridade” (*id ibid.*), o que significa que é essencialmente na interação que se constrói o sentido.

A postulação de que o sentido das referências se forja na interação, isto é, no discurso, abre espaço para que possam ser analisados os processos de significação e os fatores que os influenciam, tais como intencionalidade e ideologia. Em outras palavras, trata-se de observar o modo como o processo de semiotização da realidade (transformação) é determinado por motivações externas de diferentes ordens (transação).

De acordo com Campos (2010:50),

> Se considerarmos que as ideologias são expressas e reproduzidas na e pela linguagem, devemos assumir que é pelas formas linguísticas que dão materialidade aos discursos que essas ideologias são expressas. Nesse sentido, todas as categorias linguísticas são passíveis de sofrer investimento ideológico, o que não é diferente com os processos de referenciação.

A autora trata ainda da importância da seleção de formas linguísticas no processo de criação de referências, uma vez que ela pode trazer informações importantes a respeito da perspectiva segundo a qual o objeto de discurso foi elaborado, além de fornecer caminhos a serem trilhados no processo de interpretação, com vistas à construção colaborativa desses mesmos objetos.

Nesse sentido, propõe-se que a referenciação seja concebida como um processo de lexicalização na construção dos objetos de discurso, ou seja, “um processo de nomeação no qual o sujeito sócio-histórico constrói discursivamente sua visão do real” que se liga a sistemas de crenças e ideologias originários da posição do sujeito produtor do discurso na sociedade (*idem*, p. 52).

Dessa forma, ao invés de adotarmos um conceito de língua transparente, que faz referência direta aos objetos do mundo, optamos por uma concepção de língua que se caracteriza por ser “heterogênea, opaca, histórica, variável e socialmente constituída, não servindo como mero instrumento de espelhamento da realidade” (Marcuschi e Koch, 1998:174).

Os processos de categorização e recategorização que ocorrem por meio da referenciação participam ativamente da construção de modelos mentais sobre eventos, pessoas, entre outros, o que significa que estes podem ser considerados instâncias de reelaboração da realidade que sofrem influência de aspectos culturais, históricos, sociais e individuais.

Nesse sentido, afirma Campos (2010:52):

> A categorização dos objetos por meio de itens lexicais, portanto, mais do que crenças ideológicas, revela toda uma rede de estereótipos culturais que envolvem uma base comum e conhecimentos históricos que subjazem à construção discursiva e são essenciais para que o discurso seja compreendido de uma forma e não de outra. (...)

Assim, exemplifica a autora, ao categorizar um determinado ator social como “um ditador”, por exemplo, o sujeito produtor textual estará não só revelando sua posição ideológica, suas crenças, valores e atitudes, mas também exigirá de seus interlocutores um conhecimento histórico pressuposto pela utilização desse item lexical que construirá a base de interpretação do objeto de discurso em uma direção argumentativa específica.

Face ao exposto, faz-se, para fins de análise, o uso de uma noção de nomeação ampliada e que abranja não apenas nomes propriamente ditos, mas quaisquer sintagmas que possuam valor nominal e que propiciem a criação de objetos de discurso.

O processo de nomeação parece imbricar-se, muitas vezes, com o de qualificação, conforme veremos a seguir.

2.2 Qualificação

De acordo com Charaudeau (2005), a qualificação é responsável pela atribuição de características que, a um só tempo, discriminam, especificam e motivam a maneira de ser dos objetos do mundo, os quais são transformados em “identidades descritivas”.

Oléron (1983) esclarece que qualificar significa, do ponto de vista formal, praticar um ato de classificação, o qual pode ser feito através de descritores objetivos, como em “este animal é macho”. Entretanto, explica o autor, “num grande número de casos os descritores são vagos e implicam uma

apreciação que pode ser ela própria matéria para argumentação” (p. 109). A qualificação pode ser, portanto, de ordem valorativa e pode ser responsável pela atribuição de uma polaridade positiva ou negativa a aquilo de que um indivíduo fala.

É relevante salientar que algum matiz de valoração sempre está presente em qualquer classificação, mesmo quando esta parece ocorrer segundo critérios supostamente objetivos. Isso ocorre porque classificações embutem em si hierarquizações e cargas ideológicas, sendo sempre produzidas segundo critérios que não são universais ou naturais, mas socioculturais e, portanto, construídos por homens inseridos em um determinado contexto social e que compartilham uma determinada visão de mundo.

De acordo com Oléron (*id. ibid.*), a atribuição de valores não ocorre necessariamente através da adjetivação, visto que, por vezes, a classificação de um fato em uma determinada categoria (um ato classificado como crime, por exemplo) é suficiente para lhe conferir acento valorativo positivo ou negativo, despertando, assim, reações positivas ou negativas no seio do público.

Oléron admite, portanto, uma visão de qualificação abrangente, a qual se coaduna com a de Charaudeau, conforme se observa na breve análise que este faz do título de manchete de jornal a seguir, que foi publicado em seu trabalho de 2005, à página 15:

> Descaso: desaba o telhado de um supermercado. 15 feridos.

Segundo o autor, podemos observar o processo de qualificação não apenas na palavra *feridos,* comumente utilizada como adjetivo*,* por ela dar informações a respeito do estado de saúde das vítimas, mas também em

supermercado, substantivo, por este vocábulo evidenciar a dimensão do local em que estavam as pessoas durante o acidente.

Com efeito, o uso de *supermercado* poderia também ser analisado como resultado do processo de nomeação, visto que se trata de construir um objeto de discurso através do ato de fazer referência a ele por meio de uma palavra ou expressão que o designa.

A possibilidade de analisar o uso de *supermercado* ora como resultado de nomeação e ora como de qualificação evidencia não apenas o imbricamento dos processos, mas também a dificuldade de proposição de um critério que permita isolá-los.

Dessa forma, ainda que a distinção entre nomeação e qualificação proposta por Charaudeau seja significativa enquanto abstração que propicia o entendimento do processo de semiotização da realidade, considerar ambos os processos de forma separada para fins de análise parece pouco produtivo, tendo em vista que a qualificação de um objeto ou indivíduo é parte integrante da referência que se faz a ele e, por conseguinte, é parte integrande do objeto de discurso que é criado por meio do processo de nomeação.

Além disso, tendo em vista o fato de que os atos de nomear e qualificar estabelecem uma relação de cooperação entre si que permite a construção de objetos de discurso, pode-se dizer que uma análise cujo objetivo fosse observar um dos processos em um primeiro momento e, posteriormente, se voltasse ao outro resultaria na impossibilidade de contemplar de modo mais acurado e abrangente os objetos de discurso resultantes da combinação de ambos.

Face ao exposto, apesar de reconhecermos a validade da distinção entre nomeação e qualificação postulada por Charaudeau (2005), optamos por proceder às análises do processo de nomeação de modo abrangente, levando em conta também os casos em que a qualificação é co-ocorrente e, consequentemente, colabora para a criação de objetos de discurso. Para tanto, utilizamos, nas análises, a noção de referência, visto que no processo de referenciação são contemplados tanto o procedimento de nomeação quanto o de qualificação.

Na seção seguinte, passamos à discussão teórica da narração, que, conforme Charaudeau (2005), é componente do processo de semiotização do mundo.

2.3 Narração

Para Charaudeau (2005:13), a narração consiste na descrição das ações em que se engajam indivíduos, os quais “agem ou sofrem a ação, inscrevendo-se em esquemas de ação conceitualizados que lhes conferem uma razão de ser, ao fazer alguma coisa”. Os seres do mundo são, assim, segundo o autor, transformados em “identidades narrativas”.

As narrativas têm relevância inegável dentro das sociedades modernas. Segundo Flusser (2003), o pensamento ocidental possui, na atualidade, natureza essencialmente histórica, o que se deve ao fato de que aprendemos e nos acostumamos a organizar eventos sequencialmente. Para

este autor, isto é reflexo tanto da importância que a escrita assumiu em nossa sociedade quanto de sua natureza linear.

As imagens, ao contrário da escrita, são apreendidas de uma só vez, podendo ser decompostas posteriormente, ao passo que as linhas da escrita agem cumulativamente, não havendo a possibilidade de apreensão de toda a mensagem[19] de uma só vez. Esta consiste em uma importante limitação aos processos de semiotização que ocorrem por meio da escrita, pois implica que a informação a ser transmitida deverá ser organizada historicamente, em forma linear, para que possa ser apreendida por alguém.

Conforme o filósofo tcheco, com a escrita, funda-se a história, não porque a escrita grava os processos, mas porque ela transforma as cenas em processos, produzindo a consciência histórica. A expansão da escola primária e da imprensa foi, a seu ver, a grande responsável pela programação da sociedade para os códigos lineares, o que fez com que a fé nas imagens fosse paulatinamente perdida e se instituísse uma espécie de confiabilidade com relação à palavra escrita.

É na conversão da realidade em narrativas que se localiza uma das principais bases do fazer jornalístico. De acordo com Dalmonte (2010:329),

> O jornalismo assume, com isso, o papel de articular o presente, de aproximar o leitor dos fatos que, sob a perspectiva dos critérios de noticiabilidade[20], merecem passar à categoria de notícia. O presente pretendido pelo jornalismo, pode-se dizer, não é apenas o momento do acontecimento, que se pressupõe transportável para perto do destinatário, mas o momento da apresentação, ou revelação pública [...]. Por meio da revelação, vai-se além da rememoração de um ocorrido, mas dá-se a forma, são traçados os contornos de um acontecimento, ele ganha cor e profundidade; articula-se à vida do destinatário que, por sua vez, se vê ligado ao mundo que o circunda.

---

[19] O termo *mensagem* é utilizado na tradução brasileira da obra de Flusser (2003).

[20] São considerados critérios de noticiabilidade a instantaneidade, simultaneidade, periodicidade e novidade. Cf. Dalmonte (2010) para uma descrição detalhada deles.

Tendo em vista a impossibilidade de presenciar todos os fatos noticiosos, cabe à imprensa sua narração, para que os membros da sociedade possam tomar ciência deles.

A construção dos acontecimentos a serem narrados à distância implica, segundo a visão de Charaudeau (2009), a conversão de um “mundo a comentar” em um “mundo comentado”. Para este autor, “o acontecimento se encontra nesse ‘mundo a comentar’ como efeito de uma fenomenalidade que se impõe ao sujeito, em estado bruto, antes de sua captura perceptiva e interpretativa” (idem, p. 95), ao passo que o “mundo comentado” depende de um olhar que se estenda sobre o “mundo a comentar” e o integre em um sistema de pensamento, tornando-o inteligível.

Nesse sentido, argumenta Charaudeau (2009:99), “o acontecimento nasce e vive numa dialética permanente da ordem e da desordem, dialética que pode estar na natureza, mas cuja percepção e significância dependem de um sujeito que interpreta o mundo”. Este autor fornece, como exemplo da dimensão interpretativa do narrar, os diversos modos de designação de uma morte, acontecimento que, segundo ele, relaciona-se a uma multiplicidade de fatores físicos, biológicos, técnicos, humanos. Diz Charaudeau (*id. ibid.*):

> Mortos são mortos [...], mas sua significação evenemencial, o fato de que esses mortos sejam designados como parte de um “genocídio”, de uma “purificação étnica”, de uma “solução final”, de que sejam declarados “vítimas do destino” (catástrofe natural) ou da “maldade humana” (crime), depende do olhar que o sujeito humano lança sobre esse fato, ou seja, as redes que ele estabelece, através de sua própria experiência, entre os diversos sistemas de pensamentos e crenças.

Cardoso (2000:03) defende que o caráter seletivo das narrativas consiste em um problema ao qual as Ciências Sociais, de modo geral, deveriam dar maior atenção e completa afirmando que “escrever a história não

é indiferente aos modos de percepção dos tempos históricos das sociedades, mesmo quando estes não sejam colocados em evidência por aqueles que realizam o trabalho da sua escrita". Além disso, essa autora enfatiza a natureza seletiva do narrar quando chama a atenção para o fato de que narrativas são lacunares, não apenas compostas pela voz que as conta, mas também por silêncios e não-ditos significativos.

No caso específico das narrativas no âmbito do discurso da mídia, segundo Charaudeau (2009), relatar um acontecimento tem como consequência construí-lo midiaticamente, resultando em uma notícia. Para este autor (2009:152), a descrição de um fato consiste, *grosso modo*, na construção de uma narrativa, a qual só é possível mediante a adoção de um ponto de vista, isto é, do estabelecimento da figura de um narrador; além disso, é necessário que sejam caracterizados os atores envolvidos na ação e seja definido o tempo e o espaço dos acontecimentos.

Além da descrição, é parte integrante de um relato noticioso a explicação dos fatos, que consiste em

> tentar dizer o que o motivou, quais foram as intenções de seus atores, as circunstâncias que o tornaram possível, segundo qual lógica de encadeamento, enfim, que consequência podem ocorrer. Isso porque toda narrativa se fundamenta não na simples lógica dos fatos, mas na conceitualização intencional construía em torno de diferentes questões: a da origem ("por que as coisas são assim?"), a da finalidade ("para onde vão as coisas?") e a do lugar do homem no universo ("por que eu sou assim no meio dessas coisas?"). São as repostas, ou tentativas de respostas, a essas questões que tornam o mundo inteligível [...] e que dão sentido – mesmo que ilusório – aos destinos humanos. (Charaudeau, 2009:154)

Além disso, parece significativo ressaltar o potencial atrativo que as narrativas possuem com relação a um público. Conforme Caldas-Couthard

(1996:256), as “narrativas ou relatos de histórias correspondem a uma das mais atrativas e vívidas representações de experiências através da língua”[21].

A autora ressalta também que as narrativas requerem um motivo para que sejam contadas, isto é, tal como Charaudeau (2009), a autora defende que o processo de criação de uma narrativa resulta de um esforço de seleção e interpretação de fatos, o qual pertence ao domínio da transformação, e está impregnado de motivações psicossociais, que são próprias do processo de transação.

As discussões apresentadas levaram-nos a propor, para as narrativas presentes no *corpus,* a divisão em três categorias, quais sejam, (1) as trajetórias de sucesso, (2) as trajetórias potencialmente bem-sucedidas e (3) as trajetórias bem-sucedidas com auge em posição intermediária. No capítulo V deste trabalho, detalhamos as características das modalidades de narrativa, ilustrando com exemplos e observando as especificidades que elas adquirirem nas revistas *Raça Brasil* e *Junior*.

2.4 Argumentação

Com relação à argumentação, Charaudeau (2009) propõe que seja considerada um dos processos através dos quais ocorre a semiotização do mundo e a concebe como a ação de fornecer motivos para as ações que são narradas em um determinado texto.

[21] Tradução livre de: “(...) narrative or storytelling is one of the most attractive and vivid representation of experience through language (…)”.

Entendemos, entretanto, que seja necessário dar maior atenção à questão da argumentação, expandindo sua definição e seu escopo, de modo a apreender melhor sua complexidade e a possibilitar análises que não se circunscrevam à observação de causas de fatos narrados. É com este objetivo que recorremos à Teoria da Argumentação, domínio do conhecimento que tem em Chaïm Perelman um de seus maiores expoentes.

Conforme esta teoria, a argumentatividade consiste em um princípio inerente a toda atividade discursiva. Isso significa dizer que a neutralidade, muitas vezes associadas a textos jornalísticos, não passa de mera abstração. Assim concebida, a língua torna-se palco do confronto das subjetividades (Mosca, 2004:17) e da oposição de pontos de vista. Nas palavras de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996 [1958]:50),

> o objetivo de toda argumentação (...) é provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se apresentam a seu assentimento: uma argumentação eficaz é a que consegue aumentar essa intensidade de adesão, de forma que se desencadeie nos ouvintes a ação pretendida (ação positiva ou abstenção) ou, pelo menos, crie neles uma disposição para a ação, que se manifestará em momento oportuno.

Tais ações responsivas podem ocorrer de modo mais ou menos consciente, a depender do quanto um indivíduo sabe a respeito do processo de persuasão a que é submetido sempre que toma contato com qualquer tipo de texto ou de discurso. Assim, podemos dizer que tanto um leitor desavisado que tome notícias de jornal como expressões imparciais da verdade quanto outro que reconheça sua natureza argumentativa podem agir responsivamente, mas apenas o primeiro o fará sem saber que foi, na verdade, convencido sobre a legitimidade de uma dada tese. A argumentação configura-se, portanto, como o domínio do verossímil, isto é, da representação da verdade que emerge do

senso comum e que se corporifica nos discursos dos homens com o objetivo de propiciar a persuasão (Mosca, 2004:21).

A atividade de argumentação corresponde, dessa forma, a um esforço de reconstrução de sentidos que se dá no domínio da interpretação e que é mediatizado pela linguagem. Assim, encontramo-nos não no mundo sensível, no “mundo da verdade”, mas em um mundo recriado discursivamente através da linguagem, em que se observa a profusão de representações da realidade, as quais não podem, sob hipótese alguma, serem consideradas ideologicamente neutras, visto que há a possibilidade de serem manipuladas para atender a interesses de determinados sujeitos ou dos grupos sociais a que eles se filiam.

Assim, pode-se dizer que o trabalho de produção discursiva é inerentemente interpretativo, visto que propicia a “integração dos dados de facto num quadro conceptual que constitui um sistema mais ou menos elaborado. Este quadro dá-lhe um sentido, permite compreendê-los (ou dá a ilusão disso) e julgá-los”. A realidade é apenas parcialmente abarcada pelo discurso; resta, ao produtor do discurso, pois, proceder a tentativas de organização desta, a fim de objetivá-la e torná-la tangível.

Dessa forma, pode-se dizer que a elaboração discursivo-argumentativa consiste em uma empresa de caráter intensamente criativo e essencialmente ideológico que resulta em uma *construção retórica*, a qual tem por objetivo principal “conduzir seu destinatário na direção de uma determinada perspectiva do assunto, projetando-lhe seu próprio ponto de vista, para o qual pretende obter adesão” (Mosca, 2004:23).

Conforme entendida por Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996[1958]), a argumentação engloba tanto o esforço de seleção e criação de argumentos quanto seu uso, o qual está sempre subordinado aos objetivos visados pelo sujeito que profere o discurso.

Propomos que a argumentação, concebida de acordo com estes pesquisadores, seja adotada neste trabalho em lugar daquela proposta por Charaudeau (2009), mas que seja, no entanto, compreendida dentro do esquema de semiotização proposto por este autor, conforme detalhado a seguir:

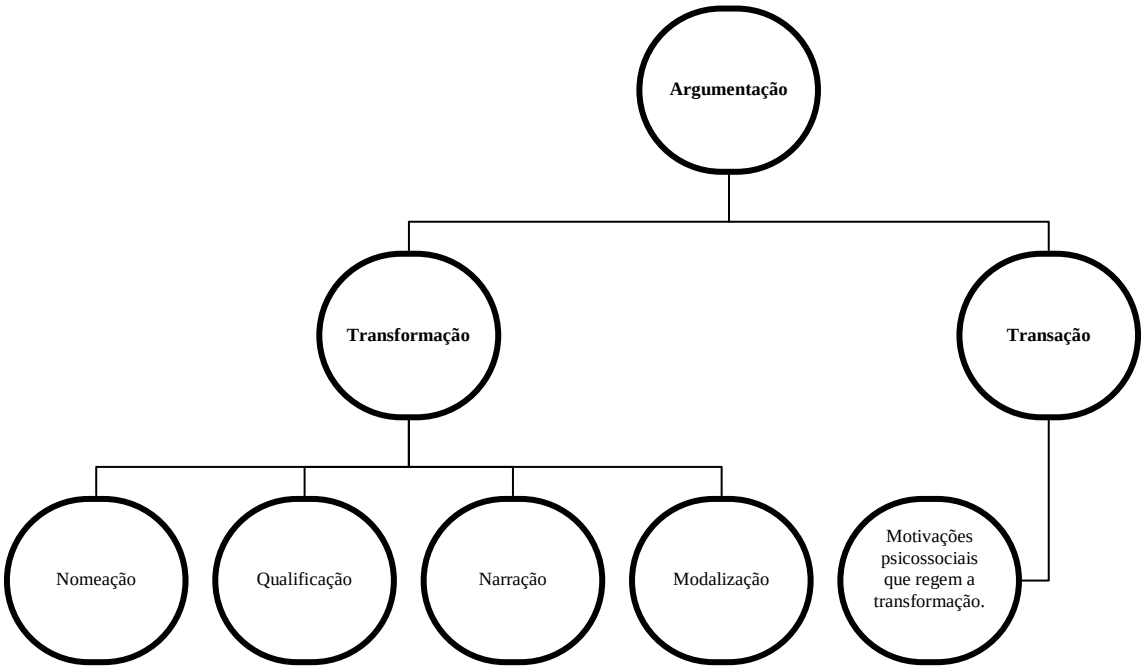
(1) A elaboração e seleção de argumentos ocorreria no nível da transformação, isto é, da segmentação do mundo propriamente dita.

(2) A busca pela conquista de um objetivo argumentativo pertenceria ao domínio da transação e compreende não apenas o esforço de obter o assentimento com relação a uma dada tese, mas também as motivações de ordem psicossocial que são subjacentes a ele.

Assim considerada, a argumentação, passa a ser um processo que não apenas se imbrica com outros, tais como a nomeação, a qualificação, a narração e a modalização, mas os engloba. Isso significa que os resultados destes processos podem ser, em última análise, considerados manifestações concretas da argumentação, isto é, argumentos a partir dos quais se espera que seja possível a obtenção de assentimento com relação às teses apresentadas.

Observe-se a representação gráfica a seguir, em que a argumentação é representada como o resultado da combinação dos processos de transformação e dos aspectos psicossociais que os baliza:

Quadro 04 – A argumentação concebida dentro dos processos de transação e transformação



Desta forma, por definição, pode-se dizer que os textos das revistas, assim como quaisquer outros, são essencialmente argumentativos, visto que são resultado da semiotização do mundo, que nunca ocorre de forma ideologicamente neutra. Além disso, supõe-se que o potencial persuasivo dos textos tenda a aumentar mediante a acumulação de procedimentos linguístico-discursivos co-ocorrentes.

Passamos, por fim, à discussão teórica do conceito de modalização.

2.5 Modalização

Tradicionalmente, são consideradas modalizadoras marcas linguísticas de ordens bastante diversas, tais como advérbios (certamente, provavelmente etc.), verbos auxiliares modais (poder, dever etc.), orações modalizadoras (eu aceito que, eu o autorizo), entre outros, as quais funcionam como balizas para a interpretação do conteúdo proposicional do discurso. Esses índices formais introduzem modalidades arquetípicas como a do *obrigatório*, do *necessário*, do *provável*, entre outras (Gouvêa, 2005).

Charaudeau (1992), no entanto, propõe uma ampliação do escopo da modalização, ao afirmar que esta é uma categoria da língua que agrupa procedimentos linguísticos responsáveis por exprimir o ponto de vista do sujeito produtor do discurso, podendo, portanto, indicar a orientação argumentativa do discurso, seja de modo explícito ou não.

Esta concepção alargada de modalização, também é compartilhada por Maingueneau (2001:55), que a descreve da seguinte forma:

> O discurso só é discurso enquanto remete a um sujeito, um *eu*, que se coloca como fonte de referências pessoais, temporais, espaciais e, ao mesmo tempo, indica que *atitude* está tomando em relação àquilo que diz em relação a seu co-enunciador (fenômenos de “modalização”). Ele indica, em particular, quem é responável pelo que está dizendo: um enunciado simples como “Está chovendo” é colocado como verdadeiro pelo enunciados, que se apresenta como responsável pelo enunciado, como o fiador de sua veracidade. Mas esse enunciados poderia ter modalizado seu grau de adesão (“talvez esteja chovendo”), atribuindo a responsabilidade do enunciado a outra pessoa (De acordo com Paulo, está chovendo”) ou comentando sua própria fala (“Falando francamente, está chovendo”) etc.

Dessa forma, encontra respaldo a afirmação de Souza (2009), para quem a modalização não constitui o todo da enunciação, mas consiste em um fenômeno complexo que testemunha o modo como o sujeito falante se apropria da língua, para organizar seu discurso. Ela é composta de atos enunciativos

que correspondem a uma posição e a um comportamento particulares do locutor em seu ato de locução, o qual se manifesta de formas bastante variadas no discurso.

É consequência da ampliação do escopo da modalização a impossibilidade de identificar todos os procedimentos modalizadores de um dado texto, uma vez que eles podem ser impressas no discurso de maneiras bastante diversas, podendo até mesmo prescindir de marcas linguísticas que indiquem modalização, como é o caso do exemplo “Está chovendo”, citado por Maingueneau no excerto anterior. Nele, observamos que, embora estejam ausentes marcas propriamente linguísticas (o uso de uma determinada palavra ou expressão, por exemplo) que sugiram qualquer tomada de posição, a modalização ocorre quando o sujeito produtor do discurso afiança a veracidade da mensagem que produziu.

Ocupamo-nos, no próximo capítulo, da análise dos processos de nomeação, qualificação, narração, argumentação e modalização nos textos que compõem o *corpus*.

III. ESTEREÓTIPOS: ASPECTOS COGNITIVOS E SOCIAIS

Propomo-nos, neste capítulo, a delinear o conceito de estereótipos e suas características principais, contemplando, sobretudo, sua dimensão sociocognitiva.

A palavra *estereótipo*, quando começou a ser usada, no século XVIII, não apresentava as mesmas possibilidades de significação dos dias de hoje. De acordo com Nomura (2008:209), no passado, a palavra referia-se a uma placa metálica que era utilizada para moldar um material – polpa de papel úmido, por exemplo –, de modo a construir matrizes em que seria deitado metal fundido, a fim de obter cópias idênticas.

Foi após a publicação de *Public Opinion*, de Walter Lippmann, em 1922, que esse termo passou a ser associado às imagens sociais de indivíduos ou grupos, sobre as quais diversos trabalhos têm sido publicados em diferentes áreas do conhecimento, tais como a Análise de Discurso e a Psicologia, tanto em sua vertente cognitivista quanto na social.

De acordo com Stewart *et al*. (1979:01), uma das grandes dificuldades relativas à noção de estereótipos é que poucos pesquisadores tentaram desenvolvê-la de modo mais rigoroso e aprofundado, provavelmente devido ao fato de ela parecer simples e óbvia. Esses autores enfatizam, entretanto que, por trás da aparente simplicidade, ela embute em si uma grande complexidade, que parece ser apenas parcialmente apreendida pelas diversas abordagens teóricas que se ocupam de seu estudo.

Nesse sentido, é importante ressaltar que o conceito de estereótipo não é unívoco entre os pesquisadores e que, na verdade, sua definição se modifica de acordo com a perspectiva a partir da qual ele é visto e com os diferentes objetivos de análise dos pesquisadores que já o estudaram (Nomura, *op. cit*.), conforme apresentamos nas páginas que seguem.

3.1 A noção de estereótipo: do modelo pictórico ao cognitivista

O ponto de partida dos estudos sobre os estereótipos de que se tem notícia se dá com o trabalho fundador de Walter Lippmann (1922), para quem os estereótipos se definem como fotografias na cabeça do percebedor ("pictures in our head") que, de forma análoga aos estereótipos tipográficos, conforme salienta Nomura (*op. cit.*),

> provocam, por meio dos mecanismos de percepção, sempre os mesmos padrões de pensamento e reação, formando um esquema que nos ajuda a perceber o mundo e o fluxo permanente de informações, processando-os e categorizando-os.

Ao comentar o modelo pictórico proposto por Lippmann, Teun A. van Dijk (1984:13) esclarece que "essas figuras exibem a necessária simplificação, são ao mesmo tempo uma interpretação subjetiva e uma reconstrução da realidade (...)".

De acordo com a visão de Lippmann (1922), os estereótipos são adquiridos culturalmente, isto é, são transmitidos de geração para geração e podem prescindir de experiências que envolvam o objeto dessas representações mentais.

Na primeira seção do quarto capítulo do livro *Public Opinion*, Lippmann (1922:113) diz que

> na maior parte do tempo, nós não vemos para depois definir. Nós definimos antes para depois ver. Da grande, intensa e agitada confusão do mundo exterior, nós selecionamos o que nossa cultura já definiu para nós e tendemos a ver aquilo que selecionamos em uma forma pautada pelos estereótipos que nossa cultura criou para nós. [22]

Isso significa dizer que a apreensão da realidade é essencialmente balizada por parâmetros pré-definidos e que, portanto, não há como perceber a realidade de forma integral. Dessa forma, conforme ressalta o autor na seção seguinte de sua obra, ao observarmos um homem ou um pôr-do-sol, nós os percebemos como tais e enxergamos neles apenas os elementos de que nossa mente já está impregnada no que respeita a esses objetos.

Assim, pode-se afirmar que a cultura é responsável pela transmissão dos estereótipos e que isso se dá através de uma lógica de retroalimentação, pois que os estereótipos são sempre adquiridos pelos membros mais jovens de uma comunidade e passam a integrar os mecanismos de apreensão de mundo destes, para depois serem transmitidos a uma nova geração de indivíduos, de modo que sua existência se perpetua de geração em geração.

Segundo Lippmann (*op. cit.*), as generalizações e tipificações possibilitadas pelos estereótipos obedecem a um princípio de economia, uma vez que a tentativa de levar em conta todas as especificidades das pessoas e coisas seria exaustiva e impraticável, dada a agitação e exiguidade de tempo

---

[22] Tradução livre de “For the most part we do not first see, and then define. We define first and then see. In the great blooming, buzzing confusion of the outer world we pick out what our culture has already defined for us, and we tend to perceive that which we have picked out in the form stereotyped for us by our culture.”

que, de acordo com o autor, caracterizam a vida moderna. Deste modo, é comum que haja tempo para que sejam percebidas apenas algumas poucas características de um determinado indivíduo que caracterizam um tipo conhecido, ao qual recorremos para poder lhe atribuir outras características, de modo a obter uma representação mais abrangente e complexa.

Nessa direção, Liebkind (1984:16) afirma que “o comportamento humano não pode ser explicado, ou mesmo previsto, salvo pela referência a modelos mentais que as pessoas constroem”. Tal processo corresponde, em verdade, a uma tentativa de pensar outros indivíduos segundo um conjunto de imagens mentais já disponíveis e que são divulgadas no meio social, com algumas variações, por meio da circulação de dizeres entre os membros de uma comunidade ou mesmo através da mídia.

Decorre desse fato a idéia de que é somente através de um contato mais prolongado com alguém ou algo que se pode obter dados suficientes que possam substituir, corrigir e refinar as concepções pré-formadas que compõem o estereótipo, de modo que as representações criadas se singularizem paulatinamente.

Enquanto os estudos feitos sob a perspectiva de Lippmann preocupavam-se, sobretudo, com a identificação e o mapeamento dos estereótipos dentro de um grupo social, coube a uma abordagem mais estritamente cognitivista dar maior ênfase à “busca do entendimento de como os estereótipos influenciam a percepção social, o julgamento e o comportamento” (Pereira *et al*., 2002:390).

Ao invés do modelo pictórico aceito até então, foram adotadas definições de estereótipo que dessem maior relevo a sua dimensão mais

propriamente mental, como a de Tajfel (1981:143), para quem estereótipos consistem em

> uma imagem mental hipersimplificada de uma determinada categoria (normalmente) de indivíduo, instituição ou acontecimento, compartilhada[23], em aspectos essenciais, por grande número de pessoas. As categorias podem ser amplas (judeus, gentios, negros brancos etc.) ou restritas (feministas, filhas da Revolução Americana).[24]

Essa nova abordagem foi possível apenas mediante o desenvolvimento da ciência cognitiva, que passou a ser a linha de pesquisa predominante no campo da Psicologia Social a partir da década de 1960 e que, através das noções de esquemas, protótipos e exemplares, forneceu subsídios para que os estudos acerca das representações mentais que compõem os estereótipos pudesse ser levado a cabo. Tal mudança possibilitou avanços nas pesquisas sobre estereótipos e teve por mérito atrair a atenção de diversos pesquisadores ao estudo destes, o que resultou em sua expansão e popularização.

As contribuições do cognitivismo para o entendimento dos estereótipos permitiram a ampliação de trabalhos seminais, como os de Lippmann, e propuseram novo entendimento sobre a constituição dos estereótipos. Assim como este autor, os cognitivistas veem nos estereótipos um princípio de economia, mas estes, ao contrário daquele, não atribuem a necessidade dessa economia à movimentação frenética que caracteriza a vida

---

[23] A idéia de que estereótipos sejam, por definição, compartilhados por um determinado número de indivíduos não é aceita por todos os pesquisadores, incluindo-se, neste grupo, Tajfel. Neste caso, ao adotar tal definição, Tajfel parece referir-se especificamente ao que ele próprio chama estereótipo social. A distinção entre estereótipos individuais e sociais feita por Tajfel (1981) e Stewart *et al.*(1979) é apresentada adiante nesta seção.

[24] Essa definição foi extraída por Tajfel do *The Fontana Dictionary of Modern Thought* (1977), co-editado por Oliver Stallybrass. Tajfel não só a elogia dizendo que se trata de uma definição bastante mais acurada do que outras escritas por pesquisadores de estereótipos, mas também a adota e afirma que é adequada a seus estudos sobre as relações de grupos sociais.

humana moderna, mas sim a uma limitação de ordem essencialmente cognitiva. Segundo Arruda *et al.* (2008:504), os estereótipos “simplificam a complexidade de informações a que somos submetidos, permitindo que sistematizemos nossas percepções e nos comuniquemos mais facilmente”.

A construção de estereótipos funciona, em outras palavras, como uma instância do processo cognitivo mais geral de categorização (Tajfel, 1981:145) que objetiva facilitar as interações dos indivíduos com um entorno social complexo (Boderhausen, 1993:15). Refuta-se, dessa forma, a idéia corrente de que os estereótipos são negativos porque se relacionam necessária e estreitamente a atitudes preconceituosas e se afirma que eles são constitutivos de nossas relações com o mundo e necessários para que a apreensão deste seja feita de modo mais eficaz e demande menor esforço mental.

Além disso, é necessário que se faça a distinção entre estereótipos pessoais e sociais. Segundo Stewart e*t al.* (1979:39), muitos dos trabalhos publicados acerca de estereótipos partem do pressuposto equivocado de que eles são necessariamente compartilhados por um determinado número de pessoas e correspondem, em outras palavras, a um consenso entre os membros de um grupo. Tajfel (1981:145) esclarece, entretanto, que não há a necessidade de compartilhamento para que a estereotipia ocorra, mas que ela se torna um fenômeno social apenas quando é comum a um grande número de pessoas inseridas em grupos sociais. Deste modo, pode-se admitir que os estereótipos sejam coletivos, mas o processo de criação destes ocorre sempre na esfera individual, havendo a possibilidade de que fique sempre circunscrito

a ela. Tratamos, na seção a seguir, do processo de aquisição dos estereótipos e de como estes se consolidam como imagens compartilhadas por um grupo.

3.2 A questão da aquisição de estereótipos

Uma das propriedades mais importantes dos estereótipos é o fato de que eles podem vir a se propagarem entre os membros de um grupo, de modo a se consolidarem como imagens compartilhadas. Entretanto, não há consenso entre os pesquisadores quanto aos mecanismos que propiciam a transmissão e consolidação desses modelos entre os membros de uma comunidade, conforme discutiremos a seguir.

De um lado, segundo uma perspectiva estritamente cognitivista, acredita-se que as representações são construídas por meio do contato com exemplares de um grupo, isto é, que elas se constituem dentro da esfera da experiência individual de um sujeito; há, por outro lado, pesquisadores de perspectiva discursivista, para quem as representações abstratas que formam os estereótipos existem *a priori*, independentemente do contato com exemplares concretos, e são transmitidas pela linguagem, pelos agentes de socialização, dentro do domínio da coletividade. (Pereira *et al*., 2002:390; Arruda *et al*. 2008:504).

Tal visão parece consonante com a idéia de que o estereótipo armazenado pressupõe um aprendizado social e automático de crenças que assumem o caráter de realidade para um determinado grupo de indivíduos (Amossy e Herschberg-Pierrot, 1997; van Dijk, 1984).

Atualmente, no entanto, uma perspectiva intermediária (ou mista) tem sido buscada. Nela, os domínios do coletivo e individual, ao invés de serem vistos como antíteses um do outro, são considerados capazes de gerar uma tensão criativa (Farr, 1996).

Dessa forma, considera-se que

> a representação mental dos estereótipos dependeria da quantidade de experiência do percebedor com o grupo objeto do estereótipo, de forma que, em um primeiro momento, com o conhecimento de grupo ainda rudimentar, as informações estariam relacionadas, em grande medida, aos exemplares com os quais os percebedores mantiveram algum contato. (Pereira et. al., 2002:391)

Segundo essa abordagem, a acumulação de conhecimento decorrente da observação da categoria-alvo permitiria a construção de representações abstratas que funcionariam como base para a formação de estereótipos e para o posterior processamento deles.

Isso significa que os estereótipos baseados em exemplares manifestam-se enquanto não é formada uma representação abstrata daqueles; entretanto, assim que isso ocorre, o processamento dos estereótipos passa a poder prescindir dos exemplares armazenados na memória do sujeito percebedor (*id. ibid*.).

Assim, postula-se que as esferas individual e coletiva operam de modo complementar e que o estudo entre a interação das duas pode ser produtivo para que possam ser explicadas a constituição, transmissão e perpetuação dos estereótipos no seio de grupos sociais.

Privilegiamos, na seção a seguir, as considerações acerca da relação entre a estereotipia e a sociedade.

3.3 Estereótipos e sua dimensão social e afetiva

A estereotipia, entendida como o processo de atribuição de características a pessoas com base na sua vinculação a grupos (Moreira *et al*., 2004:120), consiste em um ponto de articulação entre as esferas cognitiva, psicológica e social. Entretanto, apenas contemporaneamente sua dimensão mais propriamente social tem sido estudada com maior interesse por diversos pesquisadores, tais como Henri Tajfel e David L. Hamilton, que, apesar de fazerem uso extensivo do aparato teórico cognitivista, recusam-se a circunscrever seus estudos à dimensão da cognição individual (van Dijk, 1984:16). Esses pesquisadores adotam, dessa forma, perspectiva próxima a de Morales (1977), para quem os aspectos histórico e ideológico devem ser considerados determinantes com relação aos processos psicológicos envolvidos no processo de constituição dos estereótipos.

Nesse sentido, parece significativo observar a descrição dos estereótipos feita por Maisonneuve (1973:35), que lhes atribui as seguintes características:

> a) a uniformidade (ele se difunde de maneira uniforme em um grupo ou população);
>
> b) a simplicidade e pobreza das caracterizações evocadas por ele;
>
> c) a pregnância, que implica graus de adesão variáveis, chegando a sua integração a sistemas de valores e condutas dos sujeitos;
>
> d) o tom afetivo, denotando a ausência de neutralidade;

e) o conteúdo, que abarca indicadores sumários, mas sempre distintivos, que permitem identificar o objeto.

A inclusão da afetividade nessa descrição é bastante significativa, na medida em que sinaliza uma preocupação não só com a dimensão meramente cognitiva dos estereótipos, mas também com o modo como eles são apreendidos nas relações intergrupais. Nesse sentido, Henwood *et al*. (1993:270) afirmam que a preocupação com a dimensão afetiva é um importante meio de aperfeiçoar a pesquisa contemporânea sobre estereótipos, pois é através dessa característica que os estereótipos são percebidos na vida prática.

Tal tese é, na verdade, ilustrativa do estado atual das pesquisas sobre estereótipos, as quais se basearam sobretudo no aparato teórico cognitivista, mas acabaram encontrando limitações neste quanto à possibilidade de análise do meio social. Para Henwood *et al*. (1993:273), foi através da incorporação da dimensão afetiva ao quadro teórico da análise cognitiva dos estereótipos que se conseguiu a superação da barreira que o foco nos processos cognitivos individuais implicava até então. A defesa de uma relação entre afetos e cognição gera os conceitos de cognição “fria” e “quente”, os quais são apresentados a seguir.

3.3.1 As cognições “fria” e “quente”

Conforme Henwood *et al*. (*op. cit.*), existe uma visão segundo a qual o processamento das informações normalmente segue regras estatístico-formais e lógicos. Esse modelo de entendimento do processamento mental do

que é percebido no mundo recebe o nome de *cognição fria*[25] (Henwood *et al*., 1993:272). As abundantes críticas feitas a essa visão da cognição humana baseavam-se sobretudo na idéia de que esta era excessivamente racional, formal, e que, portanto, não seria adequada ao entendimento da dinâmica dos estereótipos enquanto processos inerentes ao convívio social diário.

Contemporaneamente, entretanto, a maior parte das pesquisas feitas sobre cognição baseia-se na crença de que o processamento de informações pela mente humana é inerentemente limitado, tendencioso e propenso a erros. A noção de cognição "quente"[26] leva conta aspectos afetivos e é capaz de explicar construções de estereótipos e consequentes reações que não encontram fundamento na realidade.

3.3.2 A relação entre cognição e afeto

Segundo uma perspectiva sociocognitiva, balizada pela idéia de cognição "quente", os estereótipos não só consistem em possibilidades econômicas de categorização, como também em uma forma de se atribuir coloração afetiva àquilo que se percebe no mundo, a qual pode ser compartilhada por um dado número de pessoas e integrar um grupo de valores de uma determinada comunidade. (Arruda *et al.*, 2008:505).

Ao fazer intervir a noção de afeto, tal abordagem dá conta das diferentes percepções que a observação da realidade pode propiciar e também dos diferentes valores que os estereótipos possuem em cada sociedade.

---

[25] Em inglês, *"cold" cognition*.
[26] Em inglês, *"hot" cognition*.

De acordo com Hamilton e Mackie (1993:04), os estudos sobre cognição e afeto desenvolveram-se de modo paralelo ao longo de muitos anos e apenas mais modernamente passaram a ser vistos como complementares. De acordo com esses autores,

> a cognição tem impacto nos afetos através da constituição de processos de valorização que regulam a interpretação social e cultural das emoções que fazem parte de nossa experiência. Ao mesmo tempo, os afetos têm influência em julgamentos e comportamentos através de seu efeito nos processos cognitivos.[27]

Dessa forma, estabelece-se uma via de mão-dupla, de modo que a relação entre estereótipos e afetos se dê em um regime de influência mútua, em que a um só tempo o contato com exemplares de um determinado grupo se vincula a uma visão estereotipada pré-construída e suscita emoções correspondentes; as emoções armazenadas na memória do sujeito percebedor agem de modo a influenciar a apreensão que este terá dos exemplares com os quais entrar em contato.

Em seu trabalho sobre preconceito no discurso, van Dijk (1984:23) postula que a visão que se constrói a respeito de diferentes grupos sociais é caracterizada por uma *atitude*[28], que é definida por um "esquema de grupo"[29], isto é, um conjunto de crenças e opiniões que funciona como base cognitiva para que sejam processadas as informações sobre os membros desses grupos. Além disso, esse estudioso esclarece que

> as atitudes não correspondem a qualquer "avaliação" que as pessoas podem fazer sobre alguma coisa, alguém ou algum evento, mas sistemas de memória organizados (...). Eles consistem uma aglutinação de crenças sociais, ou seja, crenças sobre objetos sociais, tais como outras pessoas,

---

[27] Tradução livre de "Cognition has its impact on affect by constituting the appraisal processes that regulate the social and cultural interpretations of experienced emotions. At the same time, affect has its effects on judgments and behavior through its impact on cognitive processes."
[28] Em inglês, *attitude*. Expressão grafada em itálico no original.
[29] No texto original em inglês, a expressão *group schema* também aparece grafada entre aspas.

> grupos, estruturas ou fenômenos sociais. Essas crenças podem ser "factuais" (epistêmicas) e compartilhadas por um grupo ou crenças avaliativas ou opiniões (idem, p. 33).[30]

Com efeito, segundo uma perspectiva psicossocial, a atitude com relação a um determinado grupo é permeada pela emoção. Bodenhausen (1993:14) chama de afeto integral[31] as emoções suscitadas pelo contato com outros grupos e pelas condições e situações em que ele normalmente acontece. Segundo esse autor, alguns grupos são comumente associados a afetos negativos, tais como ansiedade, irritação, nojo, entre outros, os quais podem interferir de maneira bastante significativa tanto na apreensão de traços de outros grupos, quanto no julgamento que a ela sucede. São esses os afetos que estão na base dos comportamentos preconceituosos com que tomamos contato no dia-a-dia.

A estigmatização de grupos, isto é, sua associação a emoções negativas, varia de acordo com a conjuntura sócio-histórica de cada sociedade. Burkley e Blanton (2008:37), por exemplo, ao escreverem sobre a realidade estadunidense, afirmam que mulheres, idosos, homossexuais, negros, judeus, delinquentes juvenis e portadores de deficiência mental são grupos comumente estigmatizados, ao passo que van Dijk (1984), ao tratar da discriminação étnica no contexto dos Países Baixos, associa a discriminação a grupos de imigrantes.

A percepção de grupos aos quais são associadas emoções negativas será permeada por estas e pelo esquema de grupo pré-construído a

---

[30] Tradução livre de "Attitudes are not simply any 'evaluation' people may have about things, persons, and events, but complex, organized memory systems. (...). They consist of a hierarchical cluster of beliefs, that is, beliefs about social objects such as other persons, groups, social structures, or social phenomena. These beliefs may be 'factual' beliefs shared by a group, or evaluative beliefs, or opinions."

[31] Em inglês, *integral affect*. Grafado em itálico no texto original.

eles relacionados. Portanto, mesmo quando os membros desses grupos não agem segundo o esquema de grupo, é possível que apenas suas ações que integram o esquema sejam percebidas e utilizadas para mais uma vez ratificar a visão do estereótipo.

Nesse sentido, Tajfel (1981:149) aponta para a tendência de que os atos executados de modo infrequente por membros de grupos socialmente desvalorizados sejam exagerados ou vistos como frequentes. Dessa forma, se um indivíduo que pertence a um grupo associado a práticas de furto for visto roubando, há a tendência de que isto seja tomado como prova da fidelidade da imagem pré-construída à realidade, ainda que seja possível que a grande maioria dos membros desse grupo nunca tenha cometido crimes de roubo. Evidencia-se, dessa forma, a falta de correspondência com a realidade que pode caracterizar os estereótipos.

Para que os fenômenos cognitivo-sociais referentes à estereotipia sejam compreendidos de modo adequado, entendemos ser necessário que esta seja associada aos conceitos de endogrupo e exogrupo, conforme passamos a discutir.

3.3.3 As relações entre endogrupos e exogrupos

3.3.3.1 As relações intergrupais

Muito da pesquisa atual em cognição social se baseia em um modelo de análise que propõe a observação da questão da estereotipia

segundo uma perspectiva de relações intergrupais, que ocorrem entre membros de endogrupos *(ingroups)* e exogrupos *(outgroups)*.

Conforme os estudos de Tajfel (1981) sobre as relações inter e intragrupais, há a tendência de que as similaridades dos indivíduos do endogrupo sejam sempre reforçadas e que as diferenças destes com relação a outros grupos ganhem relevo. Além disso, é comum que se busque fortalecer a unidade de cada grupo através da frequente reafirmação de características comuns de seus membros, ainda que, em alguns casos, essa reafirmação possa ser falaciosa. Existe, ademais, a propensão de que os membros de um determinado grupo falhem ao perceber a heterogeneidade interna dos exogrupos. Essa percepção homogeneizante pode, inclusive, mostrar-se bastante resistente, mesmo quando evidências de que ela não corresponda à realidade surgem (Allport:1954:8).

Tal diferenciação em grupos e a idéia de que há a busca pelo pertencimento a eles não só está na raiz da atribuição de colorações afetivas diversas a diferentes grupos, mas também torna mais clara a questão do preconceito. Segundo van Dijk (1984:13), costuma existir um desejo por parte dos membros de um grupo de que os interesses deste sejam defendidos e este se soma a estratégias que podem ser utilizadas para que isso ocorra, entre as quais se destaca a criação de estereótipos. Esse impulso de defesa do endogrupo corresponde, em verdade, a um movimento de favoritismo intragrupal e de rejeição de outros grupos que toma vulto conforme as relações entre eles tornam-se conflituosas (idem, p. 17).

Dessa forma, mesmo em casos em que as diferenças entre grupos não são acentuadas o tempo todo, há a tendência de que elas se tornem mais

marcadas e negativamente avaliadas conforme situações em que interesses ou crenças dos diferentes grupos divirjam. Além disso, devido à representação compartilhada socialmente dos membros de exogrupos, há a tendência de que os membros de um endogrupo percebam a aparência e as ações de membros de minorias como inerentemente diferentes, sobretudo em um sentido negativo.

3.3.3.2. As relações intragrupais

O modelo epistemológico que propõe a observação do comportamento de indivíduos segundo uma lógica própria dos grupos a que pertence e das relações destes com outros grupos mostrou-se particularmente produtivo para que sejam explicados fenômenos relacionados ao preconceito e à discriminação.

Entretanto, ainda que o exame da dinâmica dessas relações pareça relevante, para que seja entendido o entorno social em que cada grupo se insere, é importante que nos voltemos agora à observação das ainda relativamente pouco estudadas dinâmicas intragrupais, as quais parecem particularmente interessantes para o entendimento das representações que cada minoria faz de si própria, objetivo primeiro deste trabalho.

Com efeito, a visão dos membros quanto ao grupo de que participam tende a diferir daquela que membros de outros grupos possuem acerca dele. No caso de grupos estigmatizados, tais como homossexuais e negros, essa diferença parece ser ainda maior, chegando, em alguns casos, a haver apreensões conflitantes ou mesmo completamente opostas.

Ao comentar as relações travadas no seio do endogrupo, Allport (1954:143) fala de um amor próprio natural, que se manifesta entre os membros de um determinado grupo. A associação dos sentimentos de amor próprio e de pertencimento ao endogrupo parece estar na base da defesa do grupo por parte de seus membros, que tendem a se sentir depreciados quando veem que os grupos a que pertencem são menosprezados de alguma forma.

Há casos, ademais, em que os membros de um determinado grupo depreciam os grupos a que pertencem de modo estratégico, a fim de não comprometer ou diminuir o comprometimento de sua imagem social frente a outras pessoas. Trata-se de uma estratégia que visa ao sacrifício da imagem do grupo em detrimento da imagem individual de alguém.[32].

Tajfel (1981:254-6) afirma, por sua vez, que os indivíduos costumam ser membros de numerosos grupos sociais e que o pertencimento daqueles a estes contribui positiva ou negativamente para a imagem que estes fazem de si e das imagens destes perante os demais membros da sociedade. O fato de um indivíduo pertencer a determinados grupos constitui sua *identidade social*. Esta não se confunde com a identidade de um indivíduo, mas, ao invés disso, a integra. A identidade social consiste, em linhas gerais, na parte da imagem que um indivíduo faz de si que decorre do pertencimento a grupos sociais e do valor e significado emocional que se vinculam a eles.

Além de discutir o conceito de identidade social, Tafjel descreve diversas consequências dessa definição, as quais esclarecem alguns aspectos das dinâmicas intragrupais:

---

[32] Para uma discussão teórica aprofundada acerca desse tema e análises de casos em que esses fenômenos ocorrem, ver Burkley e Blanton, 2008.

a) Pode-se pressupor que um indivíduo tenderá a permanecer membro de um grupo e tentará se filiar a novos grupos se esse pertencimento apresentar contribuições a sua identidade social.

b) Não atendida essa condição, o indivíduo tenderá a deixar a grupo, salvo se (i) deixar o grupo é impossível devido a alguma razão objetiva ou se (ii) ele entrar em conflito com valores que integram a auto-imagem que o indivíduo aceita para si.

c) Se deixar o grupo apresenta as dificuldades supramencionadas, ao menos duas soluções são possíveis: (i) modificar a interpretação que se tem dos atributos do grupo, de modo que suas características indesejadas (por exemplo, falta de status) sejam justificadas ou se tornem aceitáveis; e/ou (ii) aceitar a situação tal qual ela é e iniciar algum tipo de ação que vise a sua mudança.

d) Não há grupo que viva sem o contato com outros grupos. Os aspectos positivos de uma identidade social, a reinterpretação de atributos e comprometimento com ações de mudança só fazem sentido em relação a ou em comparação com outros grupos (Tajfel, 1981:254-6).

3.4 Minorias e estereótipos

Do estudo das noções de endogrupo e exogrupo, definidas na seção anterior, decorrem as observações das relações entre grupos minoritários e majoritários. Assim como a noção de estereótipo, entretanto, os conceitos de *minoria* e *maioria* não são tão evidentes ou simples quanto se pode pensar a princípio.

As revistas *Raça Brasil* e *Junior*, objetos de nossa análise, são vistas, por vezes, como publicações que se voltam às minorias negra e homossexual respectivamente. Neste contexto, chama a atenção o uso do termo *minoria*, que, apesar de sugerir que estes grupos sejam reduzidos, refere-se a categorias de indivíduos com significativa representatividade numérica na sociedade.

Tajfel (1981:310) explica, no entanto, que, conforme concebida segundo uma perspectiva psicossocial, a noção de minoria encontra-se atrelada a uma abordagem qualitativa, o que significa que mesmo grupos muito grandes numericamente, como o das mulheres ou dos evangélicos, poderiam ser considerados minorias, a depender do valor que tais classificações possuem dentro da teia de relações intergrupais em que se inserem. Em outras palavras, o princípio que guia tal abordagem não é numérico, mas baseia-se, essencialmente, na posição social ocupada pelos grupos que se costuma chamar minoria.

Nesse sentido, Liebkind (1984: 16) explica que “grupos minoritários e majoritários diferem (ou se pressupõe que difiram) com relação a características raciais, étnicas, religiosas, sociais, linguísticas ou culturais, as

quais podem sobrepor-se ou decorrer umas das outras.” De acordo com a autora, esses traços diferenciais, aliados a tipificações, estereótipos e sistemas de valores, podem interferir nos padrões de relação sociais, o que significa que pertencer a uma minoria pode implicar diversas consequências, tais como menor oferta de oportunidades de emprego ou menor status social para seus membros.

As consequências sociais do pertencimento a minorias aparece de modo mais claro nas considerações de Wagley e Harris (1958:34), para quem elas se definem segundo os seguintes parâmetros.

a) Minorias são segmentos subordinados de sociedades complexas;
b) as minorias possuem características físicas ou culturais que são desprestigiadas pelos segmentos dominantes da sociedade;
c) minorias consistem em unidades que têm ciência de sua própria existência e que são unidas pelas características distintivas que seus membros possuem e pelas incapacidades que delas decorrem;
d) o pertencimento a minorias é transmitido de geração em geração, sendo capaz de incluir gerações sucessivas mesmo quando não há características distintivas culturais ou físicas aparentes;
e) povos pertencentes a minorias tendem a se casar com membros do próprio grupo.

É importante enfatizar que, para ser considerado uma minoria, não é necessário que o grupo possua todas as características listadas. Não se espera, por exemplo, que grupos homossexuais atendam ao requisito (d), ao passo que este parece ser facilmente aplicável a grupos negros de modo geral.

Outro aspecto relevante no que tange à caracterização de grupos minoritários é a natureza das características que são socialmente selecionadas para distingui-los dos demais grupos. Com efeito, não se espera que quaisquer traços possam funcionar de modo relevante ou distintivo dentro da sociedade. De acordo com Tajfel (1981:312), para que uma minoria se torne um grupo social que se distingue dos demais, é necessário que haja, ao menos entre alguns de seus membros, a consciência de que alguma característica socialmente relevante é compartilhada e capaz de diferenciá-lo de outros grupos que o circundam.

Ademais, para que uma minoria se configure, é essencial que essa diferenciação traga consigo determinadas consequências sociais, as quais incluem tratamento discriminatório da parte de outros grupos. Dessa forma, não poderíamos considerar que o grupo dos ruivos consista em uma minoria, visto que é bastante improvável que os membros desse grupo desenvolvam qualquer senso de pertencimento a ele; a qualidade de ser ruivo parece, em outras palavras, ser dotada apenas de significação individual na vida dos membros desse grupo e não é socialmente relevante enquanto traço distintivo de grupo. Um grupo de ruivos seria, por conseguinte, apenas uma coleção não coesa de indivíduos.

De modo inverso, a cor de pele negra, por exemplo, consiste em um traço distintivo relevante socialmente, uma vez que a classificação de um indivíduo como negro permite que, através do recurso a um estereótipo, outras inferências e previsões acerca de sua classe social, local de residência, caráter, gostos, aparência, habilidades, personalidade e outros aspectos, além da associação de emoções positivas ou negativas, possam ser feitas com facilidade.

Concluídas as considerações acerca da dimensão sociocognitiva da construção de imagens de minorias, passamos à consideração das origens das publicações voltadas a minorias e à descrição das revistas *Raça Brasil* e *Junior.*

IV. IMPRENSA PARA NEGROS E HOMOSSEXUAIS: HISTÓRIA, SEGMENTAÇÃO, VISIBILIDADE

Historicamente, observa-se que a imprensa, desde seu advento, esteve ligada à luta pelo direito à livre divulgação de ideias. No momento de sua ascensão na Europa, ao longo dos séculos XVII e XVIII, ocorreu uma significativa popularização dos textos impressos, que passaram a ser mais abundantes e a circular mais, a despeito de variações quanto à forma e à intensidade da censura enfrentadas, que variavam de país para país. Nas palavras de Albert e Terrou (1990:11), “os progressos da imprensa foram sensivelmente freados pela severidade do controle político, mas nem por isso deixaram de ser consideráveis”.

Se na Europa, durante os primeiros anos da imprensa, os governos monárquicos buscavam impedir as manifestações em favor de idéias liberais, este não é senão apenas um dos diversos momentos em que a tentativa de regular a circulação de idéias se deu ao longo da história. No que diz respeito à popularização dos ideais de valorização de negros e homossexuais, por exemplo, a imprensa teve e ainda tem o papel de espaço privilegiado para a reivindicação de direitos civis e de maior visibilidade social, o que ocorreu através de periódicos como *O Homem de Côr* e *O Lampião*, os quais se voltavam a negros e homossexuais respectivamente (França, 2006; Lima, s/d). No entanto, o uso para esses fins foi, durante muito tempo, dificultado ou completamente impossibilitado pela falta de liberdade de expressão, como a que caracterizou o Primeiro Reinado, o Estado Novo e o período da ditadura militar brasileiros.

Procedemos, neste capítulo, ao relato sucinto dos processos históricos que resultaram na formação do mercado editorial brasileiro, especialmente no que diz respeito às publicações que se voltam às minorias negra e homossexual, dando ênfase às mudanças e demandas sociais que resultaram na consolidação desses grupos como nichos de mercado consumidor.

4.1 Mídia de massa, consumo, mercado

O estabelecimento do que hoje chamamos mídia de massa se deu com base em uma série de inovações tecnológicas, que, a partir do advento da imprensa, no século XV, possibilitaram o aumento da circulação de textos. A nova tecnologia desenvolvida por Johannes Guttemberg possibilitou que a reprodução de textos ocorresse com maior facilidade e rapidez. Com o tempo, os sistemas de impressão foram sofrendo diversas modificações, de modo a se tornarem paulatinamente mais eficientes. O aumento da eficiência das máquinas de impressão resultou essencial para o surgimento de jornais e revistas com maior periodicidade, tiragem e distribuição, tais como os que se conhece atualmente.

Ao alargamento do alcance dos textos, correspondeu uma tendência de massificação destes, que passaram a se dirigir a indivíduos cada vez mais genéricos. Buscava-se conceber títulos que pudessem interessar e ser lidos pelo maior número de pessoas possível. Como consequência dessa tendência, ocorreu um grande acirramento da concorrência, visto que os veículos de

comunicação passaram a rivalizar diretamente uns com os outros, objetivando conquistar uma mesma grande e genérica fatia de mercado.

É nesse sentido que a maior especificação de público leitor e a consequente segmentação do mercado editorial surgem como alternativas para a diminuição da concorrência. De acordo com Ramos (2010:15), para as revistas, “manter visibilidade e valer-se comercialmente são um feito difícil de realizar” e, por conseguinte, “segmentar passa a ser [...] uma das possibilidades para que os veículos consigam se manter em um mercado editorial tão competitivo como o brasileiro”.

Dessa forma, além de publicações que se dirigem a um público menos específico, surgem títulos, normalmente revistas, cujos leitores pressupostos são membros de diversos grupos relativamente menos expressivos do ponto de vista numérico, tais como homens de negócio, donas de casa, homossexuais, deficientes físicos, negros, evangélicos, entre diversos outros.

Mira (2001) esclarece que a criação desses produtos tem por objetivo atingir novos nichos de mercado, possibilitando, assim, o alargamento das fronteiras do mercado editorial, que passa, dessa forma, a atender grupos cujas especificidades eram ignoradas pelas publicações de maior circulação. Tendo em vista as especificidades dos nichos que almejam, supõe-se que essas publicações enfrentem concorrência reduzida ou mesmo nula, uma vez que é comum haver apenas um título voltado a uma determinada parcela da população ou que haja poucas publicações similares que efetivamente travem relação de concorrência entre si.

Essa autora salienta ainda que essas publicações estão submetidas ao potencial do mercado que pretendem conquistar, ou seja, faz-se necessário que os membros do grupo a que se destinam disponham das condições necessárias para que se convertam efetivamente em consumidores dos novos produtos que são oferecidos a eles. Essas condições incluem disponibilidade de dinheiro para comprar as publicações que a eles são oferecidas, além de interesse na temática destas.

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2008), em sua análise sobre a sociedade moderna, observa que esses grupos minoritários conseguem obter maior visibilidade social e aprovação apenas quando se convertem, ao mesmo tempo, em consumidores e objetos de consumo. Dessa forma, defende o autor,

> a ‘sociedade de consumidores’ [...] representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional (Bauman, 2008:71).

O autor completa dizendo que a sociedade faz avaliações de seus membros, as quais se manifestam através de recompensas ou penalidades, segundo a adequação deles à interpelação do mercado e que

> os resultados obtidos ou alocados no eixo da excelência/inépcia do desempenho consumista se transformam no principal fator de estratificação e no maior critério de inclusão/exclusão, assim como orientam a distribuição do apreço e dos estigmas sociais [...] (Bauman, *id. ibid.*).

Essas revistas, por terem se constituído em mercadoria atrativa para um grupo de consumidores, passaram a consistir em um dos poucos espaços de que grupos minoritários dispõem para conquistar alguma visibilidade em sociedade. Essas publicações representam, portanto, um dos modos através

dos quais uma espécie de consentimento da participação desses grupos na sociedade se manifesta.

É relevante observar que, segundo a perspectiva de Bauman, a aceitação de que os grupos minoritários se movam das margens da sociedade para assumirem um papel mais central nesta parece estar muito mais subordinada ao potencial mercadológico que eles possuem do que a razões de caráter moral ou à defesa de um ideal de igualdade entre grupos minoritários e majoritários, ainda que estas talvez tenham papel significativo nesse processo.

Para Bauman (2008), a sociedade em que vivemos é marcada pela velocidade excessiva e pela profusão de produtos para serem consumidos, que cada vez mais se tornam acessíveis aos consumidores. Trata-se de um mundo em que a efemeridade é um fato e evitá-la torna-se um exercício necessário para aqueles que buscam se manter atraentes dentro do mercado. Em outras palavras, estar à vista tornou-se condição necessária no mundo em que vivemos, para que algo não caia no esquecimento. Nesse contexto, manter-se visível significa “assumir o palco” (*idem*, p. 109), de modo a atrair a atenção do público e a evitar que outros elementos possam ocupá-lo. Na era da informação, em que vemos um mundo dominado pela mídia, “a invisibilidade é equivalente à morte” (*idem*, p. 21).

A tensão entre visibilidade e invisibilidade é particularmente importante, quando consideramos os papéis sociais que as minorias negra e homossexual assumem em nossa sociedade e a função que a mídia segmentada possui nesse contexto. Ramos (2010) defende, ao tratar da situação dos negros, que estes estiveram, historicamente, submetidos a uma condição de invisibilidade social. Segundo a autora,

> a invisibilidade é tida como a pior forma de racismo. Diferentemente dos norte-americanos, que em sua história sempre explicitaram seu segregacionismo diante dos negros, bem como de outras etnias, no Brasil, atravessamos os séculos criados por uma cultura escravocrata, e que, mesmo diante da abolição, manteve um racismo de forma velada (Ramos, 2010:49).

Tal afirmação, além de desmentir o mito da democracia racial brasileira, dá conta da carência de visibilidade e do lugar de submissão que foi relegado à população negra que, apesar de ser numericamente expressiva em contexto brasileiro, recebe tratamento de minoria. Carvalheiro (2006) chama a atenção para o fenômeno de "invisibilização"[33] dos descendentes de africanos, quando observa a existência de uma tendência de não representar os negros por parte da mídia em geral, salvo em contextos bastante específicos, tais como as seções policiais de jornal, nas quais as representações negativas, normalmente associadas a esse grupo encontrariam reforço e seriam, portanto, perpetuadas[34].

Nesse sentido, Ramos (2010) defende que a revista *Raça Brasil*, a que nos propomos examinar, desempenha um papel importante, na medida em que se trata de um veículo que busca conferir visibilidade social aos membros desse grupo. Segundo a autora, esse seria um modo de fazer com que essa minoria deixasse de ocupar um lugar secundário na estrutura da sociedade, o que se traduziria na conquista da igualdade social (*idem*, p. 67).

Evidencia-se, dessa maneira, a relevância que a mídia – a despeito dos suportes que utiliza – tem, tanto na construção das identidades, visto que estas são reafirmadas por meio da visibilidade e do consumo, quanto na ampliação da cidadania e da valorização do indivíduo enquanto ser social, uma

---

[33] Termo empregado por Ramos (2010).

[34] Ainda que Carvalheiro tenha pesquisado a invisibilização dos negros em contexto português, os resultados de sua pesquisa parecem descrever com apuro também o que ocorre em contexto brasileiro.

vez que possuir um espaço midiático destinado a um grupo específico é o mesmo que permitir que ele tenha um lugar garantido na sociedade, não apenas enquanto indivíduo, mas também como cidadão que merece ser tratado de forma igualitária e justa.

Dessa forma, para Ramos (2010:05),

> *Raça Brasil* é mais do que uma revista de moda e estética, é publicação que oferece exposição e enaltecimento do negro, colaborando com a quebra da invisibilidade social que este, desde os primórdios de nossa sociedade, sofre. É também espaço de denúncia das discriminações sofridas, bem como lugar de exaltação da cultura negra.

Assim como ocorre com a população negra, também entre o grupo dos homossexuais surgiram manifestações que tinham por objetivo atrair maior atenção da sociedade a grupos que até então detinham pouca ou nenhuma visibilidade social. De acordo com França (2006:145),

> [...] há a formação de um discurso fomentado por uma parcela dos empresários do mercado GLS[35], que aproxima as atividades de atores do mercado das atividades da militância. Tais atores começam a se ver e a serem vistos como articuladores de uma ação política, no sentido em que estimulam a "auto-estima dos homossexuais" e a formação de uma "identidade positiva" – através de iniciativas como festivais de cinema, editoras e mesmo espaços de lazer e sociabilidade – e fazem circular informações por esse público – por meio de sites e revistas especializadas.

Assim, a articulação entre a militância e os detentores dos meios de produção midiática possibilita que a visibilidade de grupos minoritários seja ampliada, o que ocorre conforme as minorias são incluídas no universo do consumo. O resultado disso é a conquista de maior relevância e participação social, mas também uma limitação do ponto de vista da liberdade de produção. Dessa forma, assim como quaisquer outros produtos midiáticos, *Raça Brasil*, voltada a negros, e *Junior*, direcionada aos homossexuais, terão de se moldar

[35] Tratamos, brevemente, da criação da sigla GLS (*gays*, lésbicas e simpatizantes) neste capítulo, na seção 4.2., dedicada ao surgimento das revistas voltadas a homossexuais. Para maiores informações a respeito dela e do contexto de seu surgimento, cf. França, 2006.

aos gostos, vontades e demandas de sua audiência, caso queiram manter e ampliar o espaço conquistado junto ela, conforme convém a uma empresa de comunicação.

França (2006:29), ao comentar a relação entre a concepção de produtos midiáticos e sua audiência, afirma que “são aos operadores do sistema, os profissionais do *marketing* e da publicidade, que localizam as diferenciações sociais percebidas pelos consumidores”, cabendo a eles fazer “a ponte entre estes e os produtores”. Essa autora sustenta, ademais, que há, embutida nessa dinâmica, uma tendência de busca pelo pluralismo de políticas de identidade, regionalismos e estilos de vida, entre outros, que causou o fortalecimento do movimento e do mercado relacionado às minorias.

Nesse contexto, podemos dizer que o consumo assume papel preponderante para a manifestação das identidades, visto que recorremos a uma grande variedade de recursos simbólicos e materiais para escolher, construir, sustentar, negociar e exibir quem devemos ser ou parecer. Estes recursos são selecionados, interpretados e disponibilizados pela publicidade, pelo marketing, pela indústria da beleza e pelos sistemas de comunicação globalizados. Os estilos de vida constituem, portanto, uma forma por intermédio da qual o pluralismo da identidade é concebido, administrado e explorado pelo mercado (Freire Filho, 2005:120-1), inclusive o editorial. Tratamos, na seção a seguir, do fenômeno de consolidação de um mercado editorial voltado a negros.

Tendo em vista o fato de selecionarmos duas revistas de nicho para nossa pesquisa, entendemos ser necessário buscarmos conhecer cada uma delas, a fim de mapear algumas características essenciais de seus projetos

editoriais e de salientar as diferenças entre as revistas sob análise. Antes de proceder à descrição de cada uma das revistas, traçamos um panorama histórico do período que compreende desde a constituição das mídias negra e homossexual até a publicação de títulos contemporâneos.

4.2 Revistas para negros: dos periódicos abolicionistas às publicações comerciais

Para que se compreenda a gênese[36] da imprensa negra em contexto brasileiro e também as dificuldades de consolidação desta, é necessário que façamos, em primeiro lugar, referência à regulamentação da imprensa imposta por Portugal ao Brasil, então sua colônia, a qual proibia terminantemente impressões de qualquer tipo em território brasileiro.

De acordo com Pinto (2006:23),

> Diferentemente do que se passou em outras colônias americanas – a exemplo do Peru, do México e dos Estados Unidos –, onde a dominação colonial foi, em larga medida, assegurada graças a um investimento na imprensa escrita e na educação, como veículos para disseminar as idéias dominantes, a vasta faixa do império colonial português na América, que daria origem ao Brasil, só contaria com a imprensa um pouco antes de sua independência política.

Com efeito, a imprensa colonial só ganha força mediante o cancelamento da proibição da existência de tipografias no Brasil pelo príncipe regente D. João, em 1808, quando da vinda da família real para o Brasil e elevação deste da condição de Colônia à de Reino Unido a Portugal e Algarves. Jornais importantes, como a *Gazeta do Rio de Janeiro*, publicada pela Imprensa Régia, são fundados nesse período.

[36] Observe-se que o início da luta pela liberdade de expressão não deve ser confundido com o início oficial da imprensa no Brasil. Nas páginas a seguir, tratamos brevemente dos modos de circulação de discurso que precederem a inauguração da imprensa brasileira.

Em meio à agitação política que precedeu a independência do Brasil, surgiram diversos periódicos e mesmo a suspensão da liberdade de imprensa, após a coroação de Pedro I, não foi suficiente para coibir sua existência. Com a progressiva reconquista de direitos, que culminaria, em 1827, com a revogação das restrições à imprensa, começam a fervilhar jornais de tendência liberal moderada e exaltada. Entre eles, encontramos pasquins que lidavam especificamente com a causa negra, como o *Brasileiro Pardo e o Lafuente,* entre outros. Esses periódicos, segundo Pinto (2006), eram utilizados pelos negros como forma de protesto e como meio de reivindicar direitos civis que eram garantidos a todos os cidadãos[37].

Data do período regencial brasileiro, mais precisamente do ano de 1833, a criação da primeira publicação voltada a negros em contexto brasileiro, chamada *O Homem de Côr*. Nessa época, debates acerca dos valores da democracia moderna tomavam conta do cenário político. De acordo com Pinto (2006:17), poucos anos após a independência política do Brasil com relação a Portugal, vivia-se um “momento de reafirmação prematura da cidadania brasileira”. Com isso, ganhavam fôlego as discussões a respeito do papel das diferentes etnias na estrutura da sociedade brasileira, que tinha no regime de trabalho escravo negro um de seus mais importantes sustentáculos.

Nesse período, observamos a expansão das cidades, que passaram a consistir em pólos de atração de negros libertos e livres. Estes, em contexto citadino, começaram paulatinamente a exercer funções urbanas, o que lhes permitiu contato com homens livres e um consequente afastamento com relação ao passado escravo. Com isso, surgem as condições para que nasçam

[37] É importante ressaltar que, durante o período da escravidão, escravos não eram considerados cidadãos.

títulos concebidos por e direcionadas a negros, entre as quais destacamos as habilidades de escrita e leitura, a possibilidade de acúmulo de capitais para comprar maquinário, além da capacidade de operá-lo.

O Homem de Côr é um exemplo dessa tendência, na medida em que é produto da iniciativa de um negro livre morador da cidade. É no ambiente urbano que seu fundador, o tipógrafo e jornalista Francisco de Paula Britto (1809-1861), compra o maquinário necessário e consegue fazer com que seu projeto de periódico se torne realidade. Esse jornal se insere, assim, em uma extensa trama de ações que estavam sendo articuladas no contexto urbano e que tinham por objetivos a resistência e a ruptura com relação ao papel de dominado imposto à população negra pelo regime escravagista.

A rede de comunicação escrita entre escravos já era significativa quando o periódico de Paula Britto foi publicado pela primeira vez. Pôsteres eram muitas vezes utilizados para que ocorresse a comunicação entre membros da etnia negra em contextos urbanos. Uma das demonstrações mais importantes do potencial da rede de comunicação estabelecida é a Revolução dos Alfaiates, ocorrida em 1798, cerca de trinta e cinco anos antes da publicação d'*O Homem de Côr*. Organizada por meio de cartazes e manifestos colados em pontos estratégicos da cidade de Salvador, é considerada a primeira revolta de raízes verdadeiramente populares ocorrida no Brasil (Pinto, 2006:20). A gradual expansão da imprensa não significou, portanto, a fundação de uma imprensa negra, mas um adensamento da teia comunicativa entre os membros da comunidade afrodescendente, fossem eles pertencentes à parcela livre dessa população ou não.

É relevante observar que a população a que se destinavam os cartazes da revolução era composta, em sua imensa maioria, por analfabetos. Na época da publicação de *O Homem de Côr*, essa situação permanecia praticamente inalterada, o que significa que, em ambos os casos, os impressos dependiam em larga medida de pessoas que soubessem ler e que pudessem fazer com que as mensagens de mobilização a serem transmitidas circulassem também por via oral e pudessem ser recebidas, dessa forma, por um número maior de negros[38].

Ao se referirem às características da expansão da imprensa ocorrida ao longo do século XIX, Morel e Barros (2003) destacam a importância da disseminação da leitura coletiva, reminiscência das práticas culturais do Antigo Regime, que ocorria em locais públicos ou fechados, e colaborava para que o público leitor se expandisse, apesar da limitação imposta pelo analfabetismo. Na verdade, não era incomum que no próprio ambiente das tipografias ocorresse a leitura em voz alta, de modo que estas se convertessem "em um ponto de comércio, no sentido mais amplo da palavra, configurando uma mescla entre os espaços públicos e privados, em que se faziam contatos diretos dos produtores com os receptores da imprensa" (*idem*, p. 78).

Ao longo de todo o período regencial brasileiro (1831-1840), bem como durante todo o reinado de Pedro II (1840-1889), diversos periódicos surgiram nas principais cidades brasileiras. Muitos desses jornais caracterizavam-se por possuírem orientação ideológica abolicionista, sobretudo

[38] Segundo estimativas oficiais, a população alfabetizada não passava, na última década do século XIX, de 15% do total de habitantes do país (Ramos, 2010:23). Segundo o Censo realizado à época, havia, em 1900, cerca de 17 milhões de habitantes no território brasileiro.

durante a década de 1880[39]. Morel e Barros (2003) esclarecem que essas manifestações foram minoritárias quantitativamente diante da imprensa que ajudava a conservar ou defender a escravidão, mantendo-se ligada aos interesses da aristocracia rural e publicando anúncios de compra, venda e fuga de escravos. Dentre os indivíduos engajados no movimento abolicionista, destacam-se nomes como o de José do Patrocínio, Luiz Gama e André Rebouças.

Após a abolição da escravatura, em maio 1888, a situação social dos negros manteve-se praticamente inalterada, isto é, estes não foram efetivamente incorporados à sociedade de modo a conquistarem condições de vida adequadas, mas, ao invés disso, continuam circunscritos a um lugar social marcado pela inferioridade com relação à parcela branca dominante, conforme observado por Oliveira (2007:45) no excerto a seguir:

> (...) com o desenvolvimento sócio-econômico, sobretudo na região sul do país após o fim da escravidão, o negro é sistematicamente substituído pelo imigrante europeu, que passou a ocupar as melhores posições, deixando como única alternativa ao negro ex-escravo relegado, olvidado e menosprezado, a possibilidade de ocupar a categoria de subproletariado.

Isso significa que mesmo com a modificação da condição oficial dos negros em nossa sociedade, a demanda social por publicações negras que tivessem caráter reivindicatório não cessa e a imprensa negra encontra condições e motivos para permanecer viva também durante o século subsequente.

De acordo com Balsalobre (2010), a virada do século XIX para o XX não só significou a suplantação do regime monárquico e da escravatura negra, mas também o aumento das cidades, as quais rapidamente se convertiam em

[39] De acordo com Pinto, é significativo que se observe que a imprensa negra não se confunde necessariamente com a imprensa abolicionista, havendo, por vezes, diferenças entre as questões levantadas por esta e aquela (cf. Pinto, 2006, capítulo 1).

espaços fabris que, carentes de mão de obra, foram responsáveis pela atração de muitas pessoas às cidades.

Segundo a autora, “Velocidade, mobilidade, eficiência e pressa tornaram-se marcas distintivas do modo de vida urbano e a imprensa, lugar privilegiado da informação e sua difusão, tomou parte ativa nesse processo de aceleração” (p.16). É nesse contexto que se dá a transição, em contexto brasileiro, da pequena à grande imprensa, que se caracterizou pela busca de melhorias tecnológicas que propiciassem aumento da produtividade e o incremento dos lucros.

Como se sabe, o acesso à mídia está, na grande maioria das vezes, condicionado a algum dispêndio de dinheiro. A situação sócio-econômica dos negros determinava, entretanto, de modo geral, a indisponibilidade de capital para a compra de jornais ou revistas que se voltassem a essa etnia, ao menos por parte de significativa parcela da população, o que tornava a subsistência desses veículos um desafio.

Estes se mantinham em atividade, na maior parte das vezes, tendo por motivação apenas o idealismo de seus criadores, que produziam textos de circulação gratuita, de modo a obter alcance mais significativo no seio de seu público-alvo (Ramos, 2010). Isso significa que não havia, àquela época, condições para que a imprensa negra deixasse de ser alternativa e se tornasse comercial.

Há mais de uma proposta de sistematização da produção revisteira negra existente no século XX. Uma delas, desenvolvida por Maria Luiza Tucci Carneiro, prevê a divisão em três períodos, conforme detalhado a seguir:

> O primeiro vai de 1905 a 1923, e nele publicações como *O Baluarte* (1905) e *A Sentinela* (1920) possuíam um caráter sócio-recreativo e alimentavam a idéia do branqueamento como forma de inserção do negro na sociedade. O segundo

> período, de 1924 a 1945, caracterizou-se por uma postura mais crítica e reivindicatória, por parte de jornais como *A Voz da Raça* (1933), *Tribuna Negra* (1935) e *Alvorada (*1945). Publicações como essas denunciaram o preconceito racial e defenderam a igualdade de direitos e inserção social, política e econômica do negro no Brasil. O último momento, a partir de 1945 até os dias de hoje, mantém o ímpeto reivindicatório, somado a uma reafirmação da raça negra quanto a sua descendência africana (Carneiro e Kossoy, 2003, 50 *apud* Romancini e Lago, 2007:88).

Ao descrever os títulos de imprensa negra existentes no século XX, Bastide (1973:130) esclarece que esta

> [...] raramente é uma imprensa de informação: o negro letrado lê os jornais dos brancos, é uma imprensa que só trata de questões raciais e sociais, que só se interessa pela divulgação de fatos relativos à classe da gente de cor. (...) Esses jornais procuram primeiramente agrupar os homens de cor, dar-lhes o senso da solidariedade, encaminhá-los, educá-los a lutar contra o complexo de inferioridade, superestimando valores negros, fazendo a apologia dos grandes atletas, músicos, estrelas de cinema de cor. É, pois, um órgão de educação. Em segundo lugar, é um órgão de protesto. (...) Outro caráter comum a toda a imprensa afro-americana é a importância dada à vida social, às festas, aos bailes, às recepções, aos nascimentos, casamentos e mortes – a exigência sociológica de mostrar seu status social e honorabilidade.

Com efeito, as características atribuídas por Bastide à imprensa negra do início do século XX parecem ser aplicáveis à revista *Raça Brasil*, que corresponde, segundo Romancini e Lago (2007), a uma revista expressiva do momento atual da imprensa negra brasileira, conforme destacamos a seguir.

4.3 A revista *Raça Brasil*

Segundo Oliveira (2007), o lançamento de *Raça Brasil*, em 2 de setembro de 1996, foi considerado “o maior fenômeno editorial da história” por Aroldo Macedo, editor-chefe da publicação, visto que uma revista nunca havia vendido tanto em tão pouco tempo. Ramos (2010) comenta que não havia, quando do lançamento de *Raça Brasil*, nenhuma outra revista que se dirigisse à etnia negra de modo específico, tendo havido, no entanto, algumas outras

publicações precedentes, tais como *Ébano, Swingando e Agito Geral*, as quais tiveram existência relativamente curta.

O sucesso estrondoso de *Raça Brasil* fez com que fosse necessário reimprimir sua primeira edição. O significativo êxito de vendas chamou a atenção tanto de órgãos da imprensa brasileira quanto de grandes grupos de comunicação estrangeiros, tendo sido objeto de reportagens de veículos expressivos como a revista *Veja*, o jornal *Folha de São Paulo* e os canais de televisão estrangeiros CNN e BBC (Oliveira, 2007).

Surgia, dessa forma, a revista *Raça Brasil*, cujo primeiro editorial prometia que a revista estaria comprometida em dar visibilidade à parcela negra da população brasileira, de modo a neutralizar a invisibilidade a que está relegada, e, além disso, propiciar uma melhoria da autoestima desta, conforme observamos nos excertos transcritos a seguir:

> (5)
> Todos os dias nascem negros neste país – mas o país não sabe disso, ou finge não saber. Estamos por toda parte. nas ruas, nos escritórios, nos shoppings, restaurantes... No entanto somos invisíveis! Como pode um país não enxergar mais de metade de seu próprio povo?
> Felizmente os tempos estão mudando.
> (...)
> **RAÇA BRASIL** nasceu para dar a você, leitor, o orgulho de ser negro. Todo cidadão precisa dessa dose diária de auto-estima: ver-se bonito, a quatro cores, fazendo sucesso, dançando, cantando, consumindo. Vivendo a vida feliz.[40]

A respeito do projeto editorial da revista, Brasileiro (2003) chama a atenção para o fato de que a revista apresenta uma configuração em seções que nos mostram assuntos que poderiam estar em outras revistas, mas que dentro dessa aparente abrangência existe um recorte temático bastante específico, que faz com que a seleção de conteúdos para as seções tenham

[40]Trecho da seção *Linha de Frente*, publicada na primeira edição de *Raça Brasil*, em setembro de 1996. Trecho transcrito de Brasileiro (2003:49)

como ponto em comum a negritude. Dessa forma, os protagonistas das seções sobre música, cinema, teatro, televisão etc. são sempre negros ou estão relacionados a algum elemento da cultura negra, como o *rap* e o *jazz*.

Ainda que *Raça Brasil* não tenha mantido, em seus números subsequentes, o mesmo sucesso de vendas, trata-se provavelmente da publicação mais longeva e de maior tiragem já dirigida à etnia negra, não havendo publicação similar que lhe supere em importância e vendagem.

O sucesso dessa publicação ao longo de quinze anos parece ser sintomático da consolidação de um mercado consumidor negro que tem interesse em acessar o material a respeito da etnia negra presentes na publicação e capital disponível para adquiri-la por um preço médio de R$ 7.

Dessa forma, abre-se uma importante via de integração social e racial, a qual se dá sob o signo do consumo, que é, em última análise, o que garante a essa parcela da população uma possibilidade de tentar neutralizar, através da mídia, o fenômeno de invisibilização que normalmente lhe afeta.

4.4 Revistas para homossexuais: da mídia alternativa à comercial

A respeito da consolidação de um mercado para o grupo minoritário homossexual, França (2006:2) sustenta que a década de 1990 foi o momento em que o gueto passou a constituir efetivamente um nicho de mercado mais sólido, fenômeno que teve por desdobramento uma expansão de iniciativas que visavam habilitar a oferta de serviços e produtos para atendimento da demanda dessa parcela da população.

São exemplos desse processo de especialização, segundo essa autora, a criação de festivais de cinema, casas noturnas, agências de turismo, livrarias, lojas de roupas, além do lançamento de numerosos produtos de mídia, tais como programas e canais de televisão a cabo, inúmeras páginas na internet, entre diversos outros. Data também dessa época a criação da sigla GLS (*gays*, lésbicas e simpatizantes), utilizada como rótulo para esse nicho de mercado.

Foi também nesse período que a imprensa voltada a homossexuais deixa, em contexto brasileiro, de ter caráter de imprensa alternativa, de circulação restrita, e passa a ser assimilada por um mercado mais amplo, através de publicações editadas e impressas por empresas do setor de comunicação.

É importante que seja definido, neste ponto, o que se entende por "imprensa alternativa". Kucinski (1991:XIII) propõe quatro diferentes sentidos para a palavra "alternativa", os quais não são excludentes entre si e que, combinados, possibilitam compreender a natureza dessa modalidade de produtos midiáticos. São eles:

1) o de algo que não está ligado a políticas dominantes;

2) o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes;

3) o de única saída para uma situação difícil;

4) o do desejo das gerações dos anos 60 e 70 de protagonizar as transformações sociais que pregavam.

O surgimento de uma imprensa homossexual alternativa nesses moldes está ligado, em larga medida, à existência de um regime militar

acentuadamente repressivo e fortemente marcado pela prática de censura dos meios de comunicação. Os itens da definição anterior permitem observar que a idéia de produzir publicações que não se conformavam ao que era preconizado pelos grupos detentores de poder político embutia em si uma intenção de romper com o que estava estabelecido em termos de possibilidades de expressão e liberdade política e de comportamento em época marcada pelo autoritarismo. No dizer de Gonçalves (2010:04), esse

> [...] é um período de crise da mídia em virtude da limitação da liberdade de imprensa e dos golpes que os jornais impressos sofrem ao concorrer com a TV e o rádio. [...] O jornalismo alternativo nasce da articulação entre o desejo das esquerdas de protagonizar transformações sociais e da necessidade de oposição ao regime militar.

De acordo com Lima (s/d:01), a imprensa alternativa estava fortemente vinculada à idéia de ruptura social, e seus idealizadores "investiam principalmente contra o autoritarismo na esfera dos costumes e no alegado moralismo da classe média". As publicações pertencentes a essa modalidade de mídia têm por característica uma relativa independência com relação à lógica de mercado, isto é, ainda que sejam idealizadas para atender a um público leitor, normalmente não contam com uma estrutura empresarial e não têm no lucro seu principal objetivo. Para Kucinski (1991:XVI),

> a imprensa alternativa surgiu da articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações institucionais que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade. É na dupla oposição ao sistema representado pelo regime militar e às limitações à produção intelectual-jornalística sob o autoritarismo, que se encontra o nexo dessa articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos. Compartilhavam, em grande parte, um mesmo imaginário social, ou seja, um mesmo conjunto de crenças, significações e desejos (...) À medida que se modificava o imaginário social e com ele o tipo de articulação entre os jornalistas, intelectuais e ativistas políticos, instituíam-se novas modalidades de jornais alternativos.

Destaca-se, entre as publicações dessa época, *O Lampião*, um jornal em tamanho de tablóide em que eram publicadas cartas de leitores e notícias

sobre atos preconceituosos, além de reportagens com celebridades (não necessariamente homossexuais), contos, críticas literárias, de teatro e cinema etc. Entre seus criadores, destacam-se os escritores Aguinaldo Silva e João Silvério Trevisan. Segundo Lima (*id. ibid.*), “O *Lampião* marcou a imprensa brasileira pelo seu vanguardismo nas posições defendidas”, mas, assim como outros exemplares de imprensa alternativa, acabou encerrando logo suas atividades. Foram trinta e uma edições publicadas entre 1978 e junho de 1981.

Em seus últimos números, é possível observar uma modificação importante em seu projeto editorial original: a reprodução de imagens pornográficas, prática que era evitada no princípio de suas atividades. A disseminação da pornografia n’*O Lampião* não corresponde, entretanto, a uma prática isolada e ligada apenas a esse jornal, mas ilustra uma tendência mais geral da imprensa tanto homossexual quanto heterossexual nesse momento.

Para Lima (s/d:04), a popularização do conteúdo pornográfico no Brasil é decorrente da distensão política, do fim da censura formal e de uma demanda reprimida por pornografia. Segundo esse autor,

> a partir daí, a imprensa homossexual brasileira foi tomada pelo pornográfico. Dezenas de publicações surgiram explorando o nu masculino. Primeiramente, disfarçadas em revistas como *Naturismo*, que pregava a vida saudável e o fisiculturismo; aprimorou-se, depois, em publicações específicas, especialmente em São Paulo. Surgiram as revistas *Gato*, *Alone Gay*, *Young Pornogay*, entre outros títulos.

Com a descoberta do potencial mercadológico do nicho homossexual, na década de 1990, começaram a surgir as primeiras publicações de natureza não alternativa que se dirigiam a esse público, fenômeno que foi acompanhado pelo paulatino escasseamento de títulos alternativos.

A respeito desse fenômeno, Barros (2003) esclarece que

> a insistência numa distribuição nacional antieconômica, a incapacidade de formar grandes bases de leitores-assinantes e certo triunfalismo em relação aos efeitos da censura contribuíram para fazer da imprensa alternativa não uma formação permanente, mas sim, algo provisório, frágil e vulnerável não só aos ataques de fora como às suas próprias contradições.

A primeira revista dessa nova geração foi a *Sui Generis*, publicada pela primeira vez em 1995. Paralelamente, houve também um aumento da preocupação de jornais e revistas de maior alcance de contemplar o público homossexual. O jornal *Folha de São Paulo*, por exemplo, passou a publicar semanalmente uma coluna estritamente para homossexuais. No dizer de Fernandes (1987:11), “os grandes jornais resolveram fazer profissionalmente o que era feito de forma amadora”, o que contribuiria para o aniquilamento da imprensa alternativa.

A *Sui Generis* abriu caminho para diversos outros títulos, entre eles, a *Junior* e a *G Magazine,* publicação lançada em 1998 que ganhou notoriedade por trazer, em suas páginas, fotos de nudez frontal de pessoas conhecidas pelo grande público, tais como atores, cantores, jogadores de futebol e modelos famosos.

Na seção a seguir, procedemos à descrição da revista *Junior*, fornecendo detalhes acerca de seu projeto editorial e do público-leitor ao qual se dirigem.

4.5 A revista *Junior*

Nos dias de hoje, o conjunto das publicações voltadas ao público homossexual é predominantemente caracterizado pela veiculação de conteúdo pornográfico, com raras exceções, o que significa que a tradição que se forjou

com o final da censura se mantém bastante forte. Uma das revistas cujo projeto editorial não abarca a pornografia é a *Junior*, fundada em 2008 com uma concepção que difere da maioria das publicações voltadas a homens homossexuais em contexto brasileiro.

O conteúdo veiculado, o preço da revista nas bancas (R$12) e a elevada qualidade de seu papel permitem inferir que se trata de um título concebido para atender principalmente a um público composto por homens homossexuais das classes altas. Confirma essa hipótese o fato de que suas páginas, em que vemos estampada publicidade de bens produzidos por grifes famosas, costumam trazer recomendações sobre onde ficar e o que visitar quando em viagem ao exterior, além das indicações de danceterias e clubes com preços elevados para ingresso, bens de consumo normalmente reservados às classes mais altas de nossa sociedade.

A título de ilustração do elevado preço dos produtos que a revista traz, citamos a pequena seção sobre moda, às páginas 52 e 53 da 15ª edição de *Junior*, em que é recomendado o uso de calças de *jeans* largas e confortáveis. As calças mostradas têm valores que variam de R$ 340 a R$1940, sendo que quatro dos modelos mostrados na reportagem custam mais de R$1100.

A revista se caracteriza, ademais, por entremear ensaios fotográficos, portfólios de artistas, pequenas reportagens sobre celebridades e artigos que tratam de temas que se relacionam em alguma medida ao universo homossexual. Entre os artigos, são comumente encontrados textos que tratam de relacionamentos, falam de casos de intolerância contra homossexuais, apresentam possibilidades para se manter ou obter um corpo bonito, relatam o

cotidiano de homossexuais que encontram algum tipo de dificuldade para serem aceitos pela sociedade, recomendam a compra de produtos (viagens, equipamentos eletrônicos, roupas) etc. Não se trata, portanto, de uma revista cujo objetivo principal seja informar sobre fatos noticiosos, mas sim a veiculação de textos de variedades, com temática quase sempre amena, tais como moda e estética, e com o objetivo de entreter seus leitores.

André Fischer, editor de *Junior*, explica, no editorial do primeiro número da revista, que o projeto de criar um título "bacana" para homossexuais era antigo e que a publicação da revista representava a concretização dele. Observe-se o excerto a seguir:

> (4)
> Você sabe há quanto tempo acompanhamos a efervescência do mercado editorial gay no exterior? Anos e anos, morrendo de vontade de fazer uma revista bacana por aqui. Ela seria assumida sem ser militante, sensual sem ser erótica, cheia de homens lindos, com informação para fazer pensar e entreter.[41]

É interessante observar, nesse segmento, o trecho "Anos e anos, morrendo de vontade de criar uma revista bacana por aqui", que sugere que, em contexto brasileiro, não havia, antes da criação de *Junior*, nenhuma revista que pudesse ser avaliada positivamente, o que reforça a idéia de que a publicação em questão difere dos demais títulos disponíveis no mercado.

A singularidade de *Junior* parece estar conectada ao fato de que, tal como a *Têtu*, de origem francesa, e a *Out*, publicada nos Estados Unidos, a revista editada por Fischer prescinde de conteúdo pornográfico, o que significa, a princípio, um rompimento do ideal de revista para homens homossexuais vigente até então.

---

[41] Trecho do editorial escrito por André Fischer publicado na primeira edição de Junior, no ano de 2007.

É importante que se observe, entretanto, que a revista *Junior*, assim como a maioria das revistas voltadas a homossexuais, faz uso de imagens de corpos masculinos para atrair leitores. Essa revista se destaca, no entanto, devido ao modo como faz isso. Enquanto a maior parte das outras revistas recorre a ensaios com homens totalmente nus, *Junior* oferece diversos ensaios fotográficos a seus leitores, mas utiliza um formato que é próximo ao de fotografias de moda.

Outra forma de apresentação de corpos masculinos se dá através dos portfólios de artistas publicados pela revista. De modo geral, são selecionados trabalhos de caráter visual, em detrimento de produções com predominância de texto verbal, como contos ou crônicas. Essas imagens trazem, de modo geral, fotos de corpos de homens com poucas roupas, o que permite à revista desfrutar, a um só tempo, do status de divulgadora de produções artísticas e do potencial de atração de consumidores exercido pelos corpos, conforme podemos observar, por exemplo, no anexo J6.

Assim, ao mesmo tempo em que se busca fazer com que os leitores sejam atraídos pelas fotos, a revista, conforme já dissemos, desvincula-se de uma imagem de revista pornográfica, o que lhe dá alguma distinção com relação a publicações similares dirigidas ao mesmo público. De certa forma desvinculada do universo das revistas pornográficas, as quais normalmente são marcadas por um estigma social e associadas à ideia de mau gosto, a revista *Junior* se destaca como uma publicação dotada de certo refinamento e sofisticação, apesar de não se libertar totalmente da tradição de recorrer às imagens de corpos para se manter atrativa para seu público.

Além disso, chama a atenção o fato de Fischer defender que a revista teria uma postura não militante, diferentemente do que ocorria com as publicações alternativas precedentes. Entretanto, poder-se-ia pensar que o próprio fato de conceber uma revista que se volta a homossexuais e que conceder a esse grupo certo reconhecimento por parte do mercado e relativa visibilidade implica um posicionamento que reconhece, em seu público, sujeitos passíveis de serem representados pela mídia, possuidores de características e demandas de mercado próprias. Trata-se, em outras palavras, de uma tomada de posição política e ideológica que reconhece, na homossexualidade, algo que não deve ser ocultado da sociedade e que pode receber um tratamento midiático que a situe dentro dos limites de uma normalidade.

A inscrição da homossexualidade no rol das práticas sociais aceitáveis não é, com certeza, univocamente aceita por todos os membros da sociedade brasileira; não há dúvida, entretanto, de que o projeto da revista pressuponha que haja espaço, em termos de liberdades individuais, para dar visibilidade a esse grupo, seus membros, práticas e preferências. Essa liberdade é, em larga medida, tributária não só da luta da militância que a precedeu e que ainda se faz presente, mas também da capacidade de expressão da minoria homossexual em termos de consumo, que faz com que a receptividade a condutas sociais ligadas à homossexualidade aumente.

4.6 Os projetos editoriais das revistas

Conforme afirmamos anteriormente, defendemos que, por se dirigirem especificamente a grupos cujos membros não desfrutam de aprovação por

parte significativa da sociedade, as revistas *Raça Brasil* e *Junior* surjam como focos de resistência à discriminação e procurem desconstruir as imagens vigentes dos grupos a que se direcionam para então reformulá-las, de modo a valorizá-las e advogar em favor da maior integração desses grupos à vida social.

Este objetivo parece de modo bastante explícito, por exemplo, no editorial do primeiro número da revista *Raça Brasil*, em que se lê:

> (1)
> **RAÇA BRASIL** nasceu para dar a você, leitor, o orgulho de ser negro. Todo cidadão precisa dessa dose diária de auto-estima: ver-se bonito, a quatro cores, fazendo sucesso, dançando, cantando, consumindo. Vivendo a vida feliz. [42]

Analogamente, podemos observar no editorial da 21ª edição de *Junior*, assinado por André Fischer, que a revista tem por objetivo operar mudanças contra aquilo que chama de "caretice"[43]. Observe-se o excerto a seguir:

> (2)
> A JUNIOR é uma revista em constante revolução, resultado de uma batalha diária contra a caretice. Ainda precisamos – e vamos – mudar muito. [44]

É em relação a um *status quo* conservador e supostamente pouco inclusivo para homossexuais que *Junior* propõe uma mudança, a qual seria viabilizada com ajuda da publicação da revista, conforme é sugerido no trecho de editorial transcrito a seguir, em que o crescimento da publicação é equiparado ao crescimento da visibilidade de homossexuais:

> (3)
> Consideramos ter chegado a um formato de colunas, seções e projeto gráfico que nos parece ideal. Pelo menos por enquanto. Chegar a essa conclusão no número 13 não deixa de ser um sinal de sorte. Sabemos que ainda temos

---

[42] Seção *Linha de Frente*, Ano 1, N. 1, setembro de 2006 *apud* Brasileiro, 2003:49.
[43] Segundo o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, *caretice* é a "qualidade de careta"; *careta*, define o dicionário, é "aquilo ou aquele que é conservador, preso a convenções".
[44] Seção *Preliminares*, Ano 3, N. 21, setembro de 2010.

> muito que crescer, assim como o Brasil ainda tem muito que evoluir quando se trata da situação de gays e lésbicas. Por mais que tenhamos conquistado uma inegável visibilidade, a situação de homossexuais nas escolas, de gays idosos em asilos e nas favelas, por exemplo, continua nada fácil.[45]

Entendemos que essas revistas, ao apresentarem um discurso que dá visibilidade a questões relativas às minorias e por versarem sobre elas utilizando discurso supostamente inclusivo e isento de preconceitos de raça e orientação sexual, colaboram para a imagem daqueles que são representados em suas páginas seja melhorada. Tendo em vista os excertos (1), (2) e (3), pode-se dizer que as revistas tomam para si o projeto de melhoria dessas imagens e que se julgam capazes de operar tal mudança em escala socialmente significativa.

Procedemos, no capítulo a seguir, à análise do *corpus* à luz das teorias selecionadas.

[45] Seção *Preliminares*, Ano 2, N. 13, sem data.

V. SEMIOTIZAÇÃO E ESTEREÓTIPOS NAS REVISTAS *JUNIOR* E *RAÇA* BRASIL

Neste capítulo, procedemos ao exame dos textos selecionados das revistas *Raça Brasil* e *Junior.* Privilegiamos, para fins de análise, a observação de como ocorrem os processos de transformação e transação, conforme concebidos por Charaudeau (2009).

Nas seções que se seguem, são apresentados dados obtidos por meio da análise da segmentação da realidade resultante do processo de transformação, além de comentários interpretativo-analíticos, com vistas a identificar crenças e ideologias que, através do processo de transação, influenciam a produção discursiva das revistas. Isso significa que a análise proposta neste trabalho não investe no exame dos processos de transação e transformação isoladamente; estes são, ao invés disso, observados em sua relação de interdependência, dentro da qual os sentidos dos discursos são forjados.

Salientamos que os trechos analisados foram extraídos do discurso das revistas e correspondem à formulação de alguém que fala em nome da publicação. Geralmente, esse papel é assumido por um jornalista, podendo haver, entretanto, influência de outros profissionais, tais como editores e revisores, além de aspectos como disponibilidade de espaço para publicação. É necessário que se observe, além disso, que foram também analisados alguns exemplos de falas de entrevistados trazidas para o interior dos textos por meio do uso de discurso direto; nestes casos, selecionamos segmentos do

discurso dos entrevistados com relação aos quais a revista estabelece relação de aquiescência, seja ela explícita ou implícita.

Optamos por não separar os resultados de análises das duas revistas por entendermos que este procedimento facilita a comparação entre os aspectos observados em cada uma delas, de modo a tornar mais evidentes as semelhanças e diferenças entre os projetos dos títulos sob análise, propiciando, assim, resultados que se beneficiam do cotejamento e apontam para características possivelmente peculiares ao conjunto das revistas que se voltam a minorias.

5.1 Nomeação e qualificação

As expressões nominais que fazem referência a membros dos endogrupos negro e homossexual encontradas nos textos da revistas foram divididas, segundo um critério temático, nas categorias que seguem.

5.1.1. Referências relacionadas ao universo profissional

Grosso modo, os textos selecionados para compor o *corpus* deste trabalho podem ser divididos em duas categorias, quais sejam:

> (1) textos de ordem analítico-descritiva sobre fatos, tendências e fenômenos de ordem social, dos quais membros do endogrupo participam de forma a contribuir para o desenvolvimento de uma pauta;

(2) textos cujo foco principal está na elaboração do perfil público de um ou mais indivíduos através da construção de sua imagem em termos de personalidade e trajetórias profissional e pessoal.

Tradicionalmente, pressupõe-se que textos do primeiro tipo representem pessoas desconhecidas com maior liberdade e frequência, visto que elas, suas experiências e características, tendem a ser utilizadas com o objetivo de fornecer ilustração ao tópico discursivo; textos do segundo tipo, por sua vez, geralmente consistem em um âmbito de representação de indivíduos que, por algum motivo, já possuem ou começaram a ganhar destaque dentro de um determinado grupo social.

Predominam, na revista *Junior*, textos da categoria (1), havendo relativamente pouco espaço na revista destinado à construção de perfis de indivíduos, ao passo que, em *Raça Brasil*, observa-se preponderância absoluta de textos da categoria (2), não existindo, no corpus, exemplares que se enquadrem na categoria (1).

Chama a atenção, ao observarmos as referências feitas aos membros dos endogrupos representados nos artigos sob análise, a profusão de expressões que se relacionam ao universo profissional ou acadêmico. Alguns exemplos encontrados são:

Quadro 05: Exemplos de referências relacionadas ao universo profissional

Revista *Raça Brasil*	**Revista *Junior***
Engenheiro civil (RB2) Sócio [de uma empresa] (RB3) Deputado estadual pelo PT (RB6) Vereador suplente em São Paulo (RB6) Lavrador (RB6) Torneiro mecânico (RB6) Intérprete (RB7) Iluminador (RB8) Fisioterapeuta (RB14)	Vocalista (J1) Médico anestesista (J2) Engenheiro de telecomunicações (J3) DJ (J6) Estudante de psicologia (J7) Professor de artes (J10) Produtor cultural (J11) Analista de tecnologia (J11) Sociólogo (J11) Bioquímico (J13) Músico (J14)

A abundância desse tipo de referência é sintomática de uma tendência a representar os membros dos endogrupos segundo sua função profissional, o que ocorre em ambos os tipos de textos e assume especificidades em cada um deles.

É comum que, para ilustrar uma tendência ou fenômeno, diversos exemplos de membros do endogrupo sejam representados em um texto da categoria (1), conforme se pode observar, por exemplo, no anexo J2, em que são retratados diversos homossexuais, aos quais diversas referências são feitas por meio de expressões relacionadas ao universo do trabalho.

Nesse texto, analisado a título de exemplo, podemos observar o uso de expressões como “corretor de imóveis”, “carpinteiro”, “estudante de publicidade”, “engenheiro de telecomunicações”, “médico anestesista”, “enfermeiro de pronto-socorro”, “bancário”, “arquiteto” e “juízes”. Todos os indivíduos representados têm em comum a participação em um torneio de futebol exclusivo para homossexuais, cuja descrição consiste na temática principal do artigo. Não há, no texto em questão, membros de endogrupo representados aos quais não sejam feitas referências por meio de expressões ligadas ao universo profissional, o que permite inferir que estas possuem, do ponto de vista da publicação, papel imprescindível na descrição das pessoas representadas.

A seleção de expressões desse domínio ao longo do artigo opera cumulativamente no sentido de evidenciar que os homossexuais não só possuem participação efetiva na vida social, como também que o fazem através de uma grande variedade de profissões. Dessa forma, o recurso insistente a esse tipo de representação age no sentido de criar uma idéia de

homossexual que diverge de sua imagem estereotípica, na medida em que as pessoas representadas não têm apenas profissões normalmente associadas ao grupo dos homossexuais, como aquelas que se ligam às áreas das humanidades, artes e estética corporal, mas também desempenham funções como as de analista de tecnologia, carpinteiro e engenheiro de telecomunicações, as quais não são associadas a essa minoria.

Nesse sentido, os homossexuais, tradicionalmente vinculados a um conjunto restrito de profissões, são representados como indivíduos capazes de exercer quaisquer funções. Dessa forma, ganha força a ideia de que os membros desse endogrupo não estão restritos a uma espécie de gueto e podem ser encontrados nos mais diversos lugares, meios e setores de atividades. Afirma-se, desta forma, uma heterogeneidade inerente a esse grupo.

Fenômeno análogo ocorre na revista *Raça Brasil*. Conforme dito anteriormente, essa publicação se caracteriza por absoluta predominância de textos da categoria (2), sendo comum que em cada texto seja produzido o perfil de apenas um membro do endogrupo. Dessa forma, ainda que referências aos negros por meio de suas profissões sejam bastante frequentes, sua recorrência se torna mais conspícua conforme observamos um conjunto de textos publicado pela revista.

São bastante recorrentes, nessa publicação, as referências aos membros do endogrupo por meio de expressões do universo profissional. O conjunto dessas unidades lexicais, como se pode observar no quadro anterior, é bastante variado, reunindo profissões associadas tanto a classes sociais mais baixas, tais como lavrador, torneiro mecânico e eletricista, quanto aos

estratos mais favorecidos, tais como deputado estadual, vereador e engenheiro civil.

Levando-se em conta que, de modo geral, encontramos a pobreza entre as características que compõem o estereótipo do negro em nossa sociedade, pode-se dizer que a revista não só sublinha a diversidade de papéis sociais que os membros do endogrupo a que se dirige assumem, mas também cria imagens de negros que, provavelmente, não são pobres. A representação de negros de classe média ou mais ricos implica, a um só tempo, afirmar a diversidade que é inerente ao endogrupo e contradizer o estereótipo de negro sempre associado à pobreza que é prevalente em nossa sociedade.

Ambas as publicações, ao estabelecerem relação polêmica com os estereótipos de negros e homossexuais, procedem a um deslocamento destes. Pode-se afirmar que as revistas, ao representarem membros dos endogrupos assumindo tantos papéis sociais diferentes, procede à afirmação de que é possível para ambas as minorias exercer numerosas (ou quaisquer) funções, a despeito das limitações normalmente associadas a suas imagens estereotípicas.

Tal movimento discursivo enaltece tanto negros quanto homossexuais, na medida em que consiste em uma afirmação tácita de que é possível aos membros de ambos os grupos ocupar outros lugares sociais que não aqueles aos quais estão comumente circunscritos, caso assim o desejem. Nesse sentido, não parece ser fortuito que em ambas as revistas sejam relatados casos em que membros desses endogrupos conseguem penetrar em esferas e grupos da sociedade que a eles seriam vedados ou que aos quais não são normalmente associados. A título de exemplo dessa tendência,

citamos o estudante homossexual Tadeu Oliveira, que integra grupos de jogadores de *video games* (anexo J7), apesar de, conforme o artigo, já ter sido banido de um deles por conta de ser homossexual; e o político negro José Cândido (anexo RB6), que foi eleito deputado estadual, apesar de sua origem bastante humilde – era torneiro mecânico – e das dificuldades narradas no texto que o retrata e conta sua trajetória, tais como a interrupção dos estudos quando estava na 4ª série e a perda do pai dos 11 anos. [46]

É significativo salientar, entretanto, que as referências ao universos profissional são bastante mais abundantes e marcadas na revista *Raça Brasil*. Há casos, nesta revista, de textos em que diversas expressões do universo profissional são utilizadas para fazer referência a um único membro do endogrupo, conforme se pode notar no excerto a seguir, extraído do anexo RB12:

> (6)
> "Axé é a força máxima do Candomblé, a força interior que todos temos e que, graças aos orixás, à nossa dedicação e ao cumprimento de nossas obrigações, nos fortalece cada vez mais", explica Clécia Queiroz, **dançarina, atriz e cantora** que iniciou sua carreira nos anos 90. [47]

Ao todo, foram detectadas, nos textos do *corpus*, ocorrências em que as referências se encontram agrupadas, tal como no exemplo anterior, e casos em que se encontram disseminadas por todo o artigo, como no anexo RB14, em que é traçado o perfil de Aparecida Petrowky, que é identificada por meio das expressões "fisioterapeuta" e "atriz", além de ficarem subentendidas as referências "diretora", "produtora" e "escritora", conforme se pode observar nos excertos

---

[46] A narração das trajetórias dos membros dos endogrupos representados pelos textos do *corpus* será analisada em detalhes na seção 5.2. deste capítulo.
[47] Grifo nosso.

(7)
Desde 1998, encenou cinco peças, tendo **produzido e dirigido** a mais recente, *Zeluda*, em 2007[48].

e

(8)
A atriz explica que o livro *Mulheres de D. Marta* é um **livro de sua autoria** que ainda está sendo formatado[49].

Para além da afirmação de que negros não precisam se limitar a desempenhar algumas funções às quais são ordinariamente associados, o acúmulo de referências a um mesmo membro do endogrupo promove a vinculação deste a uma ideia de polivalência. Dessa forma, é atribuída, tanto a Aparecida Petrowky quanto a Clécia Queiroz, uma série de funções sociais que, para serem exercidas, demandam saberes, habilidades e talentos de naturezas bastante diversas e que, segundo se pressupõe, são possuídos por ambas.

O resultado desse procedimento é a valorização de ambas as atrizes, o que vai de encontro à concepção estereotípica de que membros desse endogrupo são intelectualmente limitados e inferiores aos membros dos exogrupos.

Há, além disso, na revista *Raça Brasil*, algumas referências que chamam a atenção pela abundância de detalhes relativos à formação acadêmica e profissional dos membros do endogrupo representados, como se observa nos seguintes exemplos:

(9) formado no Mackenzie e com pós na FGV (RB2, referência ao engenheiro civil Luciano Machado);

(10) pós-graduada em Economia e Política (RB2, referência à jornalista Joyce Ribeiro);

[48] Grifo nosso.
[49] Grifo nosso.

(11) geógrafo formado, especializado em planejamento urbano (RB6, referência ao então prefeito de Suzano Marcelo de Souza);

(12) assistente de professor [na Howard University] (RB12, referência à cantora, atriz e dançarina Clécia Queiroz);

O alto nível de detalhamento com relação à formação e atuação profissional dos membros do endogrupo negro parece ser, no conjunto dos textos, expressivo, na medida em que, ao citar os graus obtidos e as instituições em que os membros do endogrupo em questão trabalharam ou frequentaram, conforme ocorre nos exemplos (9), (10), (11) e (12), ganha reforço a ideia de que negros ocupam ou podem ocupar os mais diversos lugares sociais, sendo-lhes possível integrar o grupo a que comumente chamamos de elite intelectual.

Nesse sentido, é significativa a opção por publicar os nomes das instituições onde as pessoas retratadas em (9) e (12) estudaram. Tanto a Universidade Presbiteriana Mackenzie quanto a Fundação Getúlio Vargas (FGV) são consideradas instituições de ensino de qualidade elevada e desfrutam de grande prestígio na sociedade, o que significa que, ao serem mencionadas, cria-se uma imagem para Luciano Machado que se relaciona à inteligência, visto que conseguiu ser aprovado e se graduar nas duas instituições, e a uma formação acadêmica sólida, uma vez que a qualidade de ensino em ambas instituições são amplamente reconhecidas.

No caso do exemplo (12), apesar de a Howard University não ser internacionalmente reconhecida, o próprio fato de não estar situada no Brasil, mas nos Estados Unidos, país em que há muitas universidades

internacionalmente reconhecidas, parece colaborar para que seja construída uma imagem que lhe é favorável.

Isso ocorre porque, durante muito tempo, no Brasil, a idéia de estudar no exterior esteve – e talvez ainda esteja – associada à busca por melhor qualidade de ensino, sobretudo no caso de famílias de poder aquisitivo mais elevando que enviavam (e ainda enviam) seus membros à Europa e aos Estados Unidos. Dessa forma, o exterior assumiu, em nossa cultura, o estatuto de referência acadêmica e cultural, de sinônimo de ensino de alto nível. O texto de *Raça Brasil* parece tomar como verdadeiro esse pressuposto e, portanto, ao mencionar a instituição de ensino em que Clécia fez mestrado e atuou como assistente de uma professora, promove o vínculo entre a imagem da cantora e qualidades como competência e inteligência, as quais a auxiliam em sua busca por oportunidades e na obtenção de resultados positivos e destaque na sociedade.

Além disso, o próprio fato de Clécia não ter realizado seus estudos nos Estados Unidos com recursos financeiros próprios ou de sua família, mas através de um financiamento que lhe foi concedido, colabora para que seja construída a idéia de que realizou seus estudos no exterior por mérito, reforçando, assim, a imagem positiva que se quer apresentar.

Tendo em vista o papel preponderante do discurso segundo a perspectiva mista de aquisição dos estereótipos, descrita no item 3.2. deste trabalho, pode-se dizer que o conjunto das referências relativas ao universo profissional aponta para que os estereótipos sejam modificados (caso já tenham sido adquiridos), de modo que os afetos negativos associados aos grupos negro e homossexual sejam neutralizados e seja fomentada, no seio do

grupo, a autoestima e o orgulho de pertencer a ele. Além disso, se considerarmos um caso hipotético em que um estereótipo ainda não tenha sido constituído na memória de um indivíduo do público-leitor, a representação discursiva de negros e homossexuais agiria no sentido de possibilitar o contato dos indivíduos com membros dos endogrupos e a criação e processamento de um estereótipo que prescindisse de carga afetiva de natureza negativa.

5.1.2 Referências relacionadas ao universo religioso

Apesar de inexistirem na revista *Junior* e serem relativamente raras na revista *Raça Brasil*, as referências a membros do endogrupo que estabelecem relações com o universo religioso parecem significativas para a análise.

Destacamos as seguintes ocorrências:

(13) filha de Oxun (RB12, referência à cantora, atriz e dançarina Clécia Queiroz);

(14) filha adotiva da casa de Kalebocum (RB12, referência à cantora, atriz e dançarina Clécia Queiroz);

(15) católica (RB11, referência à comerciante e ex-destaque da escola de samba Beija-Flor, Pinah Ayoub)

(16) ex-fiel católica convertida à Igreja Adventista (RB 15, referência à missionária Stella Machado).

As referências (13) e (14), que promovem a associação de Clécia Queiroz ao universo das religiões de origem africana, especificamente ao candomblé, parecem significativas, pois, emoldurado por um discurso que

fabrica uma imagem favorável da atriz, o pertencimento ao universo do candomblé ganha também o status de uma característica que é, a um só tempo, digna de nota, importante para a construção da imagem de Clécia e positiva. Instaura-se, assim, uma lógica de valorização de mão dupla, segundo a qual o candomblé ganha status positivo porque ele é referendado pelo fato de Clécia ser sua praticante e, inversamente, o fato de a atriz adotar o candomblé como religião a valoriza, em função da imagem positiva de que o culto de origem africana desfruta na publicação.

No caso do exemplo (15), é feita referência à ex-destaque de escola de samba Pinah Ayoub através da palavra “católica”, que a situa dentro de um grupo majoritário e dominante no Brasil, cujas diretrizes tiveram, durante muito tempo, importância capital para a definição das normas de conduta na sociedade.

Ocorre que um forte preconceito contra as religiões de origem africana esteve e ainda está disseminado entre muitos grupos da sociedade brasileira, inclusive entre uma parcela dos católicos. A associação entre o catolicismo e a discriminação de crenças é pressuposta no artigo e se marca linguisticamente na relação lógica estabelecida pela conjunção adversativa *mesmo*, conforme se pode observar no excerto a seguir:

(17)

“Eu falei para o Neguinho [da Beija-Flor] que ele tinha que fazer o tratamento [contra o câncer] por mais doloroso que fosse, pois sem o tratamento suas chances seriam quase nulas para se curar e a continuação de sua ida valia todo aquele sofrimento. Ainda bem que ele seguiu meus conselhos”, diz **Pinah que, mesmo sendo católica, não discrimina outras religiões**. O seu marido é espírita e parte de sua família pratica o candomblé (RB11).

A representação de Pinah como seguidora do catolicismo poderia, portanto, sugerir que ela não possui uma postura de tolerância com relação aos cultos afro-brasileiros, os quais, como vimos, a revista procura valorizar; no artigo, entretanto, logo é feita a ressalva de que Pinah não se encaixa entre os grupos dos que discriminam outras religiões, o que significa que ela reconhece a legitimidade delas.

Esse movimento discursivo é significativo porque, ao mesmo tempo em que o candomblé é valorizado através da aceitação de Pinah, ela também tem sua imagem valorizada por respeitar e aceitar manifestações religiosas, inclusive em sua família, que são diferentes da sua. Além disso, o fato de o candomblé ser citado entre outras religiões sugere que a crença de matriz africana, segundo o ponto de vista da publicação, deve ser considerada tão legítima e digna de respeito quanto religiões menos marcadas pela discriminação, tais como o espiritismo e o catolicismo.

Além disso, ainda que em escala significativamente menor, tal como acontece com as referências do domínio profissional, a heterogeneidade inerente ao grupo negro é acentuada também no caso das referências relacionadas ao universo religioso, conforme se verifica pela vinculação de membros do endogrupo a diferentes religiões, tais como o candomblé, o catolicismo e o adventismo.

Não foram encontradas referências ligadas ao universo religioso em *Junior.*

5.1.3 Referências com avaliação da compleição física

Foi observado, mediante a análise dos textos selecionados, que os membros dos grupos homossexual e negro também são representados por meio de referências diretas a sua compleição física ou de outras que sugerem aparência atraente. Do conjunto das expressões que remetem à aparência dos membros dos endogrupos, interessam-nos, particularmente, aquelas que possuem um caráter avaliativo saliente. Isso significa que adjetivos como *ruivo* ou *paulistano*, presentes no anexo J4, não consistem em objeto de análise, uma vez que, em seus contextos de uso, não parecem estar impregnados de carga avaliativa expressiva.

Constatou-se que o uso de referências à aparência que implicam avaliação é mais comum na revista *Junior*, tendo sido identificado apenas um exemplo na revista *Raça Brasil*. Veja-se o quadro abaixo, em que são apresentadas algumas ocorrências:

Quadro 06 – Referências que implicam avaliação de compleição física

Revista *Raça Brasil*	**Revista *Junior***
Gato (RB3)	Guapo[50] celestial (J2) Belo (J6) Lindo (J6) Gato (J9/J14) Sex symbol[51] (J14) Bonitões (J14) Dono de um corpo sequinho e definido (J14) Um dos cantores gays mais sarados e quentes (J14)

Conforme se pode depreender das referências listadas, ambas as revistas procuram criar representações favoráveis dos membros dos endogrupos que representam no que diz respeito a suas aparências. Todas as

[50] Estrangeirismo grafado sem itálico no original.
[51] Estrangeirismo grafado sem itálico no original.

expressões selecionadas para representá-los assumem, em seus contextos de uso, valor positivo e enaltecem os indivíduos a quem se referem.

A expressão “gato”, comumente utilizada no registro informal do português brasileiro para designar um homem fisicamente atraente, faz referência a um membro da minoria negra e a outros da homossexual, o que significa que representantes de ambos os grupos podem, segundo o ponto de vista assumido pelas revistas que os representam, ser considerados belos.

Essa valorização da aparência é particularmente importante no caso dos negros, grupo cujas características físicas mais comuns, tais como cabelo crespo, nariz largo e pele escura, estiveram excluídas de um padrão de beleza branco estabelecido historicamente. Assim, com a seleção de tal expressão para construir a representação de um membro da minoria negra, obtém-se, como efeitos, a afirmação de que negros possuem potencial de serem atraentes e a valorização de um padrão negro de beleza, dentro do qual características próprias da etnia negra como as mencionadas anteriormente não são consideradas feias, mas apenas distintas do padrão de beleza majoritário vigente.

Chama a atenção o fato de que foi identificado, na revista *Raça Brasil*, apenas uso de *gato* para fazer referência ao musicista Carlos Benne como exemplo de referência que implicasse avaliação da aparência de um membro da minoria negra, enquanto a revista *Junior* trouxe ao menos nove ocorrências deste tipo, conforme se pode observar no quadro anterior. Tal diferença aponta para uma tendência de a revista *Junior* marcar linguisticamente uma maior atenção à aparência das pessoas que representa em suas páginas.

Isso sugere que a imagem de leitor concebida pela revista é caracterizada pelo interesse em representações que privilegiem a aparência dos indivíduos retratados, o que resulta em um reforço de uma ideia de que homens homossexuais tendem à preocupação excessiva com sua própria compleição física e a dos outros, característica que tende a ser avaliada negativamente, pela sociedade, como demonstração de futilidade.

Com efeito, assim como ocorre com a revista *Raça Brasil*, *Junior* consegue a valorização da aparência dos membros do endogrupo que representa, a partir da utilização de expressões como *gato* e *bonitão*, sugerindo que homossexuais podem ser considerados desejáveis.

Entretanto, diferentemente de *Raça Brasil*, *Junior* valoriza homossexuais a partir de um modelo de beleza majoritário que privilegia o indivíduo cujo corpo é magro e forte e cujos músculos são marcados, conforme sugere o uso das expressões “dono de um corpo sequinho e definido” e “um dos cantores gays mais sarados e quentes”, utilizadas, respectivamente, nos anexos J9 e J14

Desta forma, pode-se dizer que, enquanto a palavra *gato* é capaz de promover o vínculo entre os membros do endogrupo e a idéia de beleza sem que ela seja definida de modo preciso, expressões como “dono de um corpo sequinho e definido” e “um dos cantores gays mais sarados e quentes[52]” definem bastante precisamente o modelo de beleza adotado e louvado pela revista *Junior.*

[52] O adjetivo “sarado” é usado no registro informal do português brasileiro para designar pessoas que têm forma física caracterizada por músculos fortes e por ausência de gordura; a palavra “quente”, por sua vez, pode ser usada para caracterizar um indivíduo que é fisicamente atraente.

Assim, *Raça Brasil* parece advogar em favor do alargamento do ideal de beleza vigente, de modo que a aparência negra possa ser incluída nele, ao passo que *Junior* opta pelo uso de expressões que definem de modo bastante específico o padrão de beleza adotado.

Nesse sentido, em Junior, não se advoga em favor de que características físicas diversas possam ser consideradas positivas, mas se afirma a existência da possibilidade de homossexuais se encaixarem em um padrão de beleza de homem desejável que já é pregnante.

5.1.4 Referências relacionadas à virilidade

No título do anexo J9, “Macho sim senhor”[53], faz-se uso da palavra “macho” como forma de fazer referência a Thiago Silvestre, vencedor da edição de 2009, do concurso Mr. Brasil Gay.

O uso de tal referência sugere que a virilidade seja tomada como traço característico de Silvestre. A construção dessa imagem faz com que o estereótipo de homossexual corrente em nossa sociedade, que corresponde a uma imagem de indivíduo efeminado, seja contestado por meio da apresentação de um contra-exemplo. Dessa forma, implicitamente, afirma-se que homossexuais podem ser viris e que, portanto, a relação entre homossexualidade e comportamentos efeminados não é sempre existente.

É significativo notar que um valor bastante positivo é dado à virilidade de Silvestre, conforme se pode averiguar no excerto que segue:

> (18)
> Ele [Thiago Silvestre] também ganhou pontos mostrando duas características particulares: é **másculo** de romântico. (...) Sim, Thiago tem pinta de **machão**.

[53] Pontuação original mantida.

> Fala grosso, **quase não dá pinta**[54]. Foi criado no interior e trabalhou em oficinas mecânicas e loja de material de construção. Com apenas 22 anos, ele reconhece que sua **macheza** o fez ganhar destaque entre os concorrentes[55].

Como observado, a idéia de virilidade é trazida para o excerto através das palavras *másculo, macheza*, *machão*, sempre com tonalidade positiva, visto que sua condição de homem livre de trejeitos típicos de homossexuais, segundo o artigo, é o elemento que o distinguiu dos demais concorrentes ao título de Mr. Gay e o levou à vitória.

Dessa forma, o discurso da revista não apenas polemiza com o estereótipo de homossexual corrente, para advogar em favor da existência de uma diversidade inerente ao endogrupo, mas também para valorizar uma conduta pautada pela masculinidade. Ao retratar Silvestre como um homem atraente e sua masculinidade como uma de suas principais qualidades, observa-se uma exaltação de um comportamento viril, a qual implica o contraste com condutas efeminadas, bastante marcantes entre homossexuais.

Pode-se afirmar, portanto, que o discurso da revista polemiza com a imagem estereotípica de homossexuais na medida em que procura tornar aparente a diversidade do endogrupo, mas ratifica valores de cunho discriminatório, uma vez que, assim como os discursos majoritários, valoriza a masculinidade em detrimento da efeminação, colaborando para que os afetos negativos, normalmente associados à falta de virilidade, não sejam questionados, mas encontrem reforço.

Além disso, conforme se observa no excerto anterior, uma relação estreita entre aquilo que é atraente em Thiago Silvestre e sua masculinidade é

---

[54] A expressão “não dar pinta”, em português brasileiro coloquial, refere-se a pessoas cuja orientação homossexual não é evidente em seus gestos, modo de falar, gostos etc.
[55] Grifos nossos.

estabelecida, o que consiste em uma defesa de um padrão específico de aparência e conduta do qual estão necessariamente excluídos homossexuais cuja compleição física e comportamento sejam marcados por traços de feminilidade.

Assim, ao invés de enaltecer a aparência e a conduta do endogrupo como um todo, a publicação valoriza apenas aqueles que estão em conformidade com aquilo que é tradicionalmente valorizado no âmbito dos exogrupos majoritários. Pode-se dizer, assim, que o discurso da revista não se movimenta no sentido de promover uma mudança de *atitude*, isto é, do "conjunto de crenças e opiniões que funciona como base cognitiva para que sejam processadas as informações sobre os membros desses grupos" (van Dijk, 1984:23), resultando na ratificação dos afetos negativos comumente associados às condutas feminilizadas.

5.1.5 Referências que sugerem orgulho de pertencer ao endogrupo

De acordo com Tajfel (1981), é comum que tratamento de natureza discriminatória seja dispensado aos membros de minorias, cuja pertença aos endogrupos minoritários é considerado motivo de desprestígio.

Foi observado, entretanto, no conjunto do *corpus*, que as referências construídas sugerem, por vezes, que o pertencimento ao endogrupo minoritário não é concebido como motivo de vergonha ou como algo que denigre a imagem que se faz de um determinado indivíduo; na verdade, pelo contrário, a pertença de um indivíduo ao endogrupo negro ou homossexual e o fato de a pessoa assumir publicamente seu pertencimento são tomados, pelas revistas,

como fatores positivos, sobretudo no caso dos homossexuais retratados por *Junior*. Observem-se os excertos a seguir, extraídos de edições desta revista:

> (19)
> "Hoje fazemos entre 4 e 8 shows ao mês e nosso repertório vai de Shakira a Julio Iglesias, passando por Lila Downs e Connie Francis, até temas próprios baseados no cha cha cha ou em guajiras", revela o charmoso vocalista **assumido** de 26 anos. (referência ao cantor Federico Leites, anexo J1)[56]

> (20)
> Cantores pop malhados, gatos e **assumidos** fazem clipes de alta testosterona (referência aos cantores Colton Ford, Ivri Lider, Sean Ensign e Yehonathan Gatro, anexo J14)[57]

> (21)
> O músico fez recentemente um cover da música "I Kissed a Girl", da Katy Perry. Por ser gay **assumido**, há quem diga que sua versão ficou ainda melhor" (referência ao cantor Ivri Lider, anexo J14)[58]

É observável, nos três excertos, que a palavra *assumido*, no singular ou no plural, é associada a outros atributos positivos. No caso do excerto (19), por exemplo, o cantor Federico Leites é retratado como um homem que é, a um só tempo, um homem atraente ("charmoso") e abertamente homossexual ("assumido"). Algo similar ocorre no exemplo (20), em que se pode observar que o vocábulo *assumidos* é utilizado como conclusão de uma listagem de características positivas composta pelas palavras *malhados* e *gato*, sugerindo, portanto, que a associação dos cantores à homossexualidade assumida é tão favorável para que seja concebida sua imagem quanto sua representação como homens atraentes e belos. Dessa forma, o fato de um indivíduo se assumir homossexual contribui para que ele seja representado de forma favorável, visto que a homossexualidade declarada é vista como uma característica desejável.

---

[56] Grifo nosso.
[57] Grifo nosso.
[58] Grifo nosso.

Isso se confirma quando analisamos o segmento (21), a que, sem dar maiores explicações, a revista incorpora uma afirmação, é atribuída a outros indivíduos não especificados por meio do uso do declarativo *dizem*, de que a versão de "I Kissed a Girl" (Eu beijei uma garota), interpretada pelo cantor homossexual Ivri Lider, ficou melhor que a música original, na voz de Katy Perry, devido ao fato de aquele ser homossexual assumido.

A pertença ao endogrupo minoritário negro também é retratada como motivo de orgulho na revista *Raça Brasil*, conforme se pode constatar nos fragmentos a seguir:

> (22)
> Numa master class[59], o percussionista e cantor Grand Tate – que trabalhou com grandes divas do Jazz como Sara Vaughan e Ella Fitzgerald – a apelidou de **Billie Holiday brasileira**. (referência à cantora Clécia Queiroz, anexo RB12)[60]
>
> (23)
> Aliás, se quiser ofendê-la, chame-a de ''morena''. A reação é imediata: **''Sou negra! E me orgulho disso!''**, disse taxativa. (referência à missionária adventista Stella Machado, anexo RB13)[61]

Nota-se, no excerto (22), que a fala do músico Grand Tate é incorporada ao texto do artigo por meio do uso de discurso indireto, de modo a colaborar para que seja criada uma imagem positiva de Clécia Queiroz. Essa representação positiva se dá mediante à comparação da cantora baiana à mundialmente famosa intérprete afro-americana, cujo nome é comumente associado a grande talento e a músicas de qualidade elevada e bom gosto.

Na verdade, a construção de uma representação positiva faz-se como uma via de mão dupla, pois, ao mesmo tempo em que Billie Holiday é

---

[59] Estrangeirismo grafado sem itálico no texto original.
[60] Grifo nosso.
[61] Grifo nosso.

valorizada por ser tomada como referencial de boa cantora, a imagem de Clécia também é enaltecida, por ela mostrar ter talento análogo ao de Holiday.

O fato de que o talento de Clécia é enaltecido tendo outra vocalista negra como parâmetro valoriza o endogrupo negro, visto que, mesmo havendo um universo bastante amplo de cantoras não negras que poderiam ser consideradas modelos de talento, opta-se por eleger uma vocalista que pertence a essa minoria e que é, além disso, tomada como parâmetro de qualidade musical largamente aceito para se estabelecer um comparativo. O grupo negro é representado, portanto, como um grupo ao qual pessoas dotadas de muito talento pertencem ou pertenceram. Assim, sugere-se que a participação de tal grupo deve ser considerada motivo de satisfação e orgulho.

A pertença ao endogrupo é também representada de modo positivo no excerto (23), em que o discurso da missionária Stella Machado, a respeito do uso das palavras *negra* ou *morena*, é incorporado ao texto. Em nossa sociedade, não é incomum que o uso das palavras *morena* ou *moreno* seja feito como uma espécie de eufemismo que teria por objetivo minimizar uma possível ofensa ou discriminação que o uso da palavra *negra* ou *negro* pudesse implicar.

Ao censurar o uso da palavra *morena* e declarar seu orgulho por pertencer à etnia negra, o discurso de Stella sugere que estar incluído na minoria negra é positivo e que, portanto, deve ser motivo de contentamento. Além disso, a defesa do uso de *negra* sugere que não há razão para que seja utilizada a palavra *morena* como forma de evitar ofender um indivíduo afro-descendente, visto que ser chamado de *negro* não deve ser visto como algo negativo.

Dessa forma, a condenação da utilização do eufemismo como forma de evitar o uso da palavra *negra* parece embutir uma crítica a um comportamento discriminatório, uma vez que a opção pelo uso da palavra *morena* pode estar baseada na crença de que utilizar a palavra *negra* para se referir a um indivíduo seria o mesmo que depreciá-lo, o que evidenciaria uma visão negativa e preconceituosa da minoria afrodescendente.

Observou-se, portanto, que o discurso de ambas as revistas orienta-se no sentido de neutralizar ou diminuir a relação entre as minorias e afetos negativos, de modo que a pertença a esses grupos passe a ser apreendida cognitivamente pelo público-leitor como algo positivo e resultem em um crescimento da autoestima. Trata-se, em outras palavras, de um discurso que empreende um tentativa de manipulação da cognição social[62] (van Dijk, 2006), visto que pode influenciar nas impressões que compõem os esquemas de grupos construídos pelo público-leitor, podendo até mesmo levar a mudanças de atitude por parte de membros deste.

Findas as análises dos procedimentos de nomeação e qualificação, passamos, na seção a seguir, ao exame e classificação das narrações feitas pelos textos que compõem o *corpus* e à observação de sua relevância para a construção das imagens dos grupos minoritários a que se direcionam.

5.2 Narração

Foram observadas, ao longo do processo de análise dos textos do *corpus*, algumas recorrências quanto aos procedimentos de narração. A fim de

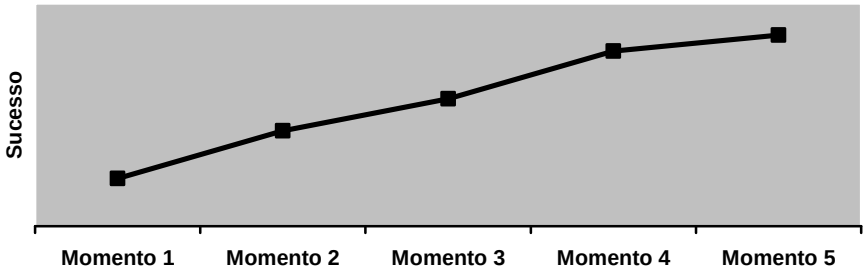
[62] A manipulação da cognição social, conforme concebida por van Dijk (2006), é detalhada no item 2.2.2. deste trabalho.

sistematizá-las, foi proposta uma tipologia que tem como critério básico a obtenção de sucesso por parte dos membros dos endogrupos que participam das sequências narrativas. As narrativas analisadas foram segmentadas em três categorias, quais sejam: (1) trajetórias de sucesso, (2) trajetórias potencialmente bem sucedidas e (3) trajetórias com auge em posição intermediária. Nas seções que se seguem, procedemos à descrição e análise dessas categorias.

5.2.1 Trajetórias de sucesso

São consideradas trajetórias de sucesso, para fins de análise, todas aquelas em que o passado do protagonista é descrito, com mais ou menos detalhes, e a ele se segue um relato de como sua vida melhorou ao longo do tempo, chegando a um auge, isto é, a um ponto em que se observa o cumprimento de um requisito que pode ser reconhecido como uma condição de sucesso, conforme representado graficamente a seguir.

Quadro 07: Representação gráfica das trajetórias de sucesso



Trata-se, em outras palavras, de narrações de ordem biográfica para cuja composição são selecionados fatos da trajetória de determinados

protagonistas. As informações são organizadas e apresentadas, via de regra, de forma cronológica, fazendo com que uma condição de vida seja imediatamente contrastada com uma que lhe é anterior, de modo a criar um efeito de escalada rumo à satisfação de uma condição de sucesso.

A obtenção de sucesso parece ter importância capital para que se possa julgar se a trajetória de um determinado indivíduo é suficientemente interessante para ser contada. Assim, parece que a opção por narrar a trajetória de Nilton Ribeiro (anexo RB2) está fortemente vinculada ao fato de ele ser considerado um homem vitorioso, em cuja trajetória estão contidos os passos que o levaram ao sucesso.

Cabe observar que os conceitos de sucesso e de indivíduo bem-sucedido podem variar significativamente, a depender de diversos aspectos, tais como a classe social, acesso a instrução e renda, religião, entre outros. Consideramos, neste trabalho, condições de sucesso as características assumidas por membros dos endogrupos que sejam valorizadas e tomadas como conquistas significativas pelas revistas[63].

5.2.1.1. Sucesso como ascensão social e econômica

As condições de sucesso encontradas ao longo das revistas são de ordens bastante diversas, sendo o tipo mais comum a ascensão socioeconômica, que não é entendida necessariamente como o enriquecimento, mas como a superação de uma condição de pobreza. Veja-se

[63] Cabe observar que nem todos os indivíduos representados pelas revistas são bem-sucedidos. São discutidos alguns exemplos de representação que não são feitas mediante a satisfação de uma condição de sucesso no item 5.2.2. deste capítulo, em que tratamos de trajetórias potencialmente bem-sucedidas.

a tabela a seguir, em que são organizadas algumas informações sobre narrativas desse tipo encontradas em *Raça Brasil*:

Quadro 08: Síntese de narrativas em que a ascensão social e econômica é considerada sucesso na revista *Raça Brasil*

Código do anexo	Nome do sujeito retratado no texto	Condição de vida ao início da narrativa	Detalhamento de sua condição de vida ao início da narrativa	Sucesso atingido	Descrição da vida pós-sucesso
RB2	Nilton Ribeiro	Emprego de operador de rádio no interior de Minas Gerais.	Deixou emprego em Lavras (MG) para "se aventurar" em São Paulo.	Ser dono de uma gravadora.	É morador de um "elegante apartamento em um condomínio de luxo".
RB6	José Candido	Órfão aos onze anos. Responsável pelas despesas da casa.	Interrompeu os estudos na 4ª série do primeiro grau. Trabalhou como lavrador e eletricista.	Tornou-se vereador e deputado estadual.	-
RB7	Natanael Joaquim	Deficiente visual, pobre.	-	Tornou-se professor, intérprete, escritor e palestrante.	Já viajou 17 vezes aos Estados Unidos.

Esses três exemplos ilustram modificações significativas em termos econômicos e sociais. Neles, pode-se observar que os membros do endogrupo são caracterizados como pobres pela própria revista, sendo isto, por vezes, dito textualmente, como no caso de RB7, e outras vezes sugerido por meio da descrição dos papéis sociais que os indivíduos representados assumem. Dessa forma, ao caracterizar João Candido como órfão que se torna arrimo de família ainda muito jovem (RB6) e Nilton Ribeiro como operador de rádio (RB2), a revista, por meio de recurso às representações mentais que possuímos acerca desses papéis sociais, sugere que ambos pertencem a uma camada social pobre.

Ocorre, entretanto, que os textos em questão parecem dar relevo a uma conjuntura inicial de pobreza, para que esta seja contrastada com uma situação socioeconômica melhor que lhe é cronologicamente posterior. A melhoria, nas histórias analisadas, dá-se principalmente através do trabalho e

de novas oportunidades de emprego, o que enaltece o endogrupo negro, visto que promove a associação dos membros deste a valores bastante estimados em nossa sociedade, tais como o trabalho árduo e a superação das limitações sociais de diversas ordens que, segundo Tajfel (1981), podem decorrer do pertencimento a minorias.

É significativo, além disso, observar que a obtenção de uma melhoria de condições socioeconômicas por meio do trabalho sugere que os negros representados são competentes dentro das funções que desempenham e que seu sucesso decorre dessa característica. O discurso da revista promove, portanto, a afirmação da inteligência e a capacidade de realização de trabalhos dos negros, o que sugere que a ideia estereotípica de que negros são indolentes e intelectualmente limitados é uma inverdade. No caso da revista *Junior*, esse tipo de narrativa assume características específicas, conforme se pode observar no quadro a seguir:

Quadro 09: Síntese de narrativas em que a ascensão social e econômica é considerada sucesso na revista *Junior*

Código do anexo	Nome do sujeito retratado no texto	Condição de vida ao início da narrativa	Descrição de sua vida ao início da narrativa	Sucesso atingido	Descrição da vida pós-sucesso
J5	Sean Ashby	Surfista, desemprega do, sem dinheiro.	Sem dinheiro para comprar sungas.	Dono e fundador da grife de moda praia AussieBum.	Dono de uma grife que está presente em 17 países, emprega 45 pessoas e movimenta mais de 22 milhões de dólares.
J12	Julio César Fantin	-	-	Dono e fundador do Portal G, *site* de conteúdo homossexual.	-
	Manuela Franco	Estudante universitária.	-	Dona e fundadora da TV Magia, canal na internet de turismo para homossexuais.	Viagens por Itália, Espanha, Portugal, Eslovênia e Brasil.
	Marçal Lorenzoni	-	-	Dono e fundador do Ugay, um indexador de *links* para o público homossexual.	-
	Will da Silva	Ex-mordomo formado em Gastronomia .	-	Dono e fundador do Pet Café.	Dono de um café na Rua Frei Caneca, região nobre de São Paulo frequentada por homossexuais.

Enquanto as trajetórias narradas por *Raça Brasil* tendem a ser marcadas, em seu início, pela pobreza e dificuldades dela decorrentes, em *Junior* isso não ocorre, visto que essa revista, apesar de dar a ver os sucessos em termos de ascensão social e/ou econômica obtidos pelos membros de endogrupo que representa, tende a não mencionar qualquer tipo de dificuldade antecedente ao sucesso desses indivíduos.

É ilustrativo dessa tendência o anexo J12, resumido na tabela anterior, na qual se pode observar que a caracterização da vida dos sujeitos representados é pouco detalhada, havendo apenas dois casos em que são feitas referências às funções exercidas anteriormente pelos sujeitos representados.

Dessa forma, sabe-se que a trajetória tanto de Manuela Franco quanto de Will da Silva estiveram ligadas ao ensino superior, esfera de ensino que, no Brasil, ainda permanece fortemente associada às camadas média e alta da sociedade. Nesse sentido, pode-se dizer que *Junior* contrasta com *Raça Brasil,* na medida em que aquela não representa pessoas que saíram de uma situação marcada pela pobreza, mas apenas de classes mais afluentes, como a média ou alta.

O caso de Will da Silva chama a atenção no conjunto das trajetórias narradas em *Junior*, visto que a profissão de mordomo, exercida em momento anterior à fundação do Pet Café, poderia ser associada a membros de classes mais baixas; no entanto, não há, no texto que o representa, qualquer menção a problemas ou dificuldades que tenham decorrido de sua condição socioeconômica anterior.

Além disso, parece significativo observar, que a única menção feita a um homossexual em situação econômica desfavorável acontece no anexo J5, quando a trajetória de Sean Ashby é narrada. Nesse caso, entretanto, as dificuldades financeiras são transitórias e associadas ao fato de Ashby estar desempregado antes de fundar sua grife de roupas e não decorrem de sua classe social.

Assim, considerando as diferenças entre *Raça Brasil* e *Junior*, podemos dizer que aquela revista tende a narrar trajetórias em que os momentos anteriores e posteriores à ascensão social e econômica dos representados são acentuadamente contrastantes, enquanto *Junior* tende a dar menos ênfase para a diferença entre eles.

Dessa forma, apesar de os homossexuais retratados por *Junior* serem indivíduos capazes de fundar suas próprias empresas, o foco da publicação parece estar na afirmação de que o grupo dos homossexuais consiste em um mercado promissor, no qual investimentos podem se revelar lucrativos; em *Raça Brasil*, diferentemente, evidencia-se a tendência a representar negros como indivíduos capazes de ascender social e economicamente através do trabalho, a despeito de quão adversas forem as situações de pobreza enfrentadas por eles.

Esse contraste de intenções justifica-se conforme observamos uma importante diferença entre os grupos minoritários negro e homossexual: enquanto a pobreza não consiste em um problema normalmente associado à minoria homossexual, ela está presente no cotidiano de milhões de negros brasileiros e é um dos traços característicos da imagem do negro estereotípico mais marcantes.

Assim, ao representar pessoas negras socioeconomicamente bem sucedidas e que tiveram origem pobre, a revista *Raça Brasil* parece buscar não só fazer com que seus leitores se identifiquem com as narrativas e se julguem capazes de obterem sucesso, mas também relativizar a imagem prevalente de que negros são comumente associados à pobreza, baixo nível intelectual, falta de gosto pelo trabalho e tendência à ociosidade.

5.2.1.2 Sucesso como consolidação de relações amorosas estáveis e duradouras

Foram encontradas ocorrências, na revista *Junior*, de casos em que o sucesso obtido pelos protagonistas das narrativas corresponde ao estabelecimento de relações conjugais, o qual normalmente se dá mediante a superação de dificuldades de diversas ordens.

As narrativas em que a consolidação de uma relação amorosa duradoura é tomada como um êxito são significativas, na medida em que promovem a relativização do estereótipo de homossexual promíscuo e de conduta licenciosa, incluindo “noitadas” e “sexo rápido e fácil”, o qual pode ser depreendido do excerto que segue:

> (24)
> Noitadas semanais, pegação[64], sexo rápido e fácil. Falar de amor já virou piada em algumas rodas gays (anexo J8).

Ao caracterizar o universo homossexual masculino dessa forma, a revista recorre à idéia bastante comum de que o mundo *gay* é fortemente permeado pela promiscuidade para, então, referendá-la. Estes estereótipos funcionam como idéias já previamente aprovadas pelo senso comum e pela

[64] Entre os homossexuais, a palavra *pegação* refere-se ao contato sexual entre duas ou mais pessoas, normalmente desconhecidas, em lugares públicos, tais como boates, parques, banheiros, entre outros.

sociedade de modo geral, para as quais é mais provável que se consiga a aceitação por parte do público.

Observe-se o quadro a seguir, em que são organizadas as informações fornecidas por *Junior* a respeito das trajetórias de seis casais de homossexuais rumo ao sucesso conjugal:

Quadro 10: Síntese de narrativas em que a consolidação de relações amorosas estáveis é considerada sucesso

Código do anexo	Nomes ou pseudônimos[65] dos sujeitos retratados no texto	Dificuldades enfrentadas	Sucesso atingido
J8	Igor Sonoda e Juan Gomez	Distância geográfica – Igor morava em Manaus e Juan, na Costa Rica.	Relacionamento estável descrito como "vida de casado".
	Vitor e Lindo	Sorodiscordância – Vitor, portador de HIV, encontrou dificuldades para construir uma relação até conhecer Lindo, que aceitou sua condição de saúde.	Relacionamento estável, dentro do qual Vitor afirma estar "construindo a nossa [dele e de Lindo] felicidade".
	Rogério e Rodrigo	Dificuldade, por parte de Rodrigo, de aceitar viver uma relação homoafetiva.	Relacionamento estável de um ano, sem brigas e com direito a viagens a "lugares lindos"
J13	Toni Reis e David Harrad	Dificuldades de comunicação devido à falta de uma língua comum, além de diferenças culturais e problemas na obtenção de um visto brasileiro permanente para David.	Relacionamento estável de 20 anos.
	Renato Alexandre dos Santos e Darko Kirini	Distância geográfica (Renato morava em Londres e Alexandre, em Zagreb); impossibilidade de conseguir para Renato um visto croata permanente; residência na Croácia, país em que os direitos de casais homossexuais não são reconhecidos e a homossexualidade é bastante repudiada.	Relacionamento estável.
	Gean Queiroz e Håkan Bergström	Diferenças culturais e dúvidas, por parte de Håkan, quanto à natureza de uma relação homossexual.	Relacionamento estável de sete anos

Conforme se observa, nas narrativas resumidas no quadro sinótico anterior, o sucesso atingido pelos casais homossexuais corresponde ao estabelecimento de relações conjugais duradouras.

É com base no pressuposto de que a ideia de homossexual promíscuo corresponde a um reflexo fiel da realidade que o discurso da revista

[65] A revista *Junior* usou, em alguns casos, os primeiros nomes ou mesmo pseudônimos dos indivíduos representados que não quisessem ser identificados, a fim de preservar suas identidades.

empreenderá a tentativa de defender seu ponto de vista, segundo o qual, o amor, que se concretiza por meio do estabelecimento de relações amorosas estáveis, é capaz de derrubar barreiras, unir as pessoas e fazê-las felizes, livrando-as do mundo rebaixado da promiscuidade e da solidão, apesar das dificuldades de diversas ordens que possam surgir. Os homossexuais são representados, portanto, como um grupo em que prevalece a superficialidade, a qual é rompida mediante o estabelecimento de relacionamentos monogâmicos estáveis.

Dessa forma, afirma-se uma suposta natureza promíscua comum aos homossexuais para que esta seja, em seguida, desmerecida em detrimento de um comportamento monogâmico que, segundo sugere a revista, apesar de não ser próprio dos homossexuais, é praticável e implica a obtenção de sucesso e felicidade. Os exemplos de casais bem-sucedidos representados pela revista funcionam, dessa forma, como forma de advogar em favor da viabilidade de homossexuais constituírem relações estáveis e de afirmar que a generalização com relação a sua natureza promíscua deve ser relativizada, já que há, dentre os membros da minoria, indivíduos que seguem um padrão de conduta monogâmico.

5.2.1.3 Sucesso como pertencimento a tribos urbanas

Foram encontrados, na revista *Junior*, relatos relativamente recorrentes de trajetórias bem-sucedidas em que o êxito obtido pelos protagonistas consiste no pertencimento a outros grupos sociais não

minoritários, os quais são popularmente conhecidos pelo nome de *tribos urbanas*.

Estes são grupos que se formam mediante a existência de um traço comum a seus membros, tais como o gosto por um determinado esporte, estilo de música, modo de se vestir, entre outros.

Como forma de ilustrar esta tendência, citamos a história dos homossexuais Tadeu Oliveira e Graziela Santos. Retratados no anexo J7, eles pertencem ao grupo dos jogadores de *video games*, comumente chamados de *gamers*, o que consiste em um sucesso, visto que, segundo o artigo, foi necessário que superassem o preconceito de outros membros para que seu ingresso fosse viabilizado, conforme se pode observar no excerto a seguir:

> (25)
> O estudante de psicologia Tadeu Oliveira, contou à revista **JUNIOR** sobre os problemas enfrentados por ser gay assumido entre os jogadores: "Já fui banido de uma arena (servidor) por ser gay, sem contar os xingamentos. Tem que ser muito bem resolvido para não se importar"[66].

Além disso, há outros casos em que grupos de interesse são criados exclusivamente para homossexuais, fazendo com que a barreira da homofobia seja reduzida ou eliminada. Nesses casos, o sucesso consiste na participação de homossexuais em grupos que realizam atividades a que não são normalmente associados, sobretudo relacionadas a esportes.

Um exemplo disso pode ser observado no anexo J2, intitulado "A copa é nossa", que trata da formação de diversos times de futebol, os quais, originários de diversos lugares do mundo, juntaram-se para que fosse realizado um torneio.

[66] A pontuação e o uso de negrito no segmento foram mantidos.

Se, por um lado, a organização de uma competição sugere que os times tenham atingido um mínimo de articulação e crescido o suficiente para que tivessem investidores e capital para viabilizar a organização do torneio, por outro, a mera existência dos times polemiza com a idéia de que homossexuais costumam possuir rendimento deficitário em esportes, em especial no futebol, considerado um esporte tipicamente praticado por homens heterossexuais.

A presença de diversos times no torneio sugere, além disso, a existência de um número considerável de membros desse endogrupo que são capazes de jogar futebol com alguma habilidade.

Da mesma forma, a consolidação de um grupo de ciclistas homossexuais, de que trata o anexo J3, sugere que há, no endogrupo homossexual, pessoas que se interessam por fazer atividade física e – supõe-se – possuem alguma habilidade para isso.

O modo como o artigo se organiza reforça essa ideia, pois este procede à representação individual de seis membros do endogrupo. Os perfis traçados para cada um dos indivíduos retratados operam cumulativamente, de modo que, ao final do artigo, sabe-se que apresentam profissões, origens e interesses, mas que dividem o gosto pelo ciclismo que constitui um interesse comum que faz com que se congreguem.

Membros da minoria homossexual são, portanto, representados como indivíduos capazes de exercer diversos tipos de atividade, incluindo algumas às quais não são normalmente relacionados, o que evidencia a diversidade inerente ao grupo.

5.2.1.4 Sucesso como popularidade

Observou-se que a popularidade adquirida pelos membros das minorias também é considerada exemplo de sucesso por parte de ambas as revistas.Trata-se de uma noção de êxito que é subjacente a diversas narrativas.

Destacamos e analisamos, a seguir, dois exemplos

> (26)
> De fisioterapeuta anônima para estrela do horário nobre da Rede Globo, Aparecida Petrowky faz um balanço de sua vida depois da fama. (anexo RB14)
>
> (27)
> De volta ao Rio em 2003, ele [o DJ Rafael Calvente] tocou profissionalmente pela primeira vez na festa E.njoy, do produtor André Garça. A partir daí, os convites começaram a acontecer e o belo passou pelas cabines do Ultralounge, Josefine, Le Boy, Chemical Festival, Stereo Beach. Em junho de 2007, ele assumiu a residência da noite Duo no clube 00 da Gávea, animando o domingo dos cariocas. No mesmo ano, foi fazer gigs[67] internacionais em Los Angeles, Arizona e Montreal. (anexo J6)

O excerto (26) é *lead* do anexo RB14, isto é, ele funciona como um resumo do artigo sobre Aparecida Petrowky, que tem como objetivo principal a narração da escalada da atriz em direção à fama. O uso da palavra *estrela* é significativo na medida em que sugere a obtenção de grande popularidade.

Da mesma forma, também no segmento (27), extraído do anexo J6, temos um resumo de carreira ascendente. Trata-se da narração do percurso profissional de Rafael Calvente, que deixou de ser DJ amador em 2003 para se tornar, posteriomente, conforme o texto do anexo J6, um “nome forte do circuito de grandes festas gays”.

---

[67] Estrangeirismo grafado sem itálico no original. Segundo *The American Heritage Dictionary of the English Language*, uma das acepções da palavra *gig*, entre diversas outras, é, em tradução livre, empreitada ou agendamento para trabalho como musicista.

Em ambos os casos, observa-se que os artigos são significativos, porque retratam indivíduos que conseguiram obter destaque por meio de seus trabalhos. Na trajetória de Petrowky, falamos de notoriedade no território brasileiro e, em menor escala, no exterior, em países para os quais a Rede Globo, maior empresa de televisão do Brasil, transmite seus programas; no que diz respeito a Calvente, referimo-nos a uma fama de menor extensão, mas existente entre seus pares e entre os frequentadores de festas para homossexuais. O percurso ascendente de ambos sugere que os indivíduos representados são competentes nos papéis profissionais que exercem e que a fama consiste em uma espécie de reconhecimento da qualidade de seus trabalhos.

É nesse sentido que a narração de suas ascensões profissionais implica o enaltecimento de ambos os indivíduos. Tal tese é corroborada conforme observamos que a palavra *talentoso(a)* é utilizada para fazer referência a ambos os artistas nos artigos que os retratam.

Pode-se afirmar, portanto, que as narrações nas quais a popularidade é tomada como êxito apontam para um elogio do talento e capacidade profissional dos indivíduos representados.

5.2.2 Trajetórias potencialmente bem-sucedidas

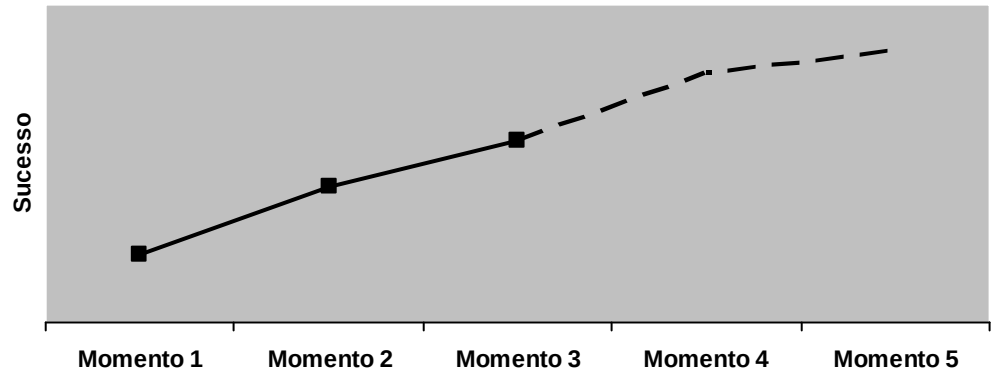
Foram incluídas na categoria das trajetórias potencialmente bem-sucedidas todas as narrativas em que é feita menção de um ou mais objetivos de vida ainda não conquistados por seus protagonistas.

Dessa forma, diferentemente do que ocorre com as trajetórias de sucesso, analisadas no item anterior, o final das narrativas, supostamente, não corresponde ao ponto de maior sucesso obtido por esses indivíduos, mas apenas a um dos diversos momentos que antecedem sua obtenção.

A ascensão e o sucesso dos protagonistas das narrativas são, portanto, anunciados nos textos, ao invés de serem narrados, como acontece no caso das trajetórias de sucesso.

Observe-se a representação em forma de gráfico feita a seguir, em que a linha pontilhada representa a ascensão prenunciada:

Quadro 11: Representação gráfica de uma trajetória potencialmente bem-sucedida



Dentre os textos selecionados para compor o *corpus* deste trabalho, observou-se que as narrativas de trajetórias potencialmente bem-sucedidas são mais comuns na revista *Raça Brasil*, tendo sido encontrado apenas um exemplo em *Junior*.

Em ambas as revistas, as trajetórias narradas possuem relação com a carreira profissional e/ou acadêmica dos membros dos endogrupos representados, conforme se pode constatar no quadro sinótico a seguir:

Quadro 12: Síntese de narrativas potencialmente bem-sucedidas

Código do anexo	Nome do sujeito retratado no texto	Condição de vida no momento da narrativa	Objetivos para o futuro
RB1	Fernanda Valentim	Estudante do terceiro ano de Radiologia Médica e trabalha à tarde e à noite em profissão não especificada.	Terminar a faculdade e ter uma vida estável.
RB3	Carlos Benne	Ator com 25 espetáculos no currículo e sócio de uma empresa de treinamentos corporativos teatralizados.	Participar como ator de um filme de longa metragem.
RB4	Marcelo Violla	Iluminador de peças teatrais.	Estudar tecnologia teatral fora do Brasil.
RB9	Carlos Rafael	Músico em uma banda, modelo e figurante.	Abrir uma escola para jovens que queiram aprender a tocar instrumentos musicais.
RB10	André Luiz Patrício	Ator com mais de 20 anos de carreira	Ter um papel de destaque em um filme de longa metragem.
J9	Thiago Silvestre	Ganhador do título de Mister Gay Brasil 2009	Melhorar condicionamento físico, melhorar seu inglês e ganhar o concurso Mister Gay World 2009.

A recorrência da temática acadêmica e profissional sugere que, sobretudo para o endogrupo negro, a melhoria de condições de vida decorrente de um aumento de remuneração e de promoções é vista como um sinônimo de sucesso. Ainda que tal visão impregne a sociedade na qual vivemos, não parece fortuito que haja a afirmação, por parte da revista, de que há possibilidade de ascensão social para os membros do grupo negro, que, historicamente, esteve fortemente ligado ao subemprego e à falta de mobilidade social.

Conforme afirmado anteriormente, no item 5.1.1., pode-se observar, sobretudo na revista *Raça Brasil*, o predomínio absoluto de textos da categoria (2), que têm por objetivo traçar o perfil público de um determinado indivíduo. Não é incomum, entretanto, que essa revista escolha para seus protagonistas indivíduos totalmente desconhecidos do grande público, que não se sobressaem por seus êxitos, realizações, qualidades, riquezas ou talentos,

visto que esses são bastante triviais. Trata-se, em última análise, da representação de indivíduos bastante comuns, não singulares, via de regra pertencentes às camadas mais pobres da sociedade.

Citamos, a título de exemplo, a representação que se constrói de Fernanda Valentim (anexo RB1), estudante que, segundo o artigo, sai todos os dias cedo de casa e retorna somente à noite, rotina que é bem recorrente na vida de muitos alunos brasileiros, sobretudo os jovens e adultos mais pobres, nos diversos níveis de ensino.

A seleção desse tipo de indivíduos para protagonizar as narrativas consiste, dessa forma, em uma opção de natureza aparentemente paradoxal, uma vez que a revista faz a opção de dedicar textos totalmente à representação de indivíduos que, por serem tipos comuns e facilmente encontráveis dentro do endogrupo, talvez não despertassem o interesse do público leitor.

Entendemos que a análise que propomos deva, portanto, concentrar-se em identificar os critérios de noticiabilidade que são subjacentes à escolha dos indivíduos a serem representados nos textos da revista *Raça Brasil*.

Não é possível, com efeito, pressupor que a escolha de indivíduos comuns para protagonizar textos seja casual. Na verdade, a solução para o paradoxo parece poder ser construída se considerarmos que existe, por parte da publicação, uma tentativa de estabelecer a identificação do público leitor com os indivíduos representados.

Pode-se dizer que, ao optar pela representação de pessoas bastante comuns, a revista busca que os leitores tenham contato com representações de indivíduos que se assemelham a eles. Essa escolha pode ser interpretada

como uma afirmação de que negros são dignos de serem representados pela mídia, mesmo que não sejam famosos ou tenham feito algo de muito relevo, o que resulta na valorização do indivíduo comum negro.

O exame dessas narrativas permitiu observar uma tendência a avaliar positivamente tanto os indivíduos representados quanto seus hábitos e conquistas profissionais, conforme exemplificado no quadro a seguir:

Quadro 13: As imagens de negros projetadas por narrativas potencialmente bem-sucedidas

Código do anexo	Nome do sujeito retratado no texto	Excerto	Imagem projetada
RB1	Fernanda Valentim	"Estudante do terceiro ano de Radiologia médica, a moça acorda todos os dias às 5 horas para chegar à faculdade e só vai deitar por volta das 1 hora, depois de um dia inteiro de trabalho."	Trabalhadora, determinada, persistente.
RB3	Carlos Benne	"No momento, divide a paixão pelos palcos com os treinamentos corporativos teatralizados, oferecidos pela Iconix Eventos, onde é sócio e usa de seus talentos musicais (...) e circenses para atrair um público pouco habituado às artes cênicas."	Talentoso, inteligente, empreendedor.
RB4	Marcelo Violla	"Aos finais de semana chega a trabalhar 16 horas por dia."	Trabalhador.
RB9	Carlos Rafael	"Esse paulistano passa a maior parte de seu tempo ensaiando e tocando com sua banda – sim, ele toca violão, cavaco e ainda canta – mas, entre um acorde e outro, o jovem encara a profissão de modelo (...)."	Talentoso, polivalente, bonito.
RB10	André Luiz Patrício	"Mesmo fazendo papel de um bandido e uma única cena, ele conseguiu dar significados mais humanos e contraditórios para o personagem. (...) No filme *Salve Geral*, de Sérgio Rezende, (...) o ator fez uma pequena mas especial participação, contracenando com a atriz Andréa Beltrão."	Profissional competente cuja participação interferiu de modo positivo no resultado final de um projeto.

Este esforço de busca pela identificação entre público leitor e protagonistas das narrativas não parece encontrar reverberação na narrativa potencialmente bem-sucedida trazida pelo anexo J9, em que observamos que, apesar de haver a intenção, por parte do Mr. Gay Brasil Thiago Silvestre, de obter êxito profissional como modelo, a conquista do título de Mr. Gay Mundo,

ao contrário da ascensão social, é algo inatingível para a maior parte da população homossexual, dada a singularidade do título. Isso resulta na menor possibilidade da utilização da figura de Thiago Silvestre como um modelo de caminho a ser seguido.

O enaltecimento do homem negro comum por parte da revista é também uma tentativa de valorização do público-leitor, dada a possibilidade de identificação deste com os indivíduos representados. É nesse sentido que se justifica a existência de seções como “Eu na Raça” e “Negrogato”, nas quais apenas pessoas desconhecidas, com rotinas bastante prosaicas, são convidadas a protagonizar. Além disso, por serem narrativas em que é vislumbrada uma ascensão, pode-se dizer que está também implícito que o negro comum, leitor da revista, assim como os indivíduos representados nos artigos, pode vislumbrar para si a obtenção de melhorias e a realização de objetivos, sobretudo com relação aos universos profissional e acadêmico.

Nesse sentido, é relevante que seja analisado o excerto a seguir, em que a esperança (ou, nesse caso, a certeza) de que o iluminador Marcelo Violla terá um futuro caracterizado pelo sucesso se marca linguisticamente de modo explícito, como se pode observar em “sem deixar dúvidas de que o futuro será brilhante”:

> (28)
> “Assim que terminar meu curso, vou começar a fazer inglês. Meu sonho é poder estudar tecnologia teatral fora do Brasil – e trabalhar com grandes nomes do teatro”, planeja, **sem deixar dúvidas de que o futuro será brilhante!** (anexo RB4)[68].

A crença na possibilidade de ascensão de um negro comum e, por consequência, de outros que tenham vida parecida ganha força, na medida em

[68] Grifo nosso.

que é manifestada através do discurso da própria revista, que utiliza as narrativas como forma de reforçar e ilustrar a idéia de que negros são passíveis de experimentar um processo de ascensão.

Tal articulação discursiva é relevante, na medida em que age de modo a complementar a valorização de negros bem-sucedidos que as narrativas de trajetórias de sucesso operam.

Tomando ambos os tipos de narrativas, observamos um esforço de valorização não apenas de afrodescendentes que já conquistaram sucesso, mas também daqueles que não o obtiveram, ficando sempre sugerido que estes estão caminhando, por meio de oportunidades, trabalho e talento, para a realização de seus objetivos.

No caso de Thiago Silvestre, representado pela revista *Junior* no anexo J9, observa-se que tanto a obtenção do título de Mr. Gay Brasil como a possibilidade de receber também a faixa de Mr. Gay World apontam para a valorização não só da beleza de um membro do endogrupo homossexual, mas também para “inteligência, segurança, conhecimentos satisfatórios de cultura e direitos gays”, visto que, segundo o texto, estes são os atributos necessários para alguém que foi eleito Mr. Gay.

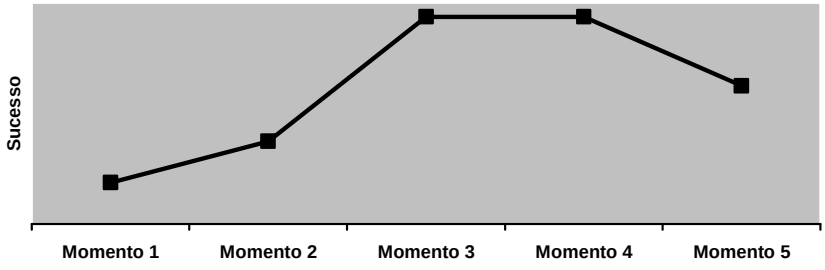
Dessa forma, se por um lado a defesa de que Thiago Silvestre possa ser atraente, seguro, inteligente e detentor de razoável conhecimento acerca de direitos do homossexual não polemiza por si só com o estereótipo de homossexual prevalente, por outro, o fato de ser retratado a um só tempo como homossexual assumido e atraente implica a negação de que a homossexualidade seja algo vergonhoso e que deva ser, portanto, ocultada da

sociedade, podendo, assim, ser divulgada por meio da revista e do evento de eleição do Mr. Gay Brasil.

5.2.3 Trajetória bem-sucedida com auge em posição intermediária

Trata-se da narração de uma trajetória cujo auge não está no momento presente e nem previsto para o futuro; este encontra-se no passado do indivíduo representado pelo texto, conforme descrito na representação gráfica que segue:

Quadro 14: Representação gráfica de uma trajetória bem-sucedida com auge em posição intermediária



Foi identificada, no conjunto do *corpus*, apenas uma narração que se encaixasse nessa categoria. Trata-se do anexo RB11, em que é representada a ex-destaque de escola de samba Pinah Ayoub, cujo auge corresponde à obtenção de fama internacional após ter dançado samba com o príncipe Charles do Reino Unido por ocasião de uma apresentação da escola de samba Beija-Flor de Nilópolis no Palácio de Buckingham, residência oficial da família real britânica.

A palavra *auge* é utilizada pela própria revista para designar o momento em que Pinah conheceu fama internacional e passou a ser uma

celebridade bastante cobiçada para entrevistas por jornalistas do mundo todo. O sucesso é concebido na reportagem, portanto, em termos de popularidade.

A abertura de uma loja de artigos de carnaval por parte de Pinah e de seu marido, Elias Ayoub, é narrada como momento posterior a seu momento de maior sucesso. Trata-se do único caso, dentre os textos do *corpus*, em que se deixa explícito que o momento de maior sucesso está situado no passado e não no presente ou futuro.

5.3 Argumentação

Passamos, nesta seção, às análises dos elementos linguístico-discursivos do *corpus* que concernem ao processo de argumentação. Seguindo a linha de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996[1956]), para quem a argumentação visa à obtenção de assentimento para uma determinada tese, identificamos e comentamos, a seguir, três teses, para as quais convergem os processos de nomeação, qualificação, narração e modalização, os quais assumem o papel de procedimentos utilizados com o fim de ratificá-las.

5.3.1 Teses

5.3.1.1. A diversidade é inerente aos endogrupos

Uma das características mais significativas dos estereótipos de homossexuais e negros é o fato de eles compreenderem funções sociais para cujo exercício se supõe que os membros dos endogrupos estejam mais ou

menos aptos. No caso dos homossexuais, por exemplo, espera-se que tenham pouca aptidão para esportes e que se destaquem em profissões relacionadas a artes, estética e línguas. Com relação aos negros, segundo o estereótipo corrente, é esperado que se engajem em profissões que prescindem de formação acadêmica, sejam mal pagos, pertençam às classes sociais mais baixas e habitem as periferias.

Analisando-se o *corpus*, entretanto, observa-se que foi sobretudo através do processo de nomeação que ambas as revistas defenderam a tese de que membros de ambas as minorias estão presentes nos mais diversos grupos sociais, tanto naqueles em que se espera encontrá-los quanto em outros tantos, aos quais dificilmente seriam associados. Dessa forma, as representações de negros que ocupam cargos altos e que tiveram acesso à educação superior funcionam como contra-exemplos com relação às generalizações que os estereótipos implicam.

O mesmo ocorre no caso dos homossexuais, que, retratados em papéis sociais tão diversos quanto professor de artes e analista de tecnologia, passam a carregar uma imagem de um grupo essencialmente heterogêneo.

É significativo observar, entretanto, que a defesa da heterogeneidade feita para cada grupo varia de acordo com as especificidades deles. Assim, para defender a dessemelhança dos membros do grupo negro, ao qual a pobreza é comumente associada, a revista *Raça Brasil* procura retratar negros com condições de vida bastante distintas, principalmente com relação às diferentes condições financeiras e de classe social dos indivíduos representados.

Na revista *Junior*, diferentemente, as diferenças de classe social e poder aquisitivo não são tão enfatizadas, o que provavelmente se deve ao fato de que não está prevista, no estereótipo dos homossexuais, a pertença a uma classe social específica. Assim, ainda que haja uma defesa da heterogeneidade inerente aos homossexuais, esta ocorre em termos do pertencimento a diversos grupos, tais como o dos futebolistas, ciclistas ou jogadores de *video game*, sem que seja dada ênfase à classe social a que pertencem.

5.3.1.2 A pertença ao endogrupo não significa demérito

Observou-se também que ambas as revistas procuram advogar em favor da ideia de que pertencer às minorias não implica qualquer tipo de demérito e que, pelo contrário, seus membros deveriam se sentir satisfeitos e orgulhosos por pertencerem a elas.

A título de exemplo, citamos o caso da revista *Junior*, em que há, conforme aventado anteriormente, sobretudo no item 5.1.3, em que tratamos da relação entre referenciação e compleição física, uma defesa veemente de que é possível a um indivíduo ser, a um só tempo, desejável e homossexual, a qual se dá principalmente por meio do processo de nomeação.

É sintomática desse movimento discursivo a profusão de referências como *belo* (J6) e *bonitões* (J14), que faz com que seja projetada uma imagem atraente dos homossexuais representados. Além disso, conforme dito anteriormente, a homossexualidade assumida é encorajada, uma vez que

é vista de modo positivo e é comparável a características positivas como *charmoso* (J1) e *gato* (J14), no sentido de *belo* ou *atraente*, conforme discutido no item 5.1.5.

Em *Raça Brasil*, diferentemente, a construção do orgulho se dá por meio da valorização de heranças culturais de origem africana – o candomblé, por exemplo – e do elogio ao talento, capacidade de realização, inteligência e beleza de indivíduos negros. A tese de que ser negro é algo positivo está presente no discurso de praticamente todos os artigos da revista *Raça Brasil* que compõem o *corpus* deste trabalho, mas é especialmente visível, por exemplo, no anexo RB13, analisado no item 5.1.5. deste trabalho, em que a missionária Stella Machado declara ter orgulho de ser negra.

5.3.1.3 Membros de minoria podem ser bem-sucedidos

É sobretudo através da análise das diversas trajetórias em que os protagonistas conseguem sucesso que constatamos que estas consistem em argumentos que visam à defesa da tese de que membros de minorias podem ser bem-sucedidos. É significativo observar que o tipo de sucesso cuja possibilidade é defendida varia de acordo com as características definidoras das minorias. Isso explica o fato de que grupos diferentes almejam êxitos distintos e que uma determinada conquista possa ser considerada um êxito para um grupo e algo bastante corriqueiro para outro.

No caso dos homossexuais, por exemplo, é relativamente recorrente que grande importância seja dada ao estabelecimento de relações

duradouras. A existência dos anexos J8 e J13, que se dedicam exclusivamente a esta temática, corrobora esta tese, a qual vai de encontro à ideia bastante recorrente de que homossexuais não são capazes de estabelecer relações monogâmicas longevas. Esta crença aparece codificada na passagem a seguir, a que já fizemos referência anteriormente:

> (29)
>
> Noitadas semanais, pegação, sexo rápido e fácil. Falar de amor já virou piada em algumas rodas gays. (anexo J8)

De modo similar, observamos que é dada, pela revista *Raça Brasil*, grande ênfase às narrativas em que foi obtida ascensão social e econômica por meio de trabalho e estudo. A ênfase nesse tipo de narrativas pode ser detectada conforme se observa sua recorrência nas revistas[69]. A revista vai, deste modo, de encontro ao estereótipo bastante prevalente de homem negro pobre, sem disposição para o trabalho, sem instrução e com inclinação à contravenção.

Observa-se, assim, que os recursos linguístico-discursivos presentes nas revistas não são utilizados de forma aleatória, mas, pelo contrário, co-ocorrem de modo coerente e colaboram para que sejam criadas linhas argumentativas bastante bem definidas.

Tendo por base os estudos de Oléron (1983:108), para quem “a argumentação é seletiva em virtude dos objectivos visados”, pode-se afirmar que os objetivos da argumentação são, em larga medida, balizados pelas características estigmatizadas a que seus membros frequentemente são associados.

---

[69] No *corpus*, são exemplos desse tipo de narrativa os anexos RB7, RB12 e RB14

5.3.2 A natureza das teses e o público-leitor

Além da identificação de teses e de procedimentos que visam corroborá-las, também interessa ao estudo da argumentação a observação da relação entre as publicações e seus públicos-leitores.

Nesse sentido, é interessante que se considere a natureza das teses apresentadas e defendidas pelas revistas. Todas elas têm em comum o fato de responderem dialogicamente a um discurso preconceituoso. Isso significa que o padrão, utilizado para que a revista se organize argumentativamente, é o dos estereótipos das minorias negra e homossexual, aos quais afetos negativos são comumente vinculados. Dessa forma, pode-se dizer que o enaltecimento dos membros das minorias negra e homossexual se dá tendo como parâmetro representações que não foram forjadas no interior dos endogrupos, mas de exogrupos majoritários.

Tendo sido tomados como ponto de partida os estereótipos de homossexuais e negros, as revistas passam, então, a se posicionar com relação a eles, ora polemizando com as imagens que projetam, ora ratificando-as.

A título de exemplo, citamos o fato de o comportamento de manter relações sexuais com parceiros diversos ser censurado na revista *Junior*, como indicamos à seção 5.2.1.2. deste capítulo. Neste item, observamos que a crítica a este tipo de conduta implica, necessariamente, o julgamento negativo de diversos membros do endogrupo. Nesse sentido, as narrações de histórias de relações estáveis e pautadas na monogamia

consistem em argumentos eloquentes que sugerem a não adoção de padrões de conduta poligâmicos, via de regra considerados socialmente condenáveis, por parte de todos os homossexuais.

Nota-se, portanto, que, a despeito da admissão de que existe promiscuidade no meio homossexual, há uma tentativa de projetar uma imagem positiva da minoria em questão através de narrativas que dão a ver que há, no seio do endogrupo, variações no que respeita à conduta sexual. A tese de heterogeneidade inerente é utilizada, conforme se observa, de uma forma que leva à discriminação dos membros do endogrupo que não obedecem aos valores de uma sociedade fortemente baseada em conceitos como o casamento, a fidelidade, a monogamia e a heterossexualidade.

Algo similar ocorre, por exemplo, quando a virilidade de Thiago Silvestre (anexo J9) é valorizada em detrimento de condutas marcadas pela efeminação. O esforço de representar o universo homossexual como um ambiente heterogêneo em que a virilidade não é inexistente soa como sintoma de incorporação de valores discriminatórios ao discurso da revista, em que fica evidente a busca por tornar de conhecimento público que há homossexuais cujas condutas estão em conformidade com as normas de comportamento para homens e mulheres heterossexuais e por deixar claro que nem todo homossexual é efeminado.

Há, entretanto, casos em que os valores majoritários não são confirmados pelas teses apresentadas pelas revistas. Um exemplo disso é a afirmação tácita de que homossexuais podem ser desejáveis, belos e charmosos, a qual pode ser depreendida das numerosas referências que se relacionam à aparência dos homossexuais analisadas na seção 5.1.3.

No caso da revista *Raça Brasil*, a relação com os discursos majoritários e discriminatórios acerca dos negros fica evidente, conforme observamos a profusão de narrativas que retratam negros bem-sucedidos do ponto de vista da ascensão social e econômica. A insistência na retratação de negros de sucesso sugere que a imagem estereotípica de negro pobre é tomada como parâmetro, para que sejam construídas representações de membros desse endogrupo.

A adoção de um estereótipo de caráter discriminatório com o qual são estabelecidas relações de confirmação e contestação aponta para o fato de que as revistas se voltam a um público que não só conhece a imagem desfavorável que é normalmente atrelada às minorias, mas que talvez a reconheça como verdadeira e a abrace como forma de enxergar o grupo a que pertence. Essas revistas voltam-se, portanto, a um público que julgam carecer de autoestima e têm em vista, como seu objetivo último, modificar para melhor o modo como homossexuais e negros supostamente se enxergam, dado o discurso que apresentam.

Passamos, nas páginas a seguir, ao estudo do processo de modalização nas revistas *Raça Brasil* e *Junior.*

5.4 Modalização

Na seção 2.5. deste trabalho, tratamos do alargamento do conceito de modalização proposto por Charaudeau (2009). É corolário desta ampliação a impossibilidade de se proceder a um levantamento exaustivo das marcas linguístico-discursivas que permitem observar a posição do sujeito

produtor do discurso com relação àquilo de que fala. Por este motivo, são identificadas e analisadas, neste trabalho, apenas categorias de modalização que se mostram significativas para o processo de representação de negros e homossexuais, sem que haja, entretanto, a pretensão de que essa análise seja exaustiva. É importante observar, ademais, que nem todos os tipos de modalização analisados a seguir são frequentes no *corpus*. Na medida do possível, sempre que uma categoria de modalização for recorrente, apresentaremos mais de um exemplo, a fim de melhor ilustrar as análises efetuadas.

5.4.1 Modalização por seleção lexical

A análise do discurso das revistas permitiu observar que a modalização consiste em uma das formas de construção de imagens positivas dos membros das minorias. Tal como ocorre com os demais processos de semiotização, também no caso da modalização observamos que há uma busca pelo enaltecimento dos membros dos endogrupos minoritários representados nos textos. Foram detectadas mais expressões modalizadoras em *Raça Brasil* que em *Junior*. Veja-se, a título de exemplo, os excertos seguintes:

> (30)
> Tal como no disco, no show Clécia **esbanja** brejeirice, talento tanto vocal quanto de dança e sensualidade (...)[70]. (Anexo RB12)
>
> (31)
> Tranquilo e de fala mansa, Vander Lee esconde atrás de sua personalidade mineira a **grandiosidade** de suas letras e canções, **exaltadas** por artistas como Elza Soares, Alcione, Rita Ribeiro e muitos outros (...)[71]. (anexo RB5)
>
> (32)
> O uruguaio Jonathan Martinez, 20, fez um enorme **(e merecido)** sucesso nas quadras do Mundial, sobretudo com os jogadores gringos[72]. (anexo J2)

[70] Grifo nosso.
[71] Grifo nosso.
[72] Grifo nosso.

A seleção do verbo *esbanjar* é significativa, uma vez que ele introduz uma metáfora em que se compara a noção de talento a algo concreto e quantificável. Ao fazê-lo, o texto sugere que Clécia possui um talento de grandes proporções e que, consequentemente, não há motivo para “racioná-lo”, pois não há a possibilidade de que ele se esgote.

Nesse sentido, *esbanjar* é um modalizador, na medida em que torna evidente o posicionamento favorável da revista com relação à capacidade técnica da cantora e dançarina afro-descendente Clécia Queiroz.

Em (31), nota-se que as palavras *grandiosidade* e *exaltadas* são responsáveis por atribuir coloração positiva à música do cantor negro Vander Lee, que é representada como algo grandioso e digno da exaltação por parte de diversas cantoras de relevo no Brasil. O elogio à música implica, em última análise, a valorização de Vander Lee, que é retratado como um musicista talentoso e capaz de produzir canções de qualidade elevada.

No caso do segmento (32), o uso de *merecido*, para designar o sucesso que o jogador de futebol homossexual Jonathan Martinez fez nas quadras, indica, de maneira explícita, que, na opinião do produtor do texto, o futebolista era digno do resultado obtido. Cabe salientar que a expressão *fazer sucesso* é ambígua, visto que, em português brasileiro coloquial, pode significar o mesmo que provocar atração em alguém. Dessa forma, não é possível determinar se Martinez é valorizado por conta de possíveis atrativos físicos ou de personalidade que possa ter ou por conta de seus talentos como jogador de futebol.

5.4.2 Modalização por relação sintática

5.4.2.1 Modalização pelo uso de expressão conjuntiva aditiva

A tendência ao elogio aos membros dos endogrupos manifestou-se, também por meio de expressões conjuntivas aditivas. Veja-se os excertos a seguir:

> (33)
> Hoje, **além de** viajar fazendo o show *Samba de Roque*, Clécia Queiroz dá curso de dança afro na Escola de Dança na Fundação Cultural do Estado da Bahia[73]. (anexo RB12)
>
> (34)
> Tablado, Rei Ator, Escola Villa Lobos e Grandes Atores foram os lugares por onde Aparecida passou (**além da** faculdade de Artes Cênicas) e fez escola[74]. (anexo RB14)
>
> (35)
> Esse paulistano passa a maior parte de seu tempo ensaiando e tocando com sua banda – sim, ele toca violão, cavaco **e ainda** canta – mas, entre um acorde e outro, o jovem encara a profissão de modelo (...)[75].(anexo RB3)

Os segmentos (33), (34) têm em comum a utilização de *além de*, operador discursivo que concorre coesivamente para a concepção de acréscimo, de “isto mais aquilo”. Nos excertos em questão, seu uso possibilita que sejam acrescentados novos elementos a pequenas listas de feitos e talentos que funcionam como verdadeiros inventários de capacidades.

No excerto (33), por exemplo, observamos que Clécia Queiroz ministra aulas de dança na Escola de Dança na Fundação Cultural do Estado da Bahia, local onde, segundo a cantora, “toda menina de 8 ou 9 anos sonha em estudar”. A afirmação de que uma vaga na escola em que Clécia ensina é bastante cobiçada sugere que se trata de uma instituição amplamente conhecida, fato que é normalmente associado a uma boa qualidade de ensino.

---

[73] Grifo nosso.
[74] Grifo nosso.
[75] Grifo nosso.

A seleção do operador *além de* sugere que o trabalho desempenhado por Clécia junto à escola é bastante significativo por si só, mas que, além disso, ela consegue também dar conta de manter uma carreira como cantora e dançarina. A imagem projetada para Clécia é, portanto, a de uma pessoa dotada de diversos talentos e capacidades.

Analogamente, pode-se observar, no excerto (34), uma listagem contendo diversos nomes de escolas de artes cênicas – algumas delas bastante famosas – onde a atriz Aparecida Petrowky foi aluna. A enumeração de escolas sugere uma formação acadêmico-profissional longa e abrangente. A inclusão da faculdade de artes cênicas na lista é introduzida pela expressão “além de”, a qual, a um só tempo, remete ao fato de que ter estudado em todas as outras instituições já consiste, por si só, em um dado que aponta para uma formação sólida e sugere que frequentar a faculdade de artes cênicas é um dado que vem a confirmar a qualidade de sua formação.

No caso do segmento (35), o uso dos operadores *e* e *ainda* para introduzir a habilidade de cantar do musicista Carlos Benne colabora para que seja projetada uma imagem de artista dotado de numerosos talentos, pois parece indicar que suas habilidades de tocar violão e cavaco são bastante admiráveis, mas que o artista não se restringe a elas, sendo capaz também de outra atividade complexa, a saber, cantar profissionalmente.

5.4.2.2 Modalização por relação sintática concessiva

Detectou-se, no excerto a seguir, que a modalização está codificada na relação de concessão expressa pelo uso de *mesmo* no trecho destacado a seguir:

> (36)
> **Mesmo com vários empecilhos**, esses professores não desanimam de sua missão de preparar o futuro e buscam nos bons momentos a realização e o respiro para a treva homofóbica (anexo J10)[76]

O uso deste operador discusivo, nesse caso, faz com que seja projetada uma imagem dos professores Antonio Pinheiro, Wilton Garcia e Vitor Mizael que contempla traços como a persistência e a capacidade de superar dificuldades para cumprir o objetivo de educar ("preparar o futuro"), ficando assim sugerido que são idealistas, persistentes e dotados de profissionalismo.

Fenômeno análogo também foi detectado na revista *Raça Brasil,* no anexo RB5, em que é retratado o cantor negro Vander Lee, conforme vemos a seguir:

> (37)
> **Embora distante da grande mídia**, este mineiro de 43 anos é hoje um dos autores brasileiros mais executados nas emissoras de rádio, seja AM ou FM, como intérprete ou compositor. (anexo RB5)

Pela relação concessiva codificada no uso de *embora*, observa-se um movimento discursivo que valoriza o trabalho de Vander Lee, pois chama a atenção para o fato de que, apesar de não ser conhecido pelo grande público, o cantor possui trabalhos com projeção significativa no meio radiofônico, sugerindo que as músicas de sua autoria possuem qualidade satisfatória e enaltecendo, pois, seu talento artístico.

5.4.3 Modalização por expressão de certeza

Veja-se o segmento a seguir:

> (38)
> **É claro que** gays e lésbicas também são donos de empresas e têm capacidade de enxergar no momento atual uma oportunidade futura[77]. (anexo J12)

---

[76] Grifo nosso.
[77] Grifo nosso.

A utilização da expressão é *claro que* sugere a certeza, por parte do sujeito produtor do texto, de que homossexuais podem também exercer a função de empresários e, além disso, possuem visão empreendedora, uma vez que são capazes de enxergar oportunidades de investimentos promissoras.

Tal caracterização dos homossexuais vai ao encontro da imagem de grupo cujos membros não se encontram isolados em lugares sociais específicos, mas que, pelo contrário, são capazes de ocupar posições bastante variadas, às quais, por vezes, não são comumente associados.

Foi detectado também outro caso de modalização por expressão de certeza no excerto a seguir, já foi analisado anteriormente, no item 5.2.2.

> (39)
> "Assim que terminar meu curso, vou começar a fazer inglês. Meu sonho é poder estudar tecnologia teatral fora do Brasil – e trabalhar com grandes nomes do teatro", planeja, **sem deixar dúvidas de que o futuro será brilhante!** (anexo RB4)

Neste excerto, tal como ocorre no anterior, a expressão da certeza é utilizada para afirmar algo que vai de encontro às ideias pré-concebidas que compõem o estereótipo corrente a respeito dos endogrupos. A voz que afirma que não há dúvidas de que o futuro do iluminador negro Marcelo Violla será brilhante parece afirmar também que é possível, para os negros, obter sucesso e reconhecimento, asserção que é conflitante com a ideia de que negros estão fadados a encarnar papéis sociais sem grande destaque na sociedade.

5.5 Considerações sobre as análises

As análises, feitas segundo a divisão dos processos de semiotização defendida por Charaudeau (2006), revelaram que as revistas representam negros e homossexuais de modo predominantemente positivo.

Observou-se, no *corpus*, a existência de uma série de elementos de ordem linguística e discursiva que convergem no sentido de estabelecer uma relação de polemização com os estereótipos impregnados de afetos negativos que comumente são associados às minorias. Esta orientação ideológica do discurso é bastante marcada em ambas as revistas, as quais procedem à refutação dos discursos estereotípicos por meio de recursos que ora são bastante parecidos e ora diversos, a depender das especificidades dos estereótipos contra os quais se posicionam.

Essa variação quanto ao modo de reagir ao estereótipo é observável, por exemplo, conforme a homossexualidade assumida é valorizada, como ocorre quando o adjetivo *assumido* é associado a membros do endogrupo que possuem imagens favoráveis. Tal procedimento é peculiar à revista *Junior*, já que, no caso dos afrodescendentes, a condição de pessoa de pele negra é, na maioria das vezes, evidente e não precisa ser assumida pelos membros do endogrupo. De forma análoga, a narração de histórias de ascensão social e econômica são bastante recorrentes em *Raça Brasil*, as quais polemizam com a associação entre pobreza e afrodescendência pregnante em nossa sociedade; na revista *Junior*, por outro lado, esse tipo de narração não ocorre, visto que o traço da pobreza não compõe o estereótipo que a publicação visa modificar.

Há, entretanto, movimentos discursivos que são comuns a ambas as publicações. Citamos, a título de exemplo, a tendência a utilizar referências relacionadas ao universo profissional para construir a representação de negros e homossexuais, procedimento que resulta na sugestão de que membros de

ambos os grupos são capazes de exercer as mais diversas funções em nossa sociedade.

Além disso, observou-se que as especificidades dos estereótipos de negros e homossexuais funcionam como balizas para o estabelecimento do que é ser bem-sucedido por ambas as revistas. O estereótipo dos negros, por exemplo, prevê que se encontrem sempre em situações de miséria; observamos, entretanto, que a revista *Raça Brasil* tende a publicar textos em que seja narrada a ascensão econômica e social de diversos negros, o que vai de encontro aos pré-conceitos contemplados no estereótipo. De forma bastante parecida, busca-se fazer a representação de homossexuais viris, de modo que a idéia pré-concebida de que homossexuais sejam todos efeminados esmaeça.

Concluiu-se, ademais, que os processos de semiotização estão fortemente vinculados a um conjunto de teses para as quais as publicações buscam o assentimento do público-leitor. Estas, por sua vez, são manifestações de um objetivo mais abrangente de ambas as revistas, qual seja, o de valorização dos endogrupos minoritários acompanhada da tentativa de neutralização ou diminuição significativa dos afetos negativos comumente vinculados a eles. Dito de outra forma, o discurso das revistas tenta modificar o esquema cognitivo de ambos os grupos junto ao público leitor, de modo a transformar a atitude deste com relação àqueles.

Observou-se, além disso, que há casos, na revista *Junior*, em que não há preocupação em contestar os afetos negativos associados a características contempladas no estereótipo, mas apenas em garantir que nem todos os membros do endogrupo possuem esta categoria, como no caso das narrativas em que o estabelecimento de relações duradouras e monogâmicas é

considerado sinônimo de sucesso e a conduta poligâmica é taxada de deletéria.

Este exemplo evidencia uma tendência diversa de defesa do endogrupo, a qual ocorre por meio de uma tentativa de enfatizar a heterogeneidade inerente a ele, para sugerir que, apesar de haver membros que apresentam comportamentos licenciosos (e, portanto, condenáveis), há outros que agem de acordo com as convenções de comportamento sexual mais arraigadas e que, portanto, não merecem a reprovação da sociedade. Parece, pois, ser em favor da integração dos indivíduos que obedecem às convenções sociais à sociedade que a revista J*unior* advoga, e não em favor da integração do endogrupo como um todo. Isso significa que, ao menos na revista *Junior*, o processo de valorização dos membros do endogrupo deve acontecer mesmo que em detrimento da imagem de seus semelhantes, o que resulta em um projeto de valorização excludente e que não combate no sentido de modificar algumas convenções sociais, mas se conforma a elas.

Tendo em vista o modo como procedem à defesa da integração de homossexuais e negros à vida social e à tentativa de melhoria de suas imagens, parece acurado afirmar que ambas revistas representem, em certa medida, a continuidade dos projetos das primeiras publicações alternativas voltadas a esses públicos.

No caso da revista *Raça Brasil*, a adesão ao projeto das publicações parece ser maior, uma vez que observamos ser a publicação voltada, de modo praticamente integral, à exaltação do negro e à defesa de que este endogrupo consiga condições de vida mais dignas. Tal tendência é observável mesmo em

textos sobre temas aparentemente amenos, tais como aqueles que tratam de penteados e maquiagens adequados ao fenótipo negro.

Junior, por outro lado, parece aderir aos ideais das publicações alternativas de modo mais parcial, uma vez que mescla a defesa da imagem dos homossexuais e de sua integração à sociedade com imagens de apelo sexual, como modelos de tórax e pernas nuas, além de artigos sobre moda em que a temática homossexual não está presente.

Confirmamos, desta forma, nossa hipótese de que as revistas de nicho se configuram como manifestações discursivas com objetivo de viabilizar a melhoria das imagens dos endogrupos junto à sociedade, de modo que estes possam desfrutar de maior integração a ela e dos benefícios que isso implica.

Podemos dizer, portanto, que as publicações de nicho, apesar de terem feito a transição da mídia alternativa para a comercial, ainda conservam, entre seus objetivos, a defesa dos grupos minoritários e buscam, de modo geral, viabilizar a aceitação, por parte da sociedade, dos indivíduos que representa.

Conclusão

Tendo em vista os resultados das análises, concluiu-se que ambas as revistas tendem, pelo discurso que apresentam, ao questionamento ou à negação das características negativas comumente associadas aos indivíduos que pertencem aos endogrupos a que elas se dirigem. A insistência em representar negros e homossexuais bem-sucedidos, por exemplo, é uma das manifestações do esforço argumentativo de polemização com os estereótipos impregnados de afetos negativos que são associados a essas minorias.

Observou-se, além disso, que o fato de a polemização com relação aos estereótipos estabelecidos ocorrer segundo um princípio dialógico leva cada revista a assumir características específicas, conforme respondam ao discurso dominante.

Desse modo, torna-se compreensível que a revista *Junior* dedique espaço significativo à representação de indivíduos que sejam considerados bem-sucedidos por terem conseguido se engajar em relações monogâmicas estáveis e duradouras, visto que o estereótipo dos homossexuais, em nossa sociedade, prevê que tenham comportamento afetivo e sexual tendente a relacionamentos de duração abreviada e/ou práticas sexuais não monogâmicas e sem compromisso estabelecido.

Da mesma forma, a revista *Raça Brasil*, ao representar, por meio do discurso, negros que conquistaram sucesso profissional e/ou material, remete à visão estereotípica de negro intelectualmente limitado e não afeito ao trabalho para contestá-la por meio de uma outra representação de negro que constrói.

Isso significa que *Raça Brasil* e *Junior* têm por característica a incorporação dos estereótipos negativos que são associados às minorias a que elas se dirigem e que estes títulos são, em larga medida, responsáveis por determinar seus projetos editoriais, contribuindo para dar-lhes forma e moldar-lhes os discursos.

É inegável que a continuidade dessas revistas está intimamente ligada a demandas sociais que influenciam o mercado editorial. Poder-se-ia afirmar, nesse sentido, que a existência, o sucesso e os projetos editoriais dessas revistas sugerem, em seus discursos, que negros e homossexuais ainda são grupos minoritários bastante estigmatizados e que, apesar das importantes conquistas em termos de visibilidade e direitos civis que vêm obtendo ao longo dos anos, ainda existe uma demanda de publicações que visem diminuir a intensidade da discriminação que sofrem, fato que pode ser interpretado como um sintoma de que há um longo caminho a ser percorrido, por parte desses grupos, rumo à obtenção de uma posição mais favorável na sociedade e à construção de uma autoestima que esteja ligada ao pertencimento ao endogrupo.

Conforme detalhado no capítulo V, as revistas, para obterem sucesso na empreitada de melhorar as imagens dos grupos minoritários que representam, valem-se de diversos procedimentos linguístico-discursivos. Dentre estes, destacamos os processos de semiotização descritos por Charaudeau (2005), a saber, a nomeação, a qualificação, a narração, a argumentação e a modalização, os quais estão, conforme afirmamos no item 2.1.1. deste trabalho, subordinados a um conjunto de motivações de natureza psicossocial.

O quadro sinótico que apresentamos a seguir explicita e retoma essas questões:

Quadro 15: Síntese dos efeitos de sentidos decorrentes de cada processo de semiotização

Processos de semiotização	Sub-categoria	Efeito de sentido produzido
Nomeação e qualificação	Referências relacionadas ao universo profissional	Negros e homossexuais exercem grande variedade de funções em sociedade.
	Referências relacionadas ao universo religioso	Valorização da cultura e das religiões de origem africana.
	Referências com avaliação da compleição física	Negros e homossexuais podem ser fisicamente atraentes. O ideal de beleza para negros não é definido, enquanto a noção de belo para os homossexuais é bastante bem definida.
	Referências relacionadas a virilidade	Homossexuais podem ser viris. A masculinidade é uma característica positiva.
	Referências que sugerem orgulho de pertencer ao endogrupo	Pertencer ao endogrupo minoritário é motivo de orgulho, não de vergonha.
Narração	Sucesso como ascensão social e econômica	Negros e homossexuais podem ser bem-sucedidos socioeconomicamente. Enquanto a ascensão socioeconômica de negros é insistentemente afirmada, o viés econômico não é tão marcado entre os homossexuais, havendo maior ênfase em sucessos de natureza distinta.
	Sucesso como consolidação de relações amorosas estáveis e duradouras	Homossexuais podem estabelecer relações afetivas monogâmicas estáveis e duradouras.
	Sucesso como pertencimento a tribos urbanas	Homossexuais podem pertencer a grupos que possuem interesses que, via de regra, não são associados a seu universo.
	Sucesso como popularidade	Negros e homossexuais podem conquistar notoriedade
	Trajetórias potencialmente bem-sucedidas	Negros possuem potencial para ascender profissional e socioeconomicamente.
	Trajetória bem-sucedida com auge em posição intermediária	É possível, aos negros, atingir o sucesso por meio de sua beleza e talento.
Modalização	Modalização por seleção lexical	Negros e homossexuais possuem grande talento.
	Modalização pelo uso de expressão conjuntiva aditiva	Negros possuem grande número de talentos diferentes.
	Modalização por relação sintática concessiva	Homossexuais possuem capacidade de superação de obstáculos.
	Modalização por expressão de certeza	Homossexuais estão integrados à vida social e são dotados de empreendedorismo.
	Modalização pelo uso do verbo *chegar*	Negros são talentosos o suficiente para se engajar em atividades de organizações importantes.

É mediante a acumulação e a co-ocorrência desses procedimentos que se podem identificar três teses bastante bem definidas, que têm em comum o objetivo de melhoria da imagem dos endogrupos minoritários em questão. São elas:

1) A diversidade é inerente aos endogrupos.

2) A pertença ao endogrupo não significa demérito.

3) Membros de minoria podem ser bem-sucedidos.

É através da defesa sistemática destas três teses que se dá a valorização dos membros do endogrupo. Este enaltecimento ocorre, basicamente, através da defesa do pertencimento dos membros de minorias a um *padrão de normalidade*, isto é, da adesão destes a uma série de condições que estão em conformidade com relação ao que é comumente aceito em sociedade.

A ênfase que se dá na representação de negros e homossexuais de acordo com a profissão que exercem, por exemplo, parece ser uma manifestação da defesa deste padrão de normalidade, pois consiste também na afirmação de que negros e homossexuais podem exercer (e exercem) quaisquer funções na sociedade e estão espalhados por todos os seus estratos, o que significa que não estão isolados em guetos, mas são parte integrante das mais diversas esferas da vida social. Busca-se, dessa forma, não apenas equiparar a posição de membros dos endogrupos minoritários à de membros de exogrupos majoritários, mas também de afirmar que ambos convivem nos mais diversos espaços sociais.

A insistente afirmação de que negros e homossexuais podem ser bem-sucedidos, afetiva, financeira e/ou socialmente, também sugere um tentativa de representar os membros dos endogrupos como pessoas que, por serem “normais”, podem ser integradas a grupos majoritários. Conforme pudemos observar, no caso de *Raça Brasil*, o discurso que se apresenta busca defender a ideia de que negros transitam nas mais diversas classes sociais, ricas ou pobres, enquanto o discurso que se refere aos homossexuais leva à

compreensão de que participam de grupos nos quais o viés econômico não é tão saliente, tais como grupos de ciclistas, jogadores de futebol e outros.

Dessa forma, ao mesmo tempo em que se constata que negros e homossexuais são valorizados, pelo discurso que as revistas analisadas apresentam, em termos de seus méritos e da capacidade de transitar em diversos grupos, observamos que esse enaltecimento ocorre sempre segundo um ponto de vista da maioria, fato que justifica a necessidade da afirmação da conformidade dos negros e homossexuais aos padrões de normalidade estabelecidos por grupos majoritários.

Em outras palavras, pode-se dizer que a medida para que negros e homossexuais sejam valorizados não é concebida no seio do endogrupo, mas trazida de exogrupos majoritários. Assim, obter sucessos e assumir posições normalmente reservadas a indivíduos brancos e heterossexuais torna-se sinônimo de ser bem-sucedido e socialmente aceitável. Isso significa que apesar de o discurso das revistas polemizar com os estereótipos discriminatórios, eles são, por vezes, utilizados como balizas para a criação de imagens de negros e homossexuais que sejam aceitáveis sob o ponto de vista dos grupos majoritários.

Esta tendência se torna bastante perceptível, por exemplo, quando observamos os anexos J8 e J13, que apresentam discursos que versam sobre o estabelecimento de relações afetivas monogâmicas e duradouras. A revista *Junior*, ao propor um discurso que faz a ressalva de que homossexuais não possuem apenas comportamentos sexuais com diversos parceiros, os quais são avaliados negativamente, mas também se engajam em relações monogâmicas duradouras, procura advogar em favor da maior aceitação

apenas para os homossexuais que agem em conformidade com os princípios morais estabelecidos pelos grupos majoritários. Dessa forma, a revista não age em defesa dos indivíduos que não se enquadram nessa moralidade, mas ratifica a ideia de que devam ser discriminados.

A revista *Raça Brasil*, por outro lado, mostra-se mais inclusiva, pois, apesar de enaltecer, pelo discurso, a imagem de negros que alcançaram algum tipo de sucesso, o que tornaria a imagem dos negros mais positiva segundo um ponto de vista majoritário, é também aberto espaço na revista para a representação e valorização de indivíduos comuns, que ainda estão trabalhando para viabilizar a conquista de seus objetivos de vida. Isso significa que o projeto da revista tende a enaltecer os negros de modo geral, não se excluindo indivíduos que não tenham atingido condições que possam parecer satisfatórias a ponto de viabilizar a integração de um membro de um grupo minoritário a um grupo majoritário.

A defesa de um padrão de normalidade só é possível mediante a aproximação entre os veículos de comunicação e os endogrupos minoritários, visto que é por meio da existência de um olhar detido que representações mais complexas e ricas em nuances tornam-se possíveis, o que faz com que a simplificação inerente ao estereótipo possa ser neutralizada.

Ambas as revistas propõem, portanto, a adoção de imagens que, mais complexas, visam substituir as imagens simplificadas e carregadas de conteúdo discriminatório dos estereótipos. Dessa forma, pode-se dizer que as revistas, através da circulação do discurso, tentam proceder ao que Teun van Dijk (2006) chama de *manipulação da cognição social*, que tem por objetivo último influenciar o conhecimento de mundo, as atitudes e as ideologias,

podendo até mesmo modificar normas e valores que são utilizadaos como balizas para a avaliação de eventos e pessoas, além da condenação e legitimação de ações.

Trata-se, segundo o ponto de vista de Fairclough (1992), de uma tentativa de negação das idéias expressas em textos anteriores (discursos discriminatórios) e da proposição de reestruturação das ordens do discurso, com vistas à obtenção de uma situação de igualdade nos campos racial e sexual. Essa busca se traduz, no caso das revistas sob análise, na tentativa de modificar para melhor as imagens que negros e homossexuais fazem de si e dos grupos a que pertencem, as quais podem decorrer da incorporação dos estereótipos que as revistas questionam.

A existência de um nicho para esse tipo de publicação parece, portanto, responder a uma demanda por autoestima por parte dos membros de minorias e a uma necessidade de afirmação de sua importância e participação na sociedade. Pode-se afirmar, assim, que ambas as revistas dão continuidade ao projeto de integração efetiva de negros e homossexuais que teve origem com os primeiros periódicos alternativos, ainda que o façam de modo diferente, uma vez que visam obter lucros e, para tanto, têm de atrair anunciantes e leitores. É nesse sentido que se justifica a convivência do conteúdo que afirma as minorias com um grande número de fotos de modelos com o torso e as pernas nuas na revista *Junior,* e diversas seções a respeito de música e cultura na revista *Raça Brasil.* Além disso, parece factível considerarmos que o enaltecimento de ambas as minorias funciona como uma forma de conquistar esses nichos de mercado, de modo a atrair leitores para as revistas e garantir seu seguimento no mercado.

Observamos, assim, que o discurso das revistas procura se constituir como um modo de ação no mundo, a qual é possível apenas por meio da relação íntima estabelecida entre o discurso e a vida social, instâncias que se influenciam mutuamente e são responsáveis por engendrar crenças, preconceitos, estereótipos, imagens etc. Isso sugere que a importância dos discursos que circulam em uma determinada sociedade não podem ou devem ser ignorados pelas Ciências Humanas, uma vez que estes influenciam condutas, impõem ou modificam valores e comportamentos e legitimam ações, possuindo, portanto, importância capital para a compreensão da sociedade e dos fenômenos que a caracterizam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERT, P.; TERROU, F. *História da imprensa*. Coleção Universidade Hoje. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

ALLPORT, G. W. *The nature of prejudice*. Cambridge, Massachusetts: Addison-Wesley, 1954.

AMOSSY, R. O *ethos* na insersecção de disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, R. (org.) *Imagens de si no discurso* a construção do *ethos*. Tradução de Dilson Ferreira da Cruz *et al.* São Paulo: Contexto, 2008, p.120-143.

_____.; HERSHBERG-PIERROT, A. *Stéréotype et cliché*: langue, discours, societé. Paris: Armand Colin, 1997.

ARRUDA, A.; GONÇALVES, L. P. V.; MULULO, S. C. C. Viajando com jovens universitários pelas diversas brasileirices: representações sociais e estereótipos. *Psicologia em Estudo*, Maringá. v. 13, n.3, p. 503-511, jul./set., 2008.

BALSALOBRE, S. R. G. *Língua e sociedade nas páginas da imprensa negra paulista*: um olhar sobre as formas de tratamento. São Paulo: Editora UNESP, 2010.

BARROS, P. M. A imprensa alternativa brasileira nos “anos de chumbo”. In: *Akrópolis,* Umuarama, v.11, n.2, abr./jun., 2003.

BASTIDE, R. “A imprensa negra do Estado de São Paulo” in: *Estudos afro-brasileiros*. São Paulo: Perspectiva, 1973.

BAUMAN, Z. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BODENHAUSEN, G. V. Emotions, arousal, and stereotypic judgments: a heuristic model of affect and stereotyping. In: HAMILTON, D. L.; MACKIE, D. M. (eds.). *Affect, cognition, and stereotyping*: interactive process in group perception. San Diego: Academic Press, 1993.

BRASILEIRO, Y. B. *Um quilombo na mídia:* um estudo discursivo da revista *Raça*. Dissertação de Mestrado. Instituto de Estudos da Linguagem/Unicamp, 2003.

BURKLEY, M.; BLANTON, H. Endorsing a negative in-group stereotype as a self-protective strategy: sacrificing the group to save the self. *Journal of Experimental Social Psychology*, n. 44, p.37-49, 2008.

CALDAS-COULTHARD, C. R. “Women who pay for sex. And enjoy it”: transgression versus morality in women’s magazines. In CALDAS-COUTHARD, C. R.; COULTHARD, M. (orgs.). *Texts and practices*: readings in Critical Discourse Analysis. London and New York: Routledge, 1999, p. 250-270.

CAMERON, D. *Feminism and linguistic theory.* London: Macmilian, 1992.

CAMPOS, C. L. O. Estratégias de referenciação no discurso midiático – práticas ideológicas de inclusão e exclusão de dizeres no discurso sobre a guerra. In: *Linguagem em (Dis)curso*, Palhoça, SC, v. 10, n. 1, p. 43-67, jan./abr., 2010.

CARDOSO, I. Narrativa e história. In: *Tempo Social*. Universidade de São Paulo, São. Paulo, n. 12, v. 2, p. 3-13, nov., 2000.

CARRILLO-MORA, P. Sistemas de memoria: reseña histórica, clasificación y conceptos actuales. In: *Salud Mental* vol. 33(2): 197:205, abril/março de 2010.

CARVALHEIRO, J. R. Da representação mediática à recepção política: discurso de uma minoria. In*: Sociologia*: problemas e práticas, n.º 51, 2006, pp. 73-93.

CHARAUDEAU, P. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In : PAULIUKONIS, M. A. L. e GAVAZZI, S. (Orgs.) *Da língua ao discurso:* reflexões para o ensino. Rio de Janeiro : Lucerna, pp. 11-27, 2005.

_____. *Discurso das mídias*. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2009.

CORDEIRO, J. F. P. Pedagogias multiplicadas: como as revistas masculinas e femininas produzem sujeitos. In: VAIDERGORN, J.; BERTONI, L. M. *Indústria cultural e educação*: ensaios, pesquisas, formação. Araraquara: JM, 2003, p. 31-59.

DALMONTE, E. F. Presente: o tempo do jornalismo e seus desdobramentos. In: H*istória.* Vol 29. N. 1, 2010, p. 328-344.

FAIRCLOUGH, N. *Discourse and social change.* Cambridge: Polity Press, 1992.

FARR, R. *As raízes da psicologia social moderna*. Petrópolis: Vozes, 1996

FERNANDES, M. *Imprensa Alternativa e Literatura - os Anos de Resistência.* Centro de Imprensa Alternativa e Cultura Popular, Rio de Janeiro: RioArte, 1987.

FLUSSER, V. *O mundo codificado*: por uma teoria do design e da comunicação. Trad. de Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

FRANÇA, I. L. *Cercas e pontes*: o movimento GLBT e o mercado GLS na cidade de São Paulo. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas/USP, 2006.

FREIRE FILHO, J. Paradoxos da autenticidade: gênero, estilo de vida e consumismo nas revistas femininas juvenis. In: FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M. (orgs.). *Comunicação Cultura Consumo* – a [des] construção do espetáculo contemporâneo. Rio de Janeiro, RJ: E-papers, 2005.

GONÇALVES, G. O. Voz da diversidade: os discursos da imprensa gay masculina no Brasil. In: revista ALTERJOR (Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo – ECA/USP. vol. 02, ed. 02, jul./dez., 2010.

GOUVÊA, L. H. M. Sujeito da enunciação e construções concessivas em textos midiáticos. In: *Cadernos do IX Congresso Nacional de Linguística e Filologia*. Linguagens especiais. v. IX, nº 12. Rio de Janeiro: CNLF, 2005, p. 167 – 181.

HAMILTON, D. L.; MACKIE, D. M. Cognitive and affective processes in intergroup perception: the developing interface. In: HAMILTON, D. L.; MACKIE, D. M. (eds.). *Affect, cognition, and stereotyping*: interactive process in group perception. San Diego: Academic Press, 1993.

HENWOOD, K.; GILES, H.; COUPLAND, J; COUPLAND, N. Stereotyping and affect in discourse: interpreting meaning of elderly, painful self-disclosure. In: HAMILTON, D. L.; MACKIE, D. M. (eds.). *Affect, cognition, and stereotyping*: interactive process in group perception. San Diego: Academic Press, 1993.

KUCINSKI, B. Jornalistas e revolucionários da imprensa brasileira. São Paulo: Escrita, 1991.

LIEBKIND, K. *Minority identity and identification processes*: a social psychological study. Commentationes Scientiarum Socialum. Helsinki: The Finnish Society of Sciences and Letters, 1984.

LIMA, M. A. *Breve histórico da imprensa homossexual no Brasil*, s/d. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/lima-marcus-assis-IMPRENSA-HOMOSSEXUAL-BRASIL.pdf (Consultado em 25/10/11)

LIPPMANN, W. *Public opinion*. Disponível em http://xroads.virginia.edu/~hyper2/CDFinal/Lippman/cover.html Consulta feita em 02/02/2010.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação.* Trad. de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. *Discurso literário*. Tradução de Adail Sobral. São Paulo: Contexto, 2006.

MAISONNEUVE, J. *Introduction à la psychosociologie*. Paris: PUF, 1973.

MARCUSCHI, L. A. Referenciação e progressão tópica: aspectos cognitivos e textuais. In: *Revista do GELNE*, v. 2, n. 2, pp. 1-11, 2000.

_____.; KOCH, I. G. V. Processos de Referenciação na Produção Discursiva. In: *DELTA* – Documentação em Estudos de Línguística Teórica e Aplicada. São Paulo, v. 14, n. especial, 1998.

MIRA, M. C. *O leitor e a banca de revistas*: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água/FAPESP, 2001.

MOITA LOPES, L. P. *Identidades fragmentadas*.Campinas: Mercado de Letras, 2002

MORALES, J. F. Psicología social. Madrid: McGraw Hill, 1977.

MOREIRA, E. F.; COSTA, J. B.; RAYMUNDO, J. S.; ARAÚJO, L. F. Estereótipos sociais de universitários em relação aos ambientalistas. *Revista de Estudos de Psicologia,* PUC-Campinas, v. 21, n. 2, p. 117-127, maio/agosto, 2004.

MOREL, M.; BARROS, M. M. *Palavra, imagem e poder*: o surgimento da imprensa no Brasil do século XIX. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

MOSCA, L. L. S. Subjetividade e formação de opinião na mídia impressa. In: BARZOTTO, V. H.; GHILARDI, M. I. (orgs.). *Nas Telas da Mídia*. São Paulo: Alínea, 2002, p. 9–22.

_____. Velhas e Novas Retóricas: convergências e desdobramentos. In: MOSCA, L. L. S. (org.) *Retóricas de ontem e de hoje*. 3. ed. São Paulo: Humanitas, 2004, p. 17–54.

NOMURA, M. Estereótipos culturais presentes em peças publicitárias de consumo brasileiras e alemãs. In: BATTAGLIA, M. H. V.; NOMURA, M. (orgs.) *Estudos Linguísticos Contrastivos em Alemão e Português.* São Paulo: Annablume/FAPESP, 2008, pp. 205-219.

OLÉRON, P. *A argumentação*. Lisboa: Publicações Europa-América, 1983.

OLIVEIRA, L. A. *Raça, comunicação e cultura:* a temática racial na revista *Raça Brasil* (1996-2006). Dissertação de mestrado. PUC/SP, 2007.

ORLANDI, E. P. *Análise de Discurso*. Procedimentos & Princípios. São Paulo: Pontes, 2005.

PEREIRA, M. E.; FERREIRA, F. O.; MARTINS, A. H.; CUPERTINO, C. M. Imagens e significado e o processamento dos estereótipos. *Estudos de Psicologia*, p. 389-397, 2002.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da Argumentação*: a Nova Retórica. Trad. Maria Ermantina Galvão Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1996 [1958].

PINTO, A. F. M. *De pele escura e tinta preta*: a imprensa negra do século XIX (1833-1899). Dissertação de mestrado. Instituto de Ciências Humanas/UnB, 2006.

RAMOS, D. G. *Raça em revista*: identidade e discurso na mídia negra. Dissertação de mestrado. Escola de Comunicação e Artes/USP, 2010.

ROMANCINI, R.; LAGO, C. *História do Jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

SHOTTER,J.; GERGEN, K. Texts of identity. Londres: Sage, 1989.

SOUZA, A. F. Argumentação na sala de aula: um jogo discursivo na interação professor/alunos. In: Revista Linguasagem. N. 5, 2009. (Disponível em http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao05/refenli_souzaaf.php)

STEWART, R. A.; POWELL, G. E.; CHETWYND, S. J. *Person perception and stereotyping*. Farnborough: Saxon House, 1979.

TAJFEL, H. *Human groups and social cognition*: studies in social psychology. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

VAN DIJK, T. A. Discourse and manipulation. In: *Discourse and Society*, vol. 17(2): 359-386. London: Sage, 2006.

_____. *Discurso e poder.* Organização de Judith Hoffnagel e Karina Falcone. Tradução de Judith Hoffnagel *et. al.* São Paulo: Contexto, 2008.

_____. *Ideology*: a multidisciplinary approach. London: Sage, 1998.

_____. *Prejudice in discourse*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamin's Publishing Company, 1984.

VOLOŠINOV, V. N. (BAKHTIN, M. M.) *Marxism and the philosophy of language*. Trad. de Ladislav Matejka e I. R. Titunik. New York/London: Seminar Press, 1973.

WAGLEY, C.; HARRIS, M. *Minorities in the New World.* New York: Columbia University Press, 1958.

ANEXOS

Parte 1 – Revista *Raça Brasil*

RB1

Guerreira

Com 1,67m e pinta de diva, **Fernanda Valentim**, 22 anos, é pra lá de tímida – um charme peculiar. Estudante do terceiro ano de Radiologia Médica, a moça acorda todos os dias às 5 horas para chegar à faculdade e só vai deitar por volta da 1 hora, depois de um dia inteiro de trabalho. "Meu sonho é me formar e ter uma vida estável", resume a bela.

Os finais de semana também são reservados para os estudos e compras nos shoppings. "Gosto de fazer a minha moda", diz, revelando personalidade até em se vestir. Namorado? Por enquanto, Fernanda só tem tempo para pequenos flertes, embora responda disfarçando um leve sorriso travesso, que muito lembra a cantora **Lauryn Hill**, musa inspiradora desta seção de fotos.

Lauryn Hill

ELA USA: VESTIDO BRANCO: ESPAÇO FASHION - BRACELETE - ACESSÓRIOS MODERNOS - COLARES E ANEL - SL DESIGN - BRINCO E PULSEIRA - SOMBRA E ÁGUA FRESCA - SANDÁLIA - CLÁUDIA MOURÃO

RB2.1

OS RIBEIRO

Da esq. para a dir.: Joyce, Nilton e Mercedes (sentados). Luciano, Gustavo e Otávio (em pé)

ENTRE SONHOS E CONQUISTAS

Quem vê a jornalista Joyce Ribeiro apresentando as previsões do tempo ou substituindo os âncoras dos telejornais do SBT, logo percebe, pela sua segurança, que ela só poderia ter uma bem estruturada família, que a apóia em tudo o que faz

por OSWALDO FAUSTINO | *fotos* RAFAEL CUSATO

RB2.2

FOTO REPRODUÇÃO

Joyce Ribeiro, Luiz Bacci, Christina Rocha e Herberth de Souza. Apresentadores do Aqui Agora no SBT em março de 2008

Ao chegar em São Paulo, vindo da cidade de Lavras, no sul de Minas, o jovem operador de rádio, Nilton Ribeiro levava na mala um único sonho: trabalhar na Rádio Bandeirantes. O sonho não se realizou. Mas ele se tornou dono de gravadora e conquistou o orgulho de ver a filha Joyce apresentando telejornais, os filhos, Otávio montar dois consultórios de cirurgia dentária, e Gustavo formar-se em Comércio Exterior, e a esposa Mercedes, além de se formar em duas faculdades, tornar-se uma elogiada designer de moda.

"Assim que fui dispensado de servir o Exército, em 65, deixei meu emprego na Rádio Cultura de Lavras, filiada da Rede Bandeirantes, e vim me aventurar na capital — conta Nilton —, acreditando que tinha emprego garantido. "Não me deixei dominar pela decepção de não ser aceito. Fui trabalhar na Rádio Tupi, como operador e discotecário. Na discoteca, comecei a forjar minha verdadeira vocação", lembra.

"EU TINHA 19. FIQUEI AMIGO DA FAMÍLIA, EM QUE TODAS AS MULHERES ERAM PROFESSORAS, E PASSEI A FREQUENTAR A CASA..."

Nos anos 70, dois convites mudaram a vida de Nilton Ribeiro: o primeiro, ser divulgador da gravadora Beverly, com salário três vezes maior que o da rádio; e o outro, ir a uma festa no Clube Icaraí, em Bauru, no interior paulista. Lá, fez amizade com uma moça chamada Maria José, que tinha uma irmãzinha chamada Mercedes, de 12 anos. "Eu tinha 19. Fiquei amigo da família, em que todas as mulheres eram professoras, e passei a frequentar a casa. Quando Mercedes completou 16 anos, começamos a namorar. Quatro anos depois, nos casamos. Isso há 32 anos". ►

RB2.3

OS RIBEIRO

Percorrendo estúdios de rádio e televisão, na divulgação dos grandes nomes da MPB, Nilton foi aprendendo a produzir discos e, nos anos 90, foi convidado pelo ex-colega da EMI Odeon, Sílvio Arnaldo, para ser seu sócio na gravadora Paradoxx, até então, especializada em Dancing Music. "Fiquei responsável pela parte nacional e gravamos muita gente boa". Ele inicia uma lista infindável de nomes, apenas o *"crème de la crème"*.

Em 2002, a sociedade se desfez e ele deixou a Paradoxx, levando consigo 150 títulos — discos de artistas como Jamelão, Leny Andrade, Itamar Assumpção, Altay Veloso, Arthur Maia, Eliana da Lima, Mauro Diniz, Berimbrown — e criou o selo Obi, que é uma semente usada nas leituras de búzios (Ifá). Nilton e a família têm muita fé em religiões de matriz africana.

Durante a entrevista no elegante apartamento, num condomínio de luxo, na zona sul de São Paulo, Mercedes demonstra acompanhar de perto a carreira do marido. Conhece detalhes das negociações com os artistas. Jovial, não abre mão do papel de matriarca. "Não abro mesmo. E já disse a Joyce que, até 2010, quero um neto."

"NÓS FICAMOS SUPER ORGULHOSOS POR SERMOS CHAMADOS DE FAMÍLIA RAÇA"

RB2.4

Este, porém, não é seu único sonho. Para breve, mãe e filha estão empenhadas na criação da grife Mercedes Ribeiro. Além de desenhar roupas para festa, ela se especializou em modelagem, pelo Senac.

Casada desde 2006 com o engenheiro civil Luciano Machado, Joyce sorri quando ouve a advertência materna. "Por enquanto quero apenas ajudá-la a realizar o sonho da grife. O outro vai ter que esperar mais um pouco". Ao dizer isso, busca um olhar de apoio de Luciano, que parece não concordar muito com a ideia. Formado pelo Mackenzie, com MBA pela FGV, ele trabalha numa importante empreiteira brasileira, com grande atuação no exterior. É consultor para construtores e varejo, e compartilha da opinião da sogra!

Sonhando ser professora, Mercedes fez faculdade de Ciências Físicas e Biológicas, mas logo vieram os filhos e ela resolveu, por um período, administrar o lar. Um dia, porém, decidiu voltar aos bancos acadêmicos para estudar o que realmente a faz feliz: moda. Começou criando roupas para a filha e logo chamou a atenção de uma interessante clientela.

Houve um tempo em que Joyce queria ser modelo e manequim. Desfilou dos 16 aos 22 anos. Posou para fotos em algumas das primeiras edições de RAÇA BRASIL. Mas depois preferiu estudar Jornalismo. Pós-graduada em Economia e Política, antes do SBT, trabalhou na TV RIT, do bispo evangélico RRSoares e, depois, foi a primeira apresentadora do jornal *Record News*, da Record Internacional.

"Meus sonhos, por enquanto, são apenas profissionais: para breve, apresentar meu próprio telejornal e, futuramente, ter meu programa, nos moldes da Oprah Winfrey. Quero também fazer grandes reportagens internacionais, como as que Glória Maria fazia no *Fantástico*", revela.

"MEUS SONHOS, POR ENQUANTO, SÃO APENAS PROFISSIONAIS: PARA BREVE, APRESENTAR MEU PRÓPRIO TELEJORNAL E, FUTURAMENTE, TER MEU PROGRAMA, NOS MOLDES DA OPRAH WINFREY..."

FOTO REPRODUÇÃO

Joyce Ribeiro ao lado do telejornalista Hermano Hening

SUCESSO EM FAMÍLIA

Durante toda a entrevista realizada com a família Ribeiro, Joyce sorri, exibindo os belos dentes, numa espécie de merchandising do trabalho do irmão Otávio, um cirurgião dentista, com consultórios no bairro de Moema e no Embu das Artes. "Gosto muito de cirurgia, mas estou me especializando em implante dentário. Hoje, uma das áreas mais promissoras de minha profissão é a reabilitação. É o que mais se assemelha à dentição natural", explica.

Ao lado do cunhado, o caçula Gustavo, apenas acompanha as falas do pai, da mãe e dos irmãos. Aos 22 anos, ele acaba de se formar em Comércio Exterior e trabalha na área de importação e exportação de uma multinacional farmacêutica. Não esconde que também pretende alçar altos vôos, de preferência, internacionais.

"Nós ficamos super orgulhosos por sermos chamados de Família Raça", comenta Nilton Ribeiro e Mercedes complementa: "Pois é mesmo com muita raça e também com participação de todos, unidos, que cada um de nós tem vencido nas áreas que todos nos propusemos a atuar". ■

RB3

Multifacetado

Não, ele não é o Toni Garrido. O gato de 27 anos, 1,94m, 95kg é **Carlos Benne**, ator e produtor artístico. Ele mesmo apostou na semelhança com o músico e sugeriu a foto dando vida a mais um personagem da sua carreira. Em dez anos de profissão, Benne já fez 25 espetáculos, entre eles *Ópera do Malandro*, com direção de Chico de Assis; *Rastro Atrás*, de Waterloo Gregório e o musical *Godspell*, de Moisés Miastkwosky. No momento ele divide a paixão pelos palcos com os treinamentos corporativos teatralizados, oferecidos pela Iconix Eventos, onde é sócio e usa de seus talentos musicais (ele já teve banda de samba-rock e pop-soul) e circenses para atrair um público pouco habituado às artes cênicas. "É um trabalho prazeroso e também bastante puxado. Mal sobra tempo para outras atividades", comenta, revelando um desejo inerente à profissão: "Todo ator gosta de cinema. Um dia ainda quero fazer um longa."

Toni Garrido

FOTOS CAIO MELLO | ASSISTENTE DE FOTOGRAFIA SILLAS JR. | PRODUÇÃO ANDREA DA ROCHA | ASSISTENTE DE PRODUÇÃO MARINA GONSALES | MAKE E CABELO ROBERTO FERNANDES | ELE USA CAMISETA BRANCA E CASACO: (ACERVO)

RB4

Além da **vocação**

texto e foto KÁTIA GOMES

O iluminador e sonoplasta **Marcelo Violla**, 30 anos, é uma dessas pessoas que passam por nós na rua e mal fazemos idéia de sua trajetória de vida. O jeito franzino esconde um guerreiro. Com um sorriso largo de quem não guarda ressentimentos, ele conta que, aos três anos de idade foi morar no bairro do Cangaíba, na zona leste de São Paulo, com a avó e a mãe adotiva. A infância não foi fácil, mas o destino generoso. Através de amigos que moravam do outro lado da cidade, conheceu o homem que mudaria sua vida: Paolino Raffantti, diretor teatral.

Violla, que tinha apenas 12 anos e era empacotador de mercadorias na feira, começou a trabalhar nas coxias do teatro, ajudando a montar cenários. "Eu me fascinei por aquele ambiente e comecei a vislumbrar outros horizontes e novas possibilidades", recorda. De tanto assistir ao mesmo espetáculo, o musical infantil *Os Saltimbancos*, chegou a decorar as falas de um dos personagens do coro sem desconfiar que um dia pudesse fazê-lo. "Meses depois, o ator que o interpretava precisou sair da peça e eu fui convidado para substituí-lo". Violla agarrou a oportunidade e só deixou os palcos após quatro anos, quando já estava crescido para o papel. A partir daí, começou a se dedicar aos bastidores: montagem de cenário, operação de som e luz, sempre depois do expediente no *Programa Menor Aprendiz*, desenvolvido pela Caixa Econômica Federal.

"Nada foi planejado. Fui conhecendo pessoas que perceberam minha curiosidade em aprender e me ensinaram", diz Violla que, após conseguir uma bolsa de estudo para um curso técnico de iluminação, pode trabalhar com atores do porte de Pedro Paulo Rangel, Marcelo Mansfield, Eduardo Silva, Gabriel Braga Nunes, Bianca Rinaldi e, atualmente, com Clarice Niskier na peça *A Alma Imoral*, em cartaz até final de maio no Teatro Erva Herz, em São Paulo.

Hoje consegue viver exclusivamente de sua arte e ajuda, majoritariamente, a compor o orçamento para o sustento de mais seis pessoas. "A mulher que me criou morreu e há cinco anos, depois de muito tempo morando sozinho, voltei para a casa da minha mãe biológica. Estou resgatando o convívio familiar e prezo a qualidade de vida deles". Por enquanto, ainda mora na periferia, paga aluguel e pega quatro conduções de manhã para chegar à Zona Oeste, na Lapa, onde faz o curso de Radialista-Sonoplastia do Senac.

Nos finais de semana, chega a trabalhar cerca de 16 horas um dia. "Eu amo o que faço. O teatro me proporciona momentos que eu não poderia imaginar experimentar em outras circunstâncias como a troca com pessoas de universos distintos que me motivam a crescer como ser humano e ter outra visão do mundo. Viagens também são constantes neste meio, inclusive, cheguei a fazer um cruzeiro. Quando é que eu faria um se não fosse a trabalho?", rebate, sem perder o bom humor. Acostumado a iluminar histórias alheias, Violla espera que a luz do seu caminho não se apague. "Assim que terminar meu curso, vou começar a fazer inglês. Meu sonho é poder estudar tecnologia teatral fora do Brasil — e trabalhar com grandes nomes do teatro", planeja, sem deixar dúvidas de que o futuro será brilhante!

AGRADECIMENTOS: ESPAÇO DOS PARLAPATÕES

RB5.1

VANDERLEE

Em seu sexto CD, o músico mineiro está mais pop, porém, mantém o romantismo que caracteriza sua carreira

por ANDRÉ REZENDE | *foto* LEVINDO CARNEIRO

Tranquilo e de fala mansa, Vander Lee esconde atrás de sua personalidade mineira a grandiosidade de suas letras e canções, exaltadas por artistas como Elza Soares, Alcione, Rita Ribeiro e muitos outros que beberam da inspiração do músico que, há mais de duas décadas, faz o seu "barulhinho bom" Brasil afora, sem o *status* de celebridade e aparições em programas de TV de grande audiência. Seria ele um outro maldito da MPB? "De certa forma eu me sinto como alguns artistas da década de 60, que vendiam discos, faziam shows, mas eram considerados inferiores em relação à turma da Bossa Nova, o grande movimento musical da época, Eu não represento nenhuma estética inovadora na MPB, sou um cantor do cotidiano e não tenho a pretensão de inventar moda. De certa forma isso me uniu a esse rótulo. Além disso, muitas pessoas de TV não entendem de música e sim de vídeo e não querem mostrar um negrão feio. Eu não faço o tipo galã e tudo isso gera o não aproveitamento da minha imagem. Então a minha saída é fazer música melhor do que o cara bonito para eu ocupar esse espaço. Mas Deus não dá asa à cobra! Ah se ele me fizesse bonito, nossa senhora! (*risos*)", comenta Vander.

FARO PARA O SUCESSO

Embora distante da grande mídia, este mineiro de 43 anos é hoje um dos autores brasileiros mais executados nas emissoras de rádio, seja AM ou FM, como intérprete ou compositor. Os shows têm sempre casa cheia e o público vibra com sucessos como *Esperando Aviões*, *Românticos*, *Contra o tempo* e *Onde Deus Possa me Ouvir* (este último gravado por Gal Costa). São baladas românticas, líricas, algumas soam até como orações, sem contar as levadas de samba, batuque e letras bem humoradas. E agora Vander Lee também é um pouco pop! Em *Faro*, seu sexto CD, percebe-se claramente a influência do produtor Marcelo Sussekind, acostumado com bandas como Capital Inicial, Lulu Santos e Ultraje a Rigor. "A chegada do Marcelo tem a ver com esse lado mais pop e também com o repertório escolhido", avisa. Entre as 12 músicas de *Faro*, sendo 10 inéditas, é impossível confundir o estilo único de Vander Lee, com destaques para o piano de *Eu e Ela*, as candidatas a hits *Farol* e *Fui* e duas grandes surpresas: *Ninguém vai tirar você de mim* (sucesso na voz de Roberto Carlos, em 1968) e *Obscuridade*, poema não musicado do grande Cartola. "Durante uma entrevista no Rio de Janeiro ganhei o livro *Os Tempos Idos*, que é a biografia do Cartola. Abri direto nesse poema. Li e pensei: puxa isso dá uma música, tranquilamente! Foi um desejo muito grande e a partir daí foram três meses para a canção ficar pronta. Não tive coragem de pegar no violão antes de pedir autorização para a família", explica. E ainda tem baião, reggae, samba, folk e, claro, muito romantismo, o lado mais forte do compositor mineiro.

BAR ESCOLA

Antes de gravar o primeiro disco, Vander Lee tocou por 10 anos pelos bares da vida. Hipnotizava bebuns, embalava casais e fascinava boêmios em ambientes cheios de fumaça por cachês modestos. Era viciado naquilo. "É uma grande escola. O barzinho dá uma humildade muito necessária para quem vem de baixo e o contato com o público não tem comparação. E depois você acaba descobrindo que o showbiz é um grande barzinho também, né? (*risos*). A gente vai descobrindo que na nossa cena musical, embora queiramos um 'teatrão', muita coisa ainda é barzinho."

RB5.2

Falando em humildade, Vander Lee não é o tipo de artista que se sente confortável em relação a sua carreira, mesmo com fãs em todos os cantos do Brasil e exterior, sucesso, respeito e admiração de grandes nomes da música. "Cada disco, cada projeto é um começo. Sempre coloco isso na cabeça para não pirar mesmo. É claro que eu tenho uma história bonita, que mostra um crescimento lento, porém, sólido, mas isso não me exime das cobranças. Não posso me descuidar", ensina o mineiro.

GENTE NÃO É COR

"Em 1997, eu estava cantando em um lugar cheio de promotores públicos e juízes, onde eles enchiam a cara para superar a pauleira da vida. Um deles pediu para tocar o meu violão. Disse que não, porque ainda estava trocando de instrumento. Ele se afastou, bebeu mais e voltou a pedir. Eu neguei novamente e expliquei que ainda tinha que afinar e tal... Aí vieram as ofensas: "Você não passa de um preto complexado!"Como o cara era juiz, tive medo, né? Fui para a minha casa e naquela noite fiz uma música: *Gente não é cor*. O dia seguinte era o prazo final para a inscrição no *Festival Canta Minas*, organizado pela Rede Globo. Adivinha? Conquistei o segundo lugar! Não poderia ser o primeiro, né? Afinal de contas, a letra falava sobre racismo!"

DISCOGRAFIA

VANDER LEE
• 1997
Produção Independente

NO BALANÇO DO BALAIO
• 1999
Selo Kuarup

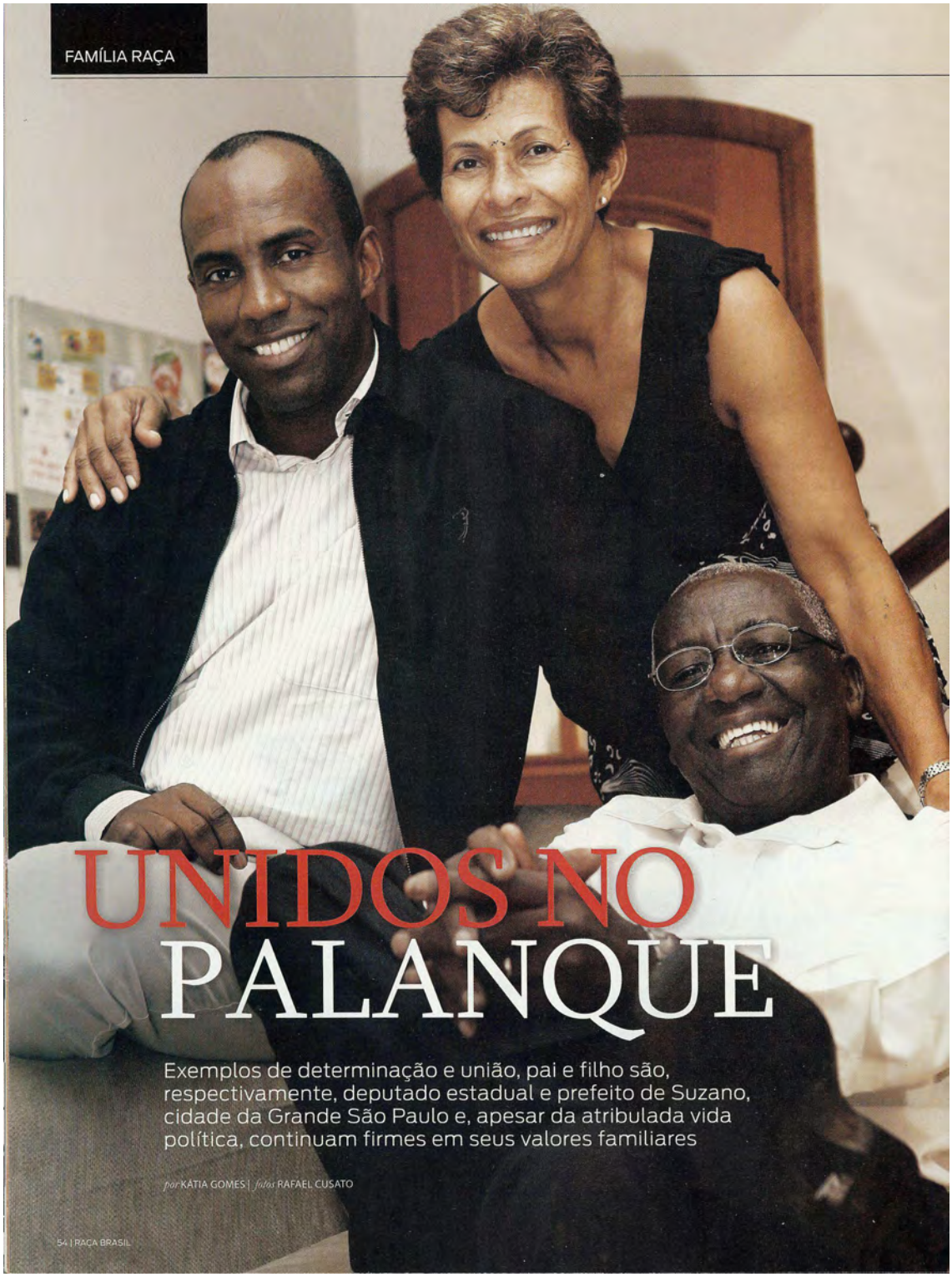
VANDER LEE AO VIVO
• 2003
Indie Records

NAQUELE VERBO AGORA
• 2005
Indie Record

PENSEI QUE FOSSE O CÉU
• 2006
Indie Records

FARO
• 2009
Deckdisc

RB6.1



FAMÍLIA RAÇA

UNIDOS NO PALANQUE

Exemplos de determinação e união, pai e filho são, respectivamente, deputado estadual e prefeito de Suzano, cidade da Grande São Paulo e, apesar da atribulada vida política, continuam firmes em seus valores familiares

por KÁTIA GOMES | *fotos* RAFAEL CUSATO

RB6.2

Esta história começa com José Candido, 64 anos. Quando tinha apenas 11 anos, ficou órfão de pai e teve de assumir as responsabilidades da casa. O fato o fez amadurecer muito cedo, mas também o privou de continuar os estudos que foram interrompidos na 4ª série do primeiro grau – atual ensino fundamental. Sempre muito carismático, ele é o que se pode chamar de líder nato. Lavrador, depois torneiro mecânico e eletricista, ingressou no Sindicato dos Trabalhadores Rurais aos 19 anos, o que fez que sua vocação despertasse. "Não queria ser político, mas me envolveram na área, embora já fizesse política sindical, popular e religiosa. Tudo o que fazemos é política", observa o atual deputado estadual pelo PT, que se lembra da ocasião em que foi surpreendido pela visita de um grupo de pessoas que pediu para que ele fosse o representante do bairro. Tentou dizer não, pois não tinha visão de política partidária e achava que precisava ter curso superior e muito dinheiro. Foi convencido de que bastava ser líder. E líder, ele já era! "Nunca fiz propaganda. Exceto modelo de cédula indicando que era candidato", recorda. Morador da cidade de Suzano há quase 40 anos, José viveu na periferia do Jardim Revista, onde não existia água encanada, instalação elétrica, linha de ônibus, escola, igreja... Somente poucas casas. Ele brigou por melhorias durante seis anos, o que lhe rendeu mais de 80% dos votos dos eleitores do bairro. "Foi um momento oportuno. Meu grande sonho era deixar meu bairro com toda a infraestrutura. Depois que entrei para a Câmara Municipal, em 1988, vi que pensava pequeno: eu não era vereador do meu bairro, mas da cidade de Suzano." E dos 19 vereadores da Câmara, José Candido era o único da oposição. Ocupou três mandatos consecutivos. Em 2000 se afastou da política. Retornou em 2006 para novamente representar o povo, mas dessa vez como deputado estadual.

Marcelo de Souza, prefeito de Suzano/SP e o deputado estadual José Cândido. Pai e filho lutam por melhorias na mesma cidade

DE PAI PARA FILHO

Em momentos diferentes, além da genética, a experiência de vida em conjunto despertou em José Candido e no filho Marcelo de Souza Candido Filho, 39 anos, a intenção de atuar na política e encontrar soluções para as contradições da sociedade.

A relação de Marcelo com o PT vem desde o início da década de 1980. Aos 12 anos ele já acompanhava as greves dos metalúrgicos lideradas por Lula, que tinha uma proximidade com a realidade de seu pai na época. Depois participou de grêmios estudantis. Geógrafo formado, especializado em planejamento urbano, começou na Câmara Municipal como *office-boy*, em 1983. Trabalhou na Assembleia Legislativa como assessor de habitação e planejamento e disputou quatro eleições. Está no segundo mandato como prefeito de Suzano. "A relação pai e filho limita-se à política. Somos do mesmo partido, o que nos coloca dentro dos mesmos projetos. Atuamos de forma conjunta nos interesses do município na relação com o Estado", afirma.

"NÃO QUERIA SER POLÍTICO, MAS ME ENVOLVERAM NA ÁREA, EMBORA JÁ FIZESSE POLÍTICA SINDICAL, POPULAR E RELIGIOSA"

José Candido

RB6.3

Além de Marcelo e José Candido, as mulheres da casa têm inclinações políticas. A matriarca Laura integra o Conselho do Idoso. A neta mais velha Renata Rosa é presidente da União da Juventude Socialista

"EU AGRADEÇO MUITO À MINHA ESPOSA, LAURA. SÃO MAIS DE 40 ANOS DE MILITÂNCIA POLÍTICA. SOU PAI DE SETE FILHOS E A MILITÂNCIA DEIXA A GENTE MUITO AUSENTE."

ALMOÇO DE DOMINGO

"Os encontros de família giram em torno de política por conta dos assuntos locais. Acabo não vindo a todos, estou muito ausente devido aos compromissos como prefeito. Tenho uma filha pequena e quando posso fico com ela. Domingo, na agenda de quem trabalha no campo democrático político, é um dia muito comprometido por eventos de lideranças sociais e comunitárias, e movimentos populares que acontecem na maioria das vezes aos finais de semana", comenta Marcelo. Para ele, a relação com a família acaba sendo indiretamente prejudicada, pois o cargo o coloca na obrigação de estar sempre a serviço do povo. Quando vai a uma livraria ou está na fila para o cinema, por exemplo, Marcelo sempre leva consigo um bloco de anotações para não perder as reivindicações da população e as encaminha para as áreas responsáveis.

Para o pai, o deputado José Candido, tamanho sucesso se deve à dedicação da família. "Eu agradeço muito a minha esposa, Laura. São mais de 40 anos de militância política. Sou pai de sete filhos e a militância deixa a gente muito ausente. Tem de haver a colaboração e compreensão da família. Tive muito sucesso por causa da união familiar."

RB6.4

"No início eu era contra", assume dona Laura

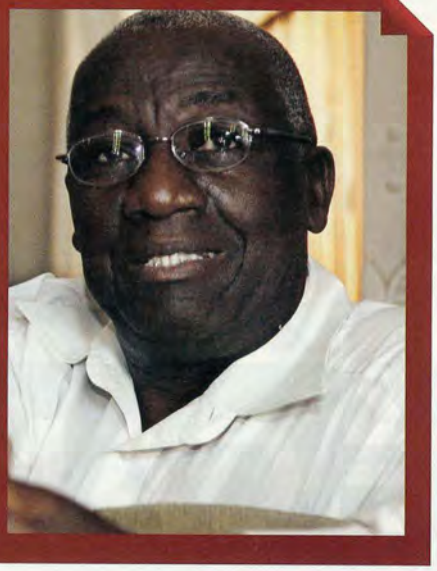
PALAVRA DE MULHER

Dona Laura Lourenço Candido, 60 anos, lembra que no começo foi meio arredia quanto ao ingresso do marido na política. Hoje ela integra o Conselho do Idoso e acompanha o deputado em algumas reuniões esporádicas. "A gente perde um pouco o marido. É uma vida muito corrida. Tem de dividi-lo com o povo. Para completar, agora tem o filho. Quando vem a crítica é mais sofrido, principalmente por ele estar na linha de frente. Tento me policiar para levar a vida para frente e para que a política não faça surgir nenhum conflito na família. A família é prioridade", analisa. Fora o prefeito Marcelo, dos sete filhos e quatro netos, apenas Renata Rosa de Souza Candido, 19 anos (a neta mais velha), tem envolvimento com a política. A jovem é presidente da União da Juventude Socialista, mas seu maior desejo é concluir a faculdade de Artes Cênicas e seguir a carreira artística. "Nós não ficamos ricos na política, não tivemos nenhum salto financeiro. Só arrumamos problemas e dívidas. Não vejo vantagem a não ser o trabalho em benefício da população. Tem muita gente necessitada aqui em Suzano", conclui Dona Laura, a matriarca. **RB**

"A GENTE PERDE UM POUCO O MARIDO. É UMA VIDA MUITO CORRIDA. TEM DE DIVIDI-LO COM O POVO."

CAUSAS RACIAIS

José Candido começou no Movimento Negro Unificado (MNU) e, mais tarde, entrou para a Frente Nacional do Estatuto dos Trabalhadores. Fundou o grupo União e Consciência Negra e, como vereador, criou a Semana da Consciência Negra em Suzano. Por intermédio dela veio o movimento que prevalece até hoje na cidade. Na Assembleia Legislativa participa ativamente da Frente Parlamentar de Igualdade Racial e é presidente da Comissão de Direitos Humanos que, automaticamente coordena a resolução SOS Racismo. "O Brasil é um país com uma discriminação camuflada. Quando as pessoas admiram o sucesso de um negro na política ou em qualquer outro segmento, o fazem porque não entendem o desempenho bem-sucedido. 'Como pode esses dois negrões serem políticos na mesma cidade?' Muitas vezes, quando sou anunciado como deputado, as pessoas se espantam. Apesar de sermos 50% da população brasileira, nosso percentual nas universidades, nas empresas e na política é pequeno, somos a minoria, infelizmente."



RB7.1

DESTAQUE **NATANAEL JOAQUIM**

visão diferenciada

Negro, pobre e deficiente visual. Teoricamente, onde chegaria um homem assim? Com determinação, humildade e otimismo ele foi longe, muito longe... e ainda quer mais

por ANDRÉ REZENDE | *fotos* RAFAEL CUSATO

Natanael Joaquim é daquelas pessoas que, por mais que você fale que não dá ou lhe dirija frases de desestímulo como 'você está louco?' ou 'nunca vai conseguir isso!', ele sempre terá uma resposta positiva na ponta da língua e nas atitudes, afinal, como diz: "Você tem de lutar por um sim, porque o não você já tem". E foi sempre assim em sua vida, algo como eu quero, eu posso, eu consigo. E alguém duvida? Com apenas 10% da visão – ele nasceu com uma deficiência que só foi diagnosticada aos 14 anos – aprendeu a se superar desde a infância, quando era o último a ser escolhido no time de futebol da rua. "Porque todos sabiam que, se alguém chamasse pelo meu nome, eu jogaria a bola para esta pessoa, mesmo que fosse do outro time (*risos*). Era desagradável, mas comecei a superar isso", conta. Preconceito? "Ah, sempre teve coisas do tipo 'lá vem o ceguinho' ou não me chamarem para as brincadeiras". A criança cresceu e começou a ajudar a mãe, sua grande amiga, em pequenos trabalhos. O pai, alcoólatra, se esforçava para não beber. Era a condição que Natanael impôs a ele para ganhar um beijo todos os dias. E o garoto seguiu, superando os desafios por ser negro, pobre e deficiente visual.

RB7.2

ONG **do bem**

Mais que a satisfação pessoal por ter conseguido tanto quando poucos acreditavam, Natanael leva consigo a ideia fixa de que todos são iguais, seja negro, branco, rico, pobre, cego, cadeirante... Quem assiste às suas palestras não paga nada, leva apenas 1 quilo de alimento, distribuído no Hospital do Câncer ou Hospital de Cegos de cada cidade. Solidariedade! Mais uma marca de Natanael, fundador e presidente da ONG Visão do Bem, que tem o objetivo de ajudar e promover a inclusão do deficiente visual na sociedade e que oferece ajuda médica, jurídica, psicológica e educacional, além de bem-estar e alegria de viver. Da ONG nasceu o primeiro coral de cegos do mundo, que canta e encanta por onde passa. Mais uma conquista de Natanael Joaquim, que costuma fazer o seguinte questionamento em suas palestras: "Eles não enxergam, mas sentem. E vocês que enxergam, sentem o quê?"

DOCES **OPORTUNIDADES**

Uma grande oportunidade surgiu com um concurso para o Banco do Estado de São Paulo (Banespa). Na época, com 14 anos, se esforçou para entrar. Durante os exames, descobriram sua doença – toxoplasmose na retina – e, de seis oftalmologistas, ele foi aprovado por apenas um. "O meu anjo da guarda", diz. Encaminhado para um tratamento com raio laser em Campinas, a doença estacionou. No banco trabalhou muito (sempre tentando disfarçar o seu problema para não prejudicar o médico que lhe ajudou. Conseguia ler bem de perto). Também foi discriminado por ser negro. Estudou na escola São Judas Tadeu (foi pessoalmente falar com o diretor e conseguiu um desconto na mensalidade) e as pessoas riam e zombavam do rapaz que perdia o ônibus por não enxergar direito. Lá se formou técnico em publicidade. Passou a fazer comerciais para o banco e a ganhar melhor. Entre um evento e outro conheceu o cantor Billy Paul que, sensibilizado com seu problema, disse: "Quando você for aos Estados Unidos me procura. Vou levá-lo ao meu médico". Deixou o telefone e plantou um objetivo na cabeça de Natanael: chegar aos Estados Unidos, ser operado, aprender inglês e ampliar suas chances na vida.

SEM **LIMITES**

"Engraçado que minha chefe, que estava de partida para Nova York em lua de mel, disse que eu não iria conseguir o visto porque não tinha renda, casa e ainda porque eu era 'pretinho'. Aquilo só me deu mais forças para seguir em frente. Já fui para os Estados Unidos 17 vezes, ela apenas na lua de mel (*risos*)". A questão era: como conseguir a passagem? Foi buscá-la no programa *Corrida Maluca*, de Gugu Liberato, no SBT. Enviou 29 cartas pelo correio e levou mais uma pessoalmente à emissora para ser entregue ao apresentador. E com mais uma persistência, conseguiu o que queria. Participou da gincana e ganhou a viagem. O ano era 1993. Era tudo que Natanael queria naquele momento. Ele sabia que cresceria como pessoa. Para um homem como ele, é tudo que interessa! O resto é consequência de boas ações, de fazer e querer sempre o bem ao próximo. Nos Estados Unidos ele fez de tudo: trabalhou, estudou, aprendeu e observou (por que não?). A operação com o médico de Billy Paul não aconteceu, mas por conselho do próprio especialista. Sim! Ele foi atrás do que queria! De volta ao Brasil, virou intérprete de personalidades, professor de inglês, professor de otimismo. Escreveu um livro, *No Pain, No Gain* (*Sem sacrifício não se alcança nada*) e passa suas experiências dando palestras (*Enxergando no escuro*) pelo Brasil. Outro de seus dons é fazer amigos por onde passa. Chama a atenção de pessoas comuns, políticos, artistas... Seu próximo passo? "Vou ser entrevistado pela Oprah Winfrey. Eu acredito nisso, sei que vou estar lá!", afirma. E alguém duvida? **RB**

RB8

Futuro nos palcos

Marcos Miguel nutre um sonho desde pequeno: o de ser reconhecido. Ter os olhos de uma plateia voltados para ele é algo que parece chamar a sua atenção. Para tanto, precisa lutar bastante, já que o desemprego bateu recentemente em sua porta. Com 21 anos, o paulistano já sabe o que é ser afetado pela crise econômica. "Trabalhava em uma metalúrgica, mas com a crise financeira a empresa realizou vários cortes de custos e eu fui um deles", diz, entre risos. Mas desistir está longe dos planos do moreno. "Ainda vou arrumar meios de conseguir ir atrás do que eu realmente quero", afirma.

Como dizíamos, ser reconhecido é o sonho de Marcos, que pretende brilhar nos palcos e também nas passarelas. "Sempre quis ser ator e modelo. Já fiz um book e me agenciei. Graças a isso, participei de um desfile em Guarulhos e de um concurso de beleza. Não ganhei, mas peguei o segundo lugar", conta. Enquanto outros trabalhos não aparecem, o jovem encontra o seu caminho rumo ao tablado. "Em breve começo meu curso de teatro. Vou me especializar em artes cênicas. Quero conhecer Hollywood, Los Angeles e todos os lugares que puder ir", esclarece, com voz firme. Marcos sabe que o caminho é longo, mas segue sossegado e na paz, acreditando que cedo ou tarde vai encontrar o sucesso. Nós também acreditamos!

RB9

Veia **musical**

Samba, pagode e *flashes*. Esses são os três elementos fundamentais na vida de Carlos Rafael, de 26 anos. Esse paulistano passa a maior parte do seu tempo ensaiando e tocando com sua banda – sim, ele toca violão, cavaco e ainda canta – mas, entre um acorde e outro, o jovem encara a profissão de modelo e já pintou em propagandas e até em novelas. "Fiz figuração para uma novela da TV aberta. Não dispenso este tipo de trabalho, apesar do meu forte ser o modelo fotográfico", conta Carlos. Desde muito cedo envolvido com a música, ele arriscou os primeiros arranjos nos instrumentos de corda de forma autodidata. Agora seu projeto para o futuro envolve ajudar outros jovens a se iniciarem na música. "Minha banda tem cinco pessoas e nos conhecemos frenquentando as rodas de samba em algumas casas de show. Eu pretendo, em alguns anos, lecionar para os jovens, abrir uma escola de música para que todos tenham a oportunidade de aprender e tocar", revela. E o grupo, chamado Imagem Real, vai muito bem, com apresentações em grandes bares de São Paulo.

RB10.1

DESTAQUE / **ANDRÉ LUIZ PATRICIO**

Crônicas de um **ator negro**

Com mais de 20 anos de carreira, André Luis Patricio ainda enfrenta as mesmas dificuldades e preconceitos de quando começou no teatro de sua cidade natal. Com talento e dedicação, busca sair dos estereótipos geralmente reservados a um ator afro-brasileiro

por AMILTON PINHEIRO / *Fotos:* RAFAEL CUSATO

Um dos teóricos mais revolucionários da história foi Karl Marx (1818-1883), intelectual, socialista alemão, fundador do comunismo moderno, além de economista, filósofo, historiador, jornalista e, porque não, um humanista. Uma das muitas sentenças teóricas propagadas por ele dizia que, mesmo antes de nascermos, nossa posição na sociedade já estava estabelecida pela classe dos pais que nos gerariam. Mas o que isso tem a ver com a história do ator André Luis Patricio? Vamos por partes: nascido em Presidente Prudente, interior de São Paulo, há 37 anos, ele veio ao mundo fruto da relação da mãe, Maria Silvino Patricio, com um homem comprometido e, desde cedo, conviveu com as dificuldades por causa de sua condição de negro, pobre, filho ilegítimo e sonhador. "Minha mãe era doméstica, mas também poetisa. O meu brincar já era encenar e meus estúdios de rádio e TV eram os troncos de árvores", relembra o ator, com alegria. Mas no meio do caminho havia não só uma pedra, como diria o poeta Carlos Drummond de Andrade, mas várias delas. Quando sua mãe foi esfaqueada e morta por um vizinho, André estava com dez anos e, na ocasião, disse que teve um pressentimento, no momento que sua mãe estava sendo morta. Diante de tantos infortúnios, Karl Marx sentenciaria que o menino André Luiz estava realmente condenado a viver e morrer na classe social em que nasceu, até porque, órfão de mãe e praticamente de pai, suas possibilidades de ascender socialmente eram quase nulas. Mas, como um menino de asas, André pensava em voar...

RB10.2

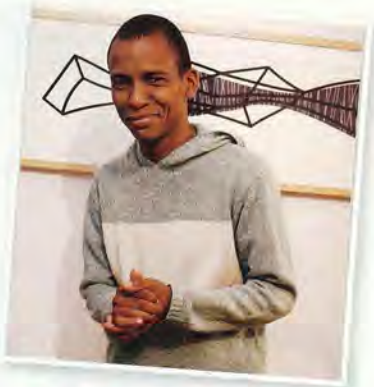
APESAR DE VOCÊ...

Com a ajuda de sua avó paterna, ele foi sendo criado e se criando (filho de pobre, ajuda a si próprio a se criar). O caminho foi estudar e trabalhar. Foram vários os picos para ir alimentando a sua sobrevivência e, quando se tornou jovem, o sonho de ser ator falou mais alto, nisso ele fez seu primeiro espetáculo teatral em sua cidade natal, *Quando Acordei Estava Morto*, com direção de Elizabeth Barbosa, onde fazia o papel do presidente Tancredo Neves. Antes mesmo de atuar no teatro, o jovem André havia se aventurado na dublagem (imitava o cantor Jairzinho) e pela militância política. Sua vocação, porém, era atuar, poder viver e sonhar com outras vidas, com histórias diferentes da sua precariedade material e imobilidade social. Os personagens oferecidos a ele no decorrer da carreira não variariam muito dos já conhecidos estereótipos do negro: marginal, bandido, traficante. Sobre isso ele desabafa: "Os cineastas, produtores, financiadores, patrocinadores, para realizarem suas obras precisam ser reféns de uma ordem financeira e social, onde se dividem as pessoas pelas classes A, B, C, D, E, em negros e brancos, em capital humano. Sendo negro, pobre e ator desconhecido da mídia, quase não há mobilidade social quando vamos fazer algum personagem que não seja os dos excluídos. Fica difícil mostrar que podemos fazer outros papéis". Ele trabalhou em outros espetáculos teatrais em sua cidadezinha. Certo tempo depois, André Luiz foi morar em São Paulo, até mesmo para fugir da sentença do intelectual Karl Marx (apesar de você), procurando novos rumos e possibilidades para a sua carreira.

> "ACHO QUE A RESPONSABILIDADE DO ATOR NUMA SOCIEDADE É TIRAR A BLINDAGEM DA VISÃO DAS PESSOAS, INCLUSIVE A DELE PRÓPRIA. MAS ISSO É INCOMENSURAVELMENTE UTÓPICO"

UM ATOR PENSANTE

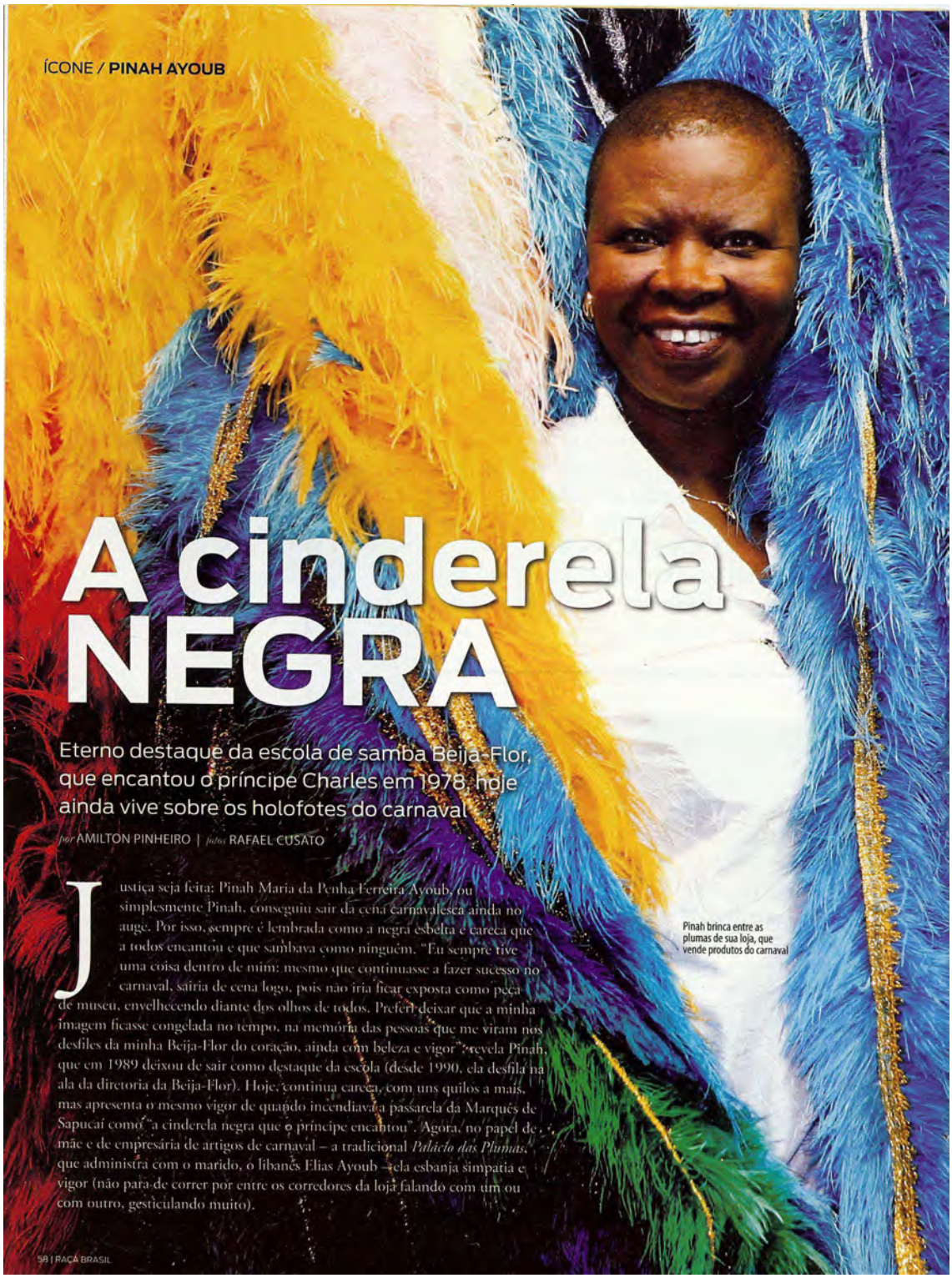
Em Sampa, dos versos e das prosas de Caetano Veloso e dos Demônios da Garoa, André Luiz encontrou maneiras criativas de alargar e aprofundar o seu universo de composição de personagens, conciliando os bicos que fazia para sobreviver com os estudos no teatro com dois grandes dramaturgos brasileiros: Gerald Thomas e Antunes Filho. "Foram experiências gratificantes que ajudaram a pensar com mais acuidade o meu ofício de ator, de criação de personagens", revela. O cinema sempre foi acalentado por André, que o enxergava, como fã da sétima arte, um veículo para extravasar suas alegrias e dores de vida, acumuladas ao longo dos anos. A tão esperada oportunidade de compor um personagem mais elaborado apareceu com um convite para trabalhar no segundo filme de Ricardo Elias, *Os 12 Trabalhos*, fazendo o personagem Maguila, amigo das "paradas" de Hércules, vivido pelo ator Sidney Santiago. Mesmo fazendo o papel de um bandido e numa única cena, ele conseguiu dar significados mais humanos e contraditórios para o personagem. "Lembro-me, quando fui assistir a pré-estreia dos *12 Trabalhos*, em 2006, morava no Jardim Cinira, na Grande São Paulo e não tinha dinheiro para pagar a passagem de ônibus até a Avenida Paulista. Tive que pedir ao cobrador para passar por baixo e nem me lembro mais como voltei para casa. Mas fui assistir ao filme, pois era meu primeiro trabalho num longa-metragem. Antes de sua exibição, a TV Cultura começou a me entrevistar, mas a produtora do filme, Van Fresnot, tentou controlar o que eu falava. Mas eu continuei falando, pois como dizia Gonzaguinha: se pedir pra calar, mais eu falo".



JOÃO DE SANTO CRISTO

Esse e outros episódios de preconceitos e obstáculos que vieram depois, não impediram André de continuar exercendo o seu papel: de ator e cidadão. "Acho que a responsabilidade do ator numa sociedade é tirar a blindagem da visão das pessoas, inclusive a dele própria. Mas isso é incomensuravelmente utópico. Sei também que essa é uma das minhas verdades utópicas, porque muitos atores, hoje, viraram operadores de telemarketing do capital, a maioria prefere isto", filosofa. André continua mandando *e-mails* para as produtoras e cineastas e, aos trancos e barrancos, vai fazendo suas pontinhas no cinema até que apareça um trabalho mais consistente que possa revelar seus "demônios atuantes". No filme *Salve Geral*, de Sérgio Rezende, em cartaz em alguns cinemas do Brasil, o ator fez uma pequena, mas especial participação, contracenando com a atriz Andréa Beltrão. Em 2010, devem entrar em cartaz o curta-metragem *Ninjas*, de Denison Ramalho (onde ele contracena com Flávio Bauraque e Juliana Galdino) e o longa-metragem *Um Homem Qualquer*, de Caio Vecchio, trabalho em que André faz uma participação ao lado dos atores Carlos Vereza e Eriberto Leão.
E o papel de destaque, quando virá? O tão aguardado personagem deve surgir em breve, pois, no final de outubro, André foi convidado pelo diretor José Eduardo Belmonte para fazer a leitura do roteiro de Paulo Lins para o filme *Faroeste Caboclo*, baseado na música homônima do grupo Legião Urbana. O longa será dirigido por René Sampaio no próximo ano e, na leitura, André Luiz fez o papel do protagonista João Santo Cristo. "Fui convidado em cima da hora e só recebi o roteiro no dia da leitura, mas consegui mostrar alguma coisa para o pessoal. Se for convidado para fazer o papel, vou mostrar com o mais intenso ímpeto de quem há muito tempo aguarda uma chance na carreira, o que acredito ser o trabalho de composição de um ator. Sonhar mais um sonho impossível, quem sabe?", espera André. **RB**

RB11.1



ÍCONE / **PINAH AYOUB**

A cinderela NEGRA

Eterno destaque da escola de samba Beija-Flor, que encantou o príncipe Charles em 1978, hoje ainda vive sobre os holofotes do carnaval

por AMILTON PINHEIRO | *fotos* RAFAEL CUSATO

Justiça seja feita: Pinah Maria da Penha Ferreira Ayoub, ou simplesmente Pinah, conseguiu sair da cena carnavalesca ainda no auge. Por isso, sempre é lembrada como a negra esbelta e careca que a todos encantou e que sambava como ninguém. "Eu sempre tive uma coisa dentro de mim: mesmo que continuasse a fazer sucesso no carnaval, sairia de cena logo, pois não iria ficar exposta como peça de museu, envelhecendo diante dos olhos de todos. Preferi deixar que a minha imagem ficasse congelada no tempo, na memória das pessoas que me viram nos desfiles da minha Beija-Flor do coração, ainda com beleza e vigor", revela Pinah, que em 1989 deixou de sair como destaque da escola (desde 1990, ela desfila na ala da diretoria da Beija-Flor). Hoje, continua careca, com uns quilos a mais, mas apresenta o mesmo vigor de quando incendiava a passarela da Marquês de Sapucaí como "a cinderela negra que o príncipe encantou". Agora, no papel de mãe e de empresária de artigos de carnaval – a tradicional *Palácio das Plumas*, que administra com o marido, o libanês Elias Ayoub –, ela esbanja simpatia e vigor (não para de correr por entre os corredores da loja falando com um ou com outro, gesticulando muito).

Pinah brinca entre as plumas de sua loja, que vende produtos do carnaval

RB11.2

A TRAJETÓRIA E O AUGE

Pinah, que é formada em moda pelo Senac, começou a carreira como modelo, desfilando como manequim de Jésus Henrique nos idos da década de 70. E foi através do amigo Joãosinho Trinta (que a convidou para participar do desfile do carnaval da Beija-Flor), que ela se tornou popularmente conhecida. "Eu nunca fui passista, como todos pensam, pois desde o meu primeiro carnaval, em 1976, sempre saí como destaque", esclarece. O auge viria em duas ocasiões: uma em 1978, quando dançou para o príncipe Charles na apresentação que a Beija-Flor fez no Palácio de Buckingham, na Inglaterra. "Foi muito engraçado vê-lo dançar daquele jeito desengonçado, com passos à lá Charleston. No outro dia, o lugar onde estávamos foi tomado por jornalistas do mundo inteiro que queriam me entrevistar. Lembro que o pessoal que foi comigo para a Inglaterra perguntou se eu tinha feito alguma coisa errada, tamanho era o tumulto. A partir daquele dia minha vida se transformou numa coisa alucinante. Passei a viajar e trabalhar ao redor do mundo e todos lembravam do episódio da dança com o príncipe Charles. Muita gente comentou se eu tinha tido um caso com ele, mas nunca tive nada, até porque, não queria endossar a imagem da mulher brasileira e, principalmente, da negra, lá fora: de mulher fácil, ou seja, de prostituta", relembra, sorrindo. O outro ponto alto da carreira que Pinah guarda com muito carinho foi em 1983, quando a Beija-Flor a homenageou, entre outras personalidades negras, com o samba-enredo *A Grande Constelação das Estrelas Negras*. A escola foi campeã do carnaval carioca daquele ano e o refrão do samba-enredo ficou gravado na memória de todos nós brasileiros: *Pinah, êêê Pinah, a cinderela negra que ao príncipe encantou...* "Para mim, aquilo foi a consagração definitiva e nunca mais sairá da minha mente, 90 mil pessoas cantando o nosso samba-enredo. Foi um momento mágico e eterno, que guardo, como se guarda as coisas mais preciosas da nossa vida".

Para a artista Pinah, foi realmente um momento mágico, porém, mesmo diante de tantas glórias, a mais intensa e feliz, segundo ela, foi quando deu à luz a sua única filha, Claudia – "sem o acento no "a", por favor, pois ela foi registrada sem o acento e não gosta que coloque o nome dela errado", avisa Pinah –, hoje com 18 anos e estudante de Artes Plásticas. Foi por causa da gravidez que Pinah deixou de desfilar pela primeira vez na Beija-Flor, em 1991. "Quando engravidei da Claudia, já tinha abortado involuntariamente cinco bebês e o meu médico me aconselhou a não desfilar para não correr o risco de um novo aborto. Obedeci, claro!"

Pinah samba enquanto o príncipe Charles improvisa uns passos de *Charleston*. Por conta desse episódio ela ficou mundialmente conhecida

APEGO AO PRÓXIMO

Quando Neguinho da Beija-Flor ficou sabendo que tinha câncer, decidiu que não iria fazer quimioterapia, pois achou que não valeria a pena. Mas foi a sua amiga Pinah que lhe convenceu a fazer o tratamento, pois ela mesma já tinha passado por isso, anos atrás, quando venceu um câncer de intestino. "Eu falei para o Neguinho que ele tinha que fazer o tratamento por mais doloroso que fosse, pois sem o tratamento suas chances seriam quase nulas para se curar e a continuação de sua vida valia todo aquele sofrimento. Ainda bem que ele seguiu meus conselhos", diz Pinah que, mesmo sendo católica, não discrimina outras religiões. O seu marido é espírita e parte de sua família pratica o candomblé. "Meus bisavós eram senegaleses e tenho muito carinho pela prática das religiões africanas. Tenho minha crença em Deus, independentemente de qualquer religião. Deus gosta muito de mim e eu dele. Às vezes, xingo-o, mas continuo gostando dele", diz, entre risos. Talvez por ter visto a morte de frente quando teve câncer, ela não tem medo de morrer, quer sim é viver muito ainda. "Adoro a minha vida, a minha família, os meus amigos e tudo o que faço. Sei que vou morrer e isso faz com que eu não me apegue as coisas materiais e sim ao próximo, ao outro", completa. **RB**

RB12.1

A BAHIA lhe deu RÉGUA e COMPASSO

Ver Clécia Queiroz, no palco, dançando e cantando sambas de roda, é mergulhar na cultura do Recôncavo Baiano. Como uma embaixadora cultural, ela empunha orgulhosa o estandarte do samba, que andava moribundo em sua terra

por OSWALDO FAUSTINO | *fotos* RAFAEL CUSATO

Na década de 80, a Bahia rompeu a hegemonia mercadológica fonográfica do eixo Rio-São Paulo ao divulgar nacional e internacionalmente o chamado Verão Baiano, que se tornou uma usina de sons e ritmos e um verdadeiro mito. Todo ano, artistas como Sarajane, Luiz Caldas, Gerônimo, Missinho, o guitarrista Armandinho, Moraes Moreira e bandas como a Reflexus, Mel e Chiclete com Banana lançavam sucessos para alimentar esse mito. Com forte dose de preconceito, um crítico paulista usou a saudação dos praticantes do candomblé para ironizar e associar esses sucessos a mau gosto, chamando-os de Axé Music. Em pouco tempo, porém, a indústria cultural transformou o termo em sinônimo de música baiana. "Axé é a força máxima do Candomblé, a força interior que todos temos e que, graças aos orixás, à nossa dedicação e ao cumprimento de nossas obrigações, nos fortalece cada vez mais", explica Clécia Queiróz, dançarina, atriz e cantora que iniciou sua carreira profissional nos anos 90. Para mostrar a diversidade de ritmos e da musicalidade baiana, em 1998, lançou seu primeiro CD, intitulado *Chegar à Bahia*. O mesmo mercado que abriu as portas à *Axé Music*, as trancou para o samba da Bahia. Foi isso que levou Clécia a criar o projeto *Casa do Samba*, que levava artistas do Recôncavo e outros sambistas baianos ao extinto Teatro da Praia, entre 2001 e 2003. Essa experiência, porém, não só a estimulou na produção de seu segundo disco, que leva o nome de Samba, mas a transformou numa guerreira incansável, assumindo a missão de reavivar e divulgar a produção dos compositores desse estilo musical, que a cantora define como "a raiz da musicalidade brasileira".

E lá foi Clécia, Recôncavo Baiano afora, buscar em Santo Amaro da Purificação, Cachoeira, São Francisco do Conde e outros redutos o que de mais autêntico existe nessa musicalidade. Em Acupê, descobriu o jogo da toalha: um membro do grupo dança com uma toalha, que é passada para uma dançarina da roda, que se destaca no centro da mesma. "Tudo é na mais completa simplicidade, os versos falam do cotidiano, da pesca, dos barcos, do corte da cana. Mas a dança é de uma sofisticação ímpar. Os pés juntos são mexidos com tanta elegância que refletem nos movimentos dos quadris".

SALVE **ROQUE FERREIRA**

Libriana e filha de Oxun, desde os 13 anos, Clécia estudou dança e chegou a participar dos grupos Odundê e Origens. "E foi pela dança que o samba de roda entrou na minha vida. Ao me graduar em Dança, pela Universidade Federal da Bahia (UFBa), pesquisei manifestações populares de origem afro. Em 2004, ganhei uma bolsa de estudo para fazer mestrado em Performance Art, pela Howard University, a primeira universidade negra dos EUA. Lá aprofundei minhas pesquisas de cultura africana". Durante sua permanência em Washington, Clécia se tornou assistente da própria professora de improvisação, fez vários shows e participou, cantando, da maioria dos eventos da embaixada brasileira na capital americana. Numa master class, o percussionista e cantor Grade Tate – que trabalhou com grandes divas do Jazz como Sara Vaughan e Ella Fitzgerald – a apelidou de Billie Holliday brasileira. Ao retornar a Salvador, encontrou outros artistas fazendo samba e um espaço aberto para esse estilo musical. "Mesmo assim, para os sambistas da Bahia o espaço é infinitamente menor que para os cariocas, que também são muito mais bem pagos". Retomando a bandeira do samba de roda, descobriu entre os grandes sambistas baianos, como Batatinha, Riachão, Edil Pacheco, Ederaldo Gentil, Nélson Rufino e Walmir Lima, um compositor de mais de 400 sambas gravados por grandes nomes da MPB – de Clara Nunes e Maria Bethânia a Zeca Pagodinho e Martinho da Vila – mas desconhecido do público, chamado Roque Ferreira, nascido em Nazaré das Farinhas (BA). "Pedi a Roque alguns sambas para meu trabalho seguinte e ele me mandou seis ótimos. Depois, mais 11, todos inéditos. Cantamos em vários shows e decidimos fazer um disco só com sambas dele", conta a cantora. Além de 11 composições de Roque Ferreira – 10 inéditas e uma regravação –, o CD *Samba de Roque* traz uma faixa bônus com uma composição de Dona Dalva Damiana de Freitas, e uma seleção de Chulas de domínio público. Tal como no disco, no show Clécia esbanja brejeirice, talento tanto vocal quanto de dança e sensualidade, ela interpreta um malandro baiano: "É na hora em que canto Pimenteira e danço com uma garota com uma peneira cheia de pimenta e preservativos. Aproveito para alertar o público de que todo amor apimentado tem de ser preservado". Como se trata de um show interativo, as 'camisinhas' são distribuídas ao público, que também é convidado a dançar com a cantora e as dançarinas Edeise Gomes e Laís Rocha.

RB12.2

TURNÊ E **AFRICANIDADE**

Hoje, além de viajar fazendo o show baseado no CD *Samba de Roque*, Clécia Queiroz dá curso de dança afro da Escola de Dança na Fundação Cultural do Estado da Bahia. "Toda menina de 8 ou 9 anos sonha em estudar dança naquela escola. Mas a maioria se imagina dançando balé. Apesar de na Bahia 86% da população ser negra, as meninas negras se acham feias, de cabelos feios e suas mães, principalmente as evangélicas, não queriam que as filhas fizessem dança afro. Pedi que me dessem um voto de confiança. Se não gostassem eu mudaria o curso. Numa aula sobre a dança de Oxum, chamei as mães para dançarem também. Até as evangélicas vieram e gostaram". Clécia conta que foram seis meses criando uma relação de conquista, amizade e fortalecimento da identidade: "Hoje as meninas todas fazem tranças e as colocam presas no alto da cabeça. Sabem que são lindas. Dançam o maracatu e outras danças de origem afro. Já iniciamos também um curso de capoeira para atrair os meninos". Numa entrevista a um jornal da Bahia, Clécia declarou que é "filha adotiva da casa Kalebocum", um dos únicos terreiros ijexá de Salvador, no bairro Plataforma. "Tomei uma bronca do meu pai por causa da palavra 'adotiva' e ele começou a minha iniciação. No show, falo de Oxossi, Iassã, Oxun e uso folhas sagradas que são colhidas pelos ogãs da família da casa Kalebocum". Ela ressalta que não teme fundir o sagrado ao artístico e finaliza: "Para mim, o público também é sagrado e merece apenas o melhor de mim". **RB**

RB13.1

RB13.2

Uma voluntária em MOÇAMBIQUE

Deixar a segurança da casa paterna, o aporte familiar, e viajar milhares de quilômetros, numa missão de voluntariado, mais que uma grande aventura e um ato humanitário, foi um encontro de Stella Machado consigo mesma e com uma melhor compreensão de sua negritude

por OSWALDO FAUSTINO | *fotos* RAFAEL CUSATO *e* ARQUIVO PESSOAL

O brilho no olhar, o sorriso constante e a aparente fragilidade da jovem Stella Machado das Chagas, de 30 anos, escondem uma mulher determinada a ajudar as pessoas e a combater qualquer manifestação preconceituosa. "Lembro que no primário, uma professora de História disse algo menosprezando os escravos. Eu era criança, mas bati boca com ela. Tenho o maior orgulho de minha ascendência africana". Aliás, se quiser ofendê-la, chame-a de 'morena'. A reação é imediata: "Sou negra! E me orgulho disso!", disse taxativa. Nascida em São Roque, no interior do Estado de São Paulo, Stella reside em Vargem Grande Paulista e conta que o Continente Africano sempre a fascinou. "Meu trabalho de Conclusão de Curso (TCC), na Faculdade de Letras, se baseou num estudo sobre a África, antes da chegada dos europeus, sobre o qual tracei uma linha até as influências na cultura afro-brasileira", nos conta. Apesar de pertencer a uma família católica, aos 23 anos, converteu-se à Igreja Adventista do Sétimo Dia, que possui missões de ajuda humanitárias no Continente Africano. A exibição de filmes a respeito alimentou ainda mais seu desejo de ir em busca das próprias origens. Pela internet, Stella descobriu, em 2008, uma ONG que arregimentava jovens para trabalhar como voluntários, que eram preparados em Michigan, nos EUA: "Como eu não tinha dinheiro para a viagem, me comprometi a arrecadar, em três meses, naquele país, os 3.800 dólares da minha bolsa de estudo mais a passagem. E, depois, durante seis meses, além do estudo, tive de levantar, em cinco estados americanos, os 6 mil dólares, que custeariam minha viagem, também por seis meses, à África", esclarece.

EM TERRAS ESTRANGEIRAS

Stella chegou em Michigan, no mês de maio, e integrou uma equipe de cinco pessoas, além dela, mais duas brasileiras, Cris e Marcela, a coreana Sun e a japonesa Saki, coordenadas pelo queniano Robert. "Nosso compromisso era arrecadar a verba suficiente para custear a equipe toda. Foi uma dureza, mas conseguimos, no final de outubro", diz. Em novembro, o grupo chegou em Joanesburgo, na África do Sul, sob calor de mais de 40 graus. "Pior era o medo, pois se falava muito em genocídio do povo Zulu", nos revela. As amigas de jornada, Cris e Saki ficaram naquele país. As demais juntaram-se à brasileira Aline, que se preparou na Califórnia. "Seguimos para Moçambique. Nosso maior horror, porém, ocorreu durante as oito horas até a capital, Maputo, num ônibus superlotado e infestado por baratas", completa.

Stella e a amiga Aline chegando em Moçambique. Travessia da fronteira com a África do Sul

RB13.3

Uma prática diária: garotos jogam futebol em Moçambique

Alunos do EPF cantando e dançando

TRABALHO E HISTÓRIA LOCAL

As voluntárias ficaram num bairro chamado Machava e foram trabalhar na Escola Professores do Futuro (EPF), administrada pela ONG: "Recebíamos uma ajuda de custo mensal de 4 mil meticais, quando o salário-mínimo é de 2 mil. Preparávamos educadores e tivemos muito trabalho para convencê-los de que não poderiam impingir castigos físicos – varadas – às crianças. Na escola, onde nossos alunos estagiavam, não havia carteiras. As aulas eram dadas sob as árvores e as 70 crianças sentavam-se no chão. Elas nunca sorriam. Havia muita tristeza em seus olhos". As mulheres, de capulana – tecidos multicoloridos amarrados como saia, ressaltando seus largos quadris – encantavam Stella por sua beleza e pela esperança num país melhor: "Foi lindo vê-las comemorar o 7 de abril, Dia da Mulher Moçambicana, data da morte de Josina Machel, que era mulher do líder da Frente de Libertação de Moçambique (Frelimo), Samora Machel, e que mais tarde foi o primeiro presidente, após a independência.

DESAFIOS E GRATIFICAÇÕES

Passados os seis meses do programa da ONG, Stella foi convidada por dirigentes da Igreja Adventista local para ser diretora, por mais seis meses, de uma escola de educação infantil, em Marrotas. "Aí, foi outra realidade. Nessa escola, havia salas de aulas, com carteiras e boa estrutura. Interferíamos diretamente no programa educacional. Agora, nosso trabalho era lutar contra a ideia de que as pessoas brancas são melhores, mais bonitas, mais inteligentes, do que os negros", fala. E revela uma das suas maiores alegrias no trabalho: "Uma história inesquecível foi a do menino Omar, de quatro anos, cujo pai devolveu a mãe para a família dela, por não considerá-la boa dona de casa. Omar era o caçula de quatro irmãos. Ele ia para a escola sujo, com muitas feridas e era uma criança revoltada. Chamei o pai e conversamos a respeito. Ele foi receptivo e ficou com os olhos lacrimosos. Comprou a pomada, que lhe foi indicada, e o menino começou a ir mais limpo à escola. Gostava de exibir as feridas sendo cicatrizadas. Na festa de fim de ano, porém, Omar foi a única criança, cujos pais não estavam presentes. Eu, então, me tornei mãe dele. E ele ficou muito grato e carinhoso. Só de lembrar me emociono". Stella encerra a entrevista em XiChangana: "Canimmambo (Obrigado), Moçambique! Impossível não agradecer a esse país que, por um ano, me tratou como uma macuero (irmã). Quero dizer-lhe nakuranza (eu te amo). Se Deus quiser, um dia hei de retornar". **RB**

O gartoto Omar

RB14.1

APARECIDA PETROWKY

E AGORA JOSÉ

De fisioterapeuta anônima para estrela do horário nobre da Rede Globo, Aparecida Petrowky faz um balanço de sua vida depois da fama

por ELIANE MARTINS

Antes de interpretar a Sandrinha em *Viver a Vida*, Aparecida Petrowky, de 27 anos, circulava tranquilamente por Ipanema, bairro onde mora no Rio de Janeiro desde os 18 anos. Mas o sucesso da rebelde personagem que sofreu por causa de um amor bandido na história de Manoel Carlos, fez com que pacientes como o *chef* José Hugo Celidônia, a estilista Lenny Niemeyer e a modelo e atriz Letícia Birkheuer perdessem, de vez, a competente fisioterapeuta...

Fisioterapeuta? "Sempre tive preocupação com os idosos e com a saúde das pessoas", comenta Aparecida, que se especializou em traumato-ortopedia e drenagem linfática.

Ela teve duas mães. A biológica, Glória Geralda, engravidou dela aos 15 anos e decidiu entregá-la para a irmã, Vera, criar. Só aos cinco anos de idade conheceu Glória, com quem acabou vivendo após a morte de Vera. Aos 18 anos, mudou para a zona sul carioca e foi cursar Fisioterapia. Nessa época, não

FOTO DIVULGAÇÃO

RB14.2

passava por sua cabeça ser atriz. "Resolvi fazer teatro por indicação de uma psicóloga da minha faculdade de Fisioterapia, por eu ser extremamente tímida, eu precisava falar em público para expor trabalhos", recorda. E não são apenas os famosos citados acima que devem perder a fisioterapeuta predileta, pois Aparecida não quer mais saber de fisioterapia, pelo menos por enquanto. "Como fisioterapeuta, acredito que vai demorar um pouco para eu voltar a exercer a profissão. Agora, estou totalmente focada na minha carreira de atriz e quero continuar trabalhando na emissora que me abriu as portas", assume.

OUTROS ARES...

Tablado, Rei Ator, Escola Villa Lobos e Grandes Atores foram os lugares por onde Aparecida passou (além da faculdade de Artes Cênicas) e fez escola. Desde 1998, encenou cinco peças, tendo produzido e dirigido a mais recente, *Zeluda*, em 2007. Com o fim da novela, ela faz um balanço de sua vida depois da fama e desconversa quando questionada se sua situação financeira mudou depois do sucesso na trama. "A melhor resposta vem do público. Carinho, amor e reconhecimento do meu trabalho vindo de crianças, jovens, como de adultos", explica a atriz.

Expectativas para o futuro, Aparecida tem muitas, além de projetos paralelos como escrever um livro vinculado ao projeto social. A atriz explica que *Mulheres D.Marta* é um livro de sua autoria que ainda está sendo formatado. "Pretendo transforma-lo em uma peça", conclui. **RB**

★ **Vamos falar de preconceito?**
Nunca sofri, nunca mesmo. Mantive, e mantenho, respeito com as pessoas e talvez por isso ninguém nunca me destratou ou foi indiferente comigo. Se alguém o fez, não notei. Foi indiferente pra mim, porque nunca me limitei a fazer nada por conta da minha cor. Minha família sempre me educou para ser eu mesma. Sem preconceito algum.

★ **O que pensa sobre o assunto?**
O preconceito está na cabeça de quem, provavelmente, não respeita nenhum indivíduo na sua interação social. Isso vale para negros, índios, orientais, pardos e indivíduos vindo de outros territórios pelo Brasil afora!

★ **E o núcleo de atores negros em *Viver a Vida*, considerado inovação?**
O Brasil precisa abrir a mente para acabar com vários preconceitos. Inclusive, o racismo. Olha o Obama aí! Hoje, presidente dos Estados Unidos. Coisa que, anos atrás, jamais seria possível. Vamos nos acostumar a ver negros e brancos na mesma situação social e sócioeconômica.

TÔNICA

Cultive hábitos saudáveis para viver melhor.

Leia a revista Viva Saúde.

NAS BANCAS!

EU AMO Revista
É bom de ver, é bom de ler.

EDITORA ESCALA
PAIXÃO POR REVISTAS

Compre também pelo www.escala.com.br ou 11 3855-1000

ANEXOS

Parte 2 – Revista *Junior*

J1

ROLLEX :: Vocalista de banda argentina indie esbanja lirismo e paixão

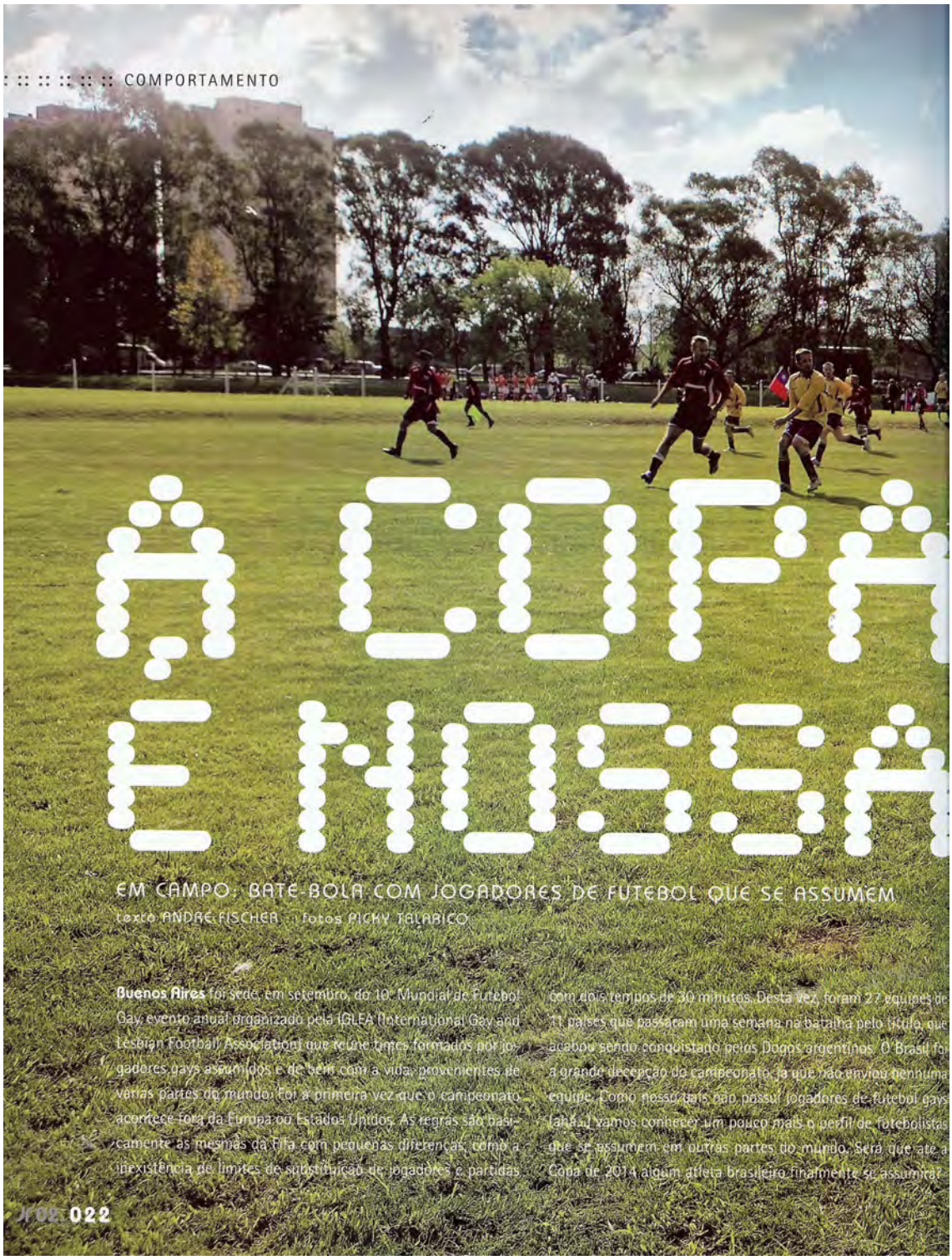
Simpático, sexy e dono de uma voz levemente grave, porém suave, Federico Leites, cantor argentino à frente do projeto Rollex, teria todos os requisitos necessários para ser mais um latin lover da música, não fosse sua forte paixão por sonoridades que superam os limites de rótulos geográficos. "Há cinco anos começamos com uma banda de jazz e bossa nova, mas só com o passar do tempo é que a diversão e as raízes se tornaram mais latinas em nossos shows. Hoje fazemos entre 4 e 8 shows ao mês e nosso repertório vai de Shakira a Julio Iglesias, passando por Lila Downs e Connie Francis, até temas próprios baseados no cha cha cha ou em guajiras", revela o charmoso vocalista assumido de 26 anos a JUNIOR.

Acompanhado por Rodrigo Alderete na guitarra, Alvaro Ortuño na bateria e percussão e Martin Gonzales no baixo e cavaquinho, Federico Leites brilha nos palcos a cada apresentação, parte por seu universo mágico de melodias doces, parte pelo exímio cuidado estético que acompanha seus shows.

"O show que fazemos atualmente foi pensado a partir do filme '2046', de Wong Kar-Wai e, por isso, é repleto de boleros, coquetéis e amores impossíveis", explica Federico. Sobre os ensaios e a música feita por Rollex (evolução do nome anterior da banda, Rolley Flex), o argentino é poético. "Ensaiamos bastante, mas cada canção mantém sempre uma intriga a cada vez que se interpreta. Ela se modifica, muta, se expande e se alenta. Gostamos disso na música, que permaneça e mude ao mesmo tempo. Como a vida".

No momento a banda grava um disco ao vivo, idealizado para reunir os climas das diversas apresentações do grupo em clubes de jazz, bares, eventos, teatros, salões e, como definem, "em qualquer lugar onde exista a vontade". Sobre voôs mais altos, Federico Leites responde mais uma vez com uma frase dúbia. "Já temos viajado, mas não o bastante. Afinal, as viagens nunca são o suficiente". **(Tino Monetti)**

J2.1



:: :: :: :: :: :: COMPORTAMENTO

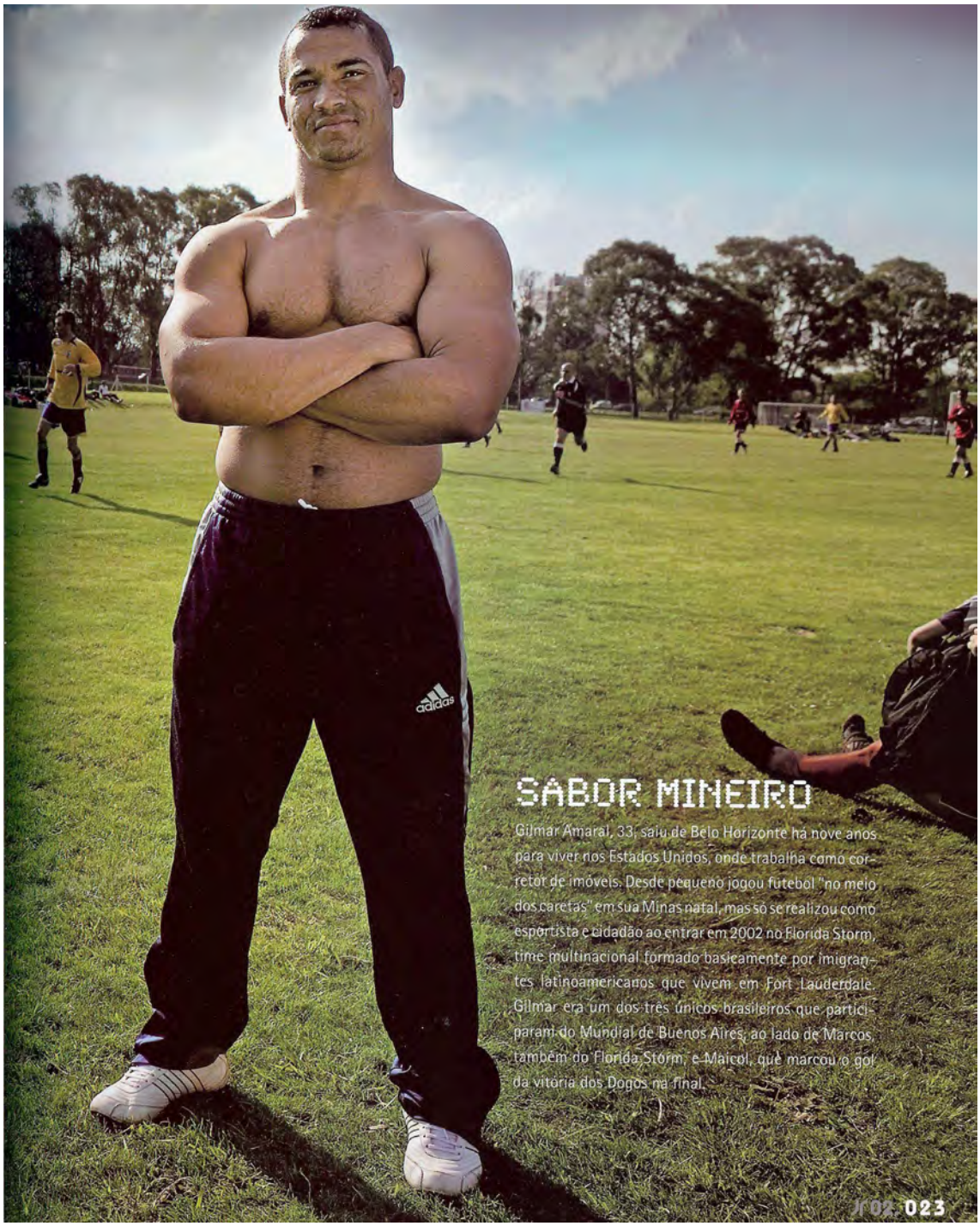
A COR DA MODA

EM CAMPO, BATE-BOLA COM JOGADORES DE FUTEBOL QUE SE ASSUMEM

texto ANDRÉ FISCHER · fotos RICKY TALABICO

Buenos Aires foi sede, em setembro, do 10º Mundial de Futebol Gay, evento anual organizado pela IGLFA (International Gay and Lesbian Football Association) que reúne times formados por jogadores gays assumidos e de bem com a vida, provenientes de várias partes do mundo. Foi a primeira vez que o campeonato acontece fora da Europa ou Estados Unidos. As regras são basicamente as mesmas da Fifa, com pequenas diferenças, como a inexistência de limites de substituição de jogadores e partidas com dois tempos de 30 minutos. Desta vez, foram 27 equipes de 11 países que passaram uma semana na batalha pelo título, que acabou sendo conquistado pelos Dogos argentinos. O Brasil foi a grande decepção do campeonato, já que não enviou nenhuma equipe. Como nosso país não possui jogadores de futebol gays (ainda...), vamos conhecer um pouco mais o perfil de futebolistas que se assumem em outras partes do mundo. Será que até a Copa de 2014 algum atleta brasileiro finalmente se assumirá?

J2.2


SABOR MINEIRO
Gilmar Amaral, 33, saiu de Belo Horizonte há nove anos para viver nos Estados Unidos, onde trabalha como corretor de imóveis. Desde pequeno jogou futebol "no meio dos caretas" em sua Minas natal, mas só se realizou como esportista e cidadão ao entrar em 2002 no Florida Storm, time multinacional formado basicamente por imigrantes latinoamericanos que vivem em Fort Lauderdale. Gilmar era um dos três únicos brasileiros que participaram do Mundial de Buenos Aires, ao lado de Marcos, também do Florida Storm, e Maicol, que marcou o gol da vitória dos Dogos na final.
023

J2.3

MENINO DO RIVER
Cristian Cáceres, 21, nasceu da província de Missiones, onde chegou a jogar profissionalmente no Atlético Brow e Candelária. Pouco depois de se mudar para Buenos Aires, há cerca de dois anos, estava na Amerika, a maior boate gay local, quando foi convidado por amigos para participar de um bate-bola com os Dogos no domingo seguinte. No final do jogo já fazia parte da equipe principal do time, que se sagrou campeão no Mundial da Argentina. Cristian trabalha como carpoteiro, treina três vezes por semana e é fã ardoroso do River Plate, cuja escudo tem tatuado em seu biceps direito.
N.º 02 024

J2.4

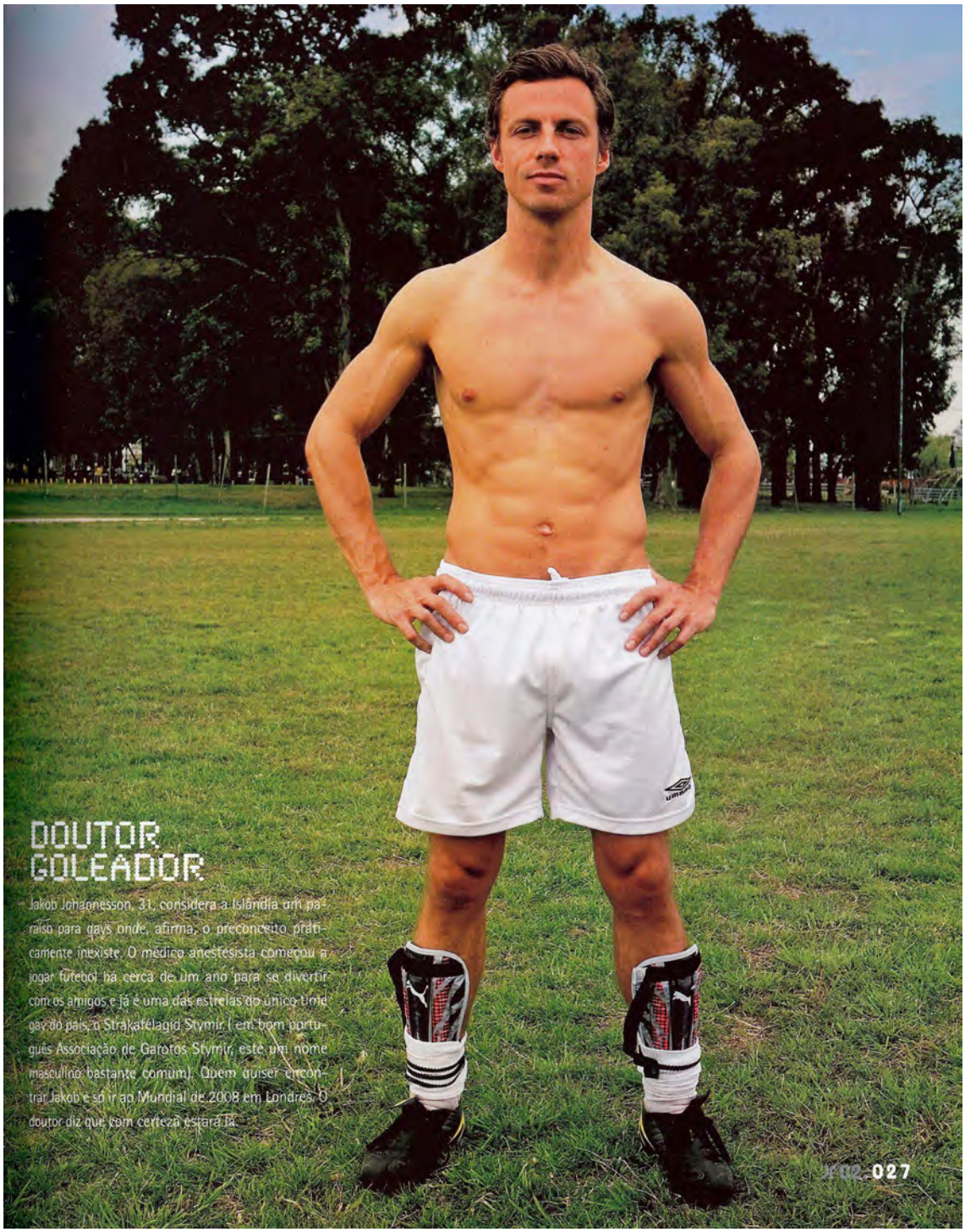
GUAPO CELESTIAL

O uruguaio Jonathan Martinez, 20, fez um enorme (e merecido) sucesso nas quadras do Mundial, sobretudo com os jogadores gringos. Ele é estudante de publicidade em Montevidéu, torcedor fanático do tri-campeão mundial Nacional e joga há um ano no Uruguay Celeste, único time gay do país, com quem treina duas vezes por semana. O guapo participou da maior goleada do campeonato, 7 a 1 sobre o Left Manchester.

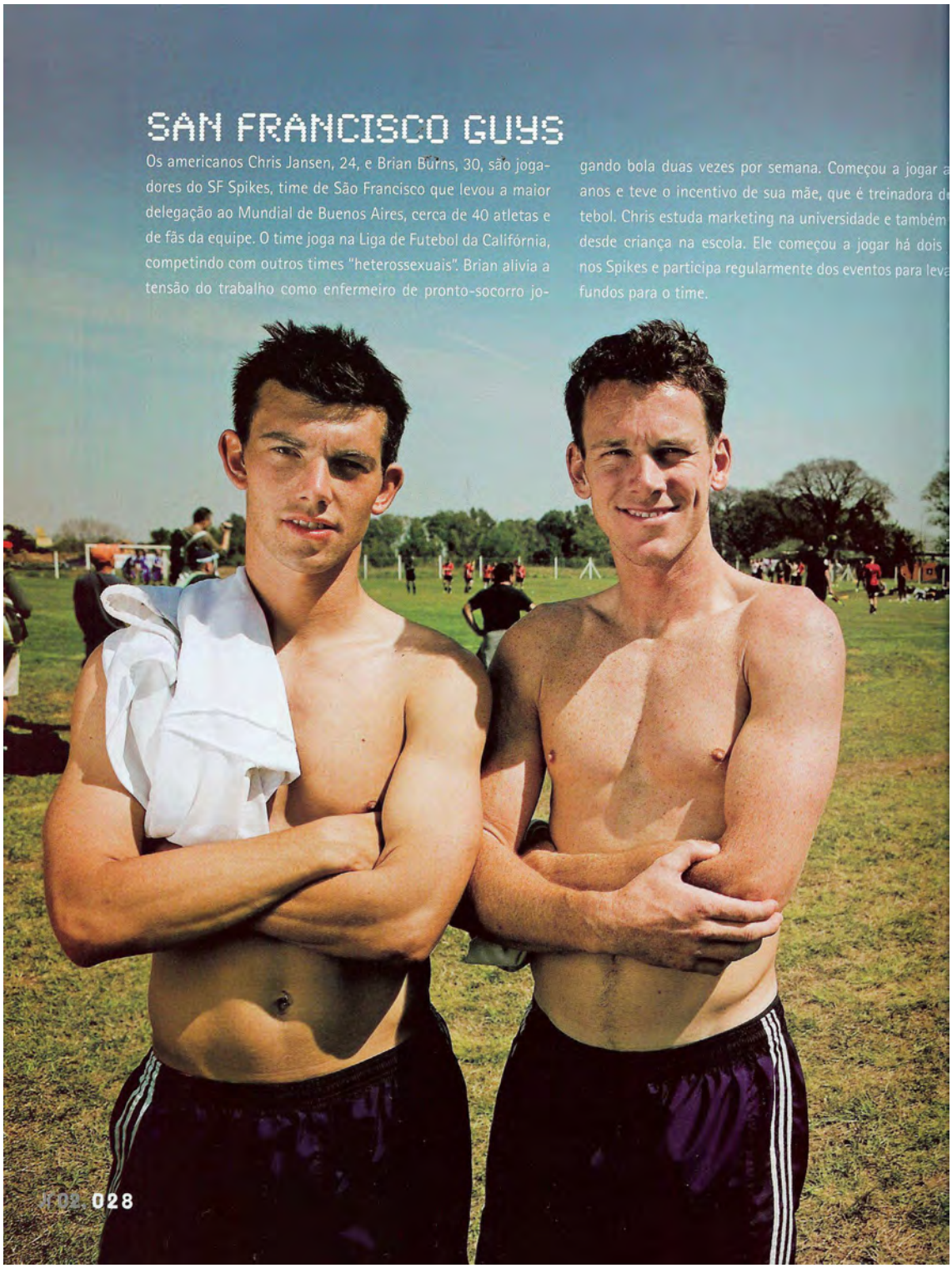
J2.5

BRIT POP
O goleiro do London Titans, Daniel Maddison, 21, chegou na equipe por meio de seu melhor amigo, que vem a ser o treinador. Dan é engenheiro de telecomunicações durante a semana e há dois anos, todos os domingos, se reúne com os amigos para bater bola. Seu time, um dos dez que fazem parte da Liga Inglesa de Futebol Gay, perdeu a final da segunda divisão do Mundial para o West Hollywood. Ele pode ter sido vice no gramado, mas, sem dúvida, foi o campeão de estilo.
02. 026

J2.6


DOUTOR
GOLEADOR
Jakob Johannesson, 31, considera a Islândia um paraíso para gays onde, afirma, o preconceito praticamente inexiste. O médico anestesista começou a jogar futebol há cerca de um ano para se divertir com os amigos e já é uma das estrelas do único time gay do país, o Strákafélagid Stymir (em bom português Associação de Garotos Stymir, este um nome masculino bastante comum). Quem quiser encontrar Jakob é só ir ao Mundial de 2008 em Londres. O doutor diz que com certeza estará lá.
027

J2.7



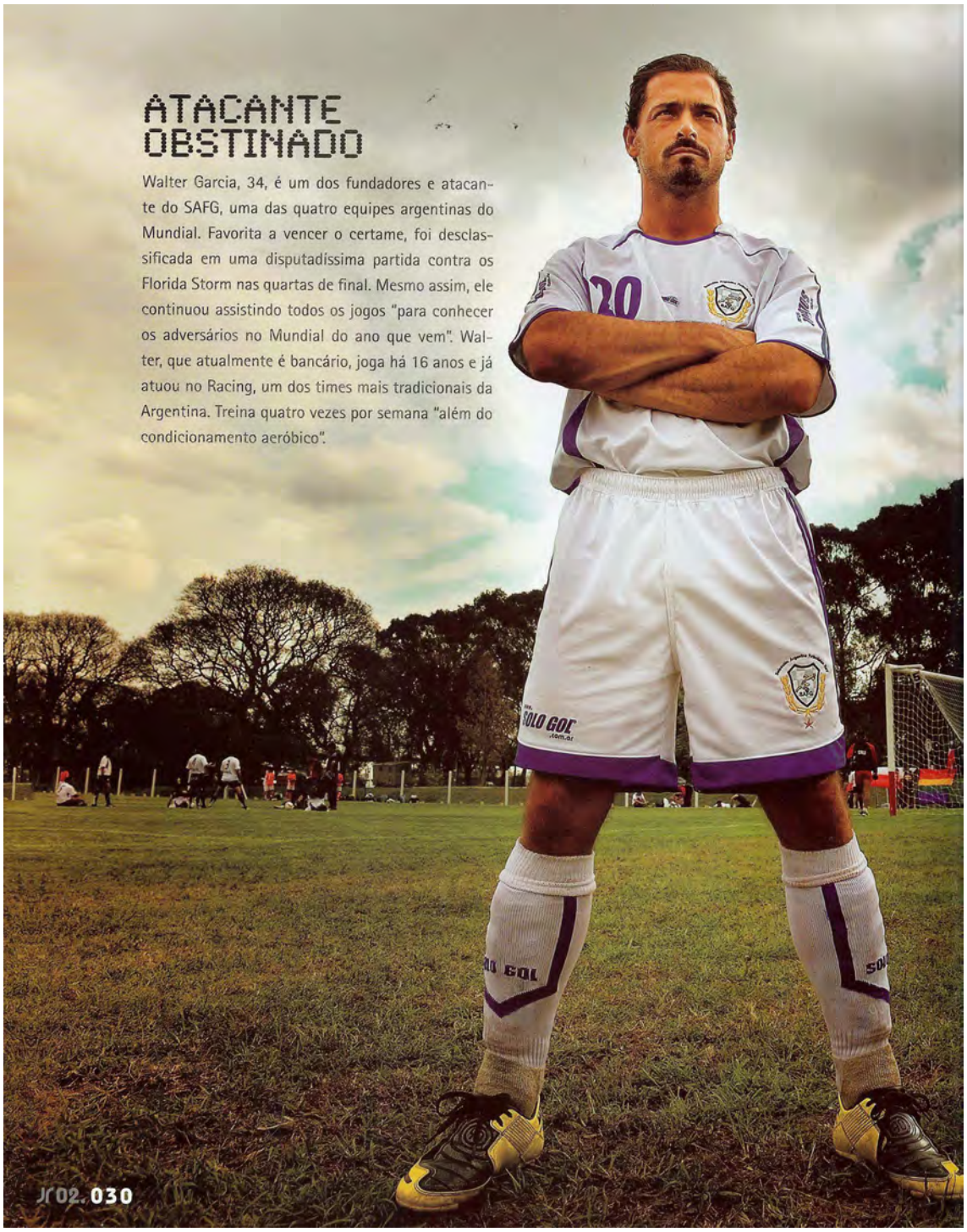
SAN FRANCISCO GUYS

Os americanos Chris Jansen, 24, e Brian Burns, 30, são jogadores do SF Spikes, time de São Francisco que levou a maior delegação ao Mundial de Buenos Aires, cerca de 40 atletas e de fãs da equipe. O time joga na Liga de Futebol da Califórnia, competindo com outros times "heterossexuais". Brian alivia a tensão do trabalho como enfermeiro de pronto-socorro jogando bola duas vezes por semana. Começou a jogar a anos e teve o incentivo de sua mãe, que é treinadora d tebol. Chris estuda marketing na universidade e também desde criança na escola. Ele começou a jogar há dois nos Spikes e participa regularmente dos eventos para leva fundos para o time.

J2.8

CAFÉ COM LEITE
O islandês Steinar Handersson, 18, é o mais jovem jogador do St Styrmir e se considera meio perna-de-pau. Ele ainda está na escola, quer estudar engenharia e vive com os pais em Reykjavik, cidade que acredita ter umas das noites mais animadas do planeta. Sua mãe é enfermeira e trabalha com o doutor Jakob, que também faz parte do time, a quem ela confiou o rebento para a primeira viagem para fora da Europa. Depois de Buenos Aires, Steinar partiu para um giro de três semanas pela América do Sul com os amigos de equipe.
UMBRO
GLITNIR
Jr02.029

J2.9


ATACANTE
OBSTINADO
Walter Garcia, 34, é um dos fundadores e atacante do SAFG, uma das quatro equipes argentinas do Mundial. Favorita a vencer o certame, foi desclassificada em uma disputadíssima partida contra os Florida Storm nas quartas de final. Mesmo assim, ele continuou assistindo todos os jogos "para conhecer os adversários no Mundial do ano que vem". Walter, que atualmente é bancário, joga há 16 anos e já atuou no Racing, um dos times mais tradicionais da Argentina. Treina quatro vezes por semana "além do condicionamento aeróbico".
SOLO GOL
JC02.030

J2.10

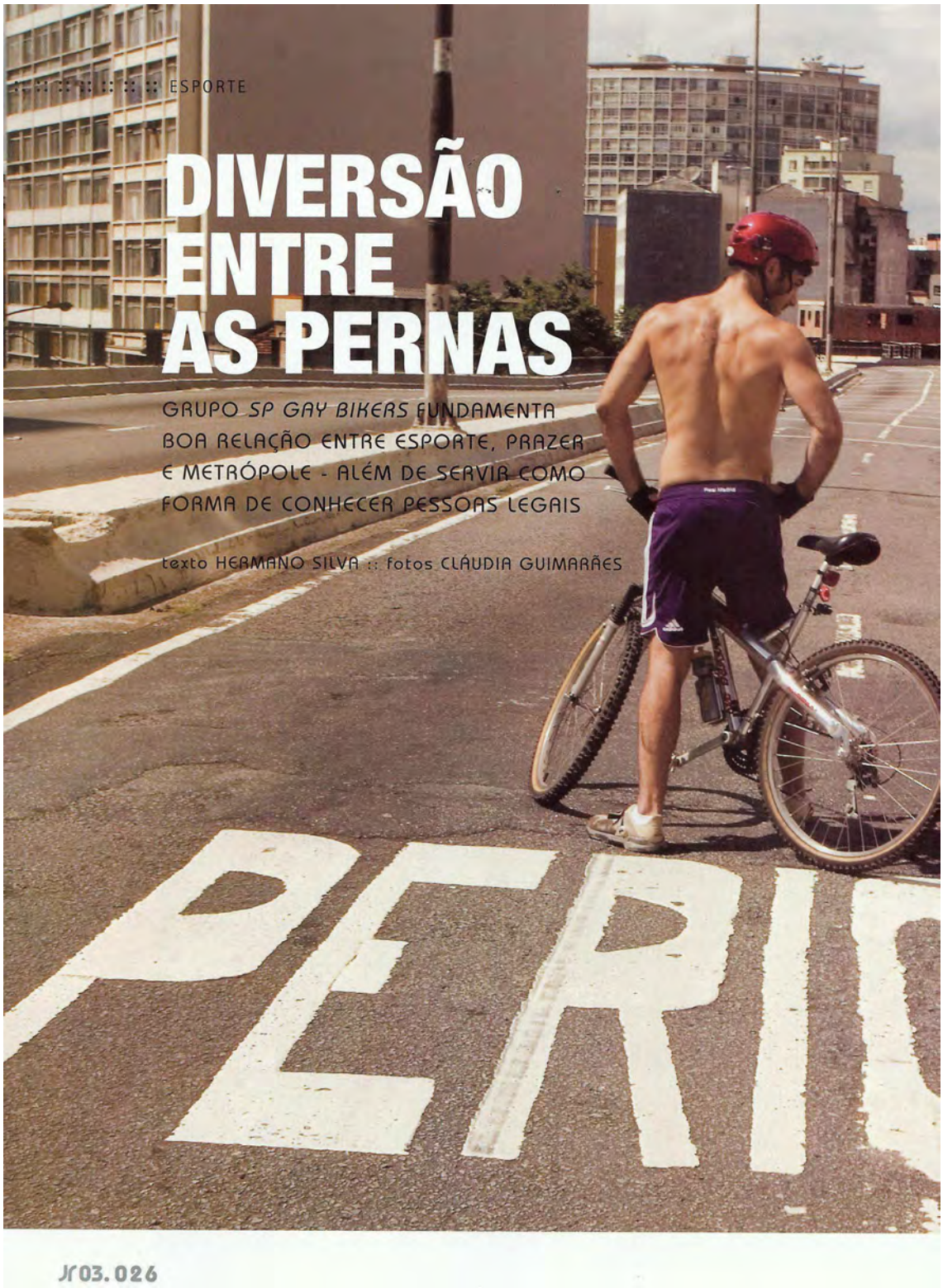
OS JUÍZES

O americano JC Cummings, 51, é considerado um dos pais do futebol gay. Jogou no primeiro time dos EUA e foi um dos fundadores da IGLFA. É arquiteto e diz que ser juiz em campeonatos gays é seu plano de aposentadoria.

Charles Carson, 24, é estrela ascendente entre os juízes de futebol nos EUA e apitou jogos gays pela primeira vez em Buenos Aires. Fala espanhol, o que permite interagir melhor com jogadores latinos, grande maioria em seu país. Foi jogador na universidade, onde se formou em economia, ainda sua atividade principal.

A suíça Christine Suter, 41, foi campeã nacional dos 400 m antes de se mudar para Seattle, onde vive com sua companheira e passou a jogar futebol na década passada. Há três anos se tornou juíza da IGLFA e estava orgulhosa por estrear em uma competição internacional.

J3.1


:: :: :: :: :: :: :: ESPORTE
DIVERSÃO ENTRE AS PERNAS
GRUPO SP GAY BIKERS FUNDAMENTA BOA RELAÇÃO ENTRE ESPORTE, PRAZER E METRÓPOLE - ALÉM DE SERVIR COMO FORMA DE CONHECER PESSOAS LEGAIS
texto HERMANO SILVA :: fotos CLÁUDIA GUIMARÃES
PERIG

J3.2

Optar por andar de bicicleta pela cidade de São Paulo é uma escolha no mínimo radical e corajosa. Parte dos motoristas de ônibus e carros não respeita ciclistas, quase não há sinalização nem lugares adequados para estacionar e tampouco são suficientes as ciclovias. Segundo a CET (Companhia de Engenharia de Tráfego), um ciclista morre a cada quatro dias na Capital. Não há como negar que a bicicleta – o veículo mais frágil de todos - está numa queda de braço injusta para encontrar seu espaço no meio de 5,6 milhões de automóveis.

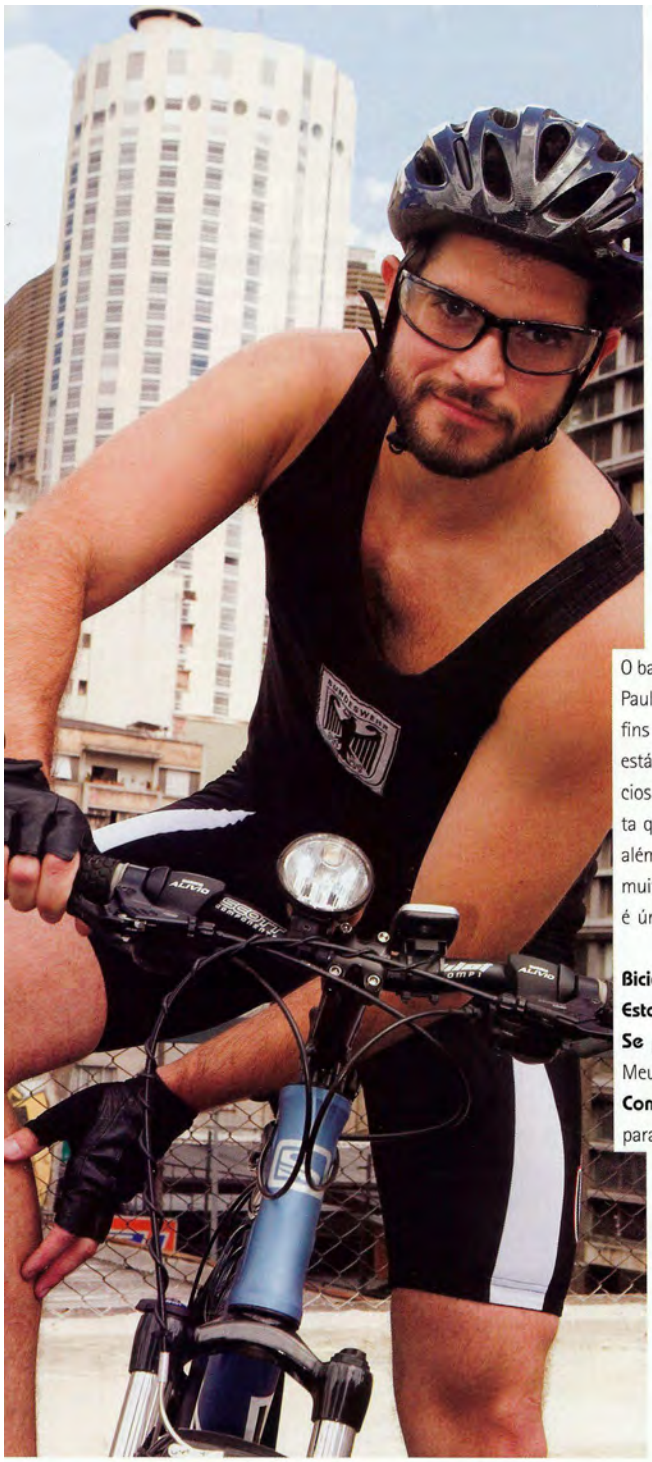
No entanto, isso não desanima alguns a adotarem a bicicleta como uma causa a ser defendida. O *SP Gay Bikers*, como foi batizado, é um grupo exclusivamente gay que se organiza voluntariamente para fazer passeios turísticos (e muito fervidos) pela cidade. Querem aproximar o útil ao agradável ao reunir esporte + lazer + paquera + green lifestyle.

O principal nome por trás da iniciativa é o do empresário André Hidalgo, conhecido por organizar o evento de moda Casa de Criadores há 10 anos, além de ser um dos sócios do Clube Glória. Como ele mesmo define, o ciclismo é (ou era?) o seu "lado B", o seu hobby para superar o estresse. Com sua bike costumava passear pelo minhocão nas madrugadas. Pois esse hobby foi envolvendo os amigos mais próximos devagarzinho e agora, sete meses depois, possui cerca de 100 cadastrados em seu mailing. Longe de um discurso engajado chato, mas ainda sim correto, sua turma se reúne para descontrair. "Embora o grupo não tenha pretensões políticas, pretende dar visibilidade e ajudar a construir uma imagem positiva dos gays perante a sociedade", explica André. Um dos integrantes do grupo, Kiko Dias, completa. "Achamos importante dar a cara para bater, mostrar que gays estão presentes em vários tipos de atividades físicas e quebrar os estereótipos da Barbie musculosa e outros tantos que existem", defende. Além de mais divertido e animado, o passeio em grupo proporciona segurança. "Nunca sofremos nenhum tipo de violência ou discriminação", conta André.

Para fazer parte do "SPGB" é preciso ser homem e gay, maior de 18 anos e ter bicicleta. O ponto de partida do passeio é uma banca de frutas e sucos próxima ao encontro da avenida Paulista com a rua da Consolação. Antes de sair, decidem qual será o trajeto fazendo uma votação rápida do que a maioria quer. Pode ser pegar pesado no exercício físico subindo e descendo a Brigadeiro Luís Antônio para ir ao Ibirapuera, como pode se fazer um passeio mais contemplativo, passeando pelos prédios do centro velho. Essa experiência ao ar livre e coletiva fez a relação de alguns integrantes com a cidade se transformar, desenvolvendo um carinho maior pelo espaço que ocupam. Todos ali têm em comum a vontade de que a bicicleta torne-se parte da vida do paulistano.

A seguir o perfil de cinco ciclistas do grupo *SP Gay Bikers* em fotos de Cláudia Guimarães no Minhocão.

J3.3



O baiano **EDUARDO BRANDÃO**, 29, mora há três anos em São Paulo e há dois adotou a bicicleta como transporte para seus fins de semana. Adepto da musculação, o analista de sistemas está sempre atento à sua alimentação para agüentar os exercícios aeróbicos que pratica. Com o grupo *SP Gay Bikers* acredita que encontrou um jeito mais seguro de aproveitar a cidade, além de ser um meio para socializar com os amigos. "Não gosto muito dessa idéia de segmentação e tribos, mas acho que esse é único grupo entre os gays que tenho vontade de participar".

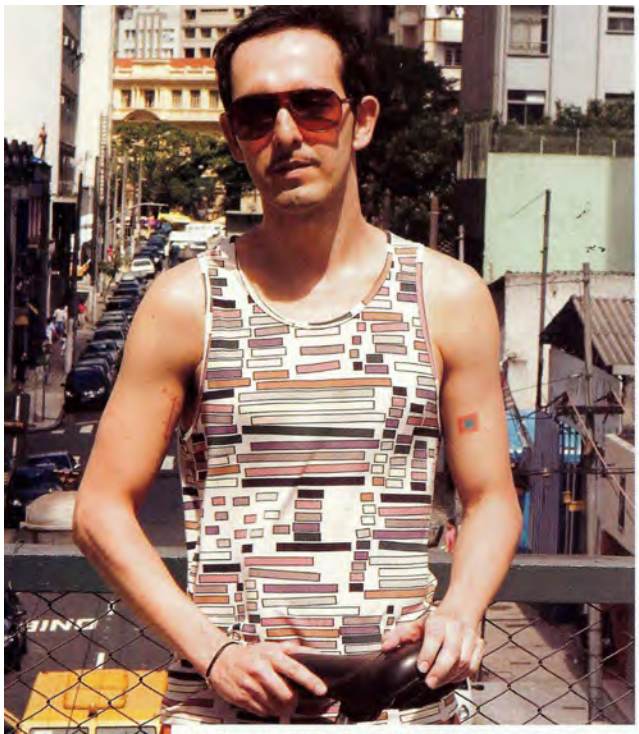
Bicicleta que usa: Uma Caloi de segunda mão.
Estado civil: Namora há cinco meses.
Se pudesse, quem (ou o que) levaria em sua garupa? Meu namorado, Paul.
Como é sua bicicleta dos sonhos? Uma bicicleta de casal, para poder andar lado a lado.

J3.4

O tecnólogo em moda **GÉRSON MARTINO**, 24, vê as ruas da cidade como fonte de pesquisa para seu trabalho. "Andando de bicicleta posso observar as vontades das pessoas, as tribos, as identidades... É muito rico", conta. Em Foz do Iguaçu onde morava até o ano passado, participou como voluntário de uma ONG de ação social para gays, profissionais do sexo e soropositivos. Quando tomou conhecimento do grupo de ciclistas, acabou se juntando porque acredita na capacidade que ele tem de politizar os gays sobre o meio-ambiente e as condições em que a cidade se encontra. "É importante esclarecer para a sociedade que os gays também fazem esporte e cuidam da saúde", observa.

Bicicleta que usa: Treck 820.
Estado civil: Namora há um ano e cinco meses.
Se pudesse, quem (ou o que) levaria em sua garupa? Tina Turner!
Um passeio inesquecível... No Parque Nacional do Iguaçu, terminando nas Cataratas, paisagem linda, sensação de equilíbrio.

J3.5



O vídeo-designer **KIKO DIAS**, 40, vê a bicicleta como um brinquedo de gente grande. A sua é uma das mais bem-equipadas do grupo, daquelas que parece que foi transformada por aquele programa de televisão *Pimp My Ride* – em que os participantes têm o seu veículo totalmente reformulado. "O mais legal é poder justamente customizar sua bicicleta. Me divirto comprando cada item para ela, do farol ao pára-lama", conta. Na verdade Kiko leva super a sério o ciclismo e é um dos mais dedicados do grupo. Tanto que entre seus planos está o de fazer uma viagem turística de bike pelo interior da Espanha, em que se percorre 40 quilômetros por dia.

Bicicleta que usa: Caloi SK26.
Estado civil: casado há 9 anos.
Um passeio inesquecível... São Francisco porque era num lugar lindo, com montanha e praia, com um clima super agradável.
Como é sua bicicleta dos sonhos? Uma que voasse!

O fotógrafo **DENIS RODRIGUEZ**, 33, nunca esqueceu da primeira bicicleta que ganhou aos sete anos. "Era uma BMX vermelha com rodas cross, que depois viriam a se tornar comuns com as mountain bikes", relembra. Na época adorava pedalar observando a calmaria do bairro do Ipiranga, onde morava. Mesmo a mobilete que ganhou depois não fez com que ele largasse os pedais. Quando foi morar em Florença, já adulto, achava o máximo andar no seu modelo clássico preto da marca italiana Bianchi. "Infelizmente em São Paulo o trânsito é uma grande competição e o ciclista não é prioridade", desabafa ele, que já teve que se jogar na calçada para evitar que um ônibus o atropelasse.

Bicicleta que usa: Caloi Mountain Bike Platinum.
Estado civil: Casado há seis anos.
Se pudesse, quem (ou o que) levaria em sua garupa? Ninguém. Adoro correr sozinho na minha bike, estar leve, vento no rosto.
Quais são as melhores coisas em passear com outros gays? É sempre bom pedalar bem acompanhado, não importa o gênero. Com os gays dá pra fofocar mais e dar piti sem culpa. Além disso, somos menos competitivos na prática de esportes.

J3.6

A relação de **PABLO SPERANDIO**, 29, com o ciclismo vem do triathlon, esporte que começou a praticar com os amigos quando ainda morava em Vitória, Espírito Santo. Chegando em São Paulo ficou só com a musculação, até os amigos e organizadores do *SP Gays Bikers* o chamarem para os primeiros passeios. Pablo, que também é arquiteto, viu a sua relação com a cidade se transformar ao começar observar locais que de dentro de um carro não era capaz de perceber. Hoje em dia pratica um "novo tipo" de triathlon, porque acabou mudando algumas modalidades, digamos assim. Quase todos os dias pela manhã vai pedalando até uma das estações de trem em Pinheiros, onde estaciona sua bike. Depois segue de trem até a avenida Berrini e depois vai caminhando até chegar ao escritório onde trabalha. No fim do dia volta para casa fazendo o trajeto inverso e driblando os congestionamentos da cidade.

Bicicleta que usa: Caloi Elite 2.0.
Estado civil: Solteiro.
Como é sua bicicleta dos sonhos? Prática, pequena e desmontável para usar no dia-a-dia e carregar para todos os lugares.
Que milagre o trânsito de São Paulo merece? Uma cotação de barril de petróleo a US$ 200 e as pessoas se educarem para utilizar os meios de transporte alternativos e coletivos.

J4.1

(De cima para baixo) Léo Lee, Bruno Cavalcante, Yulo Leote Filipe Lago e Jefferson Calado: nerds unidos em um sábado de sol

J4.2

A revolta dos nerds::

Grupo duplamente assumido, os Queer Nerds vivem bem com o fato de serem uma minoria dentro de outra: são nerds que, além da predileção por videogames, RPG e quadrinhos, gostam de homens

Tarde da última terça-feira de carnaval. Um grupo de nove amigos – todos homens, com idades entre 21 e 35 anos – se encontra num apartamento no bairro paulistano de Perdizes. Fazer um esquenta para cair na folia de Momo, entretanto, não está entre seus planos. O combinado para o feriado era uma sessão de vídeos gays, desde clássicos da temática, como *Querelle*, até besteiróis como *Another Gay Movie* (Mais Um Filme Gay) e *The Killer Condom* (A Camisinha Assassina). No fim, os filmes ficam preteridos em cima de uma cômoda. O cinemão foi substituído por uma animada conversa, que trafegou entre assuntos como o mais recente HQ de Alan Moore, as diferentes vertentes de escatologia sexual e os vídeos de Xuxa maltratando crianças no YouTube – com direito a uma hilária imitação da rainha zombando um participante de prova que perdeu um balancinho de brinquedo. Em suma, apenas mais um encontro dos Queer Nerds.

QUATI CHEIRA QUATI

Tudo começou no ano de 2004 quando, sem nenhum alarde, criou-se no Orkut a comunidade Queer Nerds, carinhosamente apelidada QN de imediato. Com o propósito de agrupar gays que se interessassem por assuntos como "RPG, colecionáveis, cinema, pipoca, miniaturas, card games, fanfictions, videogames e jogos de PC, animes & mangás, metal, computadores, gadgets, Histórias em Quadrinhos (HQs), literatura de fantasia e ficção científica e coisas afins", como específica em sua definição, a comunidade não fez muito barulho – e tampouco sucesso – num primeiro momento. "Fui um dos 45 primeiros QN a existir na terra, só que dos antidiluvianos não sobrou quase nada", relembra o ilustrador Júlio César Leote, explicando em seguida o motivo da debandada em massa: "tinha gente que entrava só por ser gay, ia percebendo do que realmente se tratava, não se identificava, e saía". A toada se manteve lenta por algum tempo, até que um número considerável de membros que de fato preenchesse os dois pré-requisitos se reunisse. "No primeiro ano, ou ano e meio, era superparado, ninguém falava nada", revela Júlio – conhecido pelos QN como *Yulo*, pseudônimo com que assina impressionantes trabalhos de arte homoerótica.

A partir da metade de 2005, a quantidade de fóruns de discussão na rede expandiu vertiginosamente. Seus assuntos iam de puramente nerds e ininteligíveis para grande parte dos mortais ("Saindo de Pallet, qual Pokemon você escolheria?" e "Trio seqüestra jogador de Gunbound para pegar senha") a auto-análise ("Polêmica: Nerds fedem?"), passando a maior parte do trajeto em assuntos cômicos aleatórios ("Já perceberam como os nerds HT são feios?", "Se você fosse uma drag, que identidade adotaria?" ou, ainda, "Já teve tesão por algum personagem de videogame?").

J4.3

Yulo Leote no meio de su
ilustrações homoeróticas

Se há uma coisa que não faltou, desde que os homo-preteridos se encontraram, foi o falatório. Durante o encontro da terça-feira gorda, um dos membros descreve o grupo como sendo "um bando de lavadeiras trabalhando, todo mundo quer falar ao mesmo tempo! Uma balbúrdia!".

PULO PARA A VIDA REAL

Atualmente, o falatório sem fim é composto por nada menos que 214 vozes. Contando com integrantes de todo o Brasil e com alguns internacionais, a comunidade virou centro de encontro de uma metaminoria. Além de sofrer com os preconceitos a que qualquer outro homossexual assumido está suscetível, alguns QN também reclamam padecer do desprezo da própria comunidade gay. "Para o público gay, ser nerd não está na moda, não é bacana", afirma Yulo, que revela ainda ser comum a infantilização da figura nerd. "Quando você diz que é nerd, te vêem como um babaquinha, que você gosta de fadinha, gibizinho, RPGzinho, acham que você é um debilóide. É isso que dificulta as pessoas a assumirem que são nerds", arrisca o ruivo forte que dificilmente seria classificado como nerd pela aparência. Dica: ao conversar com um nerd, fuja dos sufixos diminutivos, que seus assuntos, por mais que pareçam brincadeira de criança, são bastante sérios.

Como a tarefa de definir o que é um nerd é árdua – tanto que nenhum dos QN ouvidos se deu por contente com sua explicação do que seria o espécime abstrato –, vale explicitar o que difere entre a concepção senso-comum do homossexual e seu "primo-pobre" nerd. Enquanto o estereótipo do "gay médio" dedica parte substancial do seu tempo para assuntos cosméticos, o QN prefere perder seus minutos com outra estética: a do próximo personagem de RPG que encarnará. Em vez de bater cartão na academia de ginástica, o QN prefere mesmo o conforto da casa de amigos com jogos de videogame e de tabuleiro. No lugar de discutir a última coleção de Alexandre Herchcovitch, o ânimo discursivo fica para técnicas de aprimorar o Wii, novo console da Nintendo.

E é isso que os integrantes vêm fazendo: perdendo a culpa de não fazerem jus às expectativas senso-comum do homossexual, e simplesmente se divertindo. Seja em mesas de RPG, encontros de Cosplay – prática em que fãs de animes e fantasia em geral se caracterizam como os ídolos –, reuniões para

J4.4

descobrir novos cheats para jogos de videogame ou mesmo sessões de cinema em pleno carnaval. Mas não pense que, pela pacatez ser regra, os QN não têm vida sexual ou que você nunca verá um na rua depois do pôr-do-sol. Muito pelo contrário.

MAS ELES SAEM À NOITE?

Caso alguém ainda associe a figura do nerd com a imagem do solitário sem senso estético trancafiado em um quarto que estaria no breu não fosse a luz da tela do computador, aconselha-se uma noite agitada com Leo Lee. Nascido Leonardo Sartório Yamamoto, o ator de 21 anos mudou de sobrenome devido à sua paixão adolescente por Rita Lee, a rainha do roque debochado. E de deboche Leo sabe falar com conteúdo. Divertido e de fala alta, foi um dos primeiros integrantes da comunidade e se define como proprietário de uma alma nerd. Fato que não conflita, entretanto, com outro título que terceiros lhe conferiram: o de *Mister Trash 80's 2006*. Sim, o legítimo nerd fez por merecer o cetro de uma das baladas mais ensandecidas da cidade: Lee acabou com a competição quando ocupou o palco da casa noturna trajando nada mais que uma sunguinha preta e gravata borboleta. "Além desta vez, já me apresentei como a Britney Spears e a Perpétua, da *Tieta*", conta, rindo. O que poderia parecer uma exceção por se tratar de um jovem que joga RPG, para Lee, é regra: "Não consigo viver sem sair de balada. Saio para dançar pelo menos uma vez por semana, senão fico muito bodeado", revela o clubber janota.

Questionado sobre a falta de entendimento que sua "vida dupla" poderia causar tanto entre os gays mais próximos do padrão estabelecido quanto dos seus companheiros de dados e joysticks, o Clark Kent (sem óculos fundo-de-garrafa!) dos QN finaliza: "Acho estranho quando a pessoa se rotula com apenas um título, já que todo mundo é um conjunto de coisas". Talvez essa seja a síntese da história: aceitar a complexidade e, de novo, se empenhar ao máximo para aprender a conviver com – mais uma – diferença. E talvez admitir que, no fundo, todos têm um Queer Nerd latente dentro de si.

Seja também um QN: www.orkut.com/Community.aspx?cmm=205720

(txt CHICO FELITTI :: fotos FÁBIO MOTTA)

Punk, rocker e politizada

"A BANDA É A SOMA DA NOSSA "NERDISSE" COM A PREFERÊNCIA POR MÚSICA RÁPIDA. A EXCLAMAÇÃO É PARA FAZER UM GLAMOUR", É ASSIM QUE BRUNO, INTEGRANTE DA BANDA PAULISTANA NERDS ATTACK!, DEFINE O DNA DA FORMAÇÃO DE UMA DAS INICIATIVAS MAIS LEGAIS DA MÚSICA INDIE NACIONAL. "EM MENOS DE DOIS ANOS SOMOS REFERÊNCIA PARA A GALERA QUE GOSTA DE ROCK E SE VÊ OPRIMIDA PELA SUA SEXUALIDADE, MUITA GENTE NOS PROCURA PARA CONVERSAR, TROCAR EXPERIÊNCIAS SOBRE OS TEMAS DE NOSSAS LETRAS", COMPLETA.

O NERDS ATTACK! É UMA BANDA QUEER HARDOCORE/PUNK ROCK ASSUMIDAMENTE GAY E, AQUI, A SEXUALIDADE INTERESSA SIM. "JAMAIS TIVEMOS PROBLEMAS QUANTO A ISSO, A GALERA QUE ANDA CONOSCO É TOTALMENTE CONTRA A HOMOFOBIA, MACHISMO, RACISMO... SE BEM QUE TEM SEMPRE O OUTRO LADO DA MOEDA, TALVEZ PORQUE SOMOS HOMENS NÃO AFEMINADOS E ISSO NA CABEÇA DOS OUTROS É "ACEITÁVEL". O DISCURSO DE SEUS INTEGRANTES É ULTRAPOLITIZADO. "É IMPORTANTE QUE A POPULAÇÃO COMECE A ABRIR OS OLHOS E ENXERGAR ALÉM DA INFORMAÇÃO DIVULGADA PELA TELEVISÃO E PELOS JORNAIS, DETERIORADA, DIFUNDIDA E ENFIADA GOELA ABAIXO", PROTESTAM OS RAPAZES NO MAIS AUTÊNTICO DISCURSO PUNK. "A ADOÇÃO É BELA, COMOVE MONTANHAS QUANDO UM CASAL HETEROSSEXUAL RESOLVE ADOTAR UMA CRIANÇA, MAS TRANSFORMA MONTANHAS EM ABISMOS QUANDO A ADOÇÃO É FEITA POR UM CASAL HOMOSSEXUAL. E SOBRE CASAMENTO, QUEM QUISER SE CASAR QUE CASE, SUBA NO ALTAR, DEIXE O PADRE AUTORIZAR SUA UNIÃO E SEJA FELIZ!". AMÉM, AMÉM.

J5

MERCADO

Midas do Underwear::

Australiano que criou marca famosa pelos corpos perfeitos prefere "homens normais"

Em 2001 Sean Ashby estava desempregado e resolveu fazer suas próprias sungas para aproveitar o tempo livre – e a falta de grana – para ir à praia. Como as sungas que produzia em uma mesa de sua casa em Sydney fizeram sucesso entre os amigos, resolveu criar sua própria marca, a aussieBum, que imediatamente chamou a atenção da comunidade gay local e de revistas gays estrangeiras. Em apenas sete anos o negócio tomou proporções gigantescas e o garotão de praia, agora quarentão, comanda uma marca que está presente em 17 países, emprega 45 funcionários na sede que ocupa um quarteirão inteiro, exporta cerca de 2 mil peças por dia e movimentou no ano passado mais de 22 milhões de dólares. E mesmo com o sucesso internacional em segmentos straight, a aussieBum continua orgulhando-se de ser uma marca gay.

Até hoje é ele quem desenha todas as coleções, além de fotografar as campanhas e criar pessoalmente todas as peças publicitárias. Sean, que esteve no Brasil para conhecer o novo mercado em que está investindo, ficou encantado com os homens locais, que conhecia apenas pelos 2 brazucas do seu staff. Diz que temos "olhos sedutores" e evidenciamos em cada passo um "bem-estar com o próprio corpo". Trabalhando cerca de 18 horas por dia, não tem encontrado espaço para namoros e para se jogar na noite, justificando assim o fato de estar solteiro. O ex-surfista lamenta também ter perdido o tanque e bíceps avantajados que exibia antes de se tornar empresário. Tímido, fica vermelho ao falar dos modelos de corpos perfeitos que o rodeiam e diz se sentir pouco à vontade na hora de escolher os semideuses que clica. Para uso pessoal, no entanto, Sean prefere homens com corpos naturais, pêlos e estratégicas imperfeições.

(txt ANDRÉ FISCHER :: foto FÁBIO MOTTA)

J6

NOITE

Garoto de Ipanema ::

Loiro, lindo e talentoso, Rafael Calvente é nome forte do circuito de grandes festas gays

Rafael Calvente é um típico Menino do Rio. O DJ nasceu em Ipanema, onde passou a infância e adolescência. Aos 18 anos, foi cursar faculdade de Marketing nos Estados Unidos. Trabalhou na área por 10 anos, mas a paixão pela música começou ainda nos tempos da faculdade, quando teve a oportunidade de presenciar o último set de Frankie Nuckles, um dos precursores da house music, no Sound Factory, em Nova York. "Ainda era um moleque saindo do armário e fiquei encantado com o trabalho daquele cara e a energia da noite", explica Rafael. Pouco tempo depois, ele começou a frequentar as principais festas de Nova York e Miami. O gosto pela coisa fez com que ele se enturmasse em meio a DJs e produtores da cena, e foi graças a um desses amigos que ele deu início a sua carreira. "Ganhei de Tim Outland, um amigo DJ, toda a aparelhagem e fui aperfeiçoando a técnica sozinho, em casa mesmo. Daí surgiu um campeonato de DJs na faculdade, e eu acabei ganhando".

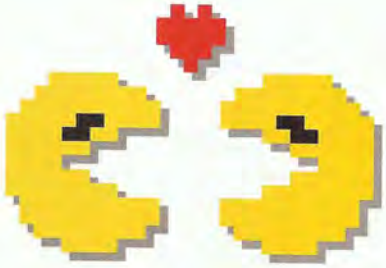
De volta ao Rio em 2003, ele tocou profissionalmente pela primeira vez na festa E.njoy, do produtor André Garça. A partir daí, os convites começaram a acontecer e o belo passou pelas cabines do Ultralounge, Josefine, Le Boy, Chemical Festival e Stereo Beach. Em junho de 2007, ele assumiu a residência da noite Duo no clube 00 da Gávea, animando o domingo dos cariocas. No mesmo ano, foi fazer gigs internacionais em Los Angeles, Arizona e Montreal.

Como a maioria de seus colegas, ele ama divas loiras. "Eu considero Madonna imortal, ela sempre consegue entender o momento e trazer o novo. E eu tenho que assumir, que apesar de tudo, eu acho a Britney incrível!".

(texto FÁBIO ANGELI :: foto PAULO OTERO)

J7.1

por
NELSON OLIVEIRA
fotos
GUSTAVO OTERO
E FÁBIO MOTTA



Os GaYmers

Gays conquistam território nos jogos virtuais e aos poucos impõem respeito na vida real.

Não ser discriminado no emprego, beijar seu namorado no meio da rua, adotar crianças com facilidade e ser gay assumido é uma realidade pouco tangível até mesmo em países desenvolvidos. No entanto, no mundo dos games essa realidade é facilmente vista e, assim como a indústria cinematográfica, cada vez mais os personagens gays se destacam, deixando para trás os estereótipos caricatos e dando tons realísticos aos tão sonhados desejos sociais que a comunidade LGBT almeja. Boa parte do crescimento desta indústria deve-se ao fato de que os produtores de games estão antenados em assuntos (e públicos) mais específicos. Sendo reflexo de uma sociedade que lentamente aceita minorias sexuais, os jogos estão se condicionando às novas questões e acabaram atraíndo fãs ávidos entre homossexuais de diferentes idades.

HISTÓRICO

Desde a época do extinto Nintendinho, que ganhou apreço dos brasileiros no início da década de 1990, a questão gay está inserida nos jogos. Um dos pioneiros a polemizar no mundo virtual foi o personagem Birdo: todo rosa e de sexualidade indefinida, auto intitulava-se como um "menino que gosta de ser chamado de menina". Contudo, não demorou muito para a Big N, como é conhecida a Nintendo, censurar tal declaração. Após o primeiro passo, a temática LGBT era constantemente censurada nos jogos virtuais. Até mesmo os RPGs, que consistem numa jogatina mais séria e mais próxima da realidade, tiveram diversos personagens gays censurados durante os anos 1990.

Na geração de games seguinte, encabeçada pelo Mega Drive e Super Nintendo, o mundo gay, até então praticamente ignorado, começou a conquistar território, mas de uma forma marginalizada e pejorativa. Gays eram caricatos e extremamente afeminados, as mulheres lindas e extremamente sexualizadas; e travestis, como mostradas no clássico "Final Fight", criminosas. Depois deste começo irreal, os produtores de jogos eletrônicos, junto com gráficos de ponta, deixaram os personagens gays mais belos e apostaram firme na sexualidade sem apelações e estereótipos fáceis. Por outro lado, a erotização dos personagens foi usada para conquistar adolescentes. Hoje há uma penca de personagens assumidos, outros na dúvida.

Os assumidos mais famosos são Vamp (Metal Gear Solid), Benimaru (King of Fighters), Lilith e Morrigan (Darkstalkers), além da renca de persoangens nos diversos jogos japoneses que sempre colocam um gay (extremamente feminino) no meio de sua trama. Em outros jogos, como Fable e The Sims, o jogador cria as características de seu jogador, ficando ao seu critério a orientação sexual do personagem. Entre os suspeitos, nem o encanador Mario escapa: o que dizer do herói que invés de beijar a princesa, disfarça, foge e no final contenta-se em tomar chá com bolacha?

DO VIRTUAL PARA O REAL

Antes circunscrito aos nerds, o mundo dos games se expandiu nesta primeira década de 2000. Tanto que hoje fatura mais que o cinema e a música. É claro que nesta expansão temática e de público, gays foram conquistados. "Sempre gostei de videogame. Personagens femininos me despertam atenção. Virei fã de Tomb Raider pelo apelo sexual da personagem Lara Croft. Mesmo com gráficos ruins, ela chamava muito atenção", confessa Graziela Santos, de 20 anos.

Birdo apareceu pela primeira vez no Super Mario Bros. Segundo o manual do jogo, "ele pensa que é uma menina e cospe ovos pela boca e preferia ser chamado de Birdesta". É o primeiro personagem transexual dos games.

J7.2.

"Já fui banido de uma arena por ser gay, sem contar os xingamentos. Tem que muito bem resolvido para não se importar."

Graziela está certa, no começo os jogos eram rústicos e sua aparência pouco tinha a ver com a realidade. Hoje, devido à evolução tecnológica, os jogos contam com visual incrível, muitas vezes com seus personagens sendo confundidos com pessoas de verdade. Para os homens, sempre houve diversos exemplos de beleza. Para alguns jogadores, os apelos eróticos inseridos em heróis viris só fazem com que a comunidade gay tenha mais interesse pelos jogos. "Quem não gosta de ver beleza? Se considerarmos que mulheres peitudas e seminuas fazem parte de uma campanha vitoriosa de marketing no universo heterossexual, talvez no universo gay também faça sucesso homens musculosos. Mas tem que haver uma certa qualidade no jogo para que ele dê certo", afirma Tadeu Oliveira, carioca fã de games desde a época do nintendinho.

Mesmo com personagens bonitos ou não nas telas, os gays que se aventuram pelas jogatinas virtuais acreditam que os jogos podem ser uma boa desculpa na hora de ficar com aquela pessoa que se está a fim. "Eu conheci minha ex-namorada numa feira de videogame, após alguns encontros eu a chamei para ir ver o console novo. Acabamos jogando e descobrindo outras funções para o Dual Shock (controle do Playstation que tem a função vibratória)", confessa Graziela.

PRECONCEITO EM DOBRO

Dando visibilidade e encabeçando ideias que deveriam ser copiadas pelas pessoas, o mundo dos gamers não aceita facilmente os gaymers. É possível comprovar este fato visitando fóruns de discussão sobre jogos. Assumidos dentro dessas grandes comunidades? Impossível. O estudante de psicologia Tadeu Oliveira, contou à revista **JUNIOR** sobre os problemas enfrentados por ser gay assumido entre os jogadores: "Já fui banido de uma arena (servidor) por ser gay, sem contar os xingamentos. Tem que muito bem resolvido para não se importar." Mesmo com diversos jogos de RPG japoneses, que tem forte conotação homossexual, são dificilmente aceitos por jogadores ocidentais. "Conheço garotas que foram banidas do jogo de RPG World of Warcraft devido a sua orientação sexual, porém a produtora do jogo nega que isso é uma medida discriminatória", diz Kirk Odom, texano e colaborador de uma das maiores comunidades gaymers dos EUA, com cerca de seis mil membros.

A Microsoft, criadora do console X Box, afirmou a homofobia nos mundos dos gamers quando baniu diversos usuários da rede LIVE por conter a palavra "gay" em seus perfis. A empresa disse que é uma política da rede Xbox Live banir usuários que use a palavra "gay" em seu profile, pois é difícil determinar se a pessoa está se referindo a si mesma ou ofendendo alguém. A desculpa da empresa não colou para o jogador Tadeu: "É uma forma clara de anti-marketing. Além dos prováveis processos por discriminação, ela não só perde a pequena fatia gay que tem, mas perde também pessoas que estão cansadas de viver sob a tutela desse tipo de mesquinharia. Isso me levou a uma interpretação: e se fosse há 30, 40 anos atrás, a Xbox baniria os negros de seu site?" Contando com diversos personagens voltados para o público LGBT, os games, assim como cinema e TV, ainda tem que persistir muito para que a igualdade seja aceita dentro e fora das telas. ■

Tadeu Oliveira acredita que personagens masculinos fortões e com pouca roupa atraíram gays para o mundo dos games

Graziela conheceu sua namorada em um encontro de gamers e juntas expandiram o uso de um console

J8.1

JUNIOR RELACIONAMENTO

por NETO LUCON

Mudei de vida por amor

Em meio a tantos romances descartáveis, conheça histórias de amores (im)possíveis.

Noitadas semanais, pegação, sexo rápido e fácil. Falar de amor já virou piada em algumas rodas gays. Mas não para algumas pessoas que, além de se entregarem ao sentimento, decidiram arriscar mundos e fundos em uma relação quase impossível. São as famosas "loucuras de amor", que podem ser consideradas meras ilusões aos desacreditados, mas é o que movimenta e dá sentido à vida dos eternos apaixonados. Namoro à distância, descoberta de HIV e namorado "hétero" são alguns dos casos que povoam as relações. Apesar dos medos, a relação pode dar certo, sim. Basta se apaixonar de verdade e investir em quem você quer e corresponde!

Amor internacional

O paulistano Igor Sonoda, de 21 anos, ainda trabalhava no Aeroporto de Manaus quando se deparou com um amor internacional, ruivo e quase impossível. A paixão era endereçada a Juan Gomez. Eles se conheceram no saguão do aeroporto depois de vários olhares, coincidências e investidas tímidas. Mesmo considerando aquele passageiro bonito, Igor não chegou a retribuir o flerte num primeiro momento. "Não me atreveria, pois estava rodeado de câmeras no meu trabalho", explica-se. A conversa só aconteceu depois que o passageiro se levantou e foi ao banheiro. "Palavras rápidas em espanhol, muito nervosismo" e a troca de e-mails e endereço.

Juan teria mais alguns dias no país, pois havia perdido o passaporte. Igor tentou ligar para o hotel indicado no bilhete, mas não conseguiu encontrá-lo. "Fiquei muito nervoso e fui buscar na lista de passageiros do voo. Depois de muito estresse, finalmente consegui achá-lo." Eles se viram na mesma noite e o amor foi selado. "Procuramos desfrutar de cada segundo juntos. Ele demonstrou ser uma pessoa maravilhosa e encantadora. Eu já estava apaixonado", confessa.

Como nem tudo são flores _e até nas flores encontramos espinhos_ o dia de Juan partir havia chegado. Foi desesperador para Igor, que chorou muito sozinho. Para sua surpresa, o ruivo telefonou meia-noite dizendo que o voo havia sido tranquilo. "Pensei: não quero deixá-lo partir."

Eles continuaram tendo contato todos os dias através do Skype pelas noites e, por telefone, às tardes. Na primeira semana, Igor já estava morto de saudades, mas encontrou a solução ao saber que estaria de férias nos próximos dias. "Não pude acreditar. Na mesma hora liguei para ele e disse que iria para a Costa Rica. Depois de tê-lo conhecido em três semanas, lá estava eu voando para encontrá-lo de novo."

Novos imprevistos surgiram. Depois da viagem, ele foi impedido de entrar no país, pois havia esquecido a carteira de vacina de febre amarela. "Teria que ser extraditado, voltar!" Decidido a ver seu amor de qualquer maneira, ele rumou ao Panamá, mesmo não tendo ideia de como era o lugar. Ao chegar, recebeu uma passagem de Juan para ir a David, cidade próxima da fronteira. "Chegando, esperei-o de baixo de um sol terrível, sentado na minha mala. Então eu o vejo. Não podia nem acreditar."

Igor desfrutou de momentos maravilhosos

J8.2

O espanhol Juan Gomez e o paulistano Igor Sonoda: amor binacional faz a Costa Rica parecer que é logo ali

por três semanas em San Jose. E, antes de retornar ao Brasil, recebeu convite do amado para voltar. Desta vez, em definitivo. "Depois de um mês no Brasil organizando papéis, voltei para Costa Rica, voltei para o meu amor", disse ele, agora tendo vida de casado ao lado de Juan. "Nossas aventuras ainda continuam e espero que não terminem", torce.

Amor sorodiscordante

Antes de conhecer o amor, foram vários anos de desilusões na vida de Vitor, de 27. A entrega era rápida e a paixão nem sempre correspondida na mesma intensidade. Aos 20, ele conheceu o estrangeiro Afonso, 40. Parecia ser a pessoa mais perfeita do mundo, com direito a beijo na Avenida Paulista e muito carinho. Namorando por dois meses, Vitor resolveu sair mais cedo do escritório e comprar presentes para o amado. Ao chegar no flat _de surpresa_ subiu direto ao quarto. "Vi uma cena grotesca: ele e mais dois caras na cama. Fiquei ali parado e sem reação", conta.

Além da decepção amorosa _que ele insistiu não retomar, mesmo com inúmeros pedidos de desculpas_ uma notícia durante um exame de sangue para tratamento de pele o deixou perplexo: estava com reagente para HIV. "Fiquei tenso, pois sempre me cuidei com todos os parceiros. Exceto com aquele que eu peguei na cama com dois caras. Fiz o exame e confirmei a notícia. Meu mundo desabou."

Depois de fazer terapia e frequentar grupos de apoio, ele finalmente se abriu para novos relacionamentos. Mas as decepções continuaram sempre que contava que era soropositivo. "Alguns me falavam tchau e saíam, outros ficavam parados sem dizer uma palavra, mas depois não respondiam minhas ligações ou e-mails, outros ficavam com dó e eu não queria alguém que sentisse pena de mim. Tiveram pessoas que ignoravam e queriam ficar comigo, mas eram daquelas que queriam sexo sem segurança ou sexo com vários parceiros, um bacanal."

Tudo parecia perdido quando Vitor conheceu, através de amigos, seu atual namorado, que ele chama carinhosamente de Lindo. "Quando o vi pela primeira vez, senti algo que jamais pensei sentir novamente. Nem sei explicar, mas era tão gostoso." Eles conversaram durante uma semana e Igor evitou ir para cama com Lindo. "Quando fomos, não foi legal. Fiquei assustado e com medo da camisinha estourar", assume ele, que tentava terminar a relação. "Mas não conseguia. Meus amigos diziam que eu teria que revelar e que, se ele me amasse, me aceitaria."

Após irem à balada com amigos, Lindo deixaria Vitor em sua casa. Ele questionou se estavam namorando ou apenas ficando. Para o "azar" de Vitor,

> *"Depois de um mês no Brasil organizando papéis, voltei para Costa Rica, voltei para o meu amor. Esperei-o debaixo de um sol terrível sentado na minha mala. Procuramos desfrutar de cada segundo juntos. Nossas aventuras ainda continuam e espero que não terminem."*

J8.3

que esperava terminar a relação, Lindo respondeu que considerava a relação um namoro. "Eu estava louco para ele dizer que estávamos apenas ficando _seria mais fácil terminar_, mas ele falou em namoro." Foi então que Vitor decidiu, mesmo aflito, contar que era soropositivo e toda a história com Afonso. "Ele me abraçou e começou a chorar. Ligou o carro e saiu. Eu chorava sem olhar para ele, que pegou na minha mão e segurou." Eles seguiram para um hotel, onde se abraçaram, choraram e dormiram juntos. Até que Lindo disse a frase mais linda que Vitor escutou na vida: "Independente do que você tem, eu gosto de você. Iremos nos proteger e viveremos juntos". A partir desse momento, a vida de Vitor ganhou nova cor. "Sempre achei que morreria sem ter vivido um grande, intenso e verdadeiro amor. Agora, estou construindo a nossa felicidade. Comecei a frequentar a casa dele e ele a minha. Ninguém da minha ou da família dele sabem o que eu tenho. Somente poucos amigos, que consigo contar na palma de uma mão, sabem. Aliás, é um assunto que jamais tocaria com alguém. Não é necessário. Está bem assim", declara ele, que planeja morar com Lindo, viajar pelo mundo e até adotar um filho.

"Eles seguiram para um hotel, onde se abraçaram, choraram e dormiram juntos. Até que Lindo disse a frase mais linda que Vitor escutou na vida: 'Independente do que você tem, eu gosto de você. Iremos nos proteger e viveremos juntos.'"

Amor de um hétero

Quem nunca se apaixonou por um homem que garantisse ser hétero ou que morresse de medo que alguém descobrisse sua homossexualidade? Esse foi o grande dilema do paulistano Rogério, de 26 anos, ao conhecer o namorado Rodrigo, de 23. Apesar de ter a homossexualidade aceita pela família e amigos, Rogério enfrentava o conservadorismo dos entes do parceiro, além de suas próprias indagações. Afinal, era a primeira vez que Rodrigo se relacionava com outro homem.

Essa história, marcada por altos e baixos, começou em uma sala de bate-papo, onde ambos procuravam apenas por sexo. "Eu tinha acabado de sair de um relacionamento e Rodrigo também, mas o dele era com uma mulher." Eles marcaram um encontro numa cafeteria, depois seguiram para a sua casa. A noite de sexo foi, como Rogério diz, "uma delícia", mas ele não esperava mais ver Rodrigo, uma vez que o jovem acabava de sair de um relacionamento hétero e nunca tinha se envolvido com homens. Os encontros, todavia, continuaram e Rogério, sem perceber, já não conseguia mais sair com outros parceiros além de Rodrigo.

"Em nosso quarto encontro, depois de fazermos amor, ficamos por quase três horas deitados, nus, no sofá da sala, ouvindo nossas músicas preferidas. Foi aí que me apaixonei", declara ele, que começou a perceber os medos latentes de Rodrigo. "Ele achava que a relação não era certa, pois éramos dois homens juntos," revela. As conversas por e-mail sobre o assunto foram extensas e, depois delas, era Rogério que sentia medo de perdê-lo para uma vida novamente hétero.

Tanto que, na cabeça de Rodrigo, a palavra "terminar" era constante, mas quando pensava em Rogério ficava extremamente confuso. "Certa vez, o vi chegar em casa de manhã e recebi apenas um beijo no rosto. Eu viajaria no dia seguinte para passar o Natal com meus pais e soube, naquele momento, que tínhamos perdido um ao outro." No dia seguinte, antes de viajar, Rodrigo ligou desejando boa viagem e Rogério, mais que depressa, disse que queria vê-lo. Ele foi de mala até uma cafeteria, a mesma em que eles se conheceram, para o encontro. "Entreguei um envelope com 365 papéis cortados escrito 'Vale um Beijo' e disse que, se dependesse de mim, cuidaria dele e dos seus medos por muitos anos."

Um novo mal-estar durante a festa do primo de Rodrigo, onde a relação dos dois foi questionada, e o namoro (que não era chamado assim) ficou novamente sensível. Rogério, então, decidiu que permitiria que Rodrigo mantivesse relações sexuais com outras mulheres. Mas, para sua sorte, ele disse que não queria. Rogério criou coragem e disse que o amava e foi correspondido. "Ele olhou bem nos meus olhos e disse: 'Eu amo você também'. Chorei muito sentindo que uma tonelada havia saído de cima do meu peito."

Desde então, o casal completou 1 ano junto. "Já viajamos para lugares lindos, nos amamos muito, nunca brigamos e somos totalmente realizados." É claro que muita coisa ainda precisa ser vencida em relação à auto-aceitação, mas o preconceito está cada vez menor. "O amor que tenho por Rodrigo me faz respeitar o tempo dele e, em troca, recebo muitas felicidades", finaliza o apaixonado e correspondido Rogério.

Quem nunca experimentou a força de uma paixão de verdade, está na hora de experimentá-la. ■

J9.1

texto
MARCELO CIA
fotos
ALEXANDRE PERROCA

Macho sim senhor

Thiago Silvestre ganhou o Mr Gay Brasil 2009 aliando masculinidade com inteligência _e alguns músculos.

O Mr Gay Brasil não é um concurso de beleza puro e simples. É claro que beleza conta (e muito) mas ela não é tão decisiva quanto nos seus congêneres concursos de Miss. Para ser eleito Mr Gay é preciso que o candidato alie à beleza inteligência e segurança, conhecimentos satisfatórios de cultura e diretos gays e convença os jurados de que vai representar bem a comunidade no ano de seu reinado. Thiago Silvestre, do Mato Grosso, conseguiu. Ele também ganhou pontos mostrando duas características particulares: é másculo e romântico. É o segundo Mr Gay Brasil vindo do Mato Grosso. O primeiro Mr Gay Brasil foi Luciano Luppo, conterrâneo de Thiago. O segundo, Marcos Grabowski, veio de Goiás. Com Thiago ganhando a faixa, é inevitável afirmarmos que a região centro-oeste concentra os melhores candidatos, sendo Cuiabá uma espécie de Venezuela nacional masculina _a Venezuela foi o primeiro país a ganhar por dois anos seguidos o Miss Universo.

Credencial

Sim, Thiago tem pinta de machão. Fala grosso, quase não dá pinta. Foi criado no interior do interior e trabalhou em oficinas mecânicas e loja de material de construção. Com apenas 22 anos, ele reconhece que sua macheza o fez ganhar destaque entre seus concorrentes: "Acho que ser másculo me diferenciou. E eu estava muito focado no concurso. Alguns outros misters estavam mais pela diversão", assume. Thiago mora em Cuiabá com seu namorado há oito meses. É seu primeiro namoro estável. Antes, teve um namoro curto de três meses e só. "Meu namorado me deu muito apoio. Se não fosse ele eu não estaria aqui". Thiago também fez uma declaração de amor a seu boyfriend no palco do Mr Gay Brasil, na fase final da noite, o que o fez ganhar simpatia dos jurados. O moço agora se prepara para representar o Brasil no Mr Gay World, que rola em fevereiro próximo em Oslo, na Noruega. Até lá, promete aumentar as idas à academia e melhorar seu inglês.

Opinião de Mister

Relacionamento aberto: para mim não serve, não consigo me imaginar nesta situação. Mas conheço casais que resolveram seus problemas assim.

Drogas: não condeno quem usa. Eu não gosto. Raramente bebo.

União estável: não sei se me casaria no papel ou não. Mas não importa, todo mundo que quiser fazê-lo deveria ter isso garantido em lei.

Adoção de crianças por homossexuais: vale o mesmo que a união gay. No Brasil um homossexual solteiro pode adotar. Um casal não. Não faz sentido.

Faixa a faixa

Outros candidatos ao Mr Gay Brasil 2009 não levaram o título, mas se destacaram e levaram outras faixas na noite. Conheça-os:

MR GAY POPULARIDADE
Bruno Maffei, Mr. Distrito Federal, levou a melhor na votação popular do site Ego. O moreno é surfista e tem um corpaço.

MR GAY FOTOGENIA
O gato do Paraná, Luciano Rocha, arrasou em todos os shootings. Ele é stylist em Curitiba e tem experiência na área.

AO NATURAL
O candidato do Rio de Janeiro, Anderson Soares, foi convidado pela G Magazine para estrelar a capa do mês de outubro.

J9.2

Thiago Silvetre, 22 anos, o Mr Gay Brasil 2009: pronto para nos representar na final mundial na Noruega

O VICE
Fabiano Gurgel, do Ceará, segundo colocado, é educador físico e estudante de direito.

MR GAY SIMPATIA
Lucas Godin, de Santa Catarina. Eleito pelos seus colegas. Um fofo, engraçado e divertido.

MR GAY SPORT
Silvio Custódio, do Amazonas, levou a melhor nas provas de natação e ganhou pontos na competição.

J10.1

texto Hélio Filho

Renan Oliveira

Ao mestre sem carinho

Ser professor no Brasil não é fácil. Ser professor e gay assumido é ainda pior.

Quando se fala em homofobia na escola a primeira imagem que vem à cabeça é a de um aluno sofrendo violência psicológica. Mas é preciso lembrar que os professores também podem sofrer pela mesma razão. JUNIOR conheceu histórias de educadores que foram tolhidos em sua missão de orientar seus alunos simplesmente por serem abertamente gays.

São histórias que têm em comum a absurda ideia de que esses professores estariam incentivando a homossexualidade só por serem gays. "O preconceito vem das coordenadoras, diretores de escola que não admitem outra forma de mundo, de reeducar, acham que você está fazendo propaganda. Se a escola fosse efetivar a orientação sexual de alguém eu não seria gay, aprendi na escola que o certo é ser heterossexual, ter filhos, casar", opina Antonio Pinheiro, professor de Artes do Instituto de Educação Sarah Kubitschek e do Instituo de Educação Superior, ambos no Rio de Janeiro.

Ele desenvolve há cinco anos um projeto dentro do Sarah que tem como objetivo justamente diminuir o preconceito contra a população LGBT, realizando atividades como palestras, confecção de cartazes, desenhos animados e muita conversa franca. Antonio tenta há algum tempo repetir essa experiência em seu outro emprego, no Instituo de Educação Superior, mas não está conseguindo pela falta de apoio e interesse da instituição. "Ainda separam fila para rapazes e moças, uma visão sexista da educação. Como essa escola vai conseguir discutir a sexualidade?", pergunta.

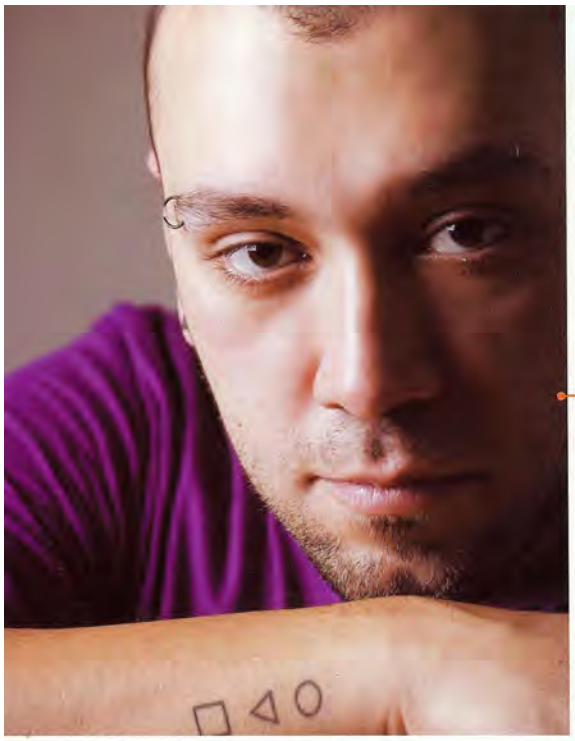
O professor de artes Vitor Mizael, 24, do Centro Paula Souza _ responsável pelas escolas técnicas do Estado de São Paulo_ conta que há cerca de três anos começou a sofrer uma perseguição velada do próprio diretor da escola. "Ele começou a me dar bronca por causa da sujeira na sala de artes, mas sala de artes é para sujar! Começou a me pressionar por outros lados."

> "A ESCOLA É MUITO HOMOGÊNEA, É DIFÍCIL PARA O ALUNO ENTENDER QUE EXISTEM OUTRAS FORMAS DE ORIENTAÇÃO SEXUAL, OUTRAS CONFIGURAÇÕES DE FAMÍLIAS."
> ANTONIO PINHEIRO

Quando Vitor tentou realizar na escola pela primeira vez em anos uma atividade fora da sala de aula, o tal diretor não só o proibiu como lhe avisou para não continuar com suas ideias muito inovadoras para a instituição. "Ele sempre ficou muito em cima quando eu ia fazer um trabalho muito diferente com os alunos, me proibiu de pedir material para os alunos, dizia para não sujar a sala, não podia pintar telas com os estudantes. Isso sempre com a justificativa de que os alunos não podiam gastar e nem a escola tinha dinheiro."

Além das atividades educacionais, o preconceito pode vir também disfarçado em pequenas escolhas dos superiores, como a distribuição dos horários no quadro de aulas. "Eu percebia muito isso com

J10.2



"O GRANDE PAPEL DO PROFESSOR HOMOSSEXUAL ASSUMIDO É DE EDUCAR PARA A DIVERSIDADE, MOSTRAR QUE GAY É GENTE COMUM QUE TRABALHA E QUE PODE SER UM REFERENCIAL FORA DO ESTEREÓTIPO DA TELEVISÃO."
VITOR MIZAEL

Alexandre Perroca

relação ao quadro de horários, de não prestigiar o professor. Quando montavam a grade e alguém se lascava, esse alguém era sempre eu", lembra Wilton Garcia, 42, professor da Faculdade Impacta de Tecnologia e do mestrado em Semiótica, Tecnologia e Educação da Universidade Brás Cubas, em São Paulo. Ele completa que "era uma situação de não conseguir realizar um bom trabalho porque tinha essas reservas, sempre um olhar vigilante. Em algumas universidades eles colocam funcionários como alunos para monitorar professores".

AGORA COM CARINHO

Mesmo com vários empecilhos, esses professores não desanimam de sua missão de preparar o futuro e buscam nos bons momentos a realização e o respiro para a treva homofóbica. Todos eles, sem exceção, exercem um importante papel dentro da sala de aula: o de aconselhar, não apenas ensinar o conteúdo dos livros. "Tem a coisa do respeito e da confiança, não estou ali enganando eles. Quando você se coloca mais transparente, mais verdadeiro, você tem um retorno muito maior, conquista a confiança dos alunos. Eu como professor não quero ganhar respeito à base do grito, das canetadas", explica Antonio.

"Quando o professor está no armário ele acaba passando uma coisa falsa para o aluno, que muitas vezes saca que ele é gay. Esse professor está tolhendo o aluno. Preconceito é ignorância, se o aluno conhece de perto fica com menos preconceito. Ele tem que dar ao aluno o direito de admirar um homem gay que é seu professor. É essencial ser um ponto de referência positiva", opina Deco Ribeiro, 28, professor da Faculdades de Campinas (Facamp) e fundador da primeira Escola LGBT brasileira, também em Campinas.

Em 2002, quando ainda era aluno de Jornalismo na mesma faculdade, ele escreveu um artigo para o jornal da instituição e se

"FAÇO QUESTÃO QUE ELES SAIBAM QUE SOU GAY PARA FORÇAR A DISCUTIR ISSO, NÃO NO SENTIDO DE UM DESAFIO HISTÉRICO, MAS PARA TRAZER O TEMA PARA A DISCUSSÃO, PARA FORTALECER A IDEIA. EM ALGUMAS INSTITUIÇÕES, LAMENTAVELMENTE, OS SUPERIORES DÃO TAPINHAS NAS COSTAS MAS AINDA MANTÊM DISTÂNCIA DE VOCÊ."
WILTON GARCIA

assumiu gay. Alguns alunos menos respeitosos o acusaram de tentar "sujar o nome da faculdade". "Eu ignorei, nem dei resposta. Não tem como dialogar." A resposta veio no dia 13 de março deste ano, com a inauguração da Escola LGBT, onde ele é o diretor, com todas as vagas de todos os cursos ocupadas e com direito à fila de espera.

Mesmo necessária, não existe dentro do Ministério da Educação (MEC) uma política para resguardar esses profissionais, sendo que as ações sobre diversidade sexual nas escolas estão mais voltadas à proteção do aluno e à capacitação dos educadores para lidarem com estudantes não heterossexuais. No ano passado, o MEC financiou 15 projetos em escolas das cinco regiões do Brasil sobre "Educação em Gênero e Diversidade Sexual". O que já é um grande avanço, mas ainda não garante uma boa nota final nesse exame. ■

J11.1

texto Neto Lucon

Pode entrar

Casais contam como e porquê abriram seus relacionamentos.

Tão polêmico entre inúmeros casais, o tema "relacionamento aberto" ainda rende muitas discussões. Afinal, quem ama deseja mesmo ficar com outras pessoas e incluir um terceiro ou quinto travesseiro na relação? Sem levar a discussão para pólos contrários, ou dizer se é certo ou errado, escutamos relatos de pessoas que viveram tal experiência e carregam opiniões diversas sobre o assunto _além de boas histórias.

ABERTO E FELIZ

Eles estão juntos há cinco anos e sete meses. O analista de tecnologia de informação Ricardo Rezende, 25, e o estagiário de publicidade Thiago Coelho, 24, ambos de Belo Horizonte, sempre procuraram uma relação sincera, leal e com muito diálogo. Por esse motivo, abriram o namoro. "Nos tornamos muito mais íntimos, companheiros e felizes. Muitos casais abominam este tipo de relacionamento, mas saem pelo mundo traindo seus companheiros. Em minha opinião, é bem melhor você compartilhar um prazer com seu parceiro do que enganá-lo", defende Thiago.

Foi Thiago que propôs abrir o namoro e, neste caso, foi bem recebido. "Ele começou a me mostrar algumas pornografias entre três ou mais homens. Resolvemos fazer um test drive e acabei gostando", conta Ricardo, que chegou a combinar algumas regras antes de iniciar. "Decidimos que só poderíamos ficar com outras pessoas se estivéssemos juntos e que outras pessoas não poderiam fazer parte da relação."

Na primeira experiência, ambos sentiram ciúmes. "Foi muito complicado ver meu parceiro sentindo prazer com outro homem. Até chegamos a discutir por conta disso. Depois conversamos e percebi que nosso amor é muito maior do que uma simples relação sexual", garante o analista, que é endossado pelo namorado. "O ciúme é o tempero do amor. Claro que existe ciúme, o medo de perder a pessoa amada. Mas as chances de terminar são bem maiores em um relacionamento fechado, pois o parceiro não tem a intimidade para falar sobre o desejo por outro. Isso pode se transformar em uma traição e desandar o namoro."

Thiago e Ricardo, juntos há cinco anos e sete meses, acham que tornaram-se mais íntimos depois que relacionamento abriu

A melhor maneira de manter uma relação aberta saudável, segundo o casal, é manter o diálogo em dia, principalmente depois do sexo. "Sempre que temos uma relação com outra pessoa e o ciúme aperta, sentamos e conversamos." Ricardo fala também sobre autoestima. "Temos que confiar no nosso taco, sem esta confiança não há relacionamento que dure, nem mesmo os fechados", opina.

Pontos positivos, apontados por eles, estão ligados à ntimidade. "Você pode comentar de outras pessoas com ele e também pode ficar com elas, dependendo das regras. Nossa relação ficou mais apimentada, o ato sexual muito mais gostoso e, de certa forma, diminuiu bastante o ciúme e a tendência à traição." Já os negativos... "Algum dia você pode estar afim de uma noite a dois e seu parceiro querer alguém no meio. Mas tudo é conversado e negociado", diz.

"Nosso relacionamento está baseado no amor. É ele que nos sustenta e faz com que a nossa relação sexual, só entre nós, seja especial e tão mais prazerosa que com outra pessoa", afirma Ricardo. "Já ficamos com outros nesses cinco anos. Não muitos porque procuramos fazer disso um 'algo a mais' e não uma rotina", frisa Thiago. Felizes, eles planejam casar e ter filhos nos próximos anos.

ABRIU, FECHOU

Ao contrário da ordem que estamos acostumados a ver, o fisioterapeuta Rogério Eduardo Nascimento, de 23 anos, começou o namoro com o título "relacionamento aberto". Mas depois voltou atrás e fechou a relação. "Não é que eu seja contra, até acho que seja uma alternativa saudável e já fui o terceiro travesseiro de um casal de amigos, mas sou muito ciumento", explica ele.

Amigos desde a adolescência, ele conheceu o ex-namorado em uma época que nem sonhava namorar. "Só fomos nos ver depois

J11.2

Rogério, 23 anos, começou um namoro aberto mas fechou por não gostar de ver o namorado com outro

de muitos anos em uma balada. Achei ele lindo, másculo e peludo. Chegamos a ir ao dark room e, nele, além de ficarmos juntos, também ficamos com outras pessoas." Rogério garante que não sentia ciúmes nesta época, pois não encarava aquilo como um namoro de fato. "Antes nunca tinha pensado em ter um relacionamento aberto, mas parto do princípio de que não existe relacionamento 100% fiel. Com o tempo vai faltando alguma coisa, um tempero a mais", acredita o jovem, que não imagina viver por muito tempo com um mesmo parceiro. "Nossa sociedade não permite que façamos coisas que um casal hétero faz tranquilamente em público. Isso, por mais simples que seja, ajuda a alimentar a paixão", acredita.

No período em que participava de reuniões íntimas com um casal de amigos, ele afirma que existiam alguns momentos de ciúmes vindos dos dois lados. "Eles se dão muito bem – moram juntos, viajam para fora do país, são felizes – e me chamavam para esquentar a relação. Era gostoso, divertido, mas uma vez rolou algo meio chato", conta o fisioterapeuta. "Uma quarta pessoa foi convidada e eles fizeram troca de casais, cada um foi para um quarto diferente. Depois que acabou, ficou aquele climão. Eu não participaria de novo, pois sempre rola de você querer ficar mais com um do que com o outro. No final, um sempre sobra", alerta.

Aliás, o fato de possivelmente ser jogado para escanteio é um das preocupações de Rogério. "Acho um pouco complicado voltar a ter um namoro aberto, pois ao mesmo tempo que é bom para a relação não cair na rotina e não haver traições, eu não gostaria de ver meu namorado com outra pessoa." O fisioterapeuta diz que a dica é não se envolver emocionalmente com os novos parceiros, nem prolongar encontros. "É focar somente naquele momento. Caso contrário, você pode entregar de bandeja a pessoa que você ama", frisa.

Depois de fechado, o namoro durou três meses. "É claro que não foi por conta da relação focada em nós dois. O motivo foi a distância. Pois, se fosse para salvar meu casamento com a pessoa que amo, eu viveria um terceiro travesseiro. Isso não quer dizer que o amor acabou, mas sim que a paixão esfriou. Nada mais justo que tentar esquentá-la, né?"

ABERTO PARA MULHERES

Depois de terminar um namoro de sete anos, o produtor cultural Vinícius Rigoletto, de 30, entrou de cabeça em uma relação aberta com outro produtor. "Vivi, ou melhor, tentei viver uma relação assim em 2007. No início foi muito bom, meio às escondidas por ele ser uma pessoa pública, mas resolvi arriscar." Vinícius diz que a proposta de abrir o relacionamento partiu da necessidade do parceiro se passar por heterossexual. "Ele me deixou muito claro que poderíamos tentar uma relação com respeito e confiança, e que precisava ser visto com belas mulheres. Aceitei pela curiosidade e pelo medo de ficar sozinho", confessa.

Sem saber como lidar com o namoro de portas abertas, o produtor procurou encarar tudo com naturalidade. O que ele não poderia esperar é que o namorado também fosse ter algo mais sério com as garotas. "Comecei a reparar na possibilidade de existir um ▸

Vinicius já teve um namoro aberto, mas acha que não terá outro

Alexandre Perroca

J11.3

relacionamento aberto dele com aquelas mulheres e que eu não era mais o número 1", lembra. À medida em que o sentimento crescia, Vinicius pensava se deveria ou não terminar o romance. "Comecei a ficar incomodado por saber que jamais teria ele para mim, que teria que dividi-lo, sendo que já estava nutrindo um sentimento forte", explica. "O pior era ir a alguns lugares e não poder ficar perto dele, se passar como amigo."

Tudo piorou quando descobriu que o namorado mantinha relacionamento com outros homens. "Foi aí que eu comecei a ter alguns outros casos e que as brigas começaram a surgir. Antes que nos machucássemos ainda mais, decidi terminar", diz.

Vinícius acredita que dificilmente voltará a ter um relacionamento aberto, principalmente por gostar de exclusividade. "Não sei dividir a pessoa por quem tenho um sentimento. Não acredito naquela coisa de 'para sempre', mas enquanto estiver junto com alguém quero exclusividade."

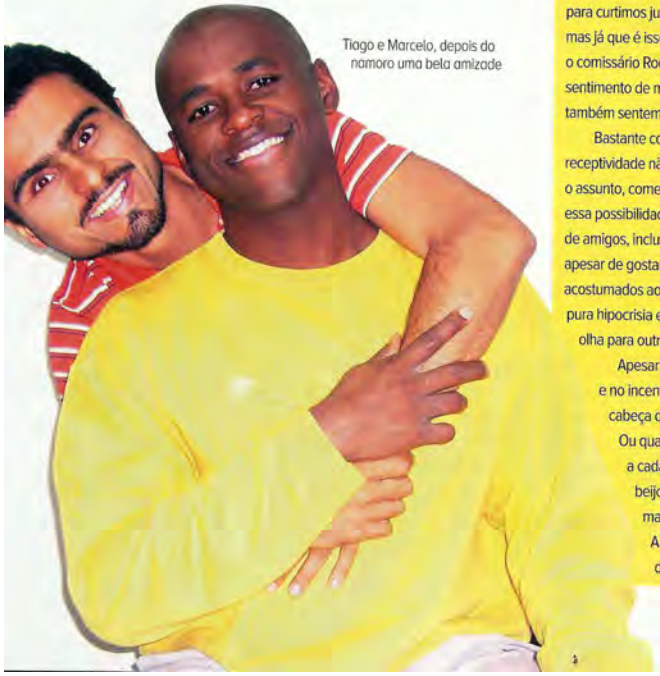
ABERTO POR IDEOLOGIA

O relacionamento aberto não surgiu, ele foi uma condição para que o sociólogo Tiago Duque, 32 anos, namorasse o professor de dança Marcelo Santos, 30. Desacreditado na lógica tradicional, ele não queria reproduzir o amor romântico centrado na posse e no ciúme. "Não queria uma relação que vincule o sexo com amor a ponto de não poder valorizar práticas sexuais consensuais fora da relação amorosa. Não acredito que o amor se justifica através de uma fidelidade focada no sexo", argumenta.

O namorado, que nunca havia pensado nesta possibilidade, resolveu topar pela curiosidade. Mas, antes, eles fizeram alguns acordos: nada de sexo a três, não levar ninguém para suas casas, quando estiverem juntos não flertar com outros e, o principal, não desmarcarem programas juntos para sair com outra pessoa. "O contrato é fundamental. Ele nos ajuda a avaliar nossos limites e voltar atrás ou avançar quando as regras não fazem mais sentido."

"O ciúme não era para existir, mas eu sentia um pouco sim. Pensar que ele estaria transando com outro cara nunca foi uma situação totalmente tranquila para mim", confessa. O sociólogo, por sua vez, afirma que, como a maior parte das relações, é fundamental assumir o ciúme para superá-lo. "Acho uma bobagem dizer que o ciúme é uma prova de amor. Sentimentos de posse e poder sobre o outro são reflexos de sentimentos individualistas que aprendemos a reproduzir desde pequenos."

O namoro durou quatro anos. O companheirismo permaneceu. Tanto que eles continuaram vivendo na mesma casa por mais de um ano. "Hoje o amor continua de forma muito fraternal. A relação não terminou, mudou-se apenas o contrato. Agora somos excelentes amigos", diz Tiago. ■



Tiago e Marcelo, depois do namoro uma bela amizade

QUERO ABRIR

"Amo muito meu namorado, mas depois de quatro anos é impossível não pensar em conhecer outras pessoas. Já trai, mas não me sinto muito à vontade. Gostaria de combinar com ele de formarmos um casal aberto. Nem que seja para incluir um terceiro para curtimos juntos. Também confesso que não seria tão fácil vê-lo com outra pessoa, mas já que é isso que eu quero, é isso que ele também tem direito, né?", desabafa o comissário Rodrigo R., de 24 anos. O relato, cheio de sinceridade, é um reflexo do sentimento de muitos casais. Eles se amam, gostam de namorar, de estar juntos, mas também sentem vontade de conhecer outras pessoas.

Bastante comunicativo, Rodrigo já tentou conversar com o atual namorado, mas a receptividade não foi boa. "Quando ele começou a suspeitar onde eu queria chegar com o assunto, começou a chorar, dizendo que eu não o amava. Daí eu parei, pois não existe essa possibilidade de diálogo, ele é muito ciumento", diz. Ao conversar com outros casais de amigos, inclusive héteros, o feedback o assustou. Todos pensavam a mesma coisa: apesar de gostarem de seus parceiros, queriam conhecer outras pessoas. "Estamos acostumados aos padrões heterossexuais, monogâmicos, de ter algo consolidado, mas é pura hipocrisia e comodismo. É só olhar por aí: todo mundo se trai, ou pensa em trair, ou olha para outro no metrô, ou na balada, ou é infeliz. Ninguém precisa imitar isso."

Apesar de criticar o pensamento tradicional, o comissário fala da criação familiar e no incentivo sexual a homens para explicar a vontade. "Isso é embutido na cabeça quando somos orientados na adolescência a transar com várias mulheres. Ou quando compramos uma revista erótica com um homem diferente na capa a cada mês. Ou na balada, onde as pessoas perguntam quantas pessoas você beijou", aponta. Para ele, se é amor, o outro acaba sempre voltando. "É uma maneira de ter a certeza absoluta que é você que ele quer, um termômetro. A porta está aberta, se ele quiser ir, que vá. Mas se ele for e voltar, quer dizer que é você que vale a pena."

J12.1

por Hélio Filho

Esse negócio é meu

Em um mundo cada vez mais competitivo, gays e lésbicas contam como buscam sucesso com seus próprios negócios gays.

O mundo dos negócios é cruel, competitivo, dinâmico e... colorido! É claro que gays e lésbicas também são donos de empresas e têm capacidade de enxergar no momento atual uma oportunidade futura. JUNIOR foi conversar com quatro empresários que acreditaram em suas ideias e trabalharam muito para colocá-las em prática, deixando de ser funcionários e se transformando em seus próprios chefes.

São cases de sucesso que contrariam o número de 27% de empresas que fecham no primeiro ano de funcionamento no Brasil, o que dá uma média de um fracasso entre quatro novos negócios, de acordo com o SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Um índice que já foi pior: chegava a 35% antes de 2000. De olho no (real) poder de consumo da comunidade LGBT, eles se lançaram e prometem fazer ainda muito mais.

JULIO CÉSAR FANTIN, PORTAL G

O site Portal G nasceu há três anos com a proposta de levar conteúdo ao gay aos estados do Sul do Brasil. Hoje é considerado o maior do segmento na região e o único a unir coberturas, blogs, vídeos e uma central de notícias atualizada diariamente com foco local, o que não impede de dar atenção também ao Sudeste, onde possui colaboradores cobrindo Paradas e escrevendo em blogs. "Minha inspiração inicial foi o site Mix Brasil, ao qual hoje somos parceiros e representantes do Mr. Gay Brasil. Sempre achei surpreendente a ideia e a ousadia", conta Julio César Fantin, diretor-executivo do site.

Ele fez uma coisa básica no mundo dos negócios: identificou a demanda e ofereceu o produto para o público consumidor. "No Sul, até o Portal G surgir, não havia um site que desse atenção a toda a região." Mas não poderia ser um produto parecido com o que já existia.

O blog que existia ganhou mais investimento e atenção e aos poucos se tornou um site. "Começamos com 10 acessos ao dia", lembra Julio, informando que hoje o site tem 12 mil acessos únicos ao dia e pelo menos 300 mil ao mês.

portalg.com.br

MANUELA FRANCO, TV MAGIA

Um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em 2007, o Programa Magia, acabou se tornando a profissão da jornalista Manuela Franco, rosto da TV Magia, no ar na internet há dois anos. A ideia surgiu em Florianópolis, a Ilha da Magia (por isso o nome), e, com a crescente demanda identificada, o programa passou a cobrir o turismo GLS. "Comecei com o Programa Magia para cobrir as paradas gays, mas não queria colocar este programa somente em Floripa, queria algo que fosse para o mundo", diz.

Com sua câmera na mão, ela já foi parar na Espanha, Alemanha, Portugal, Itália e Eslovênia e rodou o Brasil quase todo. Demanda para novos programas existe de sobra com a crescente realização de eventos da diversidade sexual no Brasil e no mundo. Mas Manuela lembra que a falta de investimentos no setor no Brasil paralisa seu trabalho.

"Na Europa eles investem! Pagam passagem aérea, hospedagem e dão suporte. Sinto um certo preconceito ainda no Brasil", revela.

tvmagia.com

J12.2

MARÇAL LOURENZONI, UGAY

Com o objetivo de ser tipo um Google gay, o Ugay entrou no ar há três anos e três meses. Ao lado do sócio Igor Galhardo, Marçal criou um indexador de links para atender os mais diversos interesses da comunidade LGBT – de pet shop a cartomante. "É um site de utilidade pública para um público forte que surgiu pela falta de um indexador desse segmento", conta Marçal. São profissionais reunidos em um espaço onde "qualquer pessoa pode colocar seu link, sem pagar nada", mas quem paga ganha mais destaque nas buscas, claro.

Com o indexador estabelecido com sucesso, Marçal se lança em novas ferramentas para transformar o Ugay em um centro virtual de negócios e empreendedorismo. Por meio da Ujob, o profissional liberal que ainda não tem um anúncio na internet consegue fazer um na mesma hora. Marçal quer agora incluir conteúdo no Ugay por meio do UG colaborações feitas por blogueiros cadastrados no site falando sobre medicina, noite, turismo, lazer, sites e portais.

ugay.com.br

PET CAFÉ

No coração da rua gay de São Paulo, a Frei Caneca, o Pet Café abriu há dois anos e já se tornou "um lugar aberto para todo mundo, para todo tipo de gente", segundo seu cabeça, William da Silva, o Will, para quem o segredo de um bom negócio é "vestir a camisa, não ter medo de colocar a mão na massa". Ex-mordomo e formado em Gastronomia e Hotelaria, Will oferece cafés, sucos e lanchinhos e muita polidez em um ambiente aconchegante que é a cara da rua onde está localizado: reúne a programação do Centro de Cultura Judaica, revistas JUNIOR, Guia de Bolso LGBT e propagandas de lojas de roupa e educação.

"O atendimento é toda a diferença do nosso negócio, tem que dar atenção sempre, ter disciplina, respeito e educação", revela. "Até mesmo o formato de um copo influi no sucesso", prega. Além disso, todo sábado tem as festas temáticas que já são sucesso. O empresário agora planeja abrir seu Pet Café também aos domingos, para atividades como palestras, debates e programação cultural para a comunidade.

Pet Café
Rua Frei Caneca, 703
Consolação, São Paulo
Tel.: (11) 3255-1385

J13.1

texto Irving Alves

Gean, brasileiro, foi morar com Hank, um sueco, lá na mais que friendly Suécia

Lá e cá

Há muitos casais gays formados por pessoas de nacionalidades distintas. Eles enfrentam as distâncias, a burocracia heteronormativa e os abismos entre culturas para viverem suas histórias de amor. Três deles contam à JUNIOR como é enfrentar essa realidade.

Diferenças de cultura, idioma e de hábitos cotidianos, trocas diárias de experiências, batalhas judiciais pela concessão de vistos, sucessivas despedidas com posteriores e emocionados reencontros. Essas são algumas das características comuns a casais gays formados por pessoas de nacionalidades distintas. Quem vive ou já viveu um relacionamento com alguém de outro país sabe muito bem do que estamos falando.

Se namorar uma pessoa compatriota já é algo que exige dedicação, quando o ser amado vem de outra parte do mundo a tarefa ganha novas demandas. Ao mesmo tempo, traz também o prazer de conviver com uma pessoa que enxerga a realidade a sua volta com um olhar diferente, o que possibilita uma renovação constante na convivência.

Quem está mais que por dentro deste assunto é o brasileiro Toni Reis e seu companheiro, o britânico David Harrad. O presidente da Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais conheceu seu gringo há exatos 20 anos dentro de uma estação de metrô de Londres. "Fazia apenas quinze dias que eu estava na Inglaterra e meu inglês não estava muito bom. Cheguei para o David e falei 'You is English?'. E ele, de uma forma muito gentil, me corrigiu e disse: "Are you English?", relembra. Temendo uma possível reação negativa por conta do preconceito contra brasileiros, Toni no primeiro momento mentiu. Afirmou ser italiano. Só depois de meia hora de papo revelou sua real origem.

Os dois engataram cinco horas de papo em frente à casa do brasileiro e marcaram o encontro seguinte para dali a uma semana, às 18 horas. No dia definido, David, como um bom britânico, estava lá mais que pontualmente, munido de uma garrafa de vinho, carne e espaguete. "Hoje, 20 anos

J13.2

depois, o espaguete à bolonhesa continua sendo nosso prato preferido", revela Reis. A vinda para o Brasil foi de comum acordo. Depois de seis meses na Espanha, seis na Itália e mais dois anos na Inglaterra, Toni decidiu que era hora de voltar para casa. Segundo o militante, David foi bastante compreensivo e não hesitou em se mudar de país.

A gente consegue imaginar o baque sentido pelo parceiro de Toni Reis ao desembarcar no Brasil das desigualdades sociais e da inflação. Além disso, a malandragem e o jeitinho brasileiros também chamaram a atenção do britânico. "Aqui é difícil ver alguém desistir sem conseguir 'dar um jeito'. O brasileiro é muito criativo e persistente. Uma coisa cultural que demorei para me adaptar foi a questão do compromisso. De modo geral, o inglês tem mais tendência de cumprir a palavra que o brasileiro. Agora já estou acostumado, e eu até estranho quando vou para a Inglaterra e encontro tudo pontual e 'certinho'", revela David.

As culturas tão diferentes, reveladas, por exemplo, na forma de vestir, hábitos alimentares e na música, à primeira vista poderiam causar um afastamento entre os dois, mas acabaram servindo como ponte para o diálogo permanente. Para superar as inevitáveis desavenças geradas pelas distinções sem colocar o relacionamento a perder, David e Toni elaboraram uma regrinha: o mais inteligente no momento, perdoa. "Tem dias em que eu sou mais inteligente e dias que David é mais inteligente. Assim vamos levando nossa vida", afirma Toni.

Já as dificuldades com o idioma também mereceram uma estratégia específica para não se tornarem uma dificuldade, isso antes de David deslanchar no português. No início da vida em comum os dois andavam para cima e para baixo com dicionários no bolso. Tudo para não correr o risco de ser mal compreendido pelo companheiro.

LUTA PARA FICAR

A história de amor entre o brasileiro e o britânico tornou-se nacionalmente conhecida quando, em 1996, a então ilegalidade de David no Brasil veio à tona em diversos meios de comunicação. "As pessoas aqui no Brasil foram muito solidárias comigo. A solidariedade da mãe do Toni foi algo espetacular, se propondo a casar

O inglês Davi e o brasileiro Toni comemoram 20 anos de vida em comum

Rafael Danielewicz

Rafael Danielewicz

comigo para que eu pudesse ficar no Brasil com ele", relembra o britânico. Depois de passar sete anos dando "jeitinhos" com uma série de vistos temporários, a dupla resolveu a situação depois da publicação da Resolução Administrativa nº 5 do Conselho Nacional de Imigração, que trata da concessão de visto para companheiro de cidadão brasileiro.

O público conhecimento da história acabou servindo como uma luz no fim do túnel para outros casais em situação parecida. Alguns precisam se contentar em continuar driblando a burocracia heteronormativa ainda presente tanto no Brasil quanto na maioria dos países. Exemplo disso são o produtor de eventos Renato Alexandre dos Santos e o médico bioquímico Darko Kirini. Um brasileiro, outro croata. Eles vivem juntos na Croácia há nove meses, depois de encararem um período numa intensa ponte-aérea entre Zagreb e Londres, onde Alexandre vivia antes.

Como o país do Leste Europeu ainda engatinha com relação a direitos homoafetivos, Renato e Darko não podem oficializar a união e o brasileiro vai ficando como estudante. "Mas tenho recebido algumas propostas de trabalho, o que pode me dar direito de residir aqui por um tempo mais longo", diz, com a esperança típica dos apaixonados. A chegada em uma nação considerada sisuda causou impacto em Renato, não só pelo idioma, mas também pelo aviso que recebeu do namorado. "Quando estive aqui pela primeira vez, ele me falou que 'na Croácia não há gays, estão todos no armário'. Fiquei um pouco assustado, mas depois desses nove meses, vi que os Croatas estão

J13.3

Davor Rubcic

O brasileiro Renato conheceu o croata Darko e não largou mais

'colorindo' Zagreb. Eles organizam filmes gays uma vez por mês e a Parada só cresce", nos conta Alexandre, que trabalha como voluntário em ONGs LGBT locais.

Assim como Toni Reis e David Harrad, Darko e Renato não vêem nas distinções culturais um problema, mas a chance de aprimorar a si mesmo ao conhecer melhor o outro. No caso do brasileiro e do croata, as diferenças de costumes são, na verdade, o de menos. "Somos muito diferentes em tudo. O Darko gosta de música clássica, eu sou fã de Lady Gaga. Ele tem uma alimentação super balanceada, enquanto eu adoro um churrasco. Ele ama a natureza. Eu, a cidade. Com muita conversa conseguimos sempre chegar a um acordo."

Os dois só não têm certeza quando o assunto é o futuro. Enquanto Alexandre sonha em voltar a viver no Brasil, Darko pensa em morar em um país que facilite a vida dos casais gays. "Além disso me preocupo questões como: Onde ambos podem adquirir bons empregos? Onde a sustentabilidade e a qualidade de vida seriam melhores para nós e nossos futuros filhos? Qual seria o lugar para melhor aproveitarmos a vida? É o Brasil? A Croácia? Ou outro lugar?", questiona o croata.

NA SUÉCIA É DIFERENTE

O drama relacionado à concessão de visto de permanência, apontado por Renato como único infortúnio em sua relação com Darko, não é vivido por Gean Queiroz. Muito pelo contrário. Natural de Roraima, o ator e escritor namora há sete anos o fotógrafo sueco Håkan Bergström, mais conhecido como Hank. O casal enterrou no passado as constantes separações e Gean conquistou a cidadania sem maiores problemas. "Contamos com a sorte de a Suécia ser um país super aberto e avançado no que se refere às relações homossexuais", diz o brasileiro. Os dois se conheceram em uma fervida sexta-feira de Carnaval no Rio de Janeiro, mais especificamente na Lapa. "Eu vinha de uma sequência de blocos e me deparei com ele, já bem colocado, jogado numa poltrona. Não teve diálogo. Eu encarei, sentei no colo e beijei. Depois fomos pro apartamento que ele alugava em Copacabana", relembra Gean.

Para Hank, que já passava metade do ano em seu país e metade no Brasil, conhecer seu atual companheiro abriu portas de sua própria sexualidade. Nos braços do maridão, ele diz ter encontrado as respostas para muitas das dúvidas que tinha sobre o assunto. Mas isso não foi suficiente para evitar os estranhamentos mútuos no início da relação. Apesar de ambos se considerarem pessoas flexíveis, o encontro do gélido norte europeu com a calor dos trópicos fazia pensar porque pensavam e agiam de formas tão diferentes. "Essas questões vão existir sempre, e algumas briguinhas são inevitáveis, mas o amor supera", acredita Gean.

Supera tanto que, depois de resolver a pendência do visto de Gean, os dois agora se preparam para dar mais um passo na construção da vida a dois: comprar um belo apartamento em Estocolmo. ▪

J14

JUNIOR POP

por Neto Lucon

Para ver, ouvir e babar

Cantores pop, malhados, gatos e assumidos fazem clipes de alta testosterona.

Acha que cantores gays se resumem a Elton John, Lance Bass e Ricky Martin? Pois existem alguns bonitões pra lá de assumidos que movimentam o cenário musical e abusam de clipes bastante sensuais. Conheça-os.

COLTON FORD

A carreira do gato novaiorquino Colton Ford, 41 anos, não começou na música. Foi através dos filmes eróticos da Falcon _quinze no total_ que ele alcançou a fama. Em 2003, ao receber o GayVN Awards como o melhor performer gay, Colton resolveu dizer adeus aos filmes adultos e investir na carreira fonográfica. O repertório é no estilo clube-dance-house, a batida sexy e a voz rouca ainda fazem de Colton um sex symbol. O bonitão lançou o primeiro disco em 2008, o "Tug of War", pela Outsider Music, e as críticas foram leves para um primeiro trabalho. Sucesso mesmo fazem seus clipes "Losing My Religion" e "The way you Love". Preparando o segundo álbum, "Under the Covers", Colton quer provar que canta mesmo.

IVRI LIDER

Dono de um corpo sequinho e definido, o músico Ivri Líder, de 36 anos, é um dos cantores mais bem sucedidos de Israel. No Brasil, ficou conhecido principalmente pelo hit "Cinderella Rockfella". O músico fez recentemente um cover da música "I Kissed a Girl", da Katy Perry. Por ser gay assumido, há quem diga que sua versão ficou ainda melhor. Aliás, sua homossexualidade nunca foi segredo para ninguém. "Num nível pessoal, me sinto pleno e feliz com minha vida. É estranho ser entrevistado e não falar sobre meu namorado, minha vida. Quem sabe eu não possa influenciar as pessoas e ajudar jovens que estejam sofrendo, ajudá-los a superar as dificuldades,", declarou o fofo.

SEAN ENSIGN

Aos 38 anos, Sean Ensign é um dos cantores e compositores gays mais sarados e quentes do cenário musical. Nascido em Cleveland, Ohio, nos Estados Unidos, ele já trabalhou como enfermeiro e, pela beleza, fez pontas como modelo. Só foi se tornar cantor em 2006, quando assinou com a gravadora Titan Sounds e lançou o primeiro álbum, "Finally". Apostando no estilo dance music e nas letras de amor tórrido, o primeiro hit foi "It's My Life (Finally)". Com o single, o primeiro de outros seis, chegou alcançar a 35ª posição no ranking Hot Dance Music, e o 21° lugar de vendas no Dance Singles. Com músicas espalhadas pelos EUA e Europa, o artista também aposta em canções românticas como "Fly Away", que é bem fofa.

YEHONATHAN GATRO

O cantor israelita de 32 anos é lindo, ousado e militante. Em 2006, ao lançar o primeiro single_ "Kore Lecha" (palavra hebraica para "Calling You")_ o cantor já apostou em uma história de amor gay para seu clipe. Em 2009, depois do ataque homofóbico a duas vítimas da Associação de Gays e Lésbicas da Tel Aviv, Yehonathan regravou um antigo sucesso de seu país: "Nifradnu Kach". Como homenagem, alterou parte da letra dos anos 70, transformando-a em uma canção sobre relacionamento gay e sua impossibilidade. No clipe de "On A Hot Summer Night", gravado em uma boate, rola esfrega e beijo na boca de um bonitão. A produção foi considerada uma das 10 melhores faixas de temática gay pela revista DNA.

Divulgação