



Corpo e sentimento – 46 anos de imprensa gay no Brasil¹

Joseylson Fagner dos SANTOS²

Maria do Socorro Furtado VELOSO³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal – RN

Resumo:

Este trabalho tem por objetivo mapear as publicações voltadas para o público gay na imprensa brasileira, promovendo uma retrospectiva desde o seu surgimento até o modo como se apresentam nos dias atuais. Através da análise descritiva dos produtos dessa mídia alternativa pretende-se realizar uma comparação histórica entre as representações da imagem do gay nas páginas das revistas e jornais voltados para esse público, no Brasil. O trabalho tem como objeto as publicações *O Snob* (1963) e *O Lampião da Esquina* (1978), *Sui Generis* (1995), *Homens* (1997) *G Magazine* (1997), *Junior* (2007), *DOM* (2007) e *Aimé* (2008). Com base nas linhas editoriais dessas publicações, serão abordadas as representações e construções da identidade gay no país.

Palavras-chave: imprensa gay; mídia alternativa; revistas gays; jornalismo de gênero.

Introdução

A história da imprensa brasileira é marcada por grandes movimentos sociais que, em busca de visibilidade, fizeram ouvir suas vozes e criaram novos padrões de comportamento na sociedade. Através da mídia alternativa as minorias têm oportunidade de alcançar visibilidade e lutar contra posturas que durante séculos foram incentivadoras do preconceito e deram origem a episódios lamentáveis, como agressões, atentados e assassinatos. O espaço na imprensa, para essas minorias, foi conquistado aos poucos. Jornais e revistas tornaram-se importantes veículos para a difusão de ideologias e construção de representações que as permitissem uma melhor inserção dos homossexuais no cenário social.

Dentre essas minorias, os gays fazem um movimento histórico no Brasil. Conhecido por ser um país heterogêneo, de raízes miscigenadas, o país assistiu a uma longa jornada em busca da visibilidade dos homossexuais, que teve na imprensa um dos principais aliados no combate ao preconceito. Os veículos de comunicação foram responsáveis por difundir identidades e formular construções sociais de imagens dessa comunidade gay no país. O jornalismo de gênero surge como uma ferramenta para a

¹ Trabalho apresentado ao DT-1 (Jornalismo), do Intercom Júnior – V Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da UFRN. E-mail: jofagner@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora doutora do Departamento de Comunicação Social da UFRN. E-mail: socorroveloso@uol.com.br.



veiculação do orgulho da identidade homossexual, conquistada através de muitas lutas e hoje cada vez mais firme.

Desde o lançamento do primeiro periódico, a imprensa homossexual brasileira tem buscado melhores níveis de representação social, conquistando um espaço que hoje se encontra transformado. Em 46 anos de mídia alternativa gay (1963-2009), várias mudanças são perceptíveis para a compreensão do fenômeno da construção das identidades dos mais diversos grupos brasileiros.

1. As primeiras vozes da imprensa homossexual no Brasil

A representação da figura do gay na imprensa brasileira precede o surgimento de publicações voltadas para o gênero. A primeira pornografia homoerótica brasileira data de 1914, com o aparecimento do conto *O Menino do Gouveia*, assinado pelo pseudônimo de Capadócio Maluco e editado pela revista *Rio Nu*. Na época, “gouveia” era uma gíria utilizada para denominar homens de meia idade que se envolviam com jovens. Mas antes, no início do século, os cartunistas já desenhavam efeminados sob forma cômica. Em 1904, a revista humorística *O Malho* publicou uma charge e um poema irônico – intitulado *Fresca Theoria* – satirizando os homens que se reuniam na Praça Tiradentes com o propósito de encontros sexuais ou românticos. Popularmente conhecido como Largo do Rossio, o local é um dos mais antigos pontos de encontro do Rio de Janeiro (Cf. GREEN, 2000.).

Entre as demais representações da época, a imagem do gay na imprensa brasileira era apresentada sob a fórmula do humor e da sátira, enfatizando o aspecto efeminado dos homens mais velhos que buscavam parceiros para aventuras homoeróticas.

A partir da década de 1960 os padrões de comportamento social começaram a sofrer rupturas. A ditadura militar (1964-1985) originou movimentos de contracultura que contestavam os ideais político-democráticos e populares. Nesse contexto, os costumes da época foram marcados pela instauração de uma atitude rebelde, provocando o nascimento da chamada imprensa alternativa. O termo “alternativa” está ligado à idéia de

algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída, para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo das gerações dos anos 60 e 70 de protagonizar as transformações sociais que pregavam. (KUCINSKI, 1991, p. XIII)

A mídia alternativa passou a representar a voz das minorias na imprensa brasileira e teve como característica principal a circulação de centenas de jornais e periódicos.



Dentre as publicações que circularam nesse período, *O Snob* foi a primeira voltada para o público homossexual. Distribuído entre amigos e conhecidos na Cinelândia e em Copacabana, o jornal começou suas atividades em 1963, permanecendo até 1969. Fundado por Agildo Guimarães, *O Snob* se apresentava como uma espécie de coluna social, que oferecia acesso ímpar ao mundo das “bichas”, “bonecas” e “bofes”.⁴

De um jornalzinho mimeografado e minimalista, com simples desenhos a traço de modelos femininos, *O Snob* tornou-se uma publicação que incluía cerca de trinta a quarenta páginas, trazendo ilustrações elaboradas, colunas de fofocas, concursos de contos e entrevistas com os famosos travestis do momento. (GREEN, 2000, p. 298)

Nas páginas de *O Snob*, homossexuais expressavam a personalidade que normalmente escondiam na vida social. O periódico reunia informações sobre festas íntimas organizadas pelas redes sociais gays do Rio de Janeiro. Nesses eventos, as *bichas* estavam sempre em busca dos *bofes*, situações que ilustravam as páginas do jornal. O encerramento das atividades do periódico relaciona-se com o aumento da repressão à imprensa durante o governo do general Emílio Médici.

Paralelo ao jornal de Agildo Guimarães, vários outros impressos dessa natureza passaram a circular pelo Brasil. A imprensa homossexual mostrou-se mais vigorosa em Salvador. *Fatos e Fofocas* era uma publicação quinzenal editada pelo jornalista Waldeilton di Paula, que transitava de mão em mão através de um exemplar único. Entretanto, esses periódicos não traziam discussões de idéias, tratando-se apenas de colonismo social.

Em fins de 1977 surge a idéia de um novo veículo de comunicação voltado para o público homossexual. Intitulado de *Lampião da Esquina*, o impresso trazia uma linguagem diferente. A publicação explanava a necessidade de consciência e mobilização da comunidade gay e da sociedade em geral. O lançamento desse periódico coincidiu com a explosão da pornografia no cenário nacional, ocasionada, entre outros motivos, pelo fim da censura formal e da demanda reprimida desse gênero. O discurso político de *Lampião* girava em torno de uma nova identidade para o público homossexual, acostumado com fofocas e notícias sobre festas. O público gay no país assista à “criação de um jornal feito por e com o ponto de vista de homossexuais, que discutisse os mais diversos temas e fosse vendido mensalmente nas bancas de todo o país” (TREVISAN, 2002, p. 338).

⁴ Os termos são usados por GREEN (2000, p. 299) para se referir aos grupos sociais formados na época. “Bichas” eram os gays mais velhos, geralmente assumidos; “bofes” eram os homens mais discretos, alguns deles casados, que não assumiam a homossexualidade; “boneca” era o termo empregado para se referir aos que se travestiam nas festas promovidas pelos grupos.



Dentre os temas trabalhados no impresso, podiam ser encontradas reportagens com personalidades não necessariamente homossexuais, além de contos, críticas literárias e teatrais, matérias sobre cinema, como também pequenas notas contra o preconceito da sociedade, comum em atos e ataques homofóbicos.

O *Lampião da Esquina* trazia em seu discurso o orgulho em assumir identidades homossexuais, buscando o lugar do gay dentro do panorama político do Brasil. A seção das cartas dos leitores possuía destaque, fortalecendo a relação entre o veículo e o seu público, além de constituir os espaços de visibilidade para a comunidade. O diferencial desse jornal era a não utilização de uma linha editorial pornográfica, o que foi incrementado nos números finais do impresso. O *Lampião* transferiu o foco para a publicação de fotografias homoeróticas em um momento em que a indústria cultural produzia pornografia mais barata. A última edição do periódico circulou em 1981 (Cf. LIMA, 2009).

Paralelos ao *Lampião* outros veículos também traziam os homossexuais para a imprensa, como era o caso da *Coluna do Meio*, publicada diariamente no jornal *Última Hora*, de São Paulo. Produzia pelo jornalista Celso Curi, a coluna tinha cunho informativo, social e burlesco. Curi brincava com personagens de criação própria, além de contar piadas e noticiar acontecimentos sociais. Nesse espaço, publicava também o *Correio Elegante*, dirigido aos gays, com cartas e opiniões gerais. A *Coluna do Meio* durou até o final de 1977, quando a direção do jornal extinguiu o espaço por pressão de grupos econômicos, leitores e processos judiciais. No Rio de Janeiro, o jornal *O Beijo* (1977) trouxe a discussão da sexualidade como principal tema, lançando o primeiro ataque contra o preconceito como a mídia tratava os homossexuais. Entretanto, *O Beijo* teve apenas seis edições veiculadas (Cf. LIMA, 2009).

2. A expansão mercadológica nos anos 90

A década de 1990 fez ressurgir os olhares para a comunidade gay no país. A explosão da aids possibilitou a abertura dos meios de comunicação para a discussão da sexualidade e, em particular, da homossexualidade. Surgiram, então, vários boletins e publicações destinadas à educação sexual e informações sobre a doença. No final do século XX a cultura gay estava em evidência e, em meio a todo esse *boom* o mercado editorial brasileiro ganha, em 1995, a revista *Sui Generis*, que insere um tratamento inovador no marketing dos produtos gays no Brasil.



A postura da *Sui Generis* era a de uma revista que tentava homogeneizar a comunidade gay através de uma linha editorial que fugia da pornografia e abordava diversos outros assuntos de interesse para os homossexuais. A publicação trazia em suas páginas matérias e discussões sobre comportamento, saúde, cidadania, cultura e moda. As capas da revista eram marcadas pela notoriedade de personalidades da mídia, gays assumidos ou apenas simpatizantes do movimento, que traziam afirmações e entrevistas sobre diversos temas relacionados ao orgulho, identidade e atitude gay (Cf. MONTEIRO, 2000). O impresso da editora SG Press produzia um discurso que apelava para o resgate e construção de uma nova identidade para esse público, entendida por Michael Pollak (1992, p. 204) como:

um fenômeno que se produz em referência aos outros, em referência aos critérios de aceitabilidade, de admissibilidade, de credibilidade, e que se faz por meio de uma negociação direta com os outros. (...) memória e identidade podem perfeitamente ser negociadas, e não são fenômenos que devam ser compreendidos como essências de uma pessoa ou de um grupo.

Com exceção das publicações pornográficas, *Sui Generis* foi a primeira revista abertamente gay do país⁵. O objetivo era produzir um veículo de comunicação homossexual impresso sem a necessidade de apelo erótico, como fez *Lampião da Esquina* no final da década de 70. Apesar do sucesso da publicação, a SG Press encontrou no mercado editorial brasileiro a exigência de uma linguagem erótica. Com isso, lançou também a revista *Homens* como uma alternativa para responder à busca por um produto homoerótico sem comprometer a manutenção da *Sui Generis*. A primeira edição da nova revista foi lançada em 1997.

Homens era uma publicação de perfil assumidamente sexual. Suas seções tinham como marca registrada os ensaios de nu masculino e o teor pornográfico de suas matérias, todas voltadas para o sexo. Assim, o conteúdo da revista era constituído por matérias e notas sobre cinema erótico, entrevistas com atores pornô e inclusive uma sessão de classificados onde os leitores divulgavam contato para encontros sexuais (Cf. MONTEIRO, 2000).

A SG Press trabalhava, enfim, com dois tipos de publicação diferentes. Enquanto a primeira – *Sui Generis* – valorizava a identidade gay construída através de outros aspectos que não fossem vinculados ao sexo, *Homens* trazia todo o apelo erótico predominante na imprensa homossexual do período, que manteve também edições como

⁵ *Sui Generis* foi o primeiro veículo brasileiro com característica de revista direcionado a homossexuais. Os anteriores usaram o formato de jornal.

as revistas *Lolitos*, *Duo* e *Porn*, que seguiam a mesma linha editorial de *Homens*. Com a dilatação dos veículos de comunicação seguindo para o conteúdo pornográfico, *Sui Generis* começou a publicar, também, ensaios de nu masculino em suas páginas, fator que incentivou o encerramento das suas atividades na metade do ano 2000. A revista *Homens* permaneceu até o ano de 2004 (Cf. MONTEIRO, 2000).

O ano de 1997 trouxe para o mercado editorial, além da revista *Homens*, a primeira edição de *Bananaloca*, da Fractal Edições. A revista chegou trazendo notícias e informações sobre personalidades e destaques do universo gay em âmbito nacional e internacional, além de matérias, reportagens e entrevistas com personalidades da mídia e da sociedade sobre temas diversos. Trazia também ensaios de nu masculino, comuns a toda publicação voltada para o público homossexual, além dos classificados e notas sobre o cinema erótico. A quinta edição da revista, sob o título “Revista Bananaloca apresenta G Magazine”, registrou o início de uma nova publicação.

G Magazine trouxe uma linha editorial diferente. Sua marca registrada são os ensaios fotográficos de nu masculino protagonizados por artistas, jogadores de futebol e modelos famosos. Um aspecto notável nessa publicação é a transformação do conteúdo. Nos primeiros números, a revista foi marcada pelo apelo erótico. Com o passar do tempo, *G Magazine* optou por matérias e notas mais elaboradas com temas de interesse geral a partir da exigência do próprio público consumidor. Os ensaios fotográficos também passaram a ser mais produzidos, apresentando um aspecto mais sutil, temático, voltando-se para o nu artístico e consolidando a revista como uma das preferidas do público gay no Brasil. A revista *G Magazine* continua a existir, e é considerada um dos mais tradicionais impressos da mídia alternativa para o público gay nacional.

Outro aspecto notável desse período foi a existência de revistas femininas que traziam ensaios de nu masculino. Entre as que mais se destacaram estão *Gold* (1999) e *Íntima & Pessoal* (1999). A primeira foi uma publicação que abordava assuntos da esfera feminina, como beleza, decoração, arte e cultura. Porém, o que predominava em *Gold* eram os ensaios de nudez masculina. A maioria das fotos era disposta em formato de pôster nas páginas da revista, tornando-se esse o principal foco na linha editorial da publicação, que foi distribuída pela Editora Marfe.

A revista *Íntima & Pessoal* também publicava ensaios de nudez frontal masculina, porém com menos apelo erótico. Os modelos e artistas dividiam espaço com matérias e reportagens mais elaboradas, voltadas para o público feminino como moda, família,

cultura e cotidiano. Apesar de direcionadas para mulheres, essas publicações foram adotadas pelo público gay em razão da presença do nu masculino em suas páginas.

3. A nova fisionomia da imprensa gay

A reformulação da linha editorial da revista *G Magazine* indicou a tendência à profunda transformação do público consumidor de produtos da cultura gay no Brasil. Os leitores, que antes se satisfaziam com conteúdo pornográfico passavam a exigir matérias, reportagens e entrevistas de interesse geral. A linha editorial da publicação passou a incluir assuntos relacionados à saúde, comportamento e vaidade, adequando-se a fenômenos modernos de comportamento. Mas a revista continua a dar destaque para os ensaios fotográficos de nu masculino com as personalidades do cenário artístico e cultural do país.

Paralelamente, surgiram três novas publicações voltadas para o público gay: as revistas *Junior* (2007), *DOM – De Outro Modo* (2007) e *Aimé – Primus inter pares* (2008). A proposta dessas revistas era apresentar ao mercado consumidor homossexual uma nova linha editorial para as publicações de gênero. Essas revistas gays estabelecem novos padrões de representações do gay na imprensa nacional, passando a investir mais na estética e no comportamento do homossexual moderno. Os fenômenos de comportamento da contemporaneidade, mais centrados na figura do metrossexual – termo que define o homem urbano excessivamente preocupado com a aparência – e do neonarcisista – termo moderno aplicado ao indivíduo obcecado com a sua própria imagem – possibilitaram a atualização da imprensa alternativa homossexual para uma linha editorial mais voltada para a estética, já que esses fenômenos possuem a característica particular de serem indivíduos consumistas. As editoras descobriram, nesse público, um grande perfil consumidor (Cf. LIMA, 2009).

Produzida pelo Grupo Mix Brasil, que detém o domínio do mesmo nome, no site UOL⁶, a revista *Junior* teve sua primeira edição publicada no final de 2007. A publicação traz opções variadas para o público gay, concentrando-se em matérias referentes à moda, cultura, comportamento, turismo e fitness. Apresenta uma linha editorial mais preocupada com a homoafetividade, sendo mais representada em crônicas poéticas que narram situações cotidianas de homossexuais e seus parceiros afetivos. O corpo masculino é explorado de maneira artística, apresentando-se nos editoriais de moda em insinuações de

⁶ <http://www.mixbrasil.uol.com.br>



sensualidade. Assim, *Junior* apresenta o corpo masculino de forma sutil, onde não se constata o nu e, portanto, não possui apelo erótico.

Logo em seguida ao lançamento de *Junior*, a Editora Peixes publica a primeira edição de *DOM – De Outro Modo*. No número 1, anunciou em seu editorial:

Mais do que uma “revista gay”, a *DOM* que apresentamos a você hoje quer ser igualmente plural. Sua essência é inclusiva, não exclusiva. Queremos que todos, gays, lésbicas em todas as suas variantes, simpatizantes ou simplesmente humanos (afinal, gays são parte natural da paisagem humana e não “um ponto fora da curva”), sintam-se à vontade por aqui, enxergando nessas páginas um universo não de estranhamento, mas de encantamento, não de apartes, mas de encontros. (*DOM*, 2007, p. 8)

Essa atitude reflete uma nova postura da imprensa homossexual no Brasil, principalmente quando se fala no tratamento com o gay. A homossexualidade discursivamente produzida, segundo Louro (2001), centra-se fundamentalmente no significado moral. De acordo com o autor, o termo permite que alguns assinalem o caráter desviante, a anormalidade ou a inferioridade do homossexual, enquanto outros proclamam sua normalidade e naturalidade.

O discurso das revistas gays contemporâneas promove uma reflexão e uma mudança na representação que esse público possui perante a sociedade, ressignificando o mito de que as publicações voltadas para os homossexuais seriam essencialmente homoeróticas. Ao produzir um material com um conteúdo composto por temas voltados para uma gama de assuntos gerais e sem a presença de um homoerotismo explícito e desinibido, as revistas de gênero contemporâneas dedicadas ao público homossexual imprimem uma nova representação da identidade desse público na sociedade. A interlocução entre os leitores e as novas publicações se inscreve numa perspectiva identitária compreendida por Simões Jr (2006, p.9), a partir das reflexões de Moita Lopes (2002) e Mariani (1998) como “identidades fragmentadas e posições discursivas, o que pressupõe um sujeito dividido, que assume várias facetas identitárias de acordo com as suas necessidades, os papéis sociais que desempenha no contexto político, social e ideológico em que se encontra”.

Em *DOM* a linha editorial assume uma proposta mais voltada para a imagem do gay moderno, aliada aos conceitos de metrossexual e neonarcisista. As matérias exploram a moda e a imagem pessoal, intimamente ligadas com objetos de consumo e padrões estéticos que norteiam desde o biótipo até sugestões de comportamento. A capa dessa publicação traz sempre alguma personalidade, na maioria das vezes heterossexual,



chamando atenção para a entrevista temática que prossegue no interior da revista. Essa personalidade é sempre focada para algum exemplo de pessoa bem sucedida, seja no ramo das artes, dos negócios ou do cenário sócio-cultural. Através desse modelo de ser humano e aliando esse conceito ao teor das matérias que a revista aborda é possível encontrar um registro discursivo nas páginas de *DOM*: a imagem do homossexual moderno bem relacionado e bem sucedido, com poder alto aquisitivo e possuidor de uma identidade individual independente de qualquer estereótipo social.

As revistas *Junior* e *DOM* surgem no mesmo ano, com a mesma proposta editorial: transformar o conceito de publicação de gênero voltada para o público gay. Esses dois impressos permitem, na realidade, a introdução de novas marcas de expressão no tratamento com o público homossexual, apresentando fortes semelhanças em sua linha editorial. Entretanto, algumas características são notáveis no corpo dessas publicações. Enquanto *Junior* apresenta uma linguagem mais intimista, reforçada através do constante uso de adjetivos e expressões particulares da cultura gay, a revista *DOM* assume uma postura mais objetiva, com um vocabulário menos focado nas expressões da homocultura.

No ano de 2008 surge a revista *Aimé – Primus Inter Pares*, com diagramação sofisticada e um padrão editorial inspirado nas grandes magazines internacionais. Os temas trabalhados na revista são declaradamente direcionados para o homossexual moderno que possui grande poder aquisitivo. Sendo assim, as matérias abordam assuntos como viagens inesquecíveis, moda, arte, cultura e comportamento. Os ensaios masculinos da revista apresentam a sensualidade do corpo do homem de forma discreta, destacando sempre alguma marca de roupa, na maioria das vezes íntima. A publicação pertencente à Editora Lopso encerrou suas atividades ainda em 2008.

No cenário da imprensa gay no Brasil também se destacam os veículos online. O portal Mix Brasil, hospedado pela UOL, mantém as atividades desde o seu surgimento, no ano de 1993. O *Mix Brasil*, uma das principais referências da imprensa de gênero nacional, é considerado o maior portal gay da América Latina, servindo também como fórum de discussões para temas diversificados.

Considerações finais

A imprensa alternativa foi um espaço de expressão das minorias no período da ditadura militar. Os homossexuais encontram na imprensa uma forma de representação na sociedade, lançando periódicos nas mais diversas temáticas. O grande marco desse período foi a publicação *O Lampião da Esquina* que, em meio a uma explosão do

mercado pornográfico, conseguiu atingir a massa homossexual através de um jornal rico em informações diversas, sem apelo homoerótico.

Anos mais tarde a revista *Sui Generis* lançou o desafio de resgatar, para uma nova sociedade, os princípios da extinta *Lampião*, apresentando um editorial constituído de generalidades do universo gay, porém sem ensaios de nu masculino nas suas páginas. Essas revistas saíram de circulação a partir do momento em que começaram a apresentar a nudez do corpo masculino em suas edições, fato decorrente da explosão da pornografia na indústria cultural.

G Magazine traz uma linha editorial marcada por ensaios fotográficos, ao mesmo tempo em que veicula matérias de várias áreas do interesse humano, se consolidando como uma das principais revistas gays do país. Enquanto isso, as revistas *Junior*, *DOM* e *Aimé* optam por trazer temas de caráter mais sutil e uma linguagem mais próxima do homossexual do novo século.

Percebe-se nessa linha histórica da imprensa voltada para o público homossexual no país uma forte necessidade de representação da cultura gay no cenário social. A visibilidade desse grupo caminha por diversos campos, do pornográfico ao erudito, encontrando na imprensa uma forma de comunicação eficaz com a sociedade. Os jornais e revistas representam, dessa forma, a voz da comunidade gay, dando espaço a esse público e às mais diversas conquistas que marcaram a história dos seus movimentos.

Houve a época do colunismo social, onde se buscava aparecer na mídia e ganhar destaque, mesmo que de forma mais restrita. Passou pelos momentos de afirmação da identidade gay, onde se procurava uma reafirmação do orgulho desse grupo, sem a necessidade do apelo erótico. Na explosão das publicações pornográficas se percebe uma erotização da linguagem dessa mídia alternativa, que dominou o cenário por bastante tempo e que é modificada aos poucos por uma nova linguagem que, de forma mais sutil, pressupõe outra atitude das publicações gays. Através de um jornalismo mais comprometido com as demandas da vida em sociedade, o público gay experimenta outra visibilidade. Busca-se a extinção de estereótipos que afirmam o homossexual como o sujeito fútil e fanático por pornografia, os quais dão lugar à imagem do gay moderno que entende de artes, cultura e finanças.

As publicações de gênero na contemporaneidade trabalham esses conceitos através de uma linha editorial que estimula a vaidade do leitor. Através de matérias e reportagens abordando questões estéticas e assuntos de interesse geral, essas revistas e sites provocam o despertar de uma identidade fundamentada na preocupação com a



própria imagem, aproveitando-se do surgimento dos fenômenos de comportamento modernos que implicam na apreensão de um novo mundo orientado por padrões estéticos. Nessa linha de pensamento cabe ressaltar o quando o mercado editorial reconheceu a importância social e econômica que os gays conquistaram através de vários anos de buscas e batalhas em busca de mais visibilidade na sociedade, assim como representações e respeito para a sua comunidade.

Referências bibliográficas

DOM – De Outro Modo. Ano 1, Número 1. São Paulo: Peixes, dezembro de 2007.

GREEN, James. **Além do Carnaval:** A homossexualidade masculina no Brasil no século XX. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa.** São Paulo: Escrita Editorial, 1991.

LIMA, Marcus Antônio Assis. **Breve Histórico da Imprensa Homossexual no Brasil.** [online] In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. INSS: 1646-3137. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=lima-marcus-assis-IMPRESA-HOMOSSEXUAL-BRASIL.html>. Acesso em 23 mai 2009.

LOURO, Guacira Lopes. **Teoria queer:** uma política pós-identitária para a educação. [online] In: **Rev. Estud. Fem.,** Florianópolis, v. 9, n. 2, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2001000200012&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 16 Fev 2007.

MARIANI, Bethania. **O PCB e a imprensa – Os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989.** Revan; Campinas: Editora Unicamp, 1998.

MOITA LOPES, Luiz Paulo. **Identidades fragmentadas:** a construção discursiva de raça, gênero e sexualidade em sala de aula. Campinas: Mercado das Letras, 2002.

MONTEIRO, Marko. **O homoerotismo nas revistas *Sui Generis* e *Homens*.** [online] In: **Antropologia – Gênero e Masculinidade.** 2000. Disponível em: <<http://www.artnet.com.br/~marko/ohomoero.htm>>, Acesso em: 23 mai 2009.

POLLAK, Michael. **Memória e identidade social.** In: Estudos Históricas. Vol. 10. São Paulo: FGV, 1992.

SIMÕES JR., Almerindo Cardoso. **Vozes da bichórdia – Construções de memórias através do discurso dos leitores do jornal *Lampião da esquina*.** [online] In: Anais do IV Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, São Luís – MA. 2006. Disponível em: <http://www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/cd4/alternativa/a_simoes_jr.doc>, Acesso em: 23 mai 2009.

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