

A ÉTICA DO SILÊNCIO

*Fernando de Freitas Franco**

RESUMO — *Minha pesquisa visa a entender como na revista SuiGeneris o discurso da homossexualidade se constrói e se modifica durante os seus três primeiros anos de publicação. Procuro então, além de analisar o seu conteúdo, identificar os elementos que direcionam e limitam a discussão da homossexualidade no Brasil.*

PALAVRAS-CHAVE: *Homossexualidade. SuiGeneris. Brasil. Gênero.*

INTRODUÇÃO

Apesar dos supostos avanços científicos e tecnológicos, ainda hoje, certos temas são tratados com extrema reserva, com tentativas de silenciamento total, ou ainda com indiferença. Um destes temas é a homossexualidade, e, se olharmos em volta, veremos que este assunto incomoda inclusive muitos dos membros da academia, local onde a democracia e a liberdade de expressão deveriam estar assegurados. Prova imediata desta constatação é a tão escassa bibliografia existente sobre a problemática homossexual. Isto talvez ocorra porque discutir a homossexualidade, muitas vezes, é atrair para si os estigmas que tal prática carrega consigo e, por isto, este tema continue condenado a permanecer à margem das discussões acadêmicas. Mas, em nada difere o discurso da homossexualidade de qualquer outro discurso. Ele não é melhor nem pior, ele é apenas diferente.

Este artigo vai tratar da questão da homossexualidade e, mais exatamente, de uma pesquisa realizada sobre a revista *SuiGeneris*, revista que circulou de 1995 a 2000, divulgando as várias nuances do movimento homossexual no Brasil e no exterior, servindo também como referência para vários homossexuais brasileiros, que viram na revista um referencial a mais

*Prof. Assistente (DLA/UEFS). Mestre em Comunicação pela Université de Montréal. E-mail: fffbahia@ig.com.br

Universidade Estadual de Feira de Santana – Dep. de Letras e Artes. Tel./Fax (75) 3224-8265 - Av. Transnordestina, S/N - Novo Horizonte - Feira de Santana/BA – CEP 44036-900. E-mail: let@uefs.br

na luta contra o preconceito que persiste de forma assustadora em nossa sociedade.

AS VÁRIAS FORMAS DE SER *SUIGENERIS*

Em toda história brasileira e até o período em que a minha pesquisa foi realizada, apenas duas publicações informativas *gays* tiveram circulação nacional. A primeira, o jornal *O Lâmpião da Esquina*, circulou de 1978 a 1981, período em que se registra o surgimento do movimento homossexual organizado no Brasil (MacRae, 1990). A segunda trata-se da revista *SuiGeneris*, que circulou de janeiro de 1995 a março de 2000. Alguns motivos podem justificar estes quase quinze anos de silêncio entre uma revista e outra. Entre eles, eu poderia citar a ditadura militar, que persistiu até metade da década de oitenta; a epidemia da AIDS, que, na década de oitenta, fulminou *gays* mundo afora em escala inimaginável; a desarticulação de muitos grupos homossexuais surgidos no final dos anos setenta; a depressão econômica que alcançou seu ápice na década de oitenta.

Nos anos noventa, o contexto socioeconômico brasileiro mudou. Com o restabelecimento da democracia, com a possível estabilidade econômica e a retomada do poder de compra, de um lado; de outro lado, com a desmitificação da AIDS, a dissociação entre *gay* e AIDS, a visibilidade homossexual advinda com a AIDS (SIGNORILE, 1993) e a rearticulação do movimento homossexual; os homossexuais começaram a mostrar a sua cara. Diferente de outras publicações que se diziam voltadas para o público homossexual, a revista *SuiGeneris* vai priorizar a informação em detrimento do conteúdo homoerótico, passando a contruir e a fazer validar todo um novo discurso da homossexualidade no Brasil.

Esta peculiaridade da *SuiGeneris* atraiu minha atenção e fez dela o objeto desta pesquisa, que resultou em minha dissertação de mestrado, concluída em 2002. O objetivo maior da pesquisa foi o de entender como este novo discurso da homossexualidade se constituía e se transformava no tempo, levando-se em consideração o contexto sociocultural brasileiro, machista e homofóbico. Para atingirmos nosso objetivo, foi

preciso primeiro descrever como este discurso se constituía, para, em seguida, analisá-lo.

As principais linhas que fundamentam a concepção do meu *corpus* foram a sociologia e a antropologia, por meio de estudos da sociedade brasileira e os *queer studies*, estudos sobre a homossexualidade e de questões relacionadas ao gênero. Com os primeiros, busquei entender melhor os valores, hábitos e costumes da sociedade brasileira, principalmente aqueles que dizem respeito à sexualidade, às políticas de corpo, de sua utilização na fruição de prazeres sexuais; além das construções dos papéis sexuais e de seus estereótipos. Os *queer studies*, que também se fundamentam a partir de estudos antropológicos e sociológicos, foram de fundamental importância para compreender tanto discussões atuais sobre a homossexualidade, quanto questões voltadas para a construção social do gênero. Assim sendo, os conceitos-chave utilizados em minha pesquisa – como cultura, identidade, grupo, etiquetas (*labels*), gênero, homossexualidade – são ou antropológicos ou sociológicos. Minha definição de discurso e enunciado, porém, segue principalmente moldes semiológicos.

Como minha meta era também observar possíveis mudanças no discurso da homossexualidade que a revista *SuiGeneris* produzia, decidi trabalhar com os três primeiros anos da publicação, o que resultou em um total de 29 exemplares publicados neste período. Após leitura prévia do material recolhido, senti a necessidade de elaborar tabelas para sua organização e classificação. Percebi, durante a primeira leitura, que a grande quantidade de frases selecionadas poderiam ser organizadas em quatro grupos: o contexto da homossexualidade no Brasil, o contexto da homossexualidade em outros países, a negociação das mudanças sociais propostas pela revista e a linguagem utilizada para se falar da homossexualidade. Nossas tabelas possibilitam também identificar elementos importantes, tais como: o quê, como, quem e quando se fala da homossexualidade dentro da revista. Metodologicamente, minha pesquisa assume uma postura estruturalista, trabalhando com o aspecto quantitativo no primeiro momento e, posteriormente, ressaltando aspectos qualitativos.

Durante a análise dos dados, constatamos que, dos quatro grupos citados acima – contexto social no Brasil e no exterior, linguagem e negociação –, a negociação prevalecia sobre os três outros pontos e ela passou a assumir posição central na nossa pesquisa. Descobri que esta negociação se dá em duas direções: na do indivíduo homossexual e na sociedade brasileira como um todo. O que estaria, então, negociando a revista *SuiGeneris*? Ela estaria negociando, junto aos homossexuais de ambos os sexos, a “saída do armário” – assumir publicamente que se é homossexual – e, conseqüentemente, uma maior visibilidade homossexual. Junto à sociedade brasileira, a revista negocia principalmente a aceitação da homossexualidade e do fim da homofobia machista.

Para estimular a “saída do armário”, a revista se serve de vários recursos. O principal constitui-se na apresentação da opinião de pessoas célebres sobre questões ligadas à visibilidade homossexual. A apresentação dos relatos poderiam, assim, influenciar, de forma concreta, tanto homossexuais, quanto heterossexuais, na construção de uma idéia positiva da homossexualidade, uma vez que estas pessoas famosas são fortes formadoras de opinião. Dentre as pessoas célebres apresentadas pela revista, muitas são ou abertamente homossexuais – como é o caso de Boy George, Elton John, Melissa Etheridge, no estrangeiro; e Renato Russo, Laura Finocchiaro, Cássia Eller, no Brasil – ou simpatizantes da causa homossexual. Outro recurso utilizado pela revista consiste em enfatizar o lado político desta “saída do armário”; e, principalmente, durante o primeiro ano de publicação, em mostrar os avanços e mobilizações do movimento homossexual brasileiro, postura que se torna muito mais sutil nos anos subseqüentes e aponta, desta forma, uma mudança de atitude tanto da parte dos homossexuais, que cansaram de viver escondidos e passaram a se mostrar mais, quanto da sociedade, que, neste momento, se mostra mais complacente e aberta com os homossexuais.

A revista ressalta ainda que o avanço social da causa homossexual na atualidade não foi adquirido por acaso. Ele é conseqüência da luta e de conquistas de grupos homossexuais, principalmente nos Estados Unidos e em alguns países da Europa, a partir dos anos 60 e nos anos 80, durante a grande

crise que afetou a comunidade homossexual após o advento da AIDS (Rotello, 1998; Signorile, 1993). Ela é também consequência da conscientização que gays e lésbicas tiveram do seu poder de consumo em uma sociedade capitalista. Este poder de consumo seria fruto do estilo de vida dos homossexuais, que, por não estarem voltados para a constituição de família e a educação de filhos, dispõem de mais dinheiro para gastar consigo mesmos.

A auto-estima é outro ponto relevante. A revista deixa bem explícito, em muitos de seus artigos, matérias e entrevistas, que ser homossexual não é crime. No Brasil, para se ter idéia, desde 1821, data de encerramento da Inquisição em nosso país, só o Código Penal Militar pune o homoerotismo nas suas tropas. Assim sendo, ser homossexual, no Brasil, é tão legal quanto ser heterossexual. Ser homossexual é também normal, visto que, desde 1985, a homossexualidade deixou de fazer parte do CID – Classificação Internacional de Doenças –, por deliberação do Conselho Federal de Medicina. Desta forma, a legalidade e a normalidade da homossexualidade, atreladas ao poder de consumo dos homossexuais, passam a ser as palavras de ordem da revista *SuiGeneris* a fim de estimular junto aos homossexuais a sua “saída do armário”.

Junto à sociedade brasileira, a negociação se passaria de duas formas: denúncia das manifestações homofóbicas e comparação do contexto sociocultural brasileiro a outros contextos socioculturais, onde a homossexualidade é vista com naturalidade. Paradoxalmente, o contexto brasileiro é ora apresentado como simpatizante, ora como homofóbico. No Brasil, o estereótipo do *gay* afeminado é, inclusive, aceito em determinadas situações, como durante o carnaval (DAMATTA, 1997; PARKER, 1991) ou em certos programas humorísticos, conseguindo, assim, ser bem mais aceito que o *gay* não afetado. Esta situação é denunciada pela revista, que tenta modificá-la, ao exigir dos meios de comunicação de massa exemplos positivos – não estereotipados – de gays e lésbicas.

Desta forma, a revista negocia a reavaliação dos estereótipos homossexuais. O *gay* deixa de ser sinônimo de “bichinha louca”, a lésbica deixa de ser caracterizada como masculinizada, e passam a possuir uma infinidade de nuances que vão se unir

apenas na concretização do seu objeto de desejo: uma pessoa do mesmo sexo. Esta mudança afeta diretamente os papéis sexuais desempenhados numa relação homossexual – homem = penetrador = ativo sexual; mulher = penetrada = passivo sexual – cede lugar ao casal de pessoas do mesmo sexo, sem superior nem inferior, mas de iguais. Em outras palavras, não é o papel sexual que o indivíduo assume na cama que vai determinar quem é o homem ou o “viado”, a mulher ou a “sapatão”, mas a natureza do seu objeto de desejo: quem deseja uma pessoa do mesmo sexo alimenta um desejo homossexual, quem pratica sexo com pessoas do mesmo sexo é ou homossexual ou bissexual. O *gay* deixaria de ser ou um homem querendo ser mulher ou uma deformação de mulher, e a lésbica de ser uma mulher querendo ser um homem frustrado, para serem pessoas em busca da felicidade, com direito a viver plenamente todas as variações de sua sexualidade.

No entanto, apesar de todo o espírito revolucionário da revista *SuiGeneris* e do espaço de discussão da homossexualidade que ela abre, percebi que persistem determinados limites para se falar de homossexualidade. Dos três anos estudados e dos seis anos de existência da revista – que publicou, neste período, cinquenta e cinco números e um editorial de moda –, apenas as celebridades que já haviam assumido publicamente sua orientação sexual foram apresentadas enquanto homossexuais. Dos vinte e nove números analisados, somente em um, no número sete, se faz o *coming out*¹ de uma celebridade brasileira. Coming out este, contradito alguns números depois, na seção de cartas da revista. O número de exemplos de celebridades nacionais, que se afirmam ou são apresentadas enquanto homossexuais na revista, é bem menor que o número de celebridades internacionais, apesar de, em muitas entrevistas, se comentar o grande número de artistas brasileiros que são homossexuais. A tendência dos entrevistados brasileiros é bem mais a de se apresentar como simpatizante que como homossexuais ou mesmo bissexuais. Isto porque, ao

¹ Prática utilizada pelo movimento gay norte-americano que consiste em tornar pública a homossexualidade de determinada celebridade com fins políticos (SIGNORILE, 1993).

se assumir homossexual, a celebridade pode estar pondo em risco a sua carreira profissional.

Na realidade, não são só as celebridades que se arriscariam ao se assumir *gays* ou lésbicas. Jovens adolescentes homossexuais podem se expor a agressões morais, físicas e sexuais por parte de membros de sua família, ou de pessoas em outros contextos sociais, como escola, ambiente de trabalho, etc. Cientes de tal realidade da sociedade brasileira, a revista orienta cautela quanto a quem e quando se afirmar como homossexual. De preferência, ainda segundo a revista, devem se afirmar, enquanto homossexuais, as celebridades que já possuem sua estabilidade profissional e os jovens homossexuais que já alcançaram sua estabilidade econômica.

CONCLUSÃO

A revista *SuiGeneris* contribuiu durante sua existência para se repensar a homossexualidade no Brasil. Ela serviu durante este tempo como base, fonte e ponto de encontro e de referência para muitos *gays* e lésbicas em todo o país que a viam não apenas como uma revista, mas como algo com que poderiam se identificar. Muitas cartas publicadas ilustram a forma positiva como ela era recebida. Como eu defendia dentre minhas hipóteses, quando o desaparecimento da revista não era sequer cogitado, este fórum de discussão da homossexualidade não poderia se sustentar no Brasil por muito tempo, seja por incomodar demais, seja porque somos insensíveis a ele, seja ainda por não possuímos um contexto socio-econômico-cultural desenvolvido o bastante para fazer florescer as propostas apresentadas pela revista. O fato é que a revista não virou moda, como assumir-se homossexual teria virado, no dizer de Érica Palomino, uma colaboradora da revista. Talvez também muitos *gays* e lésbicas ainda não tenham percebido que mudanças sociais só são conseguidas com lutas, mobilizações e consciência política e conseqüentemente com o aumento da visibilidade da homossexualidade. Assim sendo, resta-me apenas dizer que está longe o dia em que, parafraseando uma das frases famosas de Oscar Wilde, os homossexuais brasileiros ousarão dizer o nome do seu amor.

THE ETHICS OF SILENCE

ABSTRACT — *The goal of this paper is to understand how the Brazilian magazine SuiGeneris build a discourse about homosexuality and identify how it had been changing during three years of publication. I try then, beyond the content analysis, to identify the elements which drive and limit the discussion about homosexuality in Brazil.*

KEY WORDS: *Homosexuality. SuiGeneris. Brazil. Gender.*

REFERÊNCIAS

BUTLER, Judith. **Bodies that matter:** on the discursive limits of "sex". New York: Routledge, 1993.

_____. **Gender trouble:** feminism and subversion of identity. New York: Routledge, 1990.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis:** para uma sociologia do dilema do brasileiro. 6. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

FRY, PETER; MACRAE, Edward. **O que é homossexualidade.** São Paulo: Brasiliense, 1991.

ISAY, Richard A. **Tornar-se gay:** O caminho da auto-aceitação. São Paulo: Summus, 1998.

MACRAE, Edward. **A construção da igualdade:** identidade sexual e política no Brasil da Abertura. São Paulo: Ed. Unicamp, 1990.

PARKER, Richard G. **Bodies, pleasures and passions:** sexual culture in contemporary Brazil. Boston: Beacon Press, 1991

ROTELLO, Gabriel. **Comportamento sexual e Aids:** a cultura gay em transformação. São Paulo: Summus, 1998.

SEDGWICK, EVE K. **Epistemology of the closet.** Berkeley and Los Angeles: University of California, 1990.

SEIDMAN, Steven. **Queer theory/sociologie.** Massachusetts: Blackwell Publishers Ltd. 1996.

SIGNORILE, Michelangelo. **Queer in America:** sex, the media, and the closets of power. New York: Random House, 1993.

SPENCER, Colin. **Homossexualidade:** uma história. Rio de Janeiro: Record, 1996.