



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

ENTRE TRAJES, PERFORMANCES E FANTASIAS: ANÁLISE DE CAPAS DA REVISTA G MAGAZINE

Between costumes, performances and fantasies: analysis of G magazine magazine covers

Eric Barbosa Fraga, Mestrando, ericbfraga@gmail.com¹

Resumo:

A revista *G Magazine*, atualmente com sua publicação encerrada, circulou mensalmente entre 1997 e 2013, buscando dialogar com os interesses do público homossexual masculino brasileiro. Foram analisadas 5 capas de 1997 a 2001, buscando entender as dinâmicas entre corpo, desejo e performances de masculinidade, tendo em vista a ideia de que os corpos ali em exibição seriam capazes de estimular os desejos sexuais e de consumo.


Palavras chave: mídia, gênero e sexualidade.

Abstract:

The magazine *G Magazine*, currently with its publication closed, circulated monthly between 1997 and 2013, seeking to dialogue with the interests of the male homosexual public in Brazil. Five covers were analyzed from 1997 to 2001, seeking to understand the dynamics between body, desire and masculinity performances, bearing in mind the idea that the bodies on display there would be able to stimulate sexual and consumption desires.

Keywords: media, gender and sexuality.

¹ Formado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Juiz de Fora, atualmente é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciência Sociais pela mesma instituição. Desde 2018 participa do grupo de pesquisa FECS e desempenha pesquisas voltadas para os temas de gênero, sexualidade e mídia.





16º

COLÓQUIO
DE MODA


EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Introdução

Hoje, com a democratização do acesso à internet e as diferentes formas de consumir conteúdo de entretenimento adulto, as revistas eróticas, popularmente conhecidas como “revistas de sacanagem”, tornam-se fontes históricas sobre uma memória recente e sobre noções de corpo, sexo e sexualidade. Durante a primeira década dos anos 2000, a *G Magazine* e a *Playboy* eram duas das principais revistas eróticas do país, sendo a primeira voltada para o público homossexual masculino e o segundo para o público heterossexual masculino. Estas publicações se estabeleceram como grandes nomes no mercado por utilizarem da mesma estratégia: personas da mídia se despindo para o consumidor.

A *G Magazine* contabilizou o total de 176 edições durante sua circulação entre 1997 e 2013. Buscando dialogar com os interesses do público homossexual masculino e brasileiro, as publicações se equilibravam entre o erotismo pornográfico e matérias relacionadas ao bom gosto, estilo de vida e ao cotidiano do universo *gay*. Lançada por uma grande editora e de abrangência nacional, a Fractal, foi a primeira publicação aberta e explicitamente voltada para os homossexuais masculinos, o que não significa a aceitação da homossexualidade ou a diminuição de opressões e estigmas sociais (SILVA, 2010).

O termo “público gay” no Brasil surge na década de 1990 atrelado ao “mercado GLS” (Gays, Lésbicas e Simpatizantes), que surgiu como novo campo financeiro a ser explorado (FRANÇA, 2007). Nesse sentido, serviços, empresas, espaços, mercados dentre outros começaram a utilizar o marcador GLS como diferencial e, também, como forma de atrair consumidores. “Público gay/homossexual” é categoria nativa do próprio mercado, cujo começava a se abrir para a possibilidade de explorar este novo nicho de mercado. Mira (1997) demonstra como o novo nicho de mercado era publicações que exploravam a imprensa homossexual. *AG* surge neste contexto vinculada ao reflorescimento do Movimento Homossexual Brasileiro, como movimento social organizado após a crise do HIV/AIDS (FACCHINI, 2002).





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021


Revistas eróticas projetam e comunicam performances ideais e, muitas vezes, exageradas sobre corpos desejáveis e, principalmente, as relações de gênero embutidas neste discurso. Analisando especificamente a questão das revistas eróticas, o sexo e erotismos abordados propõem uma gramática do desejo, que é construída a partir de corpos expostos como o ápice da sensualidade e da prática sexual dentro de seus próprios contextos, transformando o corpo tanto como objeto a ser consumido quanto ideal a ser desejado. Assim, delimitando “corpos que importam” (BUTLER, 2011) dentro de um sistema simbólico de gênero no contexto social.

A ideia de masculinidade trabalhada na revista instigava o leitor por meio de performances exageradas, em que o corpo, os acessórios e as vestimentas comunicavam diferentes ideias sobre os modelos fotografados. Estes eram postos em posições e temas de ensaio que remetiam sua superioridade e seu distanciamento do leitor, seja pela fama, prestígio ou outros fatores, tornando-se, assim, “super-machos”, isto é, caricaturas infladas da masculinidade hegemônica.

Este artigo busca analisar cinco capas presentes no levantamento realizado, o material consiste em 51 capas dos anos de 1997 a 2001, retiradas de arquivos *online*. Os arquivos são organizados e mantidos por antigos leitores da revista que mantinham sentimentos nostálgicos sobre a publicação e decidiram disponibilizá-las na internet. Busco analisar estas capas como produtos midiáticos e culturais capazes de comunicar e delimitar performances idealizadas de gênero, bem como imaginários referentes a consumo e comportamento. As formas como o corpo é manipulado, adornado e exibido interferem nas mensagens e o tipo de performance de gênero que a revista busca comunicar, busco compreender que visões de mundo, de corpo e de sexualidade eram empregadas em sua construção.

Moda, vestuário e erotismo

Antes de aprofundarmos nossa análise sobre as capas da *G*, é necessário trazer um rápido contexto sobre a década de 1990 no Brasil e o contexto da população LGBT+. A década de 90 surge como um sopro de esperança após o período da ditadura militar e o





16º

COLÓQUIO
DE MODA


EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

processo de redemocratização; existe um novo contexto no qual movimentos sociais podem se reorganizar e, principalmente, propor ações e reivindicações sem o medo de represálias por parte do Estado. Neste aspecto, o Movimento Homossexual Brasileiro (MHB), um dos primeiros movimentos sociais organizados a defender pautas LGBTQ+, começava a se recuperar de outro aspecto significativo da década passada: o começo da epidemia de HIV/AIDS (FACCHINI, 2002).

Durante a década de 1970 o Movimento Homossexual Brasileiro passou por um processo de masculinização, como forma de habitar a norma e evitar perseguições no contexto social e das autoridades. Nesse sentido, gestava-se um imaginário de homossexual másculo alinhado a questão existencial de “dar ou não pinta”, ou seja, utilizar roupas, acessório ou qualquer tipo de símbolo que demonstre que se é homossexual. A partir da década de 80 que “ser ou não ser”, “dar ou não pinta” se tornou questão de saúde e sobrevivência. A comunidade LGBTQ+, mas principalmente o movimento homossexual brasileiro, começou a evitar vigorosamente símbolos, espaços, roupas, falas e qualquer tipo de sinalizador social de que se é, graças ao medo e desinformação sobre o vírus do HIV/AIDS. Assim, a homossexualidade reafirmada - o “dar pinta” - transforma-se em sinônimo de promiscuidade e falta de cuidado com a própria saúde. Com a grande preocupação frente a epidemia de HIV/AIDS, o Movimento Homossexual Brasileiro passou por grandes perdas, tanto em pessoas quanto em potência política, evitando espaços públicos e debates na mídia (FACCHINI, 2002).

Na década de 1990, o Movimento Homossexual Brasileiro retoma o espaço público, fazendo-se presente em diferentes meios midiáticos. A questão da sexualidade volta a habitar o meio social no Brasil, agora com uma nova roupagem, procurando celebrar e publicizar essas identidades. Mira (1997) e França (200&) demonstram como o mercado financeiro responde a esta nova demanda social cooptando como novo nicho de mercado a ser explorado. Para além de sujeitos sociais, a comunidade LGBTQ+ brasileira começava a ser entendida, também, como sujeitos de consumo: serviços, espaços, profissionais, bares, restaurantes e outros diversos produtos especializados surgem para esta comunidade, denominando-se tanto pelo mercado como por





16º

COLÓQUIO
DE MODA


EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

movimentos internos, de GLS (FRANÇA, 2007). A *G Magazine* enquadraria-se dentro destes produtos, alinhando demandas do mercado editorial e empresarial ao explorar os espaços da imprensa homossexual brasileira, que antes se limitava a publicações independentes, com poucas edições de baixo e médio alcance (MIRA, 1997; SILVA, 2007).

A ideia de erotismo e de que certos tipos de vestuários utilizados de determinadas formas são capazes de instigar ou dissipar o desejo sexual andam comumente juntas, afinal, a forma como nos vestimos e despimos são partes centrais da vida social. Entretanto, não existem roupas ou adereços que sejam em si “sensuais” por natureza, pois a ideia de que algo é instigante ou desinteressante em contexto sexual estão fortemente enraizados em contextos culturais e históricos. Elizabeth Wilson (2003) aprofunda esta ideia analisando as mudanças sociais atreladas a vestimenta e a ideia de “modéstia feminina”, como, dependendo do contexto histórico-cultural, algumas peças eram tidas como fortes estimulantes sexuais, em outro momento eram lidas como datadas, sem graça e desinteressantes.

Entendendo o contexto onde surge a revista, podemos nos voltar sobre o *corpus* fotográfico, ou seja, outros aspectos que envolvem a construção imagética de uma fotografia (BARTHES, 2010). Dentro da ideia de *corpus* fotográfico é possível atribuir o contexto social e cultural onde a imagem foi concebida, a intenção, o vestuário (ou falta dele) assim como cenário, iluminação e outros aspectos. Guran (2011) considera que o ato de fotografar começa, justamente, ao reconhecer e selecionar aspectos que devam ser destacados em uma cena qualquer, contribuindo com a ideia de Wilson (2003) sobre a moda negociar entre esconder e realçar aspectos do corpo. Nos focando sobre o caso da *G Magazine*, é importante levar em consideração quais performances de masculinidade e que tipo de bom comportamento homossexual a revista busca ressaltar através das imagens, que “corpos importam” dentro dessa gramática do desejo.

A forma como nos vestimos, junto das decisões conscientes e inconscientes no ato de escolher que partes mostrar, acentuar e esconder, dialogam com nossas próprias concepções morais sobre boa conduta e a maneira como gostaríamos de nos apresentar





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE


DE 09/09 A 13/10 DE 2021

em determinados círculos sociais. Este processo é atravessado por marcadores sociais de todos os tipos: gênero, raça e classe, assim como sexualidade, religião e uma infinidade de outras identidades.

Gregori (2002) propõe que os erotismos residem na ideia de ruptura do convencional, do corpo em seu estado social "normal", em um movimento tanto físico quanto simbólico que prepara e sinaliza o corpo para o prazer e atividade sexual. De maneira que o erótico é facilmente adaptado para espaços higienizados, por não simbolizar, diretamente, um ataque a ética e moral hegemônica sobre o corpo. Recaindo sobre a pornografia a ideia de material subversivo, "sujo" e depravado, o que Preciado (2017) chama de "lixo urbano". Nesse sentido, o erótico pode transitar entre espaços onde a moral e a ética hegemônicas são mantidas, como, por exemplo, museus, enquanto a pornografia recai sobre esferas urbanas de menos prestígio. Dado esta separação por convenções morais.

Proponho esta discussão sobre erotismos *versus* pornografia como forma de trabalhar a ética e moral que perpassam a formação das imagens homoeróticas e pornográficas, como as da *G*, que dependendo do contexto, transitam entre essas duas esferas. Wilson (2003) aponta entre moda e erotismo: uma relação complexa que busca dialogar com o natural e artificial que criam projeções sobre o corpo e o desejo através de peças específicas. Para Wilson, o fetiche e o fetichismo pela roupa surgem desta relação onde a moda ao mesmo tempo é meio e objeto desta relação.

Wilson (2003) ao abordar a obsessão da moda com o gênero, tanto como aparato de reificação quanto de subversão das normas e performances de gênero, corrobora com o filósofo Paul B. Preciado (2018) que conceitualiza o gênero como próstético, ou seja, todo tipo de prótese material forma o que chamamos de performance de gênero. Toda performance e performatividade de gênero são artificiais e se utilizam de próteses, sejam elas maquiagem, vestuário ou acessórios, para construir estas ficções do sistema cultural e simbólico que chamamos de gênero. Wilson (1983) ainda explora o argumento de que a moda e o vestuário constroem, inevitavelmente, fantasias sobre si e também sobre como





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

gostaríamos de ser vistos. Portanto, é possível traçar relações entre as fantasias e a ideia de gênero prostético, trabalhada por Preciado (2014).

Preciado (2014) sugere que o gênero seja entendido para além dos binarismos e das tecnologias de biopoder que são exercidas sobre o corpo. De maneira que a ideia de gênero prostético se aplica como dispositivos sociais e simbólicos que os corpos podem transacionar entre os “femininos” e “masculinos”, constituindo-se vestimentas com a qual cobrimos nossos corpos e mudamos de acordo com nossa vontade. O corpo existe em si mesmo, com seus próprios significados, onde o gênero aparece como sistema social e simbólico que existe apenas em meio social e cultural contextualizados. Os conceitos de masculino quanto feminino pode ser entendidos como performances ideais cujos corpos se encaixam ou se rebelam, de maneira a criar diferentes performances de gênero.

Bispo (2016) ao analisar antigas fotografias das *chacretes*, trouxe conceitos importantes. O autor demonstra como, com a ajuda das fotografias, que eram utilizadas para divulgar serviços das dançarinas, estas mulheres conseguiam projetar performances exageradas de feminilidade, se mostrando mais mulheres que as demais. Nestas performances, as dançarinas exaltavam seus melhores atributos, assim se fazendo “mais mulheres” que as demais, muitas vezes se apresentando até como mulheres maiores que as outras. Adapto este conceito para o caso da *G*, em que as masculinidades exageradas trazidas pela revista contribuem para criar o imaginário de *super-machos* a disposição do consumidor.

As capas em discussão

As capas selecionadas para este artigo se sobressaíram do material levantado por comunicarem através do vestuário ideias e narrativas propostas pela revista. Por se tratar de uma revista homoerótica, muitas vezes a roupa aparece em segundo plano, justamente por se focar na nudez, porém, em algumas capas as roupas utilizadas contribuem para fomentar as personas públicas dos modelos. Outros exemplos poderiam ser expostos, mas delimitamos a análise de apenas cinco.




Figura1: 1º edição, outubro de 1997.



Fonte: Arquivo G Magazine.

A edição de estreia da revista em outubro de 1997 conta com o dançarino Vitor Xavier, na época “garoto stripper” que se apresentava no programa de auditório apresentado por Raul Gil. Xavier aparece utilizando calça jeans, cinto, fivela e chapéu de *cowboy*, apoiado em um cenário com feno e tons de amarelo. O clima de vaqueiro utilizado para Xavier não menciona diretamente sua profissão, mas, ao se apresentar no palco, Xavier utilizava diferentes roupas que remetiam fantasias populares (mecânico, lutador) e sempre com pouca roupa. Nesse sentido, sua capa não difere do que o *stripper* já desempenhava em seu trabalho: fantasias atreladas a peças específicas de roupa e que remetem a alguma profissão.

Pinho (2012) nos apresenta como a pornografia *gay*, ao borrar as transgressões morais do público e privado e fugindo da lógica heterossexual, funciona também como fomentador de masculinidades e performances. Afixação em profissões com baixo prestígio social e que são tipicamente entendidas como atividades masculinas, que a partir deste significado se constrói performances de masculinidades sodomizadas (PINHO, 2012). O espectador, ou consumidor neste caso, é instigado por este “desencontro” no qual um ator tipicamente masculino que desempenha esta função “tipicamente masculina” é sodomizado numa fantasia sexual. A capa de Xavier brinca com esta ideia ao trazer um vaqueiro *stripper* para a primeira edição da revista.



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE


DE 09/09 A 13/10 DE 2021

A fantasia de vaqueiro sensual precisa ser mobilizada de alguma forma, equilibrando-se com a nudez para construir a capa. Xavier encontra-se sem camisa, uma tática comumente utilizada na revista por possibilitar algum tipo de nudez que não “difame” o modelo prontamente. Afinal, a maioria dos que posaram para revista fizeram em momentos delicados de sua carreira, evitando polêmicas sobre sua sexualidade. Portanto, era necessário instigar sem “vulgarizar” e, principalmente, sem revelar aspectos da sexualidade do modelo. O vaqueiro precisava comunicar disponibilidade sexual, sem demonstrar qualquer resquício de homossexualidade ao mesmo tempo que tinha de se fazer mais *macho* que o leitor.

Cornell (2013) aponta que um dos fatores mais marcantes da masculinidade hegemônica é a ideia de virilidade atrelada à força física como efeito biológico natural ao desempenhar o papel social de homem. Assim, o “macho” surge enquanto categoria naturalizada sobre o que se entende como masculinidade. Cornell demonstra que esta ideia de homem másculo, violento e viril dialoga com as ideias da família burguesa e contribuem para a opressão feminina. Esta ideia de macho é tida principalmente como antagônica a performance de “mulheridade” e base para se pensar performances Outras de masculinidade, de maneira que todas habitam esta norma de alguma forma.

Logo em sua primeira edição a *G* já demonstrava o seu “molde” fotográfico. O modelo, seminu de alguma forma, ao centro da imagem, em posição que demonstra disponibilidade sexual, ou que demonstre o início do ato sexual; o logo da revista no topo à esquerda, a chamada principal na parte inferior à esquerda e as demais chamadas espalhadas em volta do modelo. O corpo se torna objeto principal a ser retratado e exposto como produto a ser consumido.

Em janeiro de 1999, o jogador de futebol Marcos André Batista, popularmente conhecido como Vampeta, estampara a capa da revista. Para o caso de Vampeta, era necessário que houvesse algum tipo de diálogo entre sua carreira e o ensaio, sem fugir da ideia de virilidade e potência sexual. O encontro entre o futebol e a homossexualidade deveriam ser evitadas, a fim de não causar nenhum tipo de “emasculação”. O uniforme



utilizado buscava mediar a ideia de jogador, trazendo as cores do clube que jogava, o Corinthians, ao mesmo tempo que demonstrava disponibilidade sexual para o público.

Figura 2 e 3: 16ª edição, janeiro de 1999; 32ª edição, maio de 2000.



Fonte: Arquivo *G Magazine*.

Short e meião em tons sólidos de branco e a chuteira preta, em contraposição ao uniforme oficial do clube que contava com shorts pretos e meias brancas, mantendo o uniforme sem nenhum tipo de símbolo, de maneira a não atrelar a imagem do clube oficial e também outros clubes à revista homossexual. Este mesmo uniforme é utilizado em algumas fotos do ensaio, mas o tema futebol continua em outros aspectos, como o cenário, a rede do gol e as bolas de futebol utilizadas como acessório. Alguma espécie de nudez ou exposição corporal sempre está presente nas capas, por se tratar de uma revista homoerótica, no caso de Vampeta estar sem camisa contribui para a narrativa de isentar o clube de seu “desvio”, ao mesmo tempo que remonta uma ideia de jogador jovial e informal, que habita o imaginário social brasileiro.

A forma de controlar as tensões entre o mundo homossexual e o do futebol, normalmente antagônicos e tidos como incompatíveis, foi transformar Vampeta em um jogador genérico ao mesmo tempo que seu nome, aquele que atrela sua persona pública, é utilizada como instigador. Outros sentidos sexuais são utilizados para provocar o leitor, como a frase “Bola na rede...”, fazendo alusão ao ato sexual. Braga (2002) discute como no caso do jogador a entrevista que acompanhava seu ensaio buscava traçar paralelos



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021


entre a atividade em campo e sua potência sexual, o medo com a reputação de Vampeta, e do clube, se transforma em uma construção imagética de “garanhão”. Nesse sentido, as decisões tomadas de como apresentar Vampeta ao público, buscavam balancear o medo de vulgariza-lo em excesso, mas também o transformar em objeto desejável para o consumo dos leitores.

Para Kellab, ator que desde o início da carreira discutia os problemas do racismo no Brasil, o tema de seu ensaio foi de “rei de uma nação livre”, fazendo alusão a Kellab como príncipe africano. No ano de 2000, o ator estava começando a circular pela mídia, realizando pequenos papéis em séries para a televisão e novelas, que não remetiam à África. Portanto, o tema de príncipe africano, através de um olhar estereotipado e fetichizado, surge de Créó Kellab enquanto homem negro e de suas falas antirracistas.

Pinho (2012) trata a pornografia como um teatro político racializado, que articula estereótipos e erotismos marcados pelas diferenças cujas categorias utilizadas são simultaneamente sustentadas, manipuladas e transgredidas, construindo ideologias socioculturais do desejo. O teatro político é uma elaborada mediação simbólica entre desejo e poder, construindo um tipo de relação e corpo desejado pela mão invisível do mercado sexual. É interessante pensar as práticas sexuais e suas representações como práticas de poder e produção de hierarquias, principalmente quando a ideia de raça atravessa estas questões.

A introdução de diferenças raciais, ou de classe, no interior desse aparato representacional, como um sinal invertido da subordinação realmente existente, faz das inferioridades social e política marcas de um atrativo erótico quase irresistível (PINHO, 2012, p. 164).

Os *dreads* naturais de Kellab combinados ao colar com pingente de miçangas ajudam a transmitir a ideia de príncipe africano, idealizando África exótica. O cenário onde o ator se encontra remete a natureza e espaços livres, seus músculos estão em evidência e o ator tem um olhar distante, mas superior ao observador. Em seu ensaio, o modelo usa apenas panos brancos em algumas fotos, de maneira que sua nudez é mais explícita e menos mediada, como de outros modelos, principalmente, modelos brancos. Assim como acontece com Vampeta, a revista busca reproduzir a imagem de garanhão e



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

“negro forte” (HOOKS, 2019) com Kellab, trazendo o imaginário de potência sexual, comumente associado a homens negros desde a época da escravidão como forma de delimitar sua capacidade de reprodução.

A pornografia e o material erótico não são alheios a produção de categorias sexuais e raciais, e o agenciamento dessas reproduções, pelo contrário, se beneficiam dela. A associação entre negritude e sexualidade exacerbada é enraizada desde os tempos coloniais, presente inclusive em produções “pornográficas” dos séculos XVI, XVII e XVIII. Ainda há um importante aspecto sobre a representação do corpo negro: o corpo é fragmentado em micro detalhes de forma a exaltar a sexualização. Usam vetores do “folclore sexual urbano” para essa fragmentação, focando-se em partes e aspectos já conhecidos e que povoam os imaginários sexuais.

Figura 4 e 5: 38ª edição, novembro de 2000; Figura 5: 49ª edição, outubro de 2001..



Fonte: Arquivo G Magazine.

Esta fetichização e exploração do imaginário social atrelado à raça também está presente no ensaio do modelo Ricardo Feitoza, em novembro de 2000, e em outros ensaios onde a G explora os marcadores sociais de seus modelos não-brancos. Feitoza, participou da Uga Uga, exibida pela Rede Globo, Feitoza representava um personagem indígena da novela, além de fazer pequenas aparições pela TV. Foi com Uga Uga que o modelo recebeu notoriedade e foi convidado a posar para a G. Por se tratar de um modelo



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021


que vinha de família indígena e interpretar um personagem indígena, seu ensaio foi temático e explora justamente as questões raciais e exóticas sobre os indígenas brasileiros.

Utilizando de pintura corporal, cabelos compridos e acessórios tradicionais feitos com miçangas, a imagem de Feitoza canaliza todo o imaginário e imagens tipicamente associada com os povos indígenas. Em sua entrevista, o modelo ressalta que sempre preferiu a estética dos índios norte-americanos e é possível ver a influência em seu ensaio. Da mesma forma que ocorre com outros modelos não-brancos, o caráter racial é decisivo para a construção de erotismos, partindo de uma exotização de corpos e vivências. Propondo assim ideias de masculinidades que se encontram com recortes raciais e produzem assim caricaturas de *super-machos* racializados.

O modelo se encontra em cima de um tronco de árvore sobre o que parece ser um rio, novamente trazendo a ideia de natureza e homem selvagem. Em uma posição agachado sob o tronco, mantém contato visual com o observador, porém o encara com certa desconfiança. O modelo se constrói como outro tipo de homem que observa o consumidor, e, por mais que o olhar esteja em mesmo nível, existe a desconfiança que o afasta do leitor.

Em outubro de 2001, o então ator Alexandre Frota se despe para a *G*. Desde 2001 Frota já possuía certa fama de *bad boy* e se mostrava figura controversa da mídia; justamente esta a fantasia mobilizada para seu ensaio. Com os músculos em evidência, punhos cerrados, tatuagens expostas e vestindo correntes de prata e uma calça jeans, Frota personifica o “*bad boy*”. Dessa vez, com promessa de nudez total para a revista. Seu olhar acima do leitor ajuda a projetar seu corpo como superior a quem lê, se colocando como “*bad boy*” macho acima do leitor consumidor.

Sua disponibilidade sexual é demonstrada por sua pose despojada, mesmo com os punhos cerrados, e pela braguilha aberta de sua calça, além das chamadas sobre entrevista (com Frota) e o quiz que busca checar os saberes do leitor sobre sexo. Nesse sentido, Frota exala todos os aspectos que Cornell delimita como chaves para a masculinidade hegemônica: virilidade, força física, apetite sexual e incentivos a violência. Ao mesmo tempo que busca dialogar com o interesse homossexual, se apresentando como objeto de





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

desejo. Reiterando a linha borrada da masculinidade, tratada por pinho. É através desta ideia de masculinidade sodomizada que o desejo é construído. Busca-se manter a ambiguidade do machão que pratica atos homossexuais e sua distância do leitor.

Conclusão

Todos os sujeitos apresentados demonstraram performances “ativas” frente a câmera, se mostrando sujeito-objetos de desejo que se pautam justamente na ideia de reiterar a masculinidade inalcançável para um público homossexual. Musculosos, viris e *machos* acima de tudo, as capas demonstraram como os modelos e a revista negociavam as identidades e performances dentro das transgressões aceitas pela revista. Ao propor a dicotomia público/ privado para entender a atividade pornográfica, o leitor é inserido justamente nesta interseção. A atividade privada não é somente para ele, no sentido de, afinal, é uma revista nacional, mas todo conteúdo é pensado de forma que o leitor se sinto o alvo principal, pessoalmente atravessado pelo conteúdo.

Reforço o importante papel que a publicação desempenhou, como a primeira revista de grande porte abertamente homossexual a circular pela mídia tradicional. Sendo muitas vezes o primeiro contato de muitos com as discussões referentes a gênero e sexualidade O paradigma da masculinidade para consumo homossexual é explorado ao máximo pela revista, criando contextos e subtextos através da imagem e do texto, de forma que ao estabelecer a performance dos *supermachos* a revista também estabelece esta narrativa de que as noções de desejos, e as culturas sexuais devam se estabelecer através destas performances de masculinidade.

Referências Bibliográficas

BISPO, Raphael. **Imagens da Fama: abrindo álbuns de fotografia do mercado erótico popular brasileiro**. INTERSEÇÕES. Rio de Janeiro. v. 18 n. 1, p. 120-140, jun. 2016

BRAGA, Sandro. **Efeitos do Discurso sobre nudez com nome próprio: Inflexões do masculino na Revista G Magazine**. Working Papers em Linguística, n.6. UFSC. 2002.



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

BUTLER, Judith. **Bodies that matter: On the discursive limits of “sex”**. Londres, Routledge. 2011.

CORNELL, Robert. **Masculinidade Hegemônica: repensando o conceito**. Estudos Feministas, Florianópolis, 21(1): 424, janeiro-abril. 2013

FRANCA, Isadora Lins. **Identidades coletivas, consumo e política: a aproximação entre mercado GLS e movimento GLBT em São Paulo**. Horizontes antropológicos [online]. 2007, vol.13, n.28, pp.289-311

FRANÇA, Thiago Alves. **Memória, constituição e discursivização de G Magazine: a homofobia, o assumir-se gay e a militância**. Dissertação (Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Memória: Linguagem e Sociedade). Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, 2010.

GREGORI, Maria F. **Relações de violência e erotismo**. *Cadernos Pagu*, n. 20, v.1; p. 87-120. 2003

HOOKS, bell. **Olhares Negros: raça e representação**. São Paulo. Editora Elefante. 2019.

MIRA, Maria Celeste. **O Leitor e Banca de Revistas: o caso da editora Abril**. Tese de Doutorado, Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. 1997.

PINHO, Osmund. **Race Fucker: representações raciais na pornografia gay**. *Cadernos pagu* 38, janeiro-junho de 2012:159-195.

PRECIADO, Paul. B. **Manifesto Contrassexual: práticas subversivas de Identidade Sexual**. São Paulo, n-1 edições. 2014

PRECIADO, Paul B. **Museu, lixo urbano e pornografia**. *Periódicus*, Salvador, n. 8, v. 1, p. 20 – 31. nov.2017-abr. 2018

WILSON, Elizabeth. **Adorned in Dreams: Fashion and Modernity**. Londres, I. B. Tauris. 2003.

SILVA, F. R. da. **Ser ou não ser: a representação de virilidade nas capas da G Magazine (1997-2007)**. 2010. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Centro de Humanidades, Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, Brasil, 2010.

SONTAG, Susan. **Sobre a fotografia**. São Paulo. Companhia das Letras. 2004.

