

# “Porque todo ponto de vista é a vista de um ponto”: A subjetividade como um dos lugares para se compreender o jornalismo

Felipe Viero Kolinski Machado Mendonça

## Resumo:

O presente texto propõe uma reflexão a partir de uma investigação já concluída que teve como objetivo central perceber quais sentidos sobre masculinidades eram então movimentados e constituídos pelas/nas revistas *Junior* e *Men's Health Portugal*, tendo em vista o discurso de seus agentes e, ainda, o produto final veiculado. Aqui, de modo específico, na esteira de outras pesquisas que postulam a subjetividade como elemento importante para perceber a prática jornalística e, ainda, tomando como base a Teoria da Subjetividade, reflete-se sobre como aspectos subjetivos em relação aos informantes são centrais para que se compreenda os discursos então materializados naquelas produções. Para além de questões de ordem objetiva, sugere-se que seriam fundamentalmente a percepção de mundo daqueles sujeitos, suas lentes então lançadas sobre esse mundo e, ainda, os espaços sociais que os cercam que permitiriam que dados sentidos, e não outros, sobre gênero, sexualidade e raça se estabelecessem em *Junior* e em *Men's Health Portugal*.

**Palavras-Chave:** Gêneros/Masculinidades. Jornalistas. Subjetividade.

**“Because every point of view is a view of certain point”:** Subjectivity as one of the places to understand journalism

## Abstract:

The present text proposes a reflection from an already completed investigation that had as its central objective to perceive which meanings about masculinities were then moved and constituted by/in the magazines *Junior* and *Men's Health Portugal*, in view of the speech of its agents and the final product published. Here, in a specific way, in the wake of other researches that postulate subjectivity as an important element to perceive journalistic practice and based on the Theory of Subjectivity, it is reflected on how subjective aspects in relation to the informants are central to understanding the speeches materialized in those productions. In addition to the objective issues, it is suggested that it would be fundamentally the perception of the world of those subjects, their lenses then cast on that world and the social spaces that surround them that would allow that specific meanings, and not others, about gender, sexuality and race were established in *Junior* and *Men's Health Portugal*.

**Keywords:** Gender/Masculinities. Journalists. Subjectivity.

Felipe Viero Kolinski  
Machado Mendonça

É professor adjunto do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto.

E-mail: felipeviero@gmail.com

**L**eonardo Boff ensina que cada um lê com os olhos que tem e que interpreta a partir de onde seus pés pisam. É abrigado sob essa lógica que o autor dirá a frase que pego de empréstimo para o título deste artigo: “todo o ponto de vista é a vista de um ponto” (BOFF, 1998, p. 09).

Este texto inscreve-se em uma investigação já concluída<sup>1</sup> que teve como objetivo central perceber quais sentidos sobre masculinidades eram então movimentados e constituídos pelas/nas revistas *Junior* e *Men's Health Portugal*, tendo em vista o discurso de seus agentes (editores, jornalistas, fotógrafos) e, ainda, o produto final veiculado (reportagens, ensaios fotográficos).

Compreendia-se, desde a concepção daquela proposta de trabalho, o jornalismo como sendo um campo costurado por disputas materiais e simbólicas (BOURDIEU, 1997), constituído e também constituidor de gênero (VEIGA DA SILVA, 2014) e atravessado por lógicas subjetivas (VEIGA DA SILVA, 2014; MORAES; VEIGA DA SILVA, 2019). Ainda que já se soubesse que os corpos daqueles profissionais das redações aos quais tive acesso e que meu próprio corpo seriam elementos então importantes do projeto que se descortinava, determinados marcadores identitários, ao longo da investigação, ganharam mais e mais força, tornando-se centrais. E é sobre essas relações então descobertas que trata este texto.

Em *Corpo Estranho*, Guacira Louro (2008) recorre à noção de viagem para pensar sobre vidas que, ainda que afastadas de um centro, perfazem seus caminhos. A viagem, em Louro (2008), diz, para além de distâncias físicas, de distâncias culturais e, nesse contexto, para além de pontos de chegada, considera a riqueza dos movimentos. Ao recuperar tal imagem, proponho uma reflexão sobre a rota que, em partes, será aqui discutida. Inspirado pela metáfora da viagem e, ainda, inspirado pelos modos de escrita propostos pela virada afetiva (STEWART, 2007)<sup>2</sup>, busco, nos dados provenientes de meu campo junto aos profissionais de *Junior* e de *MH Portugal*, refletir acerca do jornalismo enquanto prática e enquanto objeto de estudo tendo na subjetividade, compreendida em diálogo com as proposições de Fernando Gonzáles Rey (2012), como um elemento político e epistemológico então fundamental.

### Porque o caminho se faz ao andar<sup>3</sup>

A proposta da pesquisa a partir da qual escrevo estas linhas surgiu em um contexto de redescoberta de minha sexualidade. Em uma banca de revistas, ao acaso, deparei-me com uma edição (de *Trip*, uma revista heterossexual) que trazia, em sua capa, um beijo gay. E aquele beijo me sacudiu. Foi com o intuito de entendê-lo, enquanto movimento jornalístico/editorial, e na esperança de também entender melhor a mim mesmo, que desenhei um projeto que, depois de diversos movimentos, se voltou às revistas *Junior* (naquele momento a única revista brasileira, de caráter jornalístico, voltada ao público gay) e *MH Brasil* (versão nacional da principal revista masculina – e heterossexual – do mundo).

Já em 2014, quando esses títulos foram definidos como objetos, havia uma crise editorial que assolava, especialmente, os veículos impressos segmentados. Ciente desse cenário, e tendo em vista que *Junior* fazia parte de um pequeno grupo e que se voltava a uma minoria política, optei por começar meu campo por ela.

Descobri, então, que desde aquele ano *Junior* não mais possuía uma redação física. As reuniões presenciais, quando necessárias, se davam em outros espaços e a revista era produzida mediante o contato direto do então *publisher*/editor Hélio Filho<sup>4</sup> com os demais profissionais. Hélio, em ligação telefônica, mostrou-se receptivo em relação à pesquisa, declarou que em meados de dezembro haveria uma reunião de pauta presencial, a possibilidade de um ensaio fotográfico e, ainda,

<sup>1</sup>Cabe ressaltar, então, que parte das discussões aqui travadas e informações trazidas (em especial naquilo que se refere à descrição do campo e dos dados então obtidos) encontram-se em textos anteriores, em especial em Kolinski Machado, 2018.

<sup>2</sup>Kathleen Stewart (2007), em diálogo com a prática etnográfica, sugere um modo distinto de escrita, a qual seria advinda da experiência vivida, dando a ver um encontro com os corpos então imbricados ao longo desse processo.

<sup>3</sup>O título desta seção faz menção ao poema *Cantares*, de Antonio Machado.

<sup>4</sup>Cabe mencionar que todos os profissionais entrevistados concordaram com a utilização das informações obtidas, bem como com a divulgação de seus nomes verdadeiros, para a realização daquele trabalho e posterior produções de caráter acadêmico-intelectual.

processos de apuração para reportagens, aos quais eu poderia ter acesso. Sobre entrevistas com ele e com os demais profissionais, Hélio disse que não haveria problemas em realizá-las, que todos colaborariam: “São todas bichas ótimas”, ele disse.

Hélio, entretanto, sofreu um acidente e, em razão disso, não apenas não haveria a reunião presencial, como também as apurações e os ensaios fotográficos seriam adiados. Combinei, ainda assim, a ida para São Paulo na época prevista e as entrevistas com ele, com os repórteres e com um fotógrafo (cujos contatos nesse momento obtive). Os profissionais de *Junior* então entrevistados foram o *publisher*/editor Hélio Filho, os repórteres Felype Falcão, Gean Gonçalves, Irving Alves e Nelson Neto e o fotógrafo Gabriel Lucas. Todos eram gays e com exceção de Alves (negro) todos se identificaram como brancos.

Em abril de 2015 mudei-me para Lisboa a fim de realizar um estágio doutoral e considerou-se, então, que seria pertinente, a nível complementar, realizar uma parte do campo junto à versão portuguesa de *MH*. Foi nesse íterim que *Junior* e *MH Brasil* encerraram suas atividades. Foi, portanto, em face dessa conjuntura que os dados de *Junior* ficaram circunscritos àqueles até então obtidos e que se substituiu *MH Brasil* por *MH Portugal*.

O contato inicial com *MH Portugal*, feito ainda em abril, se deu via envio de um e-mail para Pedro Lucas, diretor da publicação. Uma primeira entrevista com ele, contudo, aconteceu apenas em junho. Naquele momento, para além da entrevista, apresentei a pesquisa e disse do interesse em acompanhar as rotinas produtivas da revista e em realizar entrevistas com os seus profissionais. Ainda que Pedro tenha se comprometido em me ajudar, alegando que, naquilo que dependesse dele, eu poderia realizar minha investigação, alguns dias depois eu fui informado de que minha permanência não havia sido autorizada na redação. Ainda que tenha conseguido, na sequência, acompanhar alguns momentos/apurações que se deram em ambientes externos, não consegui mais retomar efetivamente o contato com a revista. Depois de seis meses de muita insistência, Pedro autorizou-me a entrevistar os jornalistas de *MH*, desde que durante o horário de expediente e na sede da revista. Os profissionais de *MH Portugal* finalmente entrevistados foram o diretor Pedro Lucas, os repórteres Ana Dória, João Parreira e Tiago Varzim e o fotógrafo Gonçalo Claro (cujo contato foi obtido via redes sociais digitais). Todos eram portugueses, brancos e identificaram-se como heterossexuais.

É necessário, então, ainda que brevemente, apresentar as revistas estudadas. *Junior* foi fundada em 2007 e encerrou suas atividades em 2015, tendo como último número o 66. Tendo em vista a leitura e a análise de suas edições, o acesso a diferentes trabalhos que também voltaram sua atenção a ela (MENDONÇA, 2012; FEITOSA, 2014) e, ainda, as entrevistas realizadas nessa pesquisa, observou-se que, por mais que tenha passado por diferentes grupos editoriais e ainda que tenha sido editada e produzida por distintos profissionais, algumas de suas características se mantiveram ao longo dos anos. Voltando-se, de modo mais específico, a um público gay com poder aquisitivo mais elevado (ainda que na forma de um leitor ideal) a revista, majoritariamente, ao abordar aquilo que compreendia como “universo gay”, dizia de um conjunto de práticas e de vivências e de um tipo de masculinidade, de estética e de corpo bem específicos. As reportagens, em alguns casos, vale ressaltar, operavam como um lugar mais crítico e amplo em relação à sexualidade/homossexualidade, mostrando outras práticas e também outros corpos que não aqueles hegemônicos dos ensaios fotográficos. Com uma tiragem inicial da ordem de 30 mil exemplares, ao encerrar suas atividades a revista alcançava, em sua versão impressa, cerca de 10 mil leitores (FILHO, 2014). *MH*, por sua vez, foi fundada em 1987, nos EUA. Atualmente é a maior revista masculina do mundo, possuindo 25 edições, estando presente em 35 países e alcançando mais de 21 milhões de leitores (ABOUT MEN’S HEALTH, 2020). Em Portugal, a revista existe desde 2001, sendo publicada, no momento dessa pesquisa, pelo grupo *Motorpress*. Ainda que

se voltando a um público heterossexual, e ainda que trazendo o sexo como um forte elemento de sua receita, *MH* rompe com um lugar pré-determinado às mídias segmentadas masculinas ao promover um deslocamento do desejo que passa, prioritariamente, do corpo da mulher para um corpo masculino que deve ser almejado/construído pelos leitores (DUARTE, 2012; SEIXAS, 2012). Na altura dessa investigação, *MH Portugal* possuía uma tiragem da ordem de 30 mil exemplares e alcançava um público com média etária entre 18 e 44 anos, pertencentes às classes A, B e C1 (LUCAS, 2015).

### Sobre os mapas então desenhados para se percorrer um caminho não linear

Desde a concepção da pesquisa a partir da qual este texto é produzido, a etnografia operou como um lugar de inspiração teórica e metodológica muito importante. Clifford Geertz (2008) sugere que a antropologia seja tomada como uma ciência interpretativa e postula que a etnografia seja compreendida como uma descrição densa. Fazer etnografia, então, consistiria principalmente em, para além da seleção de informantes, da transcrição de textos, do mapeamento de campos e mesmo da produção de um diário, tomar como objeto “uma hierarquia estratificada de estruturas significantes” (GEERTZ, 2008, p. 05), percebendo-as e interpretando-as a partir do seu contexto de ocorrência. “Fazer a etnografia é como tentar ler [...] um manuscrito estranho, desbotado [...] escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado” (GEERTZ, 2008, p. 07).

De modo mais específico, sobre subjetividade na pesquisa antropológica, Roberto Da Matta (1978) diz da importância do pesquisador realizar um autoexorcismo, ou seja, da necessidade de transformar aquilo que é tido como familiar em exótico o que, tal qual sugere Cláudia Lago (2005, p. 61-62), também se configura como algo relevante nas pesquisas da área do jornalismo que recorrem ao método antropológico<sup>5</sup>. “Nesse sentido, um aspecto importante a ser levantado dentro do escopo das reflexões, quando do uso do método antropológico, refere-se à condição de duplicidade do pesquisador (jornalista pesquisando jornalismo), muitas vezes presente”.

Ainda que, tal qual mencionado, não tenha sido possível desenvolver junto às redações uma observação participante (WOLF, 1999), a partir das entrevistas<sup>6</sup> com aqueles profissionais então acessados pôde-se compreender acerca dos modos pelos quais os discursos desses sujeitos eram atravessados/constituídos por questões de ordem subjetiva, que diziam, fundamentalmente, de seus modos de perceber o real.

Para Beatriz Marocco (2012), que desenvolve pesquisas sobre a entrevista com jornalistas, tal prática, neste contexto, ao ser tomada como um dispositivo capaz de abordar questões sobre o jornalismo, engendraria um espaço autônomo no qual o pesquisador poderia observar os saberes que os jornalistas fazem circular continuamente nas redações. Marocco (2012, p. 152) ressalta, ainda, que, dando “acesso ao fluxo contínuo de conduta e as formas materiais de expressão da atividade através de uma descrição familiar ou de um entendimento teórico” a entrevista se configuraria em uma possível forma de compreender o campo.

Faz-se necessário, ainda, delimitar a partir de quais lugares acionamos a noção de subjetividade e, então, de quais modos a mobilizamos para refletir acerca do jornalismo. Ao propor sua Teoria da Subjetividade, González Rey (2012) sugere que ela seja percebida como sendo tanto social quanto individual. Sob essa perspectiva, não seria possível considerar a subjetividade de um espaço social desvinculada da subjetividade dos indivíduos e, do mesmo modo, não seria possível fazer o contrário. A subjetividade, quando aí percebida, teria um caráter, ao mesmo tempo, singular e processual, incluiria os processos simbólicos emocionais, abarcaria as dimensões individual e social entrelaçadas como unidade no curso das experiências da pessoa e, ainda, consideraria o sujeito como demarcando um posicionamento subjetivo fundamental na qualidade de suas experiências (SOUZA; TORRES, 2019).

<sup>5</sup>Sobre esse caráter autorreferencial da pesquisa de caráter etnográfico junto aos jornalistas, quando essas são realizadas por pesquisadores/jornalistas, ver Travancas (2006), Veiga da Silva (2014) e Kolinski Machado (2018) (onde abordo essa relação, em meu campo, de modo mais aprofundado).

<sup>6</sup>A entrevista, nesta investigação, deve ser compreendida como uma aproximação em relação a dada realidade, a partir de determinado olhar, que tem nas perguntas dirigidas aos informantes a sua base (CAPUTO, 2006). Na esteira das proposições de Veiga da Silva (2014), considera-se, ainda, relevante estabelecer esse diálogo com esses profissionais a fim de perceber como suas visões de mundo impactam sobre aquilo que pode, ou não pode, se construir em notícia.

Os jornalistas, ponderava Pierre Bourdieu (1997), seriam sujeitos que enxergariam o mundo a partir de lentes específicas, as quais seriam compostas por um conjunto de elementos que envolveriam ideologias pessoais e profissionais, questões práticas que definiram as suas rotinas e paradigmas sobre os quais se estruturariam toda uma sociedade. Seriam tais lentes, segundo Bourdieu (1997), que fariam com que determinadas realidades fossem perceptíveis e tantas outras fossem ignoradas e, portanto, não construídas em notícia.

Tal qual destaca Marcia Veiga da Silva (2014), o papel da subjetividade e das visões de mundo do próprio jornalista sobre as notícias era, e ainda é, acrescentamos, pouco explorado nas pesquisas do campo. Veiga da Silva (2014) observou, em pesquisa de caráter etnográfico desenvolvida junto a um telejornal, que elementos subjetivos cruzavam-se, a todo instante, com os valores-notícia. Ainda que continuamente negada pelos informantes então acessados (afinal, sob lógica positivista, o jornalismo seria baseado na objetividade), essa subjetividade constituiu-se em um dos aspectos centrais observados na investigação então descrita pela pesquisadora. Naquilo que se referia, por exemplo, à seleção de pautas, o “gosto pessoal” (e um gosto, cabe ressaltar, constituído a partir de uma lógica heteronormativa (WARNER, 1991) era elemento definidor daquilo que entraria ou não no telejornal.

A subjetividade, espaço íntimo do indivíduo com o qual ele se relaciona com o mundo social, resultando em marcas próprias, tanto na formação individual quanto na construção de valores compartilhados na cultura, é um elemento fundamental também na “tribo” jornalística. É na subjetividade que as emoções, sentimentos, cognição e pensamentos estão postos, e são estes componentes inatingíveis os primeiros modos de dar significado aos fatos. E é a própria subjetividade o primeiro elemento negligenciado no jornalismo como um todo, refletindo-se como parte do procedimento de atribuir objetividade e neutralidade às narrativas do “real” (VEIGA DA SILVA, 2014, p. 76-77).

Em *O nascimento de Joicy*, Fabiana Moraes (2015) conta a história de Joicy, mulher que almejava, pelo serviço público de saúde, adequar um corpo dito masculino ao feminino que traria dentro de si. Moraes (2015), ao longo da obra, sugere que se produza, e que cientificamente se perceba, um jornalismo de subjetividade. Para a jornalista e pesquisadora, no escopo da prática, seria fundamental compreender que o mundo exterior não pode ser domado e que o outro, distinto de nós, deve ser entendido mediante consciência de nossas limitações. “A inclusão daquilo que escapa ao nosso controle não significa o fim do respeito a uma prática/teoria na qual diversas regras da objetividade são vitais, mas acarreta seu necessário amadurecimento e entendimento de limites teóricos, profissionais e individuais” (MORAES, 2015, p. 160). *O nascimento de Joicy*, e o jornalismo de subjetividade, é também recuperado por Marcia Veiga da Silva (2018) em texto posterior sobre o encontro entre subjetividade e alteridade na prática jornalística. Veiga da Silva (2018) salienta como, tanto na reportagem quanto na seção teórica sobre o jornalismo de subjetividade, Moraes (2015) aproxima-se de uma ruptura epistemológica proposta pela teoria feminista reivindicando uma função democratizadora das vozes pelo jornalismo.

Dando continuidade a essas potentes reflexões, Moraes e Veiga da Silva (2019), em texto conjunto, postulam que a “objetividade jornalística” teria raça e teria gênero e que a subjetividade, por sua vez, poderia ser tomada como uma estratégia descolonizadora. De acordo com as pesquisadoras, o conhecimento social produzido pelo jornalismo sinalizaria suas condições de operação, evidenciando a inscrição em uma “objetividade baseada na neutralidade e na noção de sujeito universal (o homem, branco, heterossexual, ocidental) [...] que transformam diferenças em desigualdades” (MORAES; VEIGA DA SILVA, 2019, p. 02). Ao reivindicarem um jornalismo de subjetividade, Moraes e Veiga da Silva (2019, p. 13-14) incitam uma “subversão dos modos de objetivação jornalística, capaz de implodir

principalmente o racismo/sexismo epistêmico na qual também se baseia” ressaltando a “necessidade de observarmos posições de classe, gênero, geográficas, raciais e grupais dos jornalistas”.

Ou seja, entendemos que os valores-notícia também são permeados de valores sociais hegemônicos, acionados inconscientemente nos processos de leitura da realidade como parte da bagagem cultural de conhecimentos dos jornalistas e da intrínseca relação com a cultura da qual são parte (MORAES; VEIGA DA SILVA, 2019, p. 17).

A subjetividade, pois, é aqui percebida, em diálogo com as pesquisas então citadas e, também, a partir das reflexões provenientes de meu campo, como singular e processual, abarcando tanto as dimensões individual quanto social, como uma estratégia teórica, política e epistemológica que, ao levar em conta a localização dos saberes (HARAWAY, 1995), ao evidenciar um contexto branco, heteronormativo e colonizador que constitui a nossa sociedade, como um todo, e o jornalismo, em específico, e ao reivindicar a premência de se observar o espaço íntimo do indivíduo (nesse caso, os agentes envolvidos na produção dessas revistas) com o qual ele se relaciona com o mundo social, torna-se uma alternativa potente para que se compreenda a prática jornalística.

### Dos encontros então vividos

As relações estabelecidas a partir dos campos em *Junior* e em *MH Portugal* e os encontros então travados com seus profissionais foram de ordens muito diferentes. Falando especificamente de *Junior*, é relevante destacar que, ali, o contato com os sujeitos da pesquisa pareceu se mostrar facilitado em função de uma orientação sexual comum. O fato de sermos todos gays contribuiu, acredito, para que as entrevistas se dessem de uma forma muito mais espontânea, informal e em lugares como bares ou mesmo nas casas desses sujeitos (lugares esses, cabe ressaltar, escolhidos por eles). Um certo flerte, manifestado na forma de comentários ou de elogios, também atravessou algumas dessas entrevistas, reforçando ainda mais a impressão de que uma identidade gay comum, uma forma de sociabilidade aproximada e a suposição de que haveria um interesse para além da investigação, são aspectos importantes de serem então considerados. Em *MH Portugal*, em contrapartida, tudo foi muito diferente. As entrevistas, com exceção daquela realizada com o fotógrafo, que ocorreu em uma cafeteria, sempre se deram no ambiente da redação, no qual tive acesso autorizado apenas naqueles momentos. O contato, tal qual já exposto, foi interrompido de diferentes formas e apenas retomado depois de muita insistência. Um desconforto por parte de alguns entrevistados, ainda, ao se questionar sobre o modo totalizante a partir do qual a heterossexualidade era trazida na revista ou ao se perguntar sobre a própria orientação sexual foi também perceptível.

Ainda que a partir de uma mesma investigação, em diferentes contextos e com diferentes sujeitos, meu corpo, meu gênero então performado e minha orientação sexual explícita não foram lugares neutros, gerando interesse ou perturbação que impactaram na investigação e, por conseguinte, nas informações colhidas. Nesse mesmo sentido, os profissionais então acessados, e seus modos de encarar a si e ao mundo que os cercavam, foram aspectos centrais naquilo que se refere aos modos pelos quais os gêneros (e as masculinidades), questões importantes em minha pesquisa, eram por eles compreendidos e postos em disputa.

Para fins de organização, abordaremos as revistas/os profissionais das redações em separado. Em *MH Portugal*, tal qual tornou-se perceptível a partir das entrevistas realizadas com seus profissionais e da análise de suas produções, existe uma inscrição em determinada lógica hegemônica de masculinidade<sup>7</sup>. Um corpo hiperbólico (musculoso, viril), fundamentalmente, opera como lugar de distinção que precisa ser

conquistado. Cabe à revista e, por conseguinte, aos seus profissionais, não apenas a promoção de tal discurso como, também, um estímulo constante à sua adesão por parte dos leitores. Percebeu-se que tal discurso, de fato, precisava ser encarnado por aqueles profissionais. Ao me contar sobre como passou “de magro a musculado em 90 dias” – desafio que transformou o repórter em personagem de sua própria reportagem – João Parreira (2016) assume esse lugar inclusive em relação a mim, quando demarca uma diferença e uma relação hierárquica ao afirmar que se levantasse a camisa poderia exibir um abdômen assinalado por músculos (o que não era o meu caso). Nesse contexto, o demérito por não gozar dessa posição, ou a alegria de por ela ser englobado, caberia exclusivamente a cada um.

Quando encontra com uma pessoa no metrô, e vê que ela está em forma, vê que é uma pessoa que se preocupa, que se cuida [...] Quando vemos um obeso, embora alguns por doença, sabemos que é por desleixo, a maior parte é por desleixo. Eu não acredito que um obeso, uma pessoa que se desilude facilmente com a vida, se olhe no espelho e goste do que vê! O que falta ali é força de vontade para dar a volta. É preciso ajuda, conselhos, pontos de vista diferentes. E, mais uma vez, é aqui que a gente entra (PARREIRA, 2016).

*MH Portugal*, conforme mencionado, volta-se, idealmente, ao homem cisgênero e heterossexual. Em suas páginas, a mulher (lugar importante a partir do qual a revista estabelece o modo como compreende as masculinidades) aparece em reportagens – em geral naquelas em que se discute sexo – e, também, em ensaios fotográficos sensuais. Para o repórter Tiago Varzim (2016), a mulher seria “a parceira, está no mesmo patamar que o homem, sem diminuições de importância ou objetificação do seu papel”. Ainda assim, tal qual sinaliza o fotógrafo Gonçalo Claro (2016), ao mesmo tempo, ela consiste, no escopo da publicação, em “um mimiinho para os homens, afinal, todos os homens gostam de vê-las, e essa é a verdade”. *MH Portugal*, observou-se, opera ainda em um lugar de especialista sobre o sexo e, mais do que isso, sobre o prazer feminino. Não por acaso, ao ser contratada, a única mulher jornalista na redação, Ana Dória, tornou-se a responsável assídua por matérias sobre esse tema. As falas do diretor da revista, Pedro Lucas (2015), e da repórter Ana Dória (2016) são ilustrativas sobre a relação estabelecida com o feminino.

Nós não utilizamos, e isso é um bocado agressivo dizer, a mulher como um objeto sexual. Para nós a mulher é tida como uma rainha. O que nós pensamos? Imagina um casal que já tem uma relação de 15, 20 anos. Nós tentamos trabalhar em termos de textos uma forma de eles manterem a relação sempre ativa, sempre acesa, acabar com a monotonia da relação [...] O homem que já é casado, trabalhamos a parte antimonotonia da relação, tudo por aí, e para o homem que é solteiro, que gosta de sair a noite para conhecer uma miúda, que gosta de ter aqueles casos de uma noite só, também temos que ter esse tipo de artigos (LUCAS, 2015).

A primeira coisa que meu diretor [Pedro Lucas] me disse quando entrei na revista foi “Primeiro tens que pensar como um homem. És uma mulher mas chegas aqui e viras o *chip* para homem”. Nesse sentido, seja um homem ou uma mulher que está ali a trabalhar, o perfil tem de ser o de alguém que pense como um homem [Pronto. E tu estás aqui há cinco anos, o que significa que tens pensando como um homem. Assim, hoje, para ti, o que seria pensar como um homem?] Olha, não sei. Quando eu entrei, por exemplo, peguei muito em artigos de sexo. E, nesse sentido, até dá jeito, porque estou do outro lado [...] Nesse sentido, escrevo como um homem, uma vez que meu texto é para eles, mas com um *input* de mulher que ao cabo vai ajudar. Em relação ao sexo, foi o tema em que mais vesti a camisola de homem: “Ok, vamos lá ajudar” (DÓRIA, 2016).

Os “*outros*” homens, ainda que pouco visíveis na estrutura da revista, fazem-se presentes nas falas de seus profissionais e, tal qual se constatou, são fundamentais para que o “homem *MH*”, ou um homem ideal, de fato, possa existir. Tal observação, então, ecoa as reflexões de Judith Butler (2019) sobre os corpos que pesam/corpos que não pesam e sobre como esse “exterior” incômodo e abjeto torna-se fundante

<sup>7</sup>Segundo Raewyn Connell (2003) a masculinidade hegemônica consiste na configuração de prática de gênero que incorpora a resposta aceita no que se refere à legitimação do patriarcado. Nesse mesmo sentido, Miguel Vale de Almeida (1995) lembra que a masculinidade corresponde a um processo frágil, vigiado e a uma forma de ascendência. Ainda que se dirija a múltiplos corpos, diferentes sujeitos assumem, ao longo de suas vidas, distintas posições em relação às masculinidades e, de modo mais específico, à masculinidade hegemônica.

daquilo que, circunscrito pelas bordas do normal, de fato importa. Na condição de um dispositivo discursivo das masculinidades (KOLINSKI MACHADO, 2018), ao passo que ensina como ser homem, *MH Portugal*, e seus agentes, dizem também sobre como não sê-lo. A homossexualidade não aparece na revista (a não ser, tal qual observado muito raramente, na forma de algum comentário jocoso). Os leitores homossexuais, para o editor Pedro Lucas (2015), poderiam, uma vez que ele os considerava suficientemente inteligentes para tanto, frente aos textos sobre relacionamento heterossexual (único relacionamento então visibilizado), fazerem as “adaptações” necessárias. Na fala que segue abaixo, Lucas (2015) começa abordando a ausência de uma pesquisa que diga da existência/quantidade de leitores gays e, então, diz de um modo de compreensão desses sujeitos.

Sinceramente não tem e é um tema que, usando um termo diferente, estou nas tintas mesmo, não quero nem saber. Cada um faz o que quer, tem o direito de escolher e de comprar o que quiser. Os gays são pessoas fantásticas que compram a revista *MH*, como compram a revista *Visão*, que assistem a *SIC* e a *TVI* e que tem o direito de fazer o que quiserem. Em termos editoriais opto por não ter uma seção específica para eles porque não me faz sentido. A revista fala para todos (LUCAS, 2015).

O *outro* de *MH Portugal* é, também, o negro. Ao longo dos doze meses em que estive em Lisboa, um homem negro foi capa em apenas uma edição. Ao longo de 15 anos, segundo Lucas (2015), tal fato teria acontecido mais duas vezes. Ainda que Claro (2016) ressalte a “coragem” do diretor ao trazer um atleta negro em uma capa – o corredor Nelson Évora, na edição de outubro de 2015 –, ao ser questionado sobre a pouca representatividade negra, Lucas (2015) afirmou que isso se devia a um maior número de brancos do que de negros no mundo e ao fato de que em Portugal haveria poucos negros.

*Junior*, por sua vez, tal qual se observou, era, em grande medida, cúmplice daquele modelo hegemônico de masculinidade (CONNELL, 2003). Ainda que distante de um paradigma heterossexual, muitos dos discursos manifestos na publicação, e expressos por alguns de seus agentes, sinalizavam a valorização de determinada corporalidade e performance (fundamentalmente viris) que se afastasse, justamente, do espectro feminino/homossexual, então tomado como negativo (RUBIN, 1993). O gosto pessoal e uma suposição dos gostos dos leitores são então continuamente evocados como justificativa.

A masculinidade é o fio condutor da revista porque a gente está escrevendo para homem [...] O leitor não gosta de ver um homem feminino na capa [...] É o espírito de homem macho, homem *sexy*, o que não exclui uma coisa poética, mas, sim, é um homem *sexy*, é um homem masculino (FILHO, 2014).

Por mais que você reclame, por mais que você diga que não é o que você quer, quem não quer ver homem bonito? Visualmente é isso que é atraente. E a revista se vende pelo conteúdo e pela imagem (FALCÃO, 2014).

Eu nunca fui um cara com trejeitos afeminados. Eu não gosto de me vestir afeminado. Sou até meio largadão. Pelo que você vê, por exemplo, eu sou completamente diferente de um público da *The Week*. Sou cabeludo, barbudo, tenho horror à tatuagem de estrela (LUCAS, 2014).

Ainda assim, e isso é muito importante de ser ressaltado, tais sentidos eram continuamente disputados tanto na revista em si, na qual, muitas vezes, havia uma dissociação entre determinadas reportagens, mais críticas, e outros textos e/ou ensaios sensuais que alinhavam-se a determinados padrões, quanto nas relações que profissionais travavam entre si e consigo mesmos.

Por exemplo, se eu estiver na capa da *Junior*, a revista não será vendida. E ela é um produto, precisa ser vendida [...] Internamente, contudo, existe tudo isso que temos falado. Pensamos naquele leitor que luta para desconstruir isso e, de repente, abrindo a revista, ele

percebe que ali dentro há algumas brechas e, também, naquele leitor que vive dentro dessa heteronormatividade machista e aí, de repente, consegue ver um outro mundo, ali dentro. Mas, enfim, temos que entender que isso tudo é vendido (NETO, 2014).

Uma coisa que sempre me incomodou, e é algo muito engraçado, é que a *Junior* talvez escreva, em boa parte, pensando nesse ideal de homem, que é másculo, apesar de quase todos os repórteres não se identificarem com isso. Para quase todos os repórteres, esse cara é, também, mais um desejo. Mas o que queremos impedir é que outras pessoas, que tenham esse desejo pelo macho alfa, desqualifiquem gays afeminados, bichinhas, até porque muitos repórteres se identificam assim também. Então não queremos que isso aconteça. Eu não quero ir à rua e ser desrespeitado por um discurso que eu mesmo criei (GONÇALVES, 2014).

No contexto de *Junior*, o homossexual que performasse seu gênero de modo pouco másculo/pouco viril consistia no principal *corpo estranho* da revista. Os negros também eram “um outro”. Ainda que mais visíveis do que em *MH Portugal*, em muitas situações o homem negro era hipersexualizado.

A revista nunca vai me pedir uma foto mais feminina. Pelo contrário. Eu sou um fotógrafo que, para eles, é sinônimo de masculinidade (LUCAS, 2014).

Meu namorado é mulato [sim, mas eu não quis acusar você de racismo] sim, sim, quis dizer que estou cercado por negros [...] as capas da *Junior* têm um “quê” atrás delas. Já convidamos o Jonathan Haagensen, ator da Globo, que é uma delícia, é lindo [...] Já convidamos o Hulk, jogador da seleção brasileira [...] mas eles não topam, a gente não paga o modelo, né. Você vai encontrar modelo negro na capa do beijo que por si só já é uma capa transgressora [...], a gente tem negro aqui, na capa dos variados tipos de beleza [...] Mas acontece uma coisa que é o fato de que o padrão de beleza dominante é branco, é malhado [...] é a mesma justificativa, por exemplo, para não ter uma pessoa muito gorda na capa [...] a gente segue um padrão de consumo e de beleza, que é eurocêntrico. Mas estamos falando de capa. [...] Ausência na capa não significa ausência na revista (FILHO, 2014)

Acredito que a *Junior* peca um pouco na questão étnica. Desde que a revista nasceu, há pedidos e comentários recorrentes sobre o baixo número de modelos negros ou de outras etnias. Supostamente, o homem branco vende mais que o negro, o asiático ou o índio, mas pessoalmente eu acredito que essa é uma daquelas máximas do mercado editorial que as pessoas repetem feito papagaio, sem ao menos se arriscar para ver se tal máxima realmente se aplica. Eu entendo que deve existir a preocupação em vender e em conquistar anunciantes, mas, por outro lado, pensar fora da caixa e assumir riscos também deve fazer parte de um veículo que, por estar atualmente sozinho no país falando para homens gays, poderia ser mais subversiva nesse aspecto. Acho que o homem brasileiro, aquele do mundo real, se viu nas capas e ensaios da *Junior* pouquíssimas vezes (ALVES, 2014).

## **Chegadas ou outros pontos de partida?**

O jornalismo por essência é uma profissão burguesa [...] o que a gente tem hoje, de jornalistas formados, são sujeitos brancos e burgueses [...] quem é jornalista hoje no país? Não há diversidade nas redações (NETO, 2014).

O trecho reproduzido acima, advindo da entrevista com o repórter de *Junior* Nelson Neto (2014) opera, aqui, como um dado importante e que nos conduz a uma possível chegada (ou a um novo ponto de partida). Torna-se, então, especialmente importante observar que a fala advém de um dos profissionais da, então, única revista de caráter jornalístico voltada ao público gay no país. Ainda que produzidas e veiculadas em diferentes hemisférios (norte hegemônico e sul subalterno) e a partir de diferentes narrativas sobre desejos, afetos e práticas sexuais (socialmente hierarquizadas a partir de uma lógica heteronormativa), ambas as revistas manifestaram estruturas e pontos de vista de seus agentes que diziam da adesão a um projeto de masculinidade hegemônica.

A maior parte dos leitores não são essa capa. Quem está na capa está ali como exemplo. Então o leitor chega e diz “ok, quero ser como esse gajo, o que devo fazer?” E está tudo aqui

dentro. É para que ele pense que todos nós podemos ser como ele, que todos nós temos essa chance [interessante que, ao dizer nós, você está se colocando no lugar dos homens leitores] sim, o *chip* [risos]. Mostramos que todos nós podemos ser assim (DÓRIA, 2016).

Todo mundo quer se ver como um homem na capa da revista. Na *Men's Health*, por exemplo, todos têm cara de homem, você vê que são homens. Se são héteros, eu não sei, mas tem cara. Quem quer sair na capa de uma revista e ser taxado de bichinha? Ninguém. Não é um preconceito meu, é um preconceito da sociedade. Se não for esse cara, não vende (LUCAS, 2014).

Ao mesmo tempo, contudo, e de modo mais específico em relação à *Junior*, tais sentidos eram continuamente disputados, tanto em editoriais quanto no espaço físico e/ou simbólico das redações. Corpos distintos, enfim, e vidas diversas que, ao reivindicarem seus espaços, diziam da possibilidade de circulação de outros sentidos.

Acho que *Junior* pecou em vários momentos e acho que ainda vai pecar em vários outros, vai errar em vários outros, mas ela foi se readequando a novos discursos, a novas formas de respeito entre as diferentes comunidades e eu acho que ela tenta, aos poucos, passar isso para o leitor [...] Eu tento. Nelson [Neto, outro repórter e também amigo] tenta. Temos trajetórias muito parecidas. Somos pobres, não nascemos nos Jardins, não nascemos na capital, então isso tensiona a revista também (GONÇALVES, 2014).

Ainda que submetidas a determinados padrões e estruturas editoriais, tendo em vista as entrevistas realizadas com esses distintos profissionais e que, ainda que de modo sumário, foram aqui expostas e discutidas, constatou-se que, fundamentalmente, editor/diretor, jornalistas e fotógrafos de *Junior* e de *MH Portugal* liam o mundo a partir de lugares que lhes eram particulares. Em dadas falas, e a partir de questões mais específicas (em *MH Portugal* estranhamento em relação às práticas não heterossexuais, modos patriarcais de concepção da mulher e desconhecimento inclusive de ordem demográfica sobre aspectos raciais; em *Junior* necessidade de apagamento de uma performance menos viril, circunscrevendo aquilo que seria ser homem/ser gay, e, ainda, representação limitada do homem negro), observaram-se posicionamentos que evocam a noção de ignorância trabalhada por autoras como Sedgwick (2007) e Britzman (1996): uma ignorância que deve ser compreendida não como a ausência de conhecimento, mas, ao invés disso, como um efeito de conhecimento, como um fruto de conhecimentos específicos e, ainda, como parte de determinados regimes de verdade. Modos de olhar particulares, enfim, modulados a partir das próprias experiências. Ainda que a revista portuguesa tenha apresentado uma simetria de discursos e, também, de sentidos então materializados no produto final, em *Junior*, por outro lado, percebeu-se uma intensa disputa entre corpos diversos que, em suas produções, acionavam significados múltiplos e evidenciavam outros modos de ser/estar no mundo e, a partir daí, de fazer/pensar o jornalismo. Conforme exposto, acredita-se que, em grande medida, isso seja devido à presença e à resistência de jornalistas específicos, com trajetórias específicas e que conseguiram levar outras lentes à revista.

---

## Referências

ALVES, Irving. **Entrevista**. São Paulo, 2014.

BOFF, Leonardo. **A águia e a galinha**: uma metáfora da condição humana. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRITZMAN, Deborah. O que é esta coisa chamada amor: identidade homossexual, educação e currículo. **Educação & Realidade**, v. 21, n. 1, p. 71-96, 1996.

CAPUTO, Stela Guedes. **Sobre entrevistas: teoria, prática e experiências.** Vozes, 2006.

CLARO, Gonçalo. **Entrevista.** Lisboa, 2016.

CONNELL, Robert W. **Masculinidades.** Universidad Nacional Autónoma de México, Coordinación de Humanidades, Programa Universitario de Estudios de Género, 2003.

DA MATTA, Roberto. **O ofício do etnólogo ou como ter anthropological blues.** Publicações do Programa de Antropologia Social do Museu Nacional, Rio de Janeiro, 1974.

DE SOUZA, Elias Caires; TORRES, José Fernando Palatiño. A Teoria da Subjetividade e seus conceitos centrais. **Obutchénie: Revista de Didática e Psicologia Pedagógica**, Uberlândia, v. 3, n.1, p. 34-57, jan./abr. 2019.

DÓRIA, Ana. **Entrevista.** Lisboa, 2016.

DUARTE, Josimar Faria. Representações dos corpos masculinos na revista Men's Health. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 48, n. 3, p. 235-247, 2012.

FALCÃO, Felype. **Entrevista.** São Paulo, 2014.

FEITOSA, Ricardo Augusto de Sabóia. **Linhas e entrelinhas: homossexualidades, categorias e políticas sexuais e de gênero nos discursos da imprensa gay brasileira.** Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, 2014.

FILHO, Hélio. **Entrevista.** São Paulo, 2014.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GONÇALVES, Gean. **Entrevista.** São Paulo, 2014.

GONZÁLEZ REY, Fernando. **A configuração subjetiva dos processos psíquicos: avançando na compreensão da aprendizagem como produção subjetiva.** In: MARTINEZ, Albertina Mitjans; SCOZ, Beatriz Judith Lima; CARVALHO, Marisa Irene Siqueira. Ensino e aprendizagem: a subjetividade em foco. Brasília: Líber Livros, 2012, p. 21-41.

HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 5, p. 7-41, 1995.

KOLINSKI MACHADO, Felipe Viero. **Homens que se veem: masculinidades nas revistas Junior e Men's Health Portugal.** Ouro Preto, MG: Editora UFOP, 2018.

LAGO, Claudia. **Antropologia e Jornalismo: uma questão de método.** In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. (Org.) Metodologia de pesquisa em jornalismo. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 48-66.

LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho.** Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

LUCAS, Gabriel. **Entrevista.** São Paulo, 2014.

- LUCAS, Pedro. **Entrevista**. Lisboa, 2015.
- MAROCCO, Beatriz. **O jornalista e a prática: entrevistas**. São Leopoldo: Unisinos, 2012.
- MENDONÇA, Carlos Magno Camargos. **E o verbo se fez homem: corpo e mídia**. São Paulo: Intermeios, 2012.
- MORAES, Fabiana; VEIGA DA SILVA, Marcia. **A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: a subjetividade como estratégia descolonizadora**. XXVIII Encontro Anual da Compós, 2019. **Anais..**
- MORAES, Fabiana. **O nascimento de Joicy**. Transexualidade, jornalismo e os limites entre. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2015.
- NETO, Nelson. **Entrevista**. São Paulo, 2014.
- PARREIRA, João. **Entrevista**. Lisboa, 2016.
- RUBIN, Gayle. Pensando sobre sexo: notas para uma teoria radical da política da sexualidade. **Cadernos Pagu**, p. 01-88, 2003.
- SEDGWICK, Eve Kosofsky. A epistemologia do armário. *In: Cadernos Pagu*. Tradução de Plínio Dentzien. Campinas: Núcleo de Estudos de Gênero Pagu, p. 19-54, 2007.
- SEIXAS, Rebeca Bruno da Silva. “**Seja homem!**”: construção de masculinidade na revista *Men’s Health Brasil*. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Santa Maria, RS, 2012.
- STEWART, Kathleen. **Ordinary affects**. Durham: Duke University Press Book, 2007.
- TRAVANCAS, Isabel. **Fazendo etnografia no mundo da comunicação**. *In: BARROS, A. e DUARTE, J. (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, p. 98-109, 2006.
- VALE DE ALMEIDA, Miguel. **Gênero, masculinidade e poder: revendo um caso do sul de Portugal**. *In: Anuário Antropológico*, p. 161-190, 1995.
- VARZIM, Tiago. **Entrevista**. Lisboa, 2016.
- VEIGA DA SILVA, Marcia. **Masculino, o gênero do jornalismo: modos de produção de notícias**. Série Jornalismo a rigor. v. 8. Florianópolis: Insular, 2014.
- VEIGA DA SILVA, Marcia. O encontro entre subjetividade e alteridade na crítica das práticas jornalísticas: aproximações de pesquisa. **Revista Observatório**, v. 4, n. 1, p. 398-417, 2018.
- WARNER, Michael (editor). **Fear of a Queer Planet: Queer Politics and Social Theory**. Minneapolis/London, University of Minnesota Press, 1991.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. São José: Editora Presença, 1999.