
Jornal do nuances: um estudo do ativismo LGBT gaúcho sob a perspectiva da Folkcomunicação¹

Amanda Campo²

Resumo

Debruçado sobre a teoria da *Folkcomunicação*, este trabalho investigou o *Jornal do nuances* que, durante seus 18 anos de existência, teve um papel de organizador social configurado como *folkmídia* para a comunidade LGBT³ gaúcha, sobretudo de Porto Alegre (RS). Preconizada na década de 60 por Luiz Beltrão em sua tese de doutoramento, a teoria *folkcomunicação* esteve no cerne do corpo teórico-metodológico da pesquisa. Depois de um levantamento histórico que trouxe o surgimento tanto do grupo ativista quanto do periódico; e da fundamentação dos dispositivos teóricos e analíticos evocados neste artigo, foi possível analisar o processo de comunicação da comunidade marginal LGBT e sua materialidade nas páginas do objeto em questão.

Palavras-chave: *Folkcomunicação; folkmídia; homossexualidade; nuances.*

Introdução

Para entender o funcionamento dos processos comunicacionais de sociedades com acentuadas diferenças sociais (HOHLFELDT, 2013) e, assim, pensar as mídias que emergem das sombras da hegemonia - e encaixa-se aqui o objeto deste trabalho - é preciso entender os caminhos que levaram a sociedade a fazer desabrochar tal necessidade de organização e interação.

No final século XIX, aurora do século XX, a Segunda Revolução Industrial trouxe não só demarcações de diferenças sociais, principalmente pelas especializações profissionais e divisões de trabalho consequentes do fluxo migratório rural/urbano (que tanto fez nascer novas cidades e sociedades, quanto inflar aquelas já existentes); como também trouxe novas práticas necessárias para organização social, como é o caso da imprensa (HOHLFELDT, 2013).

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade. XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Bolsista CAPES. E-mail: amanda.andradecampo@gmail.com

³ A sigla sofreu alterações durante os anos percorridos pela militância ativista e neste trabalho, será adotada a sigla *LGBT* por ser a mais comum e mais convencional na atualidade. *Queers*, transexuais, travestis, *drag queens*, *pansexuais* e todos os marcadores de orientação sexual e identidade de gênero estão representados pela sigla adotada.

O fenômeno comunicacional despertou o interesse de estudiosos como Paul Lazarsfeld (1901 - 1976) e Robert K. Merton que, num rebate às teorias que endossam a concepção de uma influência total da mídia sobre os receptores das mensagens, entendiam os receptores como relativamente influentes,

(...) já que, apesar da heterogeneidade social, havia a permanência de um certo número de características entre os integrantes de uma sociedade, pois que as pessoas se organizavam estratificadamente em diferentes categorias sociais, identificando segundo suas classes sociais, religião, etnia, local de residência etc. Para eles, essas relações interpessoais acabavam se tornando mais importantes que a influência das mídias (HOHLFELDT, 2013, p. 177).

Junto com essa nova perspectiva, oriunda da ciência empírica aplicada às pesquisas de comunicação, vieram conceitos mais complexos de entendimento da sociedade, uma vez que as relações dos integrantes de um processo comunicacional (emissor, mensagem, receptor) passam a ser mais críticas e mais autônomas. Para explorar a perspectiva das diferenças sociais como determinantes para a comunicação, o brasileiro Luiz Beltrão elaborou a teoria da chamada *Folkcomunicação* em sua tese de doutoramento, no final dos anos 60.

A teoria beltraniana se debruçou sobre a sensível ideia da pluralidade social, principalmente sobre o folclore, sendo este a expressão da linguagem popular, seja pelo pensar ou mesmo pelo sentir. Beltrão explica que essa linguagem pode ser "discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes" (BELTRÃO, 2004, p. 118), ou seja, podemos entender a *Folkcomunicação*, segundo o autor, como “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (BELTRÃO, 2004, p. 47).

O pioneirismo da teoria foi objeto de estudo de outros autores que a atualizaram, como José Marques de Melo (2008), que atentou para a linguagem e para os produtos oriundos de mecanismos artesanais para a expressão da comunicação:

Se o folclore compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas, a folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural. Originalmente Luiz Beltrão a entendia como processo de intermediação entre a cultura das elites (erudita ou massiva) e a

cultura das classes trabalhadoras (rurais ou urbanas) (MARQUES DE MELO, 2008, p.17).

Se a comunicação de massa, a priori, atendia a uma mesma necessidade dos grupos que não têm as mesmas características e nem as mesmas demandas informativas e sociais, a *folkcomunicação* emerge justamente nos entremeios das diferenças, das particularidades, das nuances que caracterizam as identidades de comunidades encontradas nas *Gesellschaften*⁴:

Em termos gerais, pode-se dizer que *folkcomunicação* é comunicação em nível popular. Por popular deve-se entender tudo o que se refere ao povo, aquele que não se utiliza dos meios formais de comunicação. Mais conhecido como milagre ou promessa, o ex-voto refere-se a objetos oferecidos aos santos como forma de agradecimento por graças alcançadas. Mais precisamente: *Folkcomunicação* é a comunicação através do folclore (LUYTEN apud MARQUES DE MELO, 2008, p. 14).

O corpo teórico-metodológico da pesquisa, portanto, é composto pela metodologia que estuda os procedimentos e a caracterização do fenômeno *folk*, tanto como organizador de uma sociedade específica, como também resultado de tal organização, como bem explica o autor:

A *folkcomunicação* não é, pois, o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque com clareza. A *folkcomunicação* é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (HOHLFELDT, 2002, p. 02).

Estudos que buscam entender os processos *folkcomunicacionais* precisam, efetivamente, compreender e identificar o que os autores chamam de *agentes folkcomunicacionais*. Tanto na comunicação de massa, quanto na comunicação popular das comunidades subalternas, é preciso que exista uma fonte de informação. Beltrão discorre sobre a versatilidade do agente *folkcomunicacional* que ora é receptor, ora é emissor da mensagem, em uma função de tradução daquilo que é transmitido pelos meios de comunicação de massa:

⁴ O termo foi utilizado no trabalho de Ferdinand Tönnies (1947) quando explicou o fenômeno da passagem de pequenas comunidades (*Gemeinschaften*) para grandes metrópoles/sociedades (*Gesellschaften*).

A correlação entre os dois sistemas [de comunicação massiva e popular] (...) surge como principal fonte de informação, o comunicador de massa – figura básica do processo no sistema de comunicação social. A sua mensagem encontra, disseminado na audiência dispersa, um receptor especial – o comunicador de folk, o líder de opinião dos grupos sociais aos quais escapam a linguagem e o significado mais profundo da informação transmitida (BELTRÃO, 2004, p. 79).

Se os fenômenos comunicacionais acontecem por meio dos meios de comunicação de massa, Osvaldo Trigueiro (2005) versou sobre o conceito dos meios *folkmediático* e atentou para o protagonismo de diferentes segmentos e para a necessidade de seu aprimoramento:

Folkmediático é um conceito recente, ainda em construção na tentativa de melhor se compreenderem essas estratégias multidirecionais onde operam protagonistas de diferentes segmentos socioculturais, do massivo e popular. É um conceito em construção e que nos últimos anos vem se consolidando como instrumento de observação das estratégias de produção, circulação e consumo de bens culturais *folkcomunicacionais* (TRIGUEIRO, 2005, p. 02).

Em suma, os meios *fokmediáticos* têm a função de tradutor daquelas mensagens e informações transmitidas pelos meios de comunicação de massa. E são nestes conceitos que mora a pergunta a ser respondida por este trabalho, através dos dispositivos teóricos aqui apresentados: enquanto existe uma comunidade com necessidades e características particulares, como é o caso da comunidade LGBT, o *Jornal do nuances* cumpre o papel de *folkmidia*? De que forma isso acontece?

A *folkcomunicação* entende sua audiência em três grupos considerados à margem da sociedade de massa: os rurais (que estão geograficamente distantes e desassistidos de educação formal); os urbanos (aqui referidos como os suburbanos das grandes cidades); e aqueles que são culturalmente marginalizados (por religião, política ou erótico-pornográfico, como é o caso da comunidade LGBT (BELTRÃO, 1980). É com esse terceiro grupo de audiência que o *Jornal do nuances* dialoga:

Em qualquer desses grupos sociais minoritários observa-se, como princípio determinante, a aspiração coletiva a uma vida livre de sofrimentos, angústias, injustiças e opressões e/ou de pleno gozo das riquezas e prazeres que a civilização proporciona a uma minoria privilegiada (BELTRÃO, 1980, p. 104).

Imprensa gay: um histórico e o *Jornal do nuances*

A imprensa homossexual no Brasil nasceu em meio a fortes movimentações políticas e mudanças sociais durante o período mais conturbado da história do país. As décadas de 1960 e 1970, embora marcadas pela Ditadura Militar e pelo controle, sobretudo, das publicações da mídia, também foi o momento em que movimentos que rebatiam essas armaduras (colocadas pelos modelos políticos) surgiam e davam novas esperanças aos oprimidos daquela época.

Nesse cenário de luta e de restrições, muitos veículos foram lançados, e muitos também tiveram seu fim devido às pressões vindas do governo autoritário e ditatorial. Sobre o nascimento desses veículos, Marcus Antônio Lima (2001) afirma que:

No Brasil dos anos 1960 e 1970, movimentos de contracultura começam a corroer os alicerces do comportamento social, abrindo espaço para uma rebeldia nos costumes. Com a ditadura militar, houve uma miscigenação entre esses movimentos e os ideais político-democráticos e populares. Nesse contexto, surge uma imprensa alternativa⁵, que tinha como fundamento comum a oposição intransigente ao regime militar. Nos primeiros quinze anos de ditadura, entre 1964 e 1980, nasceram e morreram cerca de 150 periódicos que circulavam na periferia do subsistema editorial. Aliados da verba publicitária, apelavam para posições políticas radicais à época. (LIMA, 2011, p.01)

A primeira publicação no Brasil, sobre homossexuais, foi registrada nas páginas de um livro de nome *Homossexualismo Masculino*, de Jorge Jaime, no ano de 1953 no Rio de Janeiro. A discussão sobre homossexualidade foi tratada pelas definições da sexualidade como doença e recomendava, inclusive, formas de tratamento e/ou punição para os homossexuais. Na obra, o autor utiliza termos como “doentes sexuais” e “doentes infelizes” (GREGORI, 1998).

Já no jornalismo, as primeiras publicações tiveram um caráter de colonismo social, se comparados aos produtos atuais. Como explica Lima (2011), foram veículos

⁵ Pode-se entender a palavra “alternativa” ligada à imprensa, segundo Bernard Kucinski (1991), de quatro formas diferentes, gerando quatro significados distintos: algo que foge aos moldes dominantes e à política dominante; uma escolha entre duas opções que, automaticamente exclui a outra; o sentido de única opção de saída para determinada situação e, o último e mais condizente ao contexto da citação, o do desejo das gerações dos anos 60 e 70 de protagonizar as transformações sociais que pregavam.

que não priorizavam as discussões de ideias sobre homossexualidade ou a disseminação de informação acerca da sexualidade:

Antes, em 1961, surge o que talvez possa ser chamado o primeiro jornal homossexual no Brasil: o *Snob* [RJ], criação de Agildo Guimarães. Mimeografado e distribuído entre amigos, era mais um colunismo social do que do que um veículo de discussão de ideias. Entre os anos 60 e o início dos anos 70, circularam no Rio de Janeiro mais 15 títulos: *Snob*, de Gilka Dantas, *Le Femme*, *Subúrbio à noite*, *Gente Gay*, *Aliança de Ativistas Homossexuais*, *Eros*, *La Saison*, *O Centauro*, *O Vlc*, *O Grupo*, *Darling*, *Gay Press Magazine*, *20 de Abril*, *O Centro e O Galo*. Em Niterói surgem *Os Felinos*, *Opinião*, *O mito e Le Sofistique*. (LIMA, 2011, p. 02).

Porém, foi o jornal *O Lampião da Esquina* o primeiro periódico segmentado para homossexuais. Diferente do primeiro periódico, *Snob*, esse novo veículo, criado por João Silvério Trevisan (jornalista) e Peter Fry (antropólogo), iniciou sua circulação em uma época em que a ditadura perdia forças de repressão e trazia em sua primeira edição também um forte apoio aos movimentos feministas da época:

Em sua primeira edição, de 25 de maio de 1978, o jornal deixa claro que a sua linha editorial seria voltada para a luta pelos direitos dos homossexuais. Aliado ao Movimento Feminista, que então surgia no Brasil, abriu o seu editorial, escrito por uma mulher, homenageando esse movimento. O texto chamava as mulheres para a luta pelos seus direitos e questionava a posição delas perante a sociedade brasileira. (GREGORI, 1998, p. 27)

Depois de três anos de circulação, *O Lampião* (RJ) teve sua última edição publicada em 1981. Os grandes motivos de sua falência foram, segundo Gregori (1998), a falta de anunciantes que sustentassem as despesas do jornal e o boicote das distribuidoras. Para Bernardo Kucinski (1991), o fim do jornal foi se render ao apelo pornográfico, reflexo do momento vivido no país naquela época. Para Lima (2011), foi nesse período que a imprensa homossexual se distanciava do viés crítico-informativo e se aproximava das características pornográficas:

A partir daí a imprensa homossexual brasileira foi tomada pelo pornográfico. Dezenas de publicações surgiram explorando o nu masculino. Primeiramente disfarçadas em revistas como *Naturismo*, que pregava a vida saudável e o fisiculturismo, aprimorou-se, depois, em publicações específicas, especialmente em São Paulo. Surgiram as revistas *Gato*, *Alone Gay*, *Young Pornogay*, entre outros títulos (LIMA, 2011, p. 04).

Nesse mesmo ano, circulavam as primeiras publicações mensais de *O jornal do Gay*, também carioca e com circulação nacional (entende-se aqui as principais capitais do país) que, de acordo com Gregori (1998), trazia os nus masculinos sem a genitália à mostra. O periódico de Antônio Kirihaara seguia a linha do homoerotismo. Ainda nesse ano, as primeiras publicações destinadas às lésbicas apareceram com o tabloide *Chanacomchana*, com sede em São Paulo. Na década de 1980, com o avanço da Aids no Brasil e no mundo, as publicações voltadas ao público gay praticamente dedicavam-se integralmente ao combate à doença e à prevenção. Nesse período, portanto, entravam em circulação diversas publicações de caráter instrutivo:

Surgem assim, os boletins dos grupos ligados diretamente à Aids, como o *Boletim ABIA* [RJ], Associação Brasileira Interdisciplinar da Aids, o *Boletim Pela Vidda* [RJ], do Grupo Pela Vidda, entre outros, chegando ao *Voz Positiva* [PE], editado pela Organização Não-Governamental “Gestos”, voltado exclusivamente para os infectados pelo vírus. Outra publicação, *Saber Viver* [SP], surgida em 1999, também se destina às pessoas que vivem com o vírus HIV. Fora esses, surgem também jornais e revistas de cunho mais cultural e de lazer como *Ent&* [RJ], de 1994, distribuída apenas por assinaturas, *O Grito de Alerta*, e o *Nós por exemplo* (1992) (LIMA, 2011, p. 06).

Além dessas publicações, outras cidades também tiveram periódicos LGBT em circulação: *Meninos* em 1995 (Campinas, SP), *Arte de Ser* também em 1995 (Brasília, DF), *Front* em 1997 (São Paulo, Belo Horizonte, Vitória e Rio de Janeiro). No sul do país, a Organização Não Governamental (ONG) *nuances*⁶: *Grupo pela livre expressão sexual* surgiu em 1991, em Porto Alegre (RS) (GOLIN⁷, 2017). Anos antes, em 1982, no ensejo do fim dos anos de chumbo e começo das primeiras conquistas políticas da comunidade LGBT, configurava-se a primeira campanha que, dentre suas propostas, contemplava necessidades da comunidade *gay e trans*⁸: o termo *desobediência civil* foi empregado pela primeira vez pelo então candidato a vereador José Carlos de Oliveira, o

⁶ Grafia original do nome do grupo. O *nuances* é o segundo maior e mais antigo grupo organizado LGBT do Brasil ainda em atuação. Para este trabalho, serão mantidas as grafias originais dos trechos analisados, uma vez que a linguagem será pensada pelo prisma da Análise de Discurso (PÊCHEUX, 1975), e manter a forma escolhida de escrita é não alterar os discursos. Uma letra é discurso e, conseqüentemente, tem um efeito de sentido a ser compreendido.

⁷ Célio Golin é um dos fundadores do *nuances* e no dia 26 de abril de 2017, lançou o livro *Nuances 25 anos: uma trajetória inconformada com a norma*. Neste livro, ele relata o surgimento da ONG LGBT, do *Jornal do nuances*, e toda uma trajetória de lutas e conquistas da comunidade gay de Porto Alegre.

⁸ Para este trabalho, os verbetes *gay e trans* serão adotados para designar sujeitos que mantêm relações homossexuais e são transexuais/travestis, respectivamente.

Zezinho (PMDB). A campanha eleitoral também trazia três grandes bandeiras: “Anistia para Maria”; “Pedro ama João: e daí?; e “Terra para quem nela trabalha”.

Via-se, então, o grupo *folkcomunicação*, definido por Beltrão como culturalmente marginalizado configurado: o movimento homossexual gaúcho (MHG), no anseio de suas conquistas políticas e sociais, estava na iminência de se tornar efetivamente uma militância organizada nos anos subsequentes⁹; e ter, no Estado, uma ferramenta de garantia de seus direitos.

Falar do surgimento do *nuances* é registrar uma parte importante da história do movimento LGBTT gaúcho. Na realidade, vamos falar um pouco do local e cenário onde, por quatro anos, mais de 450 moradores e moradoras conviviam diariamente nos oito andares do prédio da Casa do Estudante Universitário (CEU) da UFRGS, localizada na avenida João Pessoa, 41, no centro da capital gaúcha. Lá conviviam uma fauna diversa onde as bichas, sapatas, travas e assemelhados estavam presentes em quase tudo o que acontecia. Foi entre os anos de 1989 e 1992. (GOLIN, 2017, p. 16)

Se o surgimento do *nuances* aconteceu para dar força ao movimento LGBT gaúcho, na busca por garantia de direitos e visibilidade a essa comunidade, o *Jornal do nuances*¹⁰ veio, em 1998, para objetivamente ser a voz do grupo gay em meio à hegemonia dos meios de comunicação. Em sua primeira edição¹¹,

(...)já trazíamos na contracapa uma imagem pra lá de bafônica¹², retratando uma pegação coletiva entra as bibas¹³. Matérias com temas marginais como prostituição feminina e masculina, notícias sobre o que estava acontecendo no mundo LGBTT local, e notícias de repercussão mundial (por exemplo declarações do Papa João Paulo II, ataques homofóbicos na Rússia, casamento guei¹⁴ aprovado em países nórdicos), uma página só para relatos de denúncias de discriminação e casos de violência (GOLIN, 2017, p.46).

⁹ É importante perceber que, durante os anos nos quais as conquistas começaram a ser alcançadas, o país vivia o momento em que a epidemia da Aids eclodia. Nos anos 1980, conhecida como peste gay, a doença colocava ainda mais os homossexuais à margem da sociedade, estando intimamente ligados ao estereótipo da promiscuidade.

¹⁰ O jornal não tem periodicidade regular e circulou até 2016. Foram totalizadas 48 edições durante seus 18 anos de existência, com média de 12 a 16 páginas.

¹¹ Anexo 1.

¹² O termo usado faz parte do vocabulário do universo LGBT e designa algo escandaloso e escrachado.

¹³ Referência para homossexuais masculinos.

¹⁴ É interessante notar a grafia da palavra. Escrever *guei* e não *gay* mostra o caráter de aproximação da comunidade pela sua orientação sexual e identidade de gênero, extrapolando os marcadores sócio-econômicos dos LGBT's.

Além da linguagem adaptada para o universo LGBT, as pautas de repercussão mundial também entravam como característica do jornal. Tanto o livro quanto o periódico, tomam para si os efeitos de sentido de palavras que, quando empregadas na mídia de massa/ hegemônica, são carregados de conotação pejorativa. Nota-se, pois, o conceito que Trigueiro trabalhou chamando de *folkmídia*:

Essas aproximações, das culturas populares e midiáticas no mundo globalizado são cada vez mais intensas. A essas complicitades culturais, geradas em campos híbridos, passei a chamar de Produtos Folkmediáticos. Nesses campos estratégicos é que se dão as negociações dialéticas, conflituosas e paradoxais mais importantes no mundo globalizado. (TRIGUEIRO, 2005, p.2)

Nesse sentido, é possível afirmar que, embora o jornal seja um produto *folkmediático*, é possível observar características de agente-comunicador, uma vez que este não precisa estar no mesmo plano que sua audiência, mas sim conhecer e saber trabalhar com o universo linguístico de significados que mantém o diálogo com o seu receptor (CASTELO BRANCO, 2008).

Em uma análise mais sensível e mais atenta à própria proposta de lema do grupo LGBT (“grupo pela livre expressão sexual”), há a evidência de que a liberdade sexual foi, de fato, fundante das atividades do grupo. Em última análise, o que marcou uma posição político-ideológica do *nuances*: a manifestação da sexualidade dos indivíduos é aquilo que os deixa à margem social ao mesmo tempo que é, por essência, um ato político:

Não haveria sentido lógico em demandar liberdade para uma prática se não houvesse sobre ela uma visão de que seu exercício, pelos homens e pelas mulheres, estivesse submetido a controle, dominação ou aprisionamento. E também se esta submissão não estivesse provocando insatisfação, sofrimento e resistência (se não existissem sinais cada vez mais expressivos desta insatisfação, do sofrimento e da resistência) em parcela significativa de seres humanos. Porém, como definição inicial, carece de precisão, aprofundamento e análise. Noutras palavras: o que o Jornal do Nuances entende por “livre expressão sexual”? (ALVES BARROSO, 2007, p.166).

Para uma análise mais profunda da linguagem e dos efeitos de sentido de alguns trechos extraídos do jornal proposto, este trabalho adotou a compreensão de linguagem e discurso preconizada por Michel Pêcheux (1975), na Escola Francesa de Análise de Discurso (AD). Ainda, Eni Orlandi (2012; 1993) também foi referência para pensar conceitos e aplicar dispositivos teóricos e analíticos durante as investigações.

Investigando o editorial da primeira edição do periódico, de janeiro de 1998, sob o prisma da AD, é possível encontrar não só o objetivo do jornal de “dizer para o mundo que existimos e estamos munidos com arma poderosa: o berro”, como também possíveis dificuldades no diálogo com meios de comunicação massivos e com a sociedade que “tenta nos fazer cegos, surdos e desprovidos de todos os sentidos”.

“Os tempos têm sido de batalha. Faz seis anos que estamos caminhando, *buscando um rumo entre uma sociedade que por vezes tenta nos fazer cegos, surdos ou desprovidos de todos os sentidos*. Nem sempre se sabe onde o norte está, e mesmo sem andar em círculos passamos por cenários que se repetem, personagens que já conhecemos. Muitas locações novas, porém, e muitos novos ‘prazer em conhecer’. A fome e a sede não são obstáculos capazes de nos parar; nem mesmo nos atrasa o medo de quem nos vê quando pensava que fôssemos invisíveis. *Queremos dizer para o mundo que existimos e estamos munidos com arma poderosa: o berro! Dando continuidade em nossa jornada, a partir de agora contamos com um incremento de munição – nosso grito vai alcançar mais gente, outras fronteiras. O Jornal do Nuances é nossa mais recente forma de interlocução com a sociedade*. Para nós, nuances – grupo pela livre expressão sexual, vem em boa hora este veículo mega-falante. É fundamental, para nós, expressar as idéias que viemos amadurecendo desde que nos conhecemos como gente. *Dizer que queremos as (...) questões relativas à sexualidade humana, mais precisamente às homossexualidades. Discutir as ideologias que permeiam e interferem diretamente em nossas vidas. Fazer uso de uma linguagem clara e direta para varrer qualquer das formas de preconceito e propor outros entendimentos do que é tido hoje como ‘normal’*. Mas não só. Mais. Fazer com que saibam que nossa marcha também é uma parada, daquelas paradas em que o povo se diverte enquanto dá o seu recado. A proposta sendo discutir, polemizar, propor novas formas de pensamento e mudanças, por si não se restringe a sugestão de algo monocromático, minimal. Ousamos prescrever uma dieta de prazeres. Porque ninguém é de ferro, gente! *Não custa lembrar que sexo é gostoso, e saudável, combate as cáries, faz um bem enorme à pele e, acima de tudo, não causa câncer!* Vamos conversar sobre Ética e Moral. Vamos debater assuntos que envolvem as relações de sexo e *abater a hipocrisia e a culpa que as assombram*. A participação de todas as entidades da sociedade civil é de vital importância no diálogo, uma vez que 158 trabalham diretamente com a população e assim podem contribuir de forma efetiva para esse processo de transformação. Isto é um convite! Com este periódico pretendemos trabalhar questões relacionadas com as sexualidades, quaisquer que sejam suas acepções, gênero, Direitos Humanos, AIDS, opiniões, cultura e ‘babados’ que andam acontecendo nos cenários locais. Fica esperto! É de nossa responsabilidade nos organizar, criando novos espaços que possibilitem dizer o que pensamos, denunciar o que acreditamos violar nossos direitos e propor ações afirmativas. Muito temos feito. Hoje estamos com mais um integrante; este que tu estás lendo. O nuances conta com que ele dê o recado, e que seja porta de entrada para que outros interessados venham nos conhecer. Afinal,

tanto mais alto vamos falar e longe ser ouvidos quanto mais vozes a nossa se juntarem”. (grifos da autora)

Quando o jornal traz a ideia de “*Discutir as ideologias que permeiam e interferem diretamente em nossas vidas*”, ele questiona, em forma de silêncio (ORLANDI, 1993) discursos que são formulados, constituídos e estão em circulação pelos dos meios de comunicação de massa. Discurso é também o que não é dito, mas implícito. Ora, de que outra forma os sentidos transitariam a ponto de manifestar ideologias e interpelar sujeitos, senão pela comunicação? As “ideologias que permeiam e interferem” não são aquelas da comunidade LGBT. São do “outro”.

Sobre dialogar com LGBT e suas marginalidades, o editorial afirma “*Fazer uso de uma linguagem clara e direta para varrer qualquer das formas de preconceito e propor outros entendimentos do que é tido hoje como ‘normal’*”. A linguagem folkmediática não poderia ser outra senão a mais acessível possível à marginalidade, ou melhor, à audiência (BELTRÃO, 1980) com quem dialoga. Interessante notar também que, ao mesmo tempo em que é da linguagem a responsabilidade de clarear mensagens que são turvas em meios de comunicação de massa, é dela também a responsabilidade de atualizar a memória e construir novos sentido sobre sexualidade e gênero.

O trecho da página 07 da edição número 02 (fevereiro de 1998), do artigo “Gays no parque, muito prazer”, traz a reflexão sobre o que é uma “Redenção¹⁵ violenta” no imaginário do porto-alegrense:

“No imaginário dos porto-alegrenses, a Redenção é violenta, principalmente à noite, seja pela presença de gays, ou de outros indivíduos. Tal imagem construída pela população desde o século passado, quando esta área verde já servia de abrigo aos escravos fujões e outros marginalizados pela sociedade, serve, há muito tempo, de escudo para idéias que pregam o cercamento do parque. (...) Acreditamos que a Redenção deve ser um espaço ocupado democraticamente pela população de Porto Alegre. Isto se dará a partir da compreensão que a mesma deve desenvolver em relação a ocupação dos espaços públicos. Para nós, o direito de ir e vir, garantia fundamental dos cidadãos, tem nos parques como a Redenção um cenário ideal. É nossa convicção de que o parque deve ser um reflexo da diversidade sócio-cultural de nossa cidade, contribuindo para uma convivência democrática de todas as pessoas, sem violência e com muito prazer”.

No título do artigo, o trabalho com a linguagem aparece no trocadilho que tem tanto o efeito de sentido de apresentação amigável colocada no “muito prazer”,

¹⁵ Redenção é um parque no coração da cidade, fica entre bairros boêmios e frequentado pelos profissionais comércio, universidades e estudantes. Fica entre o Bom Fim, Centro Histórico e Cidade Baixa. Historicamente, o local serviu de abrigo e refúgio para ex-escravizados no período pós-abolição e outros marginalizados

dialogando com a comunidade local; quanto o sentido que recupera a memória (ORLANDI, 2012) da comunidade LGBT: sexualidade traz muito prazer. Pelo relato do trecho extraído, o discurso sobre quem frequenta o local cristalizou no imaginário da população que “a presença de gays ou de outros indivíduos” configura um local inapropriado, violento e perigoso. Se o jornal assume essa constituição do imaginário do porto-alegrense, há indícios, então, de que outros discursos circulam e endossam ideias que interpelam os sujeitos. Circulam, portanto, nos meios de comunicação de massa que não representam as marginalidades referidas. Se “para nós” há a necessidade da garantia do direito de livre trânsito por espaços públicos, quem seriam o “eles”?

Entende-se por ideologia, em Análise de Discurso:

(...)é a condição para a constituição dos sujeitos e dos sentidos. O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer. Partindo da afirmação de que a ideologia e o inconsciente são estruturas-funcionamentos, M. Pêcheux diz que sua característica comum é dissimular sua existência no interior de seu próprio funcionamento, produzindo um tecido de evidências “subjettivas”, entendendo “subjettivas” não como “que afetam o sujeito” mas, mais fortemente, “nas quais se constitui o sujeito (ORLANDI, 2012, p. 46).

Considerações finais

Seja pelo lema, seja pelas escolhas das pautas, as publicações do *Jornal do nuances* tiveram, por essência, uma reponsabilidade de informar um grupo de pessoas marginalizadas por suas expressões de gênero e/ou sexualidade. Esses grupos sociais menores que tangenciam, mas não são completamente contemplados por, a mídia hegemônica, ou melhor, os meios de comunicação de massa, configuram necessidades específicas e se comunicam com linguagem específicas, com temas recorrentes e de interesse quase exclusivamente desses indivíduos.

Com isso, é possível afirmar que o grupo LGBT *nuances* cumpre um papel de *líder folkcomunicacional*: ele representa uma comunidade subalterna, tem o papel de tradutor de informações que circulam nos meios de comunicação de massa e é conferido a ele o lugar de líder de opinião, uma vez que ele filtra e reinterpreta uma mensagem original. Essa conclusão é possível uma vez que, como exemplificado por Golin, logo na primeira edição do periódico, houve uma preocupação de trazer as pautas de repercussão mundial nos meios de comunicação de massa.

A tradução dessas pautas é feita, em suma, pelo trabalho com a linguagem. Além de aproximar os leitores das informações que circulavam para além de suas marginalidades, a linguagem também teve um papel político na expressão da realidade vivida pelo grupo. A transmissão da informação só foi possível pela existência e pela configuração de uma *folk mídia*: o *Jornal do nuances*.

Embora Trigueiro (2005) entenda a *folk mídia* como um mecanismo tradutor de uma mensagem para a audiência da folkcomunicação, o *Jornal do nuances* extrapola essa definição e convoca “aos berros” a comunidade LGBT para uma maior união; e “aos berros” denuncia formas de violência e tentativas de controle a que aqueles que subvertem a manifestação de gênero e sexualidade estão submetidos.

É de se pensar, contudo, o que difere um periódico (seja ele em formato revista, tabloide ou jornal) segmentado de uma *folk mídia*. Há indícios, mas nada aprofundado por não ser o objetivo deste trabalho, que a segmentação se dá, antes de qualquer coisa, por seu caráter mercadológico; enquanto a *folk mídia* tem a roupagem da transmissão e tradução de informação por ela mesma, bem como sua representação em um grupo que, pela sua sexualidade, ou por sua subversão dos conceitos de gênero, é marginalizado.

REFERÊNCIAS

ALVES BARROSO, Fernando Luiz. ***Jornal do Nuances: a política midiática de uma ONG de Porto Alegre – RS para o confronto político entre o “Gay classe média” e a “Bicha Bafona”***. Tese de doutorado apresentada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio Sinos. Porto Alegre: 2007.

BELTRÃO, Luiz. ***Folkcomunicação: teoria e metodologia***. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

_____. ***Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados***. São Paulo: Cortez, 1980.

CASTELO BRANCO, Samantha. “Metodologia Folkcomunicacional: teoria e prática”. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antônio. ***Métodos e técnica de pesquisa em Comunicação***. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLIN, Célio. **Nuances 25 anos: uma trajetória inconformada com a norma**. Porto Alegre: Nuances, 2017.

GREGORI, Antonio Eduardo. **A imprensa homossexual no Brasil: 20 anos de história**. Monografia apresentada ao instituto de Artes, Comunicação e Turismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas como exigência para a conclusão de curso de Jornalismo. Campinas:_____. 1998.

HOHLFELDT, Antônio. “Uma teoria da Comunicação para Sociedades com grandes diferenças sociais”. In: MARTINO, Luiz Cláudio e outros. **Teorias dos meios de comunicação no Brasil e no Canadá**. V.1 . Salvador: Edufba, 2013.

_____. **Novas tendências nas pesquisas da Folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais**. Trabalho apresentado Núcleo de Pesquisas sobre Folkcomunicação, do XXV Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom 2002) – Salvador (BA) – de 01 a 05.09.2002. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/artigos%2014-1.htm>.< Acessado em 19 jun. 2017.

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

LIMA, Marcus Antônio Assis. **Breve histórico da imprensa homossexual no Brasil**. _____. 2011. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lima-marcus-assis-IMPRENSA-HOMOSSEXUAL-BRASIL.pdf>< Acessado em 17 jun. 2017.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular. História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso – princípios e procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2012.

_____. **As formas do silêncio**. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**. Campinas: Unicamp, 1975.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos.** Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares, realizado em Fevereiro de /2005, em Brasília/DF. Disponível em: <http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/viewFile/504/337> Acessado em: 19 jun. 2017.

Anexo 1

