



Las celebridades como actores estratégicos en la visibilidad periodística de cuestiones relativas al VIH/Sida y la homofobia¹

Bruno Souza Leal²; Carlos Alberto de Carvalho³

Recibido: 18 de julio de 2017 / Aceptado: 11 de diciembre de 2017

Resumen. Entre 2008 y 2012, tres grandes investigaciones dedicadas a la cobertura periodística brasileña sobre cuestiones LGBT, VIH/Sida y homofobia fueron conducidas en Brasil de modo articulado, con el esfuerzo de aprehender el tratamiento periodístico sobre estos temas y los acontecimientos a ellos vinculados, así como los contornos que ellos adquirieron en el escenario mediático. De los 6009 textos periodísticos recolectados, 49% de ellos tuvieron como principal actor las llamadas celebridades. Se defiende en este artículo, por un lado, que la discusión de los derechos LGBT, de la homofobia y de cuestiones relativas al VIH/Sida entra hoy en la escena mediática por la puerta trasera, dejando espacio para que se discuta la importancia política de lo que es entendido comúnmente como *soft news*. Por otro lado, se considera que la visibilidad promovida por las celebridades no es necesariamente positiva, en tanto que puede estar asociada a diferentes valores morales e ideológicos.

Palabras clave: Periodismo; celebridades; narrativa; homofobia; Sida.

[en] Celebrities as strategic actors in journalistic visibility on Aids and homophobia

Abstract. Between 2008 and 2012, it was conducted in Brazil three major researches on journalistic coverage on LGBT issues, HIV / AIDS and homophobia. These researches were articulated by the effort of apprehending the journalistic treatment of these issues and the events related to them, as well as the features they acquired in the media scene. Of the 6009 journalistic texts collected, 49% of them had as main actor the so-called celebrities. This article, on the one hand, defends that the discussion of LGBT rights, homophobia, and HIV / AIDS issues today enters the media scene through the back door, leaving space to verify and discuss the political importance of what is commonly understood as soft news. On the other hand, it is important to consider that the visibility promoted by celebrities is not necessarily positive, insofar as it can be associated with different moral and ideological values.

¹ Este artículo fue desarrollado desde las investigaciones *Mídia e homofobia no Brasil* (2008), con apoyo del Ministerio de Salud brasileño; *Jornalismo e Homofobia no Brasil* (2009-2010), con apoyo del CNPq y de la Fapemig, y *Jornalismo e atores sociais: análise de narrativas sobre homofobia e HIV/Aids nos jornais* Estado de Minas, Folha de S. Paulo e O Globo nos anos de 2011 e 2012, con apoyo de la Fapemig y de la de la Prorectoría de Investigación de la Universidad Federal de Minas Gerais.

² Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil)
E-mail: brunosleal@gmail.com

³ Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil)
E-mail: carloscarvalho0209@gmail.com

Keywords: Journalism; celebrities; narrative; homofobia; Aids.

Sumario. 1. Introducción. 2. Celebridades y visibilidad. 3. Temas LGBT, VIH/Sida y homofobia como acontecimientos problemáticos. 4. Las investigaciones y el escenario actual. 5. Celebridades como agentes en las narrativas. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Leal, Bruno Souza y Carvalho, Carlos Alberto (2018): "Las celebridades como actores estratégicos en la visibilidad periodística de cuestiones relativas al VIH/Sida y la homofobia". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (2), 1807-1823.

1. Introducción

Entre 2008 y 2012, tres grandes investigaciones dedicadas a la cobertura periodística brasileña sobre cuestiones LGBT, VIH/Sida y homofobia fueron conducidas en Brasil de modo articulado, con el esfuerzo de aprehender el tratamiento periodístico sobre estos temas y los acontecimientos a ellos vinculados, así como los contornos que ellos adquirieron en el escenario mediático. Las investigaciones mantuvieron como elemento de coherencia un conjunto de procedimientos metodológicos y una preocupación general con la cobertura noticiosa en torno de las cuestiones LGBT en Brasil, dando, cada una de ellas, más atención a uno u otro elemento común. De modo general, se buscó identificar, en la superficie textual de las noticias recolectadas, quiénes eran los actores sociales que emergían como protagonistas de los acontecimientos noticiosos.

No era una preocupación inicial de la investigación la atención a las celebridades. No obstante, de los 6009 textos periodísticos recolectados, 49% de ellos tuvieron como principal actor las llamadas celebridades, que ocuparon secciones consideradas más livianas en los noticieros, como las de cultura. De este modo, contrariando una expectativa inicial de que la discusión en torno a los derechos de las personas LGBT, de la homofobia y del VIH/Sida iba a darse en secciones dedicadas a los temas políticos, ella se dio fuertemente en textos de columnas sociales, de crítica cultural, de chimes, etc. Asimismo, el dato general de que el 51% del material recolectado tuvo como protagonista al Estado (Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial en conjunto), a las Universidades y otras instituciones debe ser relativizado cuando se considera la diversidad y consecuente pulverización de la presencia de esos otros actores en el conjunto de noticias.

En este sentido, la fuerza de las celebridades en la visibilización de temas LGBT, de homofobia y de temas vinculados al VIH/Sida surge como una constatación sorprendente, cuyos contornos y potenciales implicancias organizan el núcleo argumentativo de este artículo. Es, por lo tanto, un escenario diferente de la identificada en los primeros años de contacto con el Síndrome, en el que las llamadas "Aids celebrities" (Jones, 1998; Alcorn, 1989) jugaron un papel clave. Las celebridades ahora no son las personas -comunes o no - que, al hacer pública su condición de VIH-positivas, tuvieron un papel social y política fundamental para la respuesta al Sida. Ahora, las celebridades son figuras mediáticas por definición, que utilizan su presencia en los medios de comunicación para promover a ellos mismos y a su trabajo, a menudo asociando-se a las causas sociales.

En todo el material recolectado en las investigaciones, las celebridades se presentan, generalmente, como actores en la visibilidad periodística sobre temas LGBT, VIH/Sida y homofobia de dos modos distintos: primero, a partir de la exposición – voluntaria o no – de su privacidad, sea una opinión, una compañía sexual/afectiva, un acontecimiento, etc.; segundo, a través del esfuerzo estratégico de promoción de productos culturales (canciones, discos, piezas teatrales, películas, telenovelas, libros, eventos) a los cuales están vinculados profesionalmente y que tematizan, de alguna manera, las relaciones de género, las identidades LGBT, el Síndrome, etc. Estos dos modos se distinguen claramente por el foco: en el primer caso, éste se da en el individuo y en su aparición en la escena pública; en el segundo, esa individualidad, por más que sea valorizada en las noticias, es un vector para llamar la atención sobre algo que le es externo. Más allá de esto, es la sobreexposición entre el individuo y los productos culturales, entre las dimensiones privada y pública de la vida de alguien, una de las marcas de la “cultura de celebridades” actual.

En este nuevo escenario, se defiende en este artículo, por un lado, que la discusión de los derechos LGBT, de la homofobia, así como de las cuestiones relativas al VIH/Sida entra hoy en la escena mediática por la puerta trasera, dejando espacio para que se verifique y discuta la importancia política de lo que es entendido comúnmente como *soft news*. Por otro lado, es importante considerar que la visibilidad promovida por las celebridades no es necesariamente positiva, en tanto que puede estar asociada a diferentes valores y parámetros morales e ideológicos. En esta reflexión, se recupera una visión general de la noción de “celebridad” y de los temas LGBT, el Sida y la homofobia como parte de “campos problemáticos” de la vida social. Enseguida, se presenta la investigación y sus procedimientos analíticos y metodológicos. A continuación, se desarrolla un debate sobre el complejo papel de las celebridades actuales como actores en la visibilidad de los temas LGBT, el Sida y la homofobia.

2. Celebridades y visibilidad

Estudios recientes (Rojek, 2008; Simões, 2012, 2013, 2014, entre otros) han retomado la problematización de las relaciones entre celebridades, medios e interacciones sociales. Algunos de ellos amplían las formas de comprensión que, especialmente inspiradas en Edgar Morin (1966; 1990), situaron, a partir de los años 1960, el campo de las celebridades (en la denominación de Morin, “olímpicos”) como esencialmente marcado por una gran limitación teórica, que tendía a verlas de forma negativa. La negatividad se asentaba especialmente en la perspectiva desde la cual los “olímpicos” (las celebridades) estarían al servicio de la reproducción del modo de vida capitalista, con sus características de apelo al consumo – de productos y de imágenes –, funcionando como modelos deseables de comportamiento por medio de mecanismos catárticos, identificatorios o de otras naturalezas, reafirmando las jerarquías sociales, el individualismo, el hedonismo y los muchos estereotipos comportamentales. En definitiva, reafirmando posiciones sociales conservadoras al servicio de los imaginarios dominantes.

Estudios con tales aspiraciones dejaron de percibir, sobre todo, la naturaleza siempre relacional de los procesos comunicacionales, en función, además, de visiones fuertemente matizadas por perspectivas maniqueas de las relaciones sociales. Asimismo, relegaban a un plano bastante secundario las fisuras y disputas de sentido en contextos cuya diversidad – de hecho, trabajadas en estudios posteriores de Morin bajo el enfoque del pensamiento complejo (1990) – no permiten análisis centrados en la unilateralidad de acciones individuales y colectivas. Si bien el término *celebridades* se aplica contemporáneamente a una diversidad de actores sociales – artistas de televisión, de teatro y cine, deportistas de diversas especialidades, políticos, periodistas, miembros de la realeza y tantos otros –, es necesario reconocer que los contornos teóricos que buscan comprender el fenómeno no son consensuales. Para los propósitos de este artículo, se comparte la perspectiva de Simões, para quien “las celebridades deben ser pensadas a partir de las múltiples interacciones establecidas entre la propia persona célebre, sus públicos, los medios y el contexto social” (Simões, 2012: 15. Traducción nuestra).

La dimensión relacional de la construcción y mantenimiento de las celebridades en los escenarios mediáticos y sociales lleva a reconocer que la imagen célebre está sujeta a flujos continuos y a la permanente negociación de sentidos. Ser *celebridad* puede ser algo pasajero, derivando de esa posibilidad una rigurosa administración de la visibilidad. Esto ha implicado, por ejemplo, el compromiso de algunas celebridades en pro de causas humanitarias, la entrada en debates sociales de impacto, en campañas de prevención de enfermedades, el apoyo a ONGs y una serie de otras actitudes. Valorizarse en el mercado de las celebridades trae, por su parte, buenos dividendos, permitiendo cobrar altas sumas en campañas publicitarias por hacer apariciones en eventos de diversas naturalezas, inclusive de campañas político-partidarias; aumentar el monto en las negociaciones en el mundo de los deportes; popularizar monarquías; mantenerse en evidencia en el mercado político; entre otros.

La visibilidad, consecuentemente, es una contracara importante para las nociones contemporáneas de las celebridades y sus modos de estar en el mundo social. En tales sentidos, observa Thompson:

Conseguir la visibilidad a través de los medios es ganar un tipo de presencia o reconocimiento en el ámbito público que puede ayudar a llamar la atención sobre la situación de uno o para anticipar una causa. Pero, de la misma manera, la incapacidad de conseguir visibilidad a través de los medios puede confinar a uno a la oscuridad y, en el peor de los casos, puede llevar a una especie de muerte por olvido. Por eso no es sorprendente que las luchas por la visibilidad tengan tanta importancia en nuestras sociedades actuales. (Thompson, 2005: 29)

Si la disputa por la presencia en la escena mediática es un fenómeno infranqueable hoy en día, tal como observa Thompson, es necesario tener en cuenta que sus nociones de visibilidad, con sus tipologías que tienden a endurecer el concepto, desconsideran también que la entrada para el universo mediático no raramente es consecuencia de visibilidades conquistadas en otras esferas de la vida social. Más allá de esto, es importante observar que la visibilidad mediática no es siempre positiva, pudiendo ser muchas veces negativas, como en situaciones de

escándalos políticos, deslices éticos y morales y otras situaciones que colocan en jaque la credibilidad de la persona célebre. En cuanto a la percepción de que la visibilidad es importante “para que la causa de alguien avance”, lo es también en la medida que incluye celebridades como actores posibles y, sobre ciertas circunstancias, para la propagación de luchas sociales. En general, esas luchas están asociadas a la conquista de la ciudadanía plena y al combate de las desigualdades sociales, como es el caso de aquellas en torno al reconocimiento de las causas de personas alcanzadas por los prejuicios derivados de la homofobia y del VIH/Sida.

En este sentido, es interesante pensar, a partir de las argumentaciones de Thompson, que la visibilidad no se restringe a la mera exposición pública de la imagen, sino que envuelve la evaluación, a partir de ella, del reconocimiento público. Las celebridades, en este sentido, están sujetas a las ambigüedades que propicia la visibilidad ampliada por los procesos de mediación de los diversos medios. Escándalos de variados órdenes, involuntarios o provocados para el mantenimiento en evidencia, componen el escenario de la visibilidad de las celebridades. En estos procesos, las celebridades tienden a poner en escena, o en el debate público, cuestiones que forman parte – directa o indirectamente – de su vida, ya sea por compromiso social o personal, incluyendo aquello que preferían mantener lejos de las luces.

3. Temas LGBT, VIH/Sida y homofobia como acontecimientos problemáticos

Como observa Louis Quéré (2005), los acontecimientos pueden estar vinculados o instaurar “campos problemáticos” en la vida social. De este modo, destaca el sociólogo francés, un acontecimiento tiene fuertes características hermenéuticas: su surgimiento exige esfuerzos de interpretación, lo que lo coloca además en perspectiva de historicidad, en la medida que interpretarlo es situarlo en relación a acontecimientos del pasado y del presente, no infrecuentemente con proyecciones al futuro. Relaciones de causalidad, con todos los riesgos de reducir los acontecimientos a meras consecuencias de otros que los precedieron, también son accionadas. En este sentido, se entiende que las cuestiones LGBT, la homofobia y el VIH/Sida están articulados en uno de esos campos problemáticos de la vida social, al cual se vinculan diferentes acontecimientos. La homofobia, para los límites de este artículo, es entendida tal como es propuesto por Daniel Borillo (2001): ella delinea los contornos de un policiamiento de género, que regula las performances individuales, estableciendo jerarquías y padrones de normalidad predominantemente heteronormativas, lo que lleva a rechazos contra personas homosexuales o así identificadas por quien nutre el odio homofóbico. Aunque la homofobia, por ejemplo, sea un fenómeno social muy anterior a la publicación de los primeros casos de VIH/Sida cuando, inclusive, la nomenclatura y la causa viral todavía eran desconocidas; es innegable que inicialmente los debates médico-científicos y sociales se dieron en tono de refuerzo de los prejuicios contra hombres homosexuales, entonces identificados entre los “grupos de riesgo” de incidencia exclusiva del Síndrome.

La consecuencia directa para la visibilidad mediática de la identificación inicial del Sida con hombres homosexuales fueron titulares en los periódicos, alrededor del mundo, tales como “cáncer gay” o “peste rosa” (Fausto Neto, 1999). Sin embargo, fue también el momento en el que se buscó asociar el Sida con otras enfermedades del pasado, indicando que su carácter problemático – por lo tanto, que exigía interpretarlo según un acontecimiento anterior – no estaba solamente en las consecuencias físicas del Síndrome, sino particularmente en los desdoblamientos sociales por éste provocados. En este sentido, asociaciones con enfermedades que en el pasado habrían sido de incidencia exclusiva entre personas homosexuales (Blouin et al., 1987) y con otras enfermedades sexualmente transmisibles, como la sífilis (Sontag, 1989), compusieron el cuadro hermenéuticamente accionado para intentar desvendarla.

No obstante, ciertamente fue el recrudecimiento de la homofobia el trazo social más dramático que el VIH/Sida suscitó, llevando a Eve Kosofsky Sedgwick (1990) a proponer que éste despertó en los homofóbicos la esperanza de que el holocausto gay, concretizado en parte en la experiencia nazista, se volviera realidad universal. Contradictoriamente, sin embargo, como considera Anthony Giddens (2005), el surgimiento del VIH/Sida colocó de tal forma a la homofobia en evidencia que acabó por contribuir positivamente para la visibilidad de las luchas por los derechos igualitarios de los homosexuales. Las llamadas “Aids celebrities” estuvieron, en los primeros momentos del Sida, directamente envueltos con las consecuencias del Síndrome y con su visibilidad, como es el caso del actor estadounidense Rock Hundson que, afectado por el VIH/Sida, fue forzado a revelarse homosexual, en una época en la que la ausencia de medicación que controlasen los efectos devastadores significaba una sentencia de muerte, con marcas visibles en el cuerpo que no permitían ocultarlo.

En Brasil, fueron emblemáticos los casos de “Aids celebrities” como los de los cantantes Cazuzza y Renato Russo, de la actriz Sandra Bréa y del escritor Caio Fernando Abreu, celebridades muertas como consecuencia del VIH/Sida que contribuyeron para un mejor esclarecimiento del Síndrome, sus formas de transmisión, consecuencias y métodos de prevención, no raramente con el condimento de coberturas periodísticas sensacionalistas y promotoras de escándalo. En una crítica publicada, en 2012, en el periódico *Estado de Minas* a propósito del lanzamiento de un libro que reunía crónicas de Caio Fernando Abreu, es destacado un trecho de la obra: “...o vírus da Aids será enjaulado, permitidas as paixões devastadoras, os suspiros amorosos, permitidos os amassos, as paqueras e todas as suas consequências – desde que gostosas.” (Paulo, 2012: 3)⁴

La cita habla de una esperanza, en aquel momento todavía no concretizada e ilustra bien el tipo de debate que las celebridades, en la segunda mitad de los años 1980, en Brasil y en otras partes del mundo, promovieron en torno al VIH/Sida y de sus consecuencias médicas y sociales. Sin embargo, el papel que tuvieron estas “Aids celebrities” no parece ser el mismo que ahora tiene las celebridades mediáticas actuales.

⁴ ... el virus del Sida será enjaulado, permitidas las pasiones devastadoras, los suspiros amorosos, permitidos los franeos, los coqueteos y todas sus consecuencias- siempre que placenteras.(Traducción nuestra)

En este sentido, considerar el VIH / SIDA y la homofobia como parte de los “campos problemáticos” de la vida social se refiere principalmente a dos variables que se superponen, quizás lo más elocuentemente en los países de América Latina, como se indica en varios estudios (Teva et al, 2012; Fausto Neto, 1999; Carvalho, 2012; Busso, 2001; entre otros). La primera es la de las jerarquías de género como clave para el aumento de la vulnerabilidad de las poblaciones LGBT al VIH / SIDA, ya que ese contingente poblacional es debilitado por las consecuencias del perjuicio derivado de rechazo de la homosexualidad (Carvalho, 2012). La segunda variable son las características epidemiológicas resultantes de las condiciones económicas y otros indicadores socioculturales desfavorables para grandes poblaciones de estos países, incluso dando lugar a diferentes tasas per cápita de la infección por VIH en cada país de América Latina, como lo demuestra la encuesta hecha por Inmaculada Teva, María Paz Bermúdez, María Teresa Ramiro y Gualberto Buela-Casala (2012) o el trabajo de Busso, 2001. Los problemas del desarrollo económico y las disparidades en la distribución del ingreso y los bienes culturales se suman a los de comportamiento identificadas por María Paz Bermúdez, Ángel Castro, Juan Madrid y Gualberto Buela-Casala (2010), el análisis de la prevalencia del SIDA en los jóvenes latinoamericanos que viven en España:

Estas diferencias en la conducta sexual de los adolescentes según el origen permiten concluir que los latinoamericanos emiten un mayor número de conductas de riesgo para las ITS/VIH, afirmación que queda demostrada también a través del Índice de Riesgo Coital, que relaciona los contactos sexuales en los últimos seis meses, el uso de anticonceptivos en esos contactos y el número de parejas distintas. Los latinos presentan un mayor IRC que los autóctonos (españoles). Los resultados obtenidos van en la línea de los de la mayoría de estudios consultados, que ponen de manifiesto que los adolescentes latinoamericanos emiten más conductas de riesgo para ITS/VIH por el uso inconsistente del preservativo (Pantin *et al.*, 2005; Prado *et al.*, 2006), el mayor número de parejas sexuales (Levy *et al.*, 2005) y el mayor consumo de drogas en las relaciones sexuales (Pantin *et al.*, 2005; Prado *et al.*, 2006). Las explicaciones a la emisión de más prácticas de riesgo y a las mayores tasas de infección por el VIH entre los adolescentes inmigrantes latinoamericanos son variadas. (Bermúdez et al, 2010: 91)

La profundización de este tipo de datos, incluyendo lecturas críticas sobre un cierto grado de estereotipos de las poblaciones de América Latina que han guiado de algunas investigaciones, no es un objetivo central de este artículo. Mas eslllos nos ayudan a entender en parte el escenario brasileño para el VIH / SIDA en el contexto de América Latina. Sin embargo, es en este escenario que las celebridades tienen un rol peculiar.

4. Las investigaciones y el escenario actual

Las tres grandes investigaciones que hacemos referencia son *Mídia e homofobia no Brasil* (2008), con apoyo del Ministerio de Salud brasileño; *Jornalismo e*

Homofobia no Brasil (2009-2010), con apoyo del CNPq y de la Fapemig, y *Jornalismo e atores sociais: análise de narrativas sobre homofobia e HIV/Aids nos jornais* Estado de Minas, Folha de S. Paulo e O Globo nos anos de 2011 e 2012, con apoyo de la Fapemig y de la de la Prorectoría de Investigación de la Universidad Federal de Minas Gerais. Compartiendo la misma estructura metodológica, cada una de esas investigaciones dio, a su tiempo, más atención a uno u otro elemento común. Así, entre 2008 y 2010 la preocupación mayor fue con la identificación de los casos y debates en torno a la homofobia. El número de narrativas en las cuales todavía permanecían resquicios de identificación del Sida con hombres homosexuales, como era en la época del surgimiento del Síndrome, llamó la atención, llevando en 2011 y 2012 a un recorte de narrativas exclusivas en las cuales las interconexiones entre el VIH/Sida y la homofobia estuvieran – directa o indirectamente – presentes. En 2008, la recolección de datos fue realizada en los periódicos *Folha de S.Paulo*, *O Globo* y *O Tempo*, en la revista *Veja* y en los noticieros de la TV Globo *Jornal Nacional* y *MGTV – 2ª edição*, con la posterior incorporación de la revista *Época* y del *Jornal Hoje*, éste también de la TV Globo. En 2011 y 2012, la investigación fue realizada en los periódicos *Folha de S.Paulo*, *O Globo* y *Estado de Minas*.

A lo largo de estos cinco años, fueron recolectados, catalogados y almacenados, en un banco de datos, 6009 textos, de las más diversas modalidades (notas, noticias, entrevistas, crónicas, reportajes, columnas, editoriales, etc.). Metodológicamente, las investigaciones siguieron un mismo conjunto de procedimientos que articulaba el análisis de contenido, siendo advertidas y corregidas sus limitaciones (Cassetti, Chio, 1999; Lago, Bennetti, 2007; Bauer, 2008; Leal, Antunes, Vaz, 2012), y el análisis de la narrativa (Cassetti, Chio, 1999; Lago, Bennetti, 2007; Bal, 2009). Como observan Leal, Antunes y Vaz, el análisis de contenido tiene clara limitaciones en lo que se refiere a sus presupuestos y también a su aplicación a los productos mediáticos, caracterizados por su multimodalidad semiótica. Además, cuando se superan las nociones tradicionales y estáticas de texto y acontecimiento, el análisis de contenido puede adquirir un carácter indicial y cualitativo, permaneciendo como una buena herramienta para recoger y gestionar un gran volumen de datos. Así,

El AC puede funcionar, por lo tanto, si admite que produce y multiplica indicios. La cuestión es cómo no hacer de esos vestigios “ruinas” del acontecimiento y, del análisis, una forma de autopsia. [...] Es importante destacar, en ese sentido, que el AC también suscita reflexiones que, relativizando tradiciones y el peso cuantitativista, destacan exactamente enfoques que precian la naturaleza distintiva de los casos, las estructuras latentes de sentido, el contexto como componente del texto y hasta las cosas que no aparecen en el texto. (Leal, Antunes, Vaz, 2012: 383-398)

En esta perspectiva, la adopción de una metodología basada na adaptación de la análisis de contenido tradicional (como han sugerido también Bauer, 2008 y Kohlbacher, 2005, entre otros) permite recoger indicios en un gran volumen de datos y apuntar, como se hace en este artículo, sus potenciales significados e implicaciones. De este modo, el análisis de contenido será siempre acompañado de

la aprehensión crítica de las narrativas singulares que materializan, a su modo, los indicios encontrados. Esta composición metodológica se dio bajo el prisma común del reconocimiento de los desafíos que el debate en torno de los derechos LGBT y de la sexualidad – a los cuales la discusión en torno de la homofobia y del VIH/Sida, respetando sus especificidades, está históricamente asociada – presenta para la enunciación periodística (Leal, Carvalho, 2012; Carvalho, 2012).

Después de un momento de prueba y de preparación de la investigación en el que fue elaborada una primera colecta de datos y construida la ficha de recolección y catalogación de los textos, esos actores fueron organizados en:

- Estado – Poder Ejecutivo (que incluía las diversas instancias del Poder Ejecutivo, como ministerios, instituciones policiales, administraciones regionales, etc.);
- Estado – Poder Judicial (que incluía las altas cortes jurídicas de Brasil, así como las cortes regionales y sus representantes);
- Estado – Poder Legislativo (en los niveles nacional y regional);
- Universidades / Centros de investigación (a través fundamentalmente de los investigadores y especialistas);
- Iglesias;
- Movimientos sociales organizados;
- Empresas y corporaciones privadas;
- Anónimos (que incluía personas comunes, que no eran conocidas antes de ser visibilizadas por los textos periodísticos);
- Medios (organizaciones mediáticas diversas, como empresas, canales de TV, periódicos materializados frecuentemente en la figura pública de sus representantes);
- Personalidades (personas famosas, ya sean artistas, deportistas, etc.);
- Agentes culturales (como productores culturales);
- Articulistas (periodistas que ocupan espacio regular en medios informativos, dotados de alguna independencia y/o autonomía editorial).

Como puede observarse, hay un elemento común que une a los cuatro últimos actores. Todos ellos; agentes culturales, personalidades, medios y articulistas; son, generalmente, personas que tienen vida pública (no raramente en tensión con su vida privada) y representan ciertos valores (morales, ideológicos, estéticos). Ellos reciben atención periodística exactamente por su condición célebre, en un curioso y complejo proceso en el que sus acciones son noticia por su fama, alimentada por el hecho de ser constantemente noticia. Cuando son vistos en conjunto, esos actores sociales tienen un impacto sorprendente en la tematización de las cuestiones LGBT, de la homofobia y de la problemática en tono al VIH/Sida. El cuadro a continuación, adaptado a partir de las varias fases de las investigaciones, sintetiza los datos levantados y explicita esa importancia:

Tabla 1. Agentes en coberturas periodísticas sobre cuestiones LGBT, VIH/Sida y homofobia. Fuente: Adaptación de Leal & Carvalho, 2012 y la investigación *Jornalismo e atores sociais: análise de narrativas sobre homofobia e HIV/Aids nos jornais* Estado de Minas, Folha de S. Paulo e O Globo nos anos de 2011 e 2012

Poder Ejecutivo	Poder Legislativo	Poder Judicial	Celebridades	Iglesias	Universidades/ Centros de Investigación / Investigadores/ Médicos	Movimientos Sociales/ ONGs	Anónimos	Empresas
582	202	170	2940	312	369	229	1039	163

Como se puede ver, el conjunto formado por las celebridades tiene una presencia expresivamente más grande que cualquier otro actor social aisladamente. Sin embargo, la presencia de articulistas regulares y columnistas entre las celebridades fue considerada por al menos dos razones. La primera se vincula a la fuerza mediática del nombre y del lugar destacado que éstos ocupan en los periódicos y que los transforman en figuras públicas identificadas con temas, abordajes y universos políticos-culturales específicos. Otra razón es que estos columnistas, si son periodistas destacados en los medios noticiosos, constituyen, no raramente, un “espacio propio”, aparte, en su interior, y gozan de un prestigio tal que, la mayoría de las veces, cuentan con equipos exclusivos de investigación y redacción (Medina, 1988). Sus columnas, que llevan nombres propios o un nombre fácilmente identificable con quien las firma, son, en general, los espacios más leídos de los periódicos impresos (son ejemplos, en *Folha*, Mônica Bergamo y José Simão; y, en *O Globo*, Ancelmo Gois, Patrícia Kogut y Joaquim Ferreira dos Santos – éste encargado, en el periodo analizado, de la columna *Gente Boa*).

Un ejemplo de militancia contra la homofobia promovida por periodistas-celebridades fue encontrada en la columna de Ancelmo Gois, publicada en *O Globo* del día 14 de mayo de 2010, bajo el título “¡Abajo la homofobia!”:

O Planalto deve anunciar dia 17 a criação do Dia Nacional Contra a Homofobia. Eu apoio. Aliás, a criação da data deve ser celebrada com uma marcha contra o preconceito, dia 19, em Brasília. Veja que curioso... O vice José Alencar, a quem caberá o anúncio, pois Lula estará fora, é do PRB, braço político da Igreja Universal, inimiga dos gays. A conferir. (Gois, 2010: 24)⁵

Como se ve también a partir de este ejemplo, especialmente en los textos de los columnistas información y opinión general se sobreponen explícitamente. Esta combinación es bastante variable, conforme a la “marca identitaria” de cada columnista, así como a la sucesión de columnas y a los textos que la componen. En todos los casos, sin embargo, es menester observar que las relaciones de sentido se dan ahí de un modo peculiarmente complejo, en función de la presencia de estrategias retóricas ambiguas como el humor, la ironía y el doble sentido. Así, si en la nota citada el periodista Ancelmo Gois se posiciona claramente a favor de la población LGBT, esto no siempre acontece con otros columnistas y demás

⁵ El Planalto debe anunciar el día 17 la creación del Día Nacional Contra la Homofobia. Yo lo apoyo. De hecho, la creación de la fecha debe ser celebrada con una marcha contra el prejuicio, el día 19, en Brasília. Mire qué curioso... El vice José Alencar, a quien corresponderá hacer el anuncio; ya que Lula estará fuera, es del PRB, brazo político de la Iglesia Universal, enemiga de los gays. A no perderselo. (traducción nuestra).

celebridades que, a pesar de contribuir a la visibilidad periodística de las cuestiones ligadas a la homofobia, al VIH/Sida y a las interconexiones entre ellos, no siempre lo hacen de manera positiva. Un buen ejemplo son las columnas de José Simão cuyo humor; muchas veces centrado en el doble sentido, en la ambigüedad y en la construcción de identidades; puede ser visto como un reforzador de estereotipos sexistas y homofóbicos.

Temas LGBT, la homofobia, el VIH/Sida y sus interconexiones no raramente están en el campo de visibilidad de los célebres también por acciones de terceros. Véase el ejemplo de una nota sobre el lanzamiento de un disco del cantor Mika, publicado por *Folha de S.Paulo*:

POR QUE OUVIR: Pela atitude do cantor, gay assumidíssimo, que levanta a bandeira arco-íris de maneira irreverente, como em ‘Blame It on the Girls’ e ‘Toy Boy’ (Rigobelo, 2009, negrita en el original).⁶

Independientemente de cualquier cualidad reconocida por el crítico, ser gay militante es la calificación que hace recomendable que Mika sea escuchado. En una doble articulación, por lo tanto, tenemos a la celebridad-cantor elogiada por el periodista y ambos trabajando para que la causa LGBT sea positivamente reconocida.

Diferente fue la situación atribuida al exjugador de fútbol, Ronaldo, en un episodio en el cual se envolvió sexualmente con travestis en 2008. En la época, las travestis que actuaban como prostitutas denunciaron al exjugador por agresión durante la prestación de los servicios sexuales. Tratada como un “escándalo” por el periodismo brasileño, la denuncia generó narrativas que, curiosamente, preservaron mínimamente la imagen del exjugador (que poseía, en aquel momento, importantes y voluptuosos contratos publicitarios), tratando, sin el menor cuidado, a las travestis. El título de la nota publicada en *Veja* muestra la dimensión del problema: “Un resbalón fenomenal” (França, 2008: 130. Traducción nuestra). Si el episodio ilustra el escándalo, marcando negativamente la imagen de la celebridad, éste es esclarecedor sobre otro problema de visibilidad negativa, el de las travestis, sujetas a prejuicios que las sitúan en el campo de la criminalidad y de la prostitución, indicando jerarquizaciones en el interior de los prejuicios contra personas LGBTs (Kulick, 1998; Benedetti, 2005; Carvalho, 2012). El episodio nos muestra que las celebridades no actúan solamente en la promoción de visibilidades positivas para las cuestiones relativas a la homofobia y las homosexualidades, sino también que la propia homofobia manifestada por celebridades y/o por los medios en determinados acontecimientos es un factor que les atribuye una imagen negativa.

En este sentido, son importantes, además, las narrativas que retoman la historicidad de los acontecimientos, casos, por ejemplo, como la rememoración de celebridades que murieron como consecuencia del VIH/Sida en los primeros momentos del Síndrome, algunas de las cuales eran hombres homosexuales. En los periódicos *Estado de Minas*, *Folha de S. Paulo* y *O Globo* en los años 2011 y 2012, Caio Fernando Abreu, Cazuzu, Renato Russo y Freddy Mercury aparecen en

⁶ **POR QUÉ ESCUCHAR:** Por la actitud del cantor, gay asumidísimo, que levanta la bandera arcoíris de manera irreverente, como en ‘Blame It on the Girls’ y ‘Toy Boy’ (traducción nuestra)

más de una narrativa, como elementos de historicidad, como recursos de memoria que tornan los acontecimientos mínimamente comprensibles. Esas mismas celebridades pueden servir, de forma complementaria, para indicar la ausencia de esa conciencia histórica. Es lo que indica el trecho de la entrevista publicada en el periódico *O Globo* con un joven VIH positivo (Rafael Bolacha), cuando la repercusión de datos del Ministerio de Salud brasileño reveló el aumento de la incidencia del VIH entre jóvenes homosexuales: "... para mi generación, las referencias de Cazuya y Renato Russo ya eran muy lejanas. Y la imagen de ellos no se condice con el actual momento de la enfermedad, en 2012" (Jansen, 2012: 50. Traducción nuestra).

5. Celebridades como agentes en las narrativas

Una larga tradición de estudios en periodismo se ha dedicado a trazar una tipología de las fuentes periodísticas (Lage, 2001; Borrat, Fontcubierta, 2006, entre otros) a partir de criterios que las clasifican, por ejemplo, según sus lugares institucionales socialmente reconocidos. Vistas a través de este prisma, las fuentes ocupan, casi siempre, un lugar de pasividad, ya que atienden demandas periodísticas que las convocan por su *expertise* en el asunto tratado o para comentarios genéricos a modo de "libre manifestación de opinión" sobre temas que, muchas veces, están lejos de sus dominios de conocimiento. Si tal perspectiva es limitada en cuanto al análisis de cualquiera de las situaciones que envuelven las negociaciones de sentidos implicadas en el accionamiento de voces para la composición de narrativas periodísticas, es todavía más precaria cuando lidiamos con el universo de las celebridades, por las condiciones trabajadas más arriba sobre la administración de la visibilidad por las personas célebres y en función de la propia perspectiva relacional y contradictoria de las celebridades en sus articulaciones con la vida social y con los medios que aquí abarcamos.

Si las fuentes fueran pensadas como agentes (Leal, Carvalho, 2015), podría observarse que las personas y/o instituciones no ocupan un mero papel de pasividad, convocados por los operadores periodísticos para certificar puntos de vista previamente definidos por sus pautas, aunque esa condición no pueda ser totalmente excluida. En la condición de agente, quien habla en las narrativas es parte constitutiva de los sentidos atribuidos a los acontecimientos noticiados. Muchos de esos agentes son, con frecuencia, los propios promotores de los acontecimientos afectados a los medios, como los lanzamientos y las promociones de películas, piezas de teatro, telenovelas, libros, firmas de contratos y tantas otras acciones que componen el universo estratégico de promoción de visibilidad por las celebridades. La nota publicada por la revista *Época* sobre la participación del príncipe Mancendra Gohil, de la nobleza hindú, en la 13ª Marcha Gay de São Paulo en 2009 ilustra bien la perspectiva de las celebridades como agentes:

O convite para vir ao Brasil partiu de Douglas Drumond, um empresário brasileiro de hotelaria e ativista gay. "Ele tem um trabalho social com aidéticos (sic) que se parece ao meu. Eu quis mostrar a ele como eram as coisas por aqui",

diz Drumond. [...] Drumond procurou o príncipe na Índia porque ele já era uma celebridade na comunidade gay globalizada. (Martins, 2009: 82)⁷

La nota destaca que la salida del armario del príncipe no fue tranquila y que ocurrió después de un casamiento heterosexual anulado por la no consumación de las relaciones sexuales, lo que lo llevó a una internación por colapso nervioso y a la amenaza de un nuevo casamiento. Como militante, el príncipe venció las resistencias, entre ellas, la amenaza de perder el título de nobleza, en tanto que “fue la primera vez que alguien de la nobleza hindú se declaró públicamente homosexual” (Martins, 2009: 82. Traducción nuestra). Las salidas del armario de las celebridades constituyen momentos privilegiados para la promoción de la visibilidad de los problemas relativos a la homofobia, como ocurrió también con la publicitación de la homosexualidad del cantor Ricky Martin, promovida por él. En estas condiciones, la celebridad está lejos de ser una mera fuente que alimenta con discursos aleatorios las narrativas periodísticas, actuando como quien, al contrario, consigue dar el tono a buena parte de los contenidos vehiculados, siempre en procesos de negociación de sentidos que no excluyen las matizaciones propuestas por los medios informativos y sus múltiples operadores.

En este escenario, la dimensión política de las llamadas *soft news* llama la atención y gana relevancia. Aunque la división entre *hard* y *soft* pueda ser vista como un mito periodístico, como ya lo habían observado Bird y Dardenne (1999), ésta es todavía una referencia para el periodismo occidental. Sin embargo, el papel complejo y fundamental que las celebridades revelan tener en temas como las cuestiones LGBT, la homofobia y el VIH/Sida es un indicador tanto de la complejidad de la agenda política contemporánea cuanto de los cruces que traspasan la vida social y el accionar mediático. No se puede dejar de reconocer, por ejemplo, que la gran cantidad de noticias sobre el VIH/Sida, desde el surgimiento del Síndrome en los comienzos de los años 1980, estuvo y continúa estando asociada a la contribución de las celebridades como agentes importantes para la emergencia de narrativas periodísticas.

Si las celebridades han sido fundamentales para la visibilidad periodística de los temas en torno al VIH / SIDA y la homofobia, lo fue más a menudo relacionada con el universo de las producciones culturales. Entre ellas, la producción literaria se presenta como un espacio vital para la construcción del imaginario social sobre el síndrome. Es en esta dirección que Andrea Kottow (2010) lleva a cabo sus investigaciones, señalando en algunos escritores de América Latina que, en su propuesta,

El poner en circulación el imaginario del SIDA implica impulsar una reflexión acerca de límites, normatividades y poderes, vinculando estas problemáticas con la sexualidad y el deseo. En el espacio de las obras literarias confluyen diversas y complejas líneas discursivas, haciendo del SIDA una plataforma móvil que permite el desplazamiento entre el pensamiento teórico, autobiográfico y

⁷ La invitación para venir a Brasil surgió de Douglas Drumond, un empresario brasileño de hotelería y activista gay. “Él hace un trabajo social con sidóticos (sic) que se parece al mío. Yo quise mostrarle cómo eran las cosas por aquí”, dice Drumond. [...] Drumond buscó al príncipe en la India porque él ya era una celebridad en la comunidad gay globalizada.(Traducción nuestra)

estético, funcionando la enfermedad como sustento de un proyecto estético e identitario subversivo. (Kottow, 2010: 247)

Lo que tenemos, por lo tanto, son productos culturales importantes en la difusión de los tipos de imaginario social sobre el VIH / SIDA en una especie de "simbiosis" con las celebridades de los medios más diversas modalidades que en conjunto contribuyen a la difusión de las campañas de prevención, colección de recursos materiales para apoyar a las personas que viven con el VIH, entre una serie de otras acciones. Existe, por lo tanto, una escena política que se torna visible en las secciones, bloques, páginas "no-políticas" de diferentes periódicos, noticieros, etc. Esta escena política se dirige fuertemente al comportamiento y a los valores de los individuos, explicitando contradicciones y tensiones sociales que sobrepasan a todos: periodistas, celebridades, personas comunes y demás actores sociales.

Desde esta perspectiva, se tornan más complejas no sólo el hacer y el actuar periodístico, como así también el fenómeno de las celebridades y hasta el campo problemático de los derechos LGBTs. En este cuadro, uno se quedaría tentado, por ejemplo, a aprehender las celebridades actuales como agentes en sentido que tiene el término en campos como la teoría política o los estudios culturales. Se puede encontrar, sin embargo, alguna semejanza entre la ciertas acciones de las celebridades con lo que piensa Homi K. Bhabha (1994), cuando observa, en una perspectiva pós-colonial, que "[c]ulture becomes as much an uncomfortable practice of survival and supplementarity – between art and politics, past and present, the public and the private – as its resplendent being is a moment of pleasure, enlightenment or liberation (Bhabha, 1994: 175)

Si la administración de la visibilidad pública de las celebridades es un elemento constituyente de sus desafíos, acontecimientos como el de involucramiento sexual del futbolista Ronaldo con las travestis, además de explicitar las jerarquías en el interior de los prejuicios contra las homosexualidades, por ejemplo, revelan también que hay celebridades contribuyendo a la visibilidad negativa de los prejuicios o, mejor dicho, al refuerzo del odio homofóbico. Así, el sentido fuerte y disyuntivo que tiene la noción de agencia en Bhabha se pierde, en este caso, en una acción de carácter conservador y retrógrado de los medios de comunicación y del futbolista. Es innegable, no obstante, que las celebridades, con respecto a las coberturas periodísticas sobre el VIH/Sida y la homofobia, aisladamente o en sus interconexiones, actúan lanzando luces, sin dudas útiles para superar aquellas perspectivas teóricas que lidian con el concepto limitado de fuentes periodísticas. Pero el mismo no se puede decir de otras nociones – como agencia, en el sentido que le da Bhabha - más complejas. Parece ser necesario, a partir de este recorte específico, enfrentar, en estudios con otras bases empíricas, el desafío de matizar mejor el actuar político de los medios, en cuanto a las acciones estratégicas que las personas e instituciones llevan a cabo en busca de visibilidad para sus propias causas.

6. Referencias bibliográficas

- Alcorn, K. (1989): "Aids in the public sphere". En Carter, Erica; Watney, Simon (Eds): *TakEng liberties: aids and cultural politics*. London, Serpent's tail, 193-212.
- Bal, Mieke (2009): *Narratology: introduction to the theory of narrative*. Toronto, University Of Toronto Press.
- Bauer, Martin (2008): "Análise de conteúdo clássica: uma revisão". En Bauer, Martin; Gaskell, George (Eds.): *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 7ª Ed. Petrópolis, Vozes, pp.189-217.
- Benedetti, Márcio (2005): *Toda feita: o corpo e o gênero das travestis*. Rio De Janeiro: Garamond.
- Bermúdez, Maria Paz; Castro, Angel; Madrid, Juan.; Buela-Casal, Gualberto (2010): "Análisis de la conducta sexual de adolescentes autóctonos e inmigrantes latinoamericanos en España". *International Journal Of Clinical And Health Psychology*, 10 (1), 89-103.
- Bhabha, Homi (1994): *The location of culture*. Londres, Routledge.
- Bird, Elizabeth; Dardeene, Robert (1999): "Mito, registo, e "estórias": explorando as qualidades narrativas das notícias". Traquina, N. (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Trad. Luis Manoel Dionísio. Lisboa, Vega, pp. 263-277.
- Blouin, Claude et al. (1987): *Aids, informação e prevenção: imprensa e medicina em busca de respostas*. São Paulo, Summus Editorial.
- Borillo, Daniel (2001): *Homofobia*. Barcelona, Bellaterra.
- Busso, Gustavo (2001): "Vulnerabilidad social: nociones e implicancias de políticas para Latinoamérica a inicios del siglo XXI". Naciones Unidas: Comisión Económica para América Latina y El Caribe – Cepal - Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía - Celade – División de Población: *Seminario Internacional Las Diferentes Expresiones de la Vulnerabilidad social en América latina y El Caribe*. Santiago de Chile, 20 y 21 de junio. En:
http://S3.Amazonaws.Com/Academia.Edu/Documents/7704957/OrgEn011.Pdf?Awsaccesskeyid=Akiaiwowyygz2y53ul3a&Expires=1487079906&Signature=Hmsxwuzsxhpyplomrjrdmopzb80%3d&Response-Content-Disposition=EnlEne%3b%20filename%3dvulnerabilidad_Social_Nociones_E_Implica.Pdf.
- Camargo Jr., Kenneth Rochel (1994): *As ciências da aids e a aids das ciências: o discurso médico e a construção da aids*. Rio De Janeiro, Relume-Dumará: Abia: Ims, Uerj.
- Carvalho, Carlos (2012): *Jornalismo, homofobia e relações de gênero*. Curitiba, Editorial Appris.
- Cassetti, Francesco; di Chio, Federico (1999): *Análisis de la televisión*. Barcelona, Paidós.
- Eribon, Didier (2008): *Reflexões sobre a questão gay*. Rio de Janeiro, Companhia de Freud.
- Fausto Neto, Antonio (1999): *Comunicação e mídia impressa – estudos sobre a aids*. São Paulo, Hacker Editores.
- Giddens, Anthony (2005): *Sociologia*. Porto Alegre, Artmed.
- Gois, Anselmo (2010): *Abaixo a homofobia!* Rio De Janeiro, O Globo.
- Kohlbacher, Florian (2006): "The use of qualitative content analysis in case study research". *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum, Qualitative Social Research*, North America, 7 Jan. En:
<http://www.qualitative-research.net/endex.php/fqs/article/view/75/154>.

- Kottow, Andrea. (2010): "El Sida en la literatura latinoamericana: prácticas discursivas e imaginarios identitarios". *Aisthesis*, 47, 247-260. Instituto de estética - Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Kulick, Don (1998): *Travesti: sex, gender among brazilian transgendered prostitutes*. Chicago, Chicago University Press.
- Jansen, Roberta (2012): "Não posso dizer que minha vida é normal, eu tenho muitas limitações". Rio de Janeiro, O Globo, p. 50.
- Jones, Rodney (1998): "Two faces of Aids in Hong Kong". *Discourse Society*, July, V.09, pp. 309-338
- Lage, Nilson (2001): *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro, Record.
- Lago, Claudia; Benetti, Márcia (Org., 2007): *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis, Vozes.
- Leal, Bruno; Antunes, Elton; y Vaz, Paulo (2012): "El acontecimiento como contenido de las noticias: repensando una metodología". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 18 (1), 383-398. Madrid, UCM.
- Leal, Bruno; Carvalho, Carlos (2012): *Jornalismo e homofobia no brasil: mapeamentos e reflexões*. São Paulo, Intermeios.
- Leal, Bruno; Carvalho, Carlos (2015): "De fontes a agentes jornalísticos: a crítica a uma metáfora morta". In *Texto* (Ufrgs. Online), 1, 606-622.
- Lima, Clovis (2006): *Aids: uma epidemia de informações*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: E-Papers.
- Martins, Ivan (2009): *Hare baba, o príncipe é gay*. Rio de Janeiro, Época.
- Mídia e Homofobia (2008): *Relatório de pesquisa*. Universidade Federal de Minas Gerais/Ministério da Saúde/Escritório das Nações Unidas Contra Drogas e Crime: Belo Horizonte/Brasília.
- Morin, Edgar (1966): *El espíritu del tiempo. Un ensayo sobre la cultura de masas*. Madrid, Editorial Taurus.
- Morin, Edgar (1990): *Introducción al pensamiento complejo*. España, Gedisa Editorial.
- Nascimento, Vanda (2009): *Aids e direitos humanos: práticas sociais em situações de discriminação*. Curitiba, Juruá.
- Morin, Edgar (1997): *Cultura de massas no século XX: neurose*. Rio de Janeiro, Forense Universitária.
- Paulo, João (2012): "Cronista dos avessos da vida". Belo Horizonte, Estado de Minas, *Caderno Pensar*, p. 3.
- Pérez, Fernando Villamil (2010): "Homofobia/Heteronormatividade e inequidad social como factores estructurales de riesgo. Violencias y prácticas de riesgo frente al VIH entre homosexuales". En: <http://www.creacionpositiva.net/pdfs/ponenciafernandovillaamil.pdf>. [Consulta: 6 de marzo de 2010]
- Pollak, Michel (1990): *Os homossexuais e a aids – sociologia de uma epidemia*. São Paulo: Estação Liberdade.
- Quéré, Louis (2005): "Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento". *Trajectos – Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, 6, 59-75.
- Rigobelo, Fábio (2009): *The boy who knew too much*. São Paulo, Folha de S.Paulo. En: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2110200912.htm>.
- Rojek, Chris (2008): *Celebridades*. Rio de Janeiro, Rocco.

- Sedgwick, Eve (1990): *Epistemology of the closet*. Los Angeles, University Of California Press.
- Simões, Paula (2012): *O acontecimento Ronaldo: a imagem pública de uma celebridade no contexto social contemporâneo*. Tese (Doutorado). Belo Horizonte, Universidade Federal De Minas Gerais.
- Simões, Paula (2014): "Celebridade e contexto contemporâneo". *Galáxia* (São Paulo. OnlEne), 14, 45-57.
- Simões, Paula (2013): "Celebridades na sociedade midiaticizada: em busca de uma abordagem relacional". *Revista Eco-Pós* (Online),. 16, 104-119.
- Sontag, Susan (1989): *Aids e suas metáforas*. São Paulo, Companhia Das Letras.
- Teva, Inmaculada et al. (2012): "Situación epidemiológica actual del vih/sida en latinoamérica en la primera década del siglo XXI. Análisis de las diferencias entre países". *Rev. Méd. Chile*, 140 (1), 50-58.
- Thompson, John (2005): "La nueva visibilidad". *Papers - Revista de Sociología*, 78. Barcelona, UAB.
-

Bruno Leal es profesor del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Minas Gerais. Es doctor en Estudios Literários y coordina el grupo de investigación Tramas Comunicacionais: Narrativa e Experiência. Es investigador del CNPq/Brasil.

Carlos Alberto de Carvalho es profesor del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Minas Gerais. Es doctor en Comunicación y coordina el grupo de investigación Tramas Comunicacionais: Narrativa e Experiência. Es investigador del CNPq/Brasil.