

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DOMÉSTICAS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CONSUMO, COTIDIANO E**  
**DESENVOLVIMENTO SOCIAL - PGCDS**

**O CONSUMO E SEUS DESDOBRAMENTOS SOCIAIS ENTRE OS JOVENS**  
**HOMOSSEXUAIS NO RECIFE**

**Beatriz Yolanda Pontes de Gusmão Sá**

RECIFE  
2017

BEATRIZ YOLANDA PONTES DE GUSMÃO SÁ

**O CONSUMO E SEUS DESDOBRAMENTOS SOCIAIS ENTRE OS JOVENS  
HOMOSSEXUAIS NO RECIFE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social, da Universidade Federal Rural de Pernambuco como parte dos requisitos para a obtenção do título de mestra, sob orientação do Prof.º Dr.º Russell Parry Scott. Linha de pesquisa: Cotidiano, Bem-estar e Desenvolvimento Social.

Recife  
2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE  
Biblioteca Central, Recife-PE, Brasil

G982c Gusmão Sá, Beatriz Yolanda Pontes de  
O consumo e seus desdobramentos sociais entre os jovens  
homossexuais no Recife / Beatriz Yolanda Pontes de Gusmão Sá. –  
2017.  
139 f.: il.

Orientador: Russell Parry Scott.  
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Rural de  
Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e  
Desenvolvimento Social, Recife, BR-PE, 2017.  
Inclui referências, anexo(s) e apêndice(s).

1. Consumo 2. Homossexuais 3. Práticas 4. Significações  
5. Sociabilidade I. Scott, Russell Parry, orient. II Título

CDD 640

BEATRIZ YOLANDA PONTES DE GUSMÃO SÁ

**O CONSUMO E SEUS DESDOBRAMENTOS SOCIAIS ENTRE OS JOVENS  
HOMOSSEXUAIS NO RECIFE**

APROVADA EM: 07 DE MARÇO DE 2017.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof.º Dr.º Hussell Parry Scott  
Pós-Graduação PGCDs – UFRPE e Departamento de Antropologia – UFPE  
Presidente

---

Prof.ª Dr.ª Raquel de Aragão Uchôa Fernandes  
Pós-Graduação PGCDs e Departamento de Ciências Domésticas – UFRPE  
Examinador Interno

---

Prof.ª Dr.ª Maria Alice Vasconcelos Rocha  
Pós-Graduação PGCDs e Departamento de Ciências Domésticas – UFRPE  
Examinador Interno

---

Prof.ª Dr.ª Dayse Amâncio dos Santos Veras Freitas  
Departamento de Ciências Domésticas – UFRPE  
Examinador Externo

*Em memória do meu pai, que partiu durante o processo do mestrado, e também de todos os homossexuais que já foram perseguidos pela nossa sociedade.*

## AGRADECIMENTOS

De toda a dissertação, este foi o momento mais difícil de escrever, pois é agora que cada conquista e dificuldade aparece como se fosse um filme. E, como 2016 foi complicado, um ano cheio dos imponderáveis da vida: uma perda importante que deixou uma eterna saudade se fazendo presente a todo instante, conflitos políticos que faziam dispersar os estudos e a pesquisa, aliados com todos os pequenos conflitos que vêm junto com ela. Por isso, gostaria de começar agradecendo a Deus, força maior que rege este universo, porque sem ele teria sido muito mais pesado segurar todas as emoções que passei durante o tempo do mestrado. Logo em seguida, meus pais, minha força, meu coração. Só tenho a agradecer todo o apoio que recebo desde pequena e todo o esforço que vocês depositaram para a minha educação. Painho, eu não desisti, viu?

Minhas irmãs, que sempre me deram suporte quando eu precisei e que sempre comemoraram todas as pequenas vitórias da caminhada profissional. A Igor, que acredita no meu potencial intelectual mais do que eu mesma, que me ouviu, até aprendeu sobre teorias do consumo e da sexualidade e que aguentou, assim como a minha família, as minhas crises nervosas por causa dos desencontros ocorridos durante essa fase. Falando em família, agradeço a todos que sempre torcem por mim, mas em especial à Juliana, que sempre se dedicou em me mostrar o quanto a vida acadêmica é gratificante.

Obrigada aos meus amigos que sempre me deram muito ânimo para continuar, citar o nome de cada um iria render muitas páginas a mais no trabalho e eu poderia esquecer de alguém. Mas gostaria de dar mais abraços em Flávia Maria e Arlindo, que me ajudaram nas dúvidas e que foram comigo a campo para me dar apoio moral. Ao falar de apoio moral, queria agradecer ao pessoal da minha sala, vocês me deram uma rotina de grande aprendizado, especialmente Mariama e Mariana, que passaram todo o mestrado coladas comigo, na alegria e na tristeza, nas dúvidas e nos acertos.

Gostaria de deixar a minha eterna gratidão ao meu orientador Prof. Russell Parry Scott, que teve o trabalho pesado de me fazer antropóloga nesta pesquisa. Obrigada também a todos os professores do mestrado e ac

colaboradores, cada conteúdo ensinado foi uma avalanche de conhecimento a mais para a minha formação. E quantas risadas, debates, lanchinhos, quantos “socorros”, né, Prof.<sup>a</sup> Laura Duque Arrazola, Prof.<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Alice Rocha e Prof.<sup>a</sup> Raquel Fernandes?

Por último, mas não menos importante, gostaria de agradecer a todos os meus entrevistados, que entenderam a importância que tiveram para mim e para a pesquisa, que disponibilizaram tempo e abriram as suas vidas para uma estranha. Vocês foram ótimos! Minha eterna gratidão. Também gostaria de deixar o meu obrigada à Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) e à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelas oportunidades e pelos auxílios prestados para que este grande passo profissional fosse realizado.

Gratidão!

## RESUMO

A pesquisa levanta questões sobre as significações e simbologias existentes nas escolhas e no ato de consumo. Diante disso, ela ressalta as influências que o consumo pode ter na sociabilidade dos sujeitos. Logo, a intenção da pesquisa é compreender melhor a relação entre o consumo e as sociabilidades. O grupo escolhido para a análise foi o de homossexuais masculinos no Recife. Trata-se de uma pesquisa qualitativa na qual foi desenvolvida uma metodologia em torno da junção de revisão bibliográfica e de pesquisa empírica. A parte empírica buscou uma abordagem etnográfica, contando com observação participante em um local de sociabilidade homossexual e com o uso de entrevistas semiestruturadas. A intenção foi dar voz aos sujeitos para que eles mesmos falassem sobre as suas significações e vivências sociais. Foi possível observar a importância do consumo para a construção identitária, visto que a imagem é um fator importante para muitos homossexuais. Há uma utilização do consumo para referenciar a distinção através do status que produtos e serviços podem agregar a imagem dessas pessoas. Assim, ela explorou e analisou os significados que podem estar por trás dos padrões de consumo estabelecidos. Isso colaborou para a percepção da contribuição que o consumo pode dar para o ingresso em um grupo social dentro do diversificado grupo de homossexuais e na sociabilidade com os indivíduos em geral. A pesquisa trouxe também a importância dos locais de lazer voltados para a comunidade homossexual e ressaltou práticas específicas que são conhecidas nesta população, mas que são diversificadas pela experiência de cada indivíduo do pequeno grupo entrevistado.

**Palavras-chave:** Consumo, homossexuais, práticas, significações, sociabilidade.



## **ABSTRACT**

The research raises questions about the meanings and symbologies existing in the choices and the act of consumption. Given this, it highlights the influences that consumption can have on the subjects' sociability. Consequently, the intention of the research is to better understand the relationship between consumption and sociability. The group chosen for the analysis was the male homosexuals in Recife. It is a qualitative research that developed a methodology around the junction of bibliographic review and empirical research. The empirical part required an ethnographic approach, counting on participant observation in a place of homosexual sociability and with the use of semistructured interviews. The intention was to give the subjects a voice to talk about their meanings and social experiences. It was possible to observe the importance of consumption for the construction of identity, since the image is an important factor for many homosexuals. There is a use of consumption for the reference the distinction through the status that products and services can add the image of these people. Therefore, it explored and analyzed the meanings that may lie behind established consumption patterns. This contributed to the perception of the contribution that consumption can help the entrance in a social group within the diverse group of homosexuals and in sociability with individuals in general. The research also brought to light the importance of places of leisure focused on the homosexual community and emphasized specific practices that are known in this population, but in which are diversified by the experience of each individual of the small group interviewed.

**Keywords:** Consumption, homosexuals, practices, meanings, sociability.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>1. O OUTRO NA VITRINE: CONTEXTUALIZANDO A NOÇÃO DE HOMOSSEXUALIDADE E SUAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS.....</b>	<b>18</b>
1.1 As significâncias do consumo no universo homossexual.....	30
1.2 A identidade e o corpo.....	38
1.3 Os homossexuais e seus espaços de sociabilidade.....	47
1.4 O olhar da pesquisadora.....	53
<b>2. AS TRAJETÓRIAS DE VIDA E O QUE ELAS NOS CONTAM.....</b>	<b>55</b>
2.1 Sair do armário é uma coisa constante – Mateus.....	60
2.2 Será que eu sou <i>trans</i> ? – Roberto.....	64
2.3 Ser gay é ser ativista – Elton.....	67
2.4 Caramba, eu sou gay, né? – Léo.....	70
2.5 Ah, eu posso passar qualquer barreira – Isaque.....	72
<b>3. EXTERNALIZANDO O EU: AS RESSIGNIFICAÇÕES E AS SUAS SIMBOLOGIAS NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM E DA IDENTIDADE.....</b>	<b>77</b>
3.1 Consumo: experiências e comunicação com o outro.....	81
3.2 Com que roupa eu vou? – As escolhas que permeiam a construção da imagem através do vestuário.....	95
3.3 Ser e estar: relações entre a identidade e o corpo.....	104
3.4 Sociabilidades: os espaços e a segurança da identificação com o outro.....	111
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>124</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>130</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>134</b>
a. Roteiro 1 das entrevistas.....	134
b. Roteiro 2 pós-qualificação.....	135
c. Termo de Livre Consentimento.....	136
<b>ANEXOS.....</b>	<b>137</b>

## INTRODUÇÃO

O meu interesse nos estudos do consumo se desenvolveu já na graduação em Ciências Sociais. Durante o curso tive a oportunidade de participar de uma pesquisa de iniciação científica<sup>1</sup> sobre o consumo cultural entre os jovens de Recife e Olinda e, dessa forma, fui focando cada vez mais nessa relação. Uma das motivações para continuar estudando os vínculos do consumo com a sociedade foi entender o que acontecia ao meu redor, entre pessoas próximas. Observar práticas que antes eram consideradas comuns, mas sem reflexões, e também perceber a relação subjetiva que um indivíduo pode ter com um objeto foi, e ainda é, um grande aprendizado. Assim, ocorreram os primeiros estranhamentos tão necessários para as pesquisas sociais.

Diante da imersão nos acontecimentos cotidianos que envolvem os jovens, o consumo e as associações que podem ocorrer a partir deste vínculo, entrei para o mestrado de Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social. A escolha de pesquisar jovens homossexuais surgiu após uma leitura informal em uma matéria de um site de notícias que falava da atenção que o mercado estava dando para os consumidores homossexuais. Pouco tempo depois, surgiu uma polêmica devido ao comercial de uma marca de cosméticos<sup>2</sup> que representou casais homoafetivos em sua publicidade, e então a decisão de fazer o estudo veio à tona. Surgiu o interesse de saber dos próprios homossexuais o que eles achavam dessa inclusão publicitária e deixar que eles também falassem das suas relações com o consumo.

À medida que a pesquisa bibliográfica foi sendo feita, algumas transformações ocorreram no modo de organizar os conceitos e também a minha percepção sobre as práticas e significados da população em questão. Reparei, cada vez mais, que há uma diversidade nas atitudes de consumo devido às escolhas dos estilos de vida existentes entre os homossexuais (homens e mulheres), assim como para os heterossexuais. Como há uma

<sup>1</sup> Pesquisas: *Práticas culturais da juventude recifense. Um estudo de caso* e *Consumo cultural dos jovens olindenses. Um estudo de caso*, ambas realizadas no PIBIC – CNPq/Fundaj sob orientação da pesquisadora Dr.<sup>a</sup> Ana Lúcia Hazin Alencar.

<sup>2</sup> Publicidade da marca O Boticário para o Dia dos Namorados 2015. Disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=hAlLEv4GYj4>

grande diversidade entre as experiências de homens e mulheres, os homossexuais masculinos e jovens foram os sujeitos escolhidos para serem representados nesta pesquisa.

As questões que basearam a construção da pesquisa foram: Será que a visibilidade que o mercado vem proporcionando através das publicidades ajuda na aceitação dessa identidade sexual perante a sociedade? Existe alguma relação entre a aceitação social de um homossexual e as suas práticas de consumo? Devido a esses questionamentos, foi pensado como problema de pesquisa: “Como se estabelecem as questões de identidade e sociabilidades dos homossexuais recifenses em relação às suas práticas de consumo?”. Com isso, a pesquisa visa entender como o consumo de produtos e espaços de sociabilidade podem influir na imagem do sujeito, assim como podem, ou não, facilitar as relações sociais nos grupos homossexuais e também com heterossexuais, de acordo com a percepção do grupo em questão.

A intenção da pesquisa foi trazer as experiências dos próprios sujeitos entrevistados para que eles expliquem as maneiras que vivenciam, escolhem e ressignificam suas condutas de consumo. Observar e compreender a rede de relações sociais, os critérios de atribuição de status e o sistema simbólico presente nas sociabilidades dos homossexuais são pontos interessantes para os estudos sobre o consumo e sobre o grupo em questão. Entender as relações sociais a partir do ponto de vista dos próprios sujeitos enriquece a percepção da análise das relações sociais dessa população. Diante disso, o objetivo geral da pesquisa foi analisar qual a relação entre a cultura do consumo e os significados que ela atribui na sociabilidade e identidade dos jovens homossexuais masculinos recifenses. É importante destacar que a amostra da pesquisa não poderá generalizar os dados coletados, mas, sim, ressaltar e entender um pouco mais das vivências e ideias de jovens homossexuais que frequentam espaços de lazer voltados para o público LGBT no Recife.

Seguindo essa ideia, a pesquisa se desenvolveu visando os objetivos específicos de: investigar e descrever como o consumo de produtos e espaços de lazer pode complementar a construção da imagem de jovens homossexuais recifenses; identificar se, e como, os entrevistados utilizam os bens de consumo como uma maneira de contribuir para a sociabilidade intragrupo de

homossexuais e na articulação das relações sociais com demais indivíduos. E, ainda, verificar como os jovens homossexuais entendem o interesse do mercado pelo consumo deles, destacando se isso é uma questão favorável para a visibilidade de suas causas políticas e sociais.

Os estudos de Guacira Louro (201-2014), Christopher Lash (1986) e Carla Araújo (2011) foram importantes para a discussão da identidade sexual e também para a importância dada ao olhar do outro na construção identitária. É dessa forma que o consumo se apresenta como uma das questões consideráveis nesta construção, pois ele vai comunicar seu estilo de vida para os outros e vai ser utilizado como uma das formas de classificação dos sujeitos.

Lembrando a polêmica mencionada em torno da propaganda televisada, pode-se dizer que o mercado está investindo cada vez mais nos homossexuais como público-alvo, ele vem sinalizando que está atento para esse consumo. Com isso, é possível notar a influência do consumo para ingressar na sociabilidade dos sujeitos, no ingresso em um grupo social. Essas questões enriquecem a compreensão deste segmento e dos debates em relação ao consumo e às relações sociais, como os estudos de George Simmel ([1917] 2006) e Richard Sennet (2009).

A observação de como se dão os hábitos de consumo de subgrupos específicos que possuem suas heterogeneidades se faz necessária. Isso porque, ao mesmo tempo, esses subgrupos apresentam características semelhantes no que diz respeito a um comportamento geral, o que envolve toda a população – homossexuais e heterossexuais. Assim, a pesquisa faz-se interessante para explorar e analisar os significados que podem estar por trás dos padrões de consumo estabelecidos por parte dos homossexuais, o que remete a Pierre Bourdieu (2007).

Não pretendo sugerir respostas finais para as questões discutidas, e sim incentivar o debate e colocar em evidência a importância do ponto de vista dos sujeitos para ajudar a construir a compreensão deste grupo tão heterogêneo. Dessa forma, a pesquisa possui natureza qualitativa e exploratória, pois pretende proporcionar conhecimento sobre o problema e explicitá-lo. Ela traz uma discussão tanto voltada para a revisão bibliográfica quanto para uma parte empírica. A revisão bibliográfica trará abordagens sobre

consumo, sociabilidades e identidades homossexuais. Vai ressaltar o sistema de símbolos e ressignificações utilizados para a classificação pessoal, que o indivíduo faz de si e quer transparecer, e coletiva, tendo em vista que os grupos de sociabilidade vão ser um dos pontos de observação.

Diante dos fatores apresentados acima, a pesquisa utiliza o consumo como sistema de significações funcionando como códigos. Isso permite a classificação de coisas, pessoas, grupos e lugares, e ainda auxilia na tradução das relações sociais. Ele vai ser encarado como parte do processo social, e não apenas como resultado do trabalho, como dizia Mary Douglas e Isherwood ([1976] 2006).

Sobre a ressignificação que envolve o processo do consumo, McCracken (2007) colocou que os significados culturais podem ser inovados a partir de grupos que existem à margem da sociedade. Por serem considerados como minorias sociais, os homossexuais cabem perfeitamente nessa colocação. Um bom exemplo disso poderia ser algumas das gírias usadas entre eles que acabam sendo difundidas e utilizadas por quem é heterossexual.

A população homossexual é entendida como um grande grupo heterogêneo devido aos gostos e estilos de vida adotados por cada indivíduo. As diferenças podem ser observadas pela quantidade de denominações e características específicas que existem entre eles. Pierre Bourdieu (2007) afirmou que gostos, preferências, práticas e estilo de vida estão relacionados com ocupações específicas para cada tipo de classe, tornando possível mapear as diferenças e semelhanças. Esta afirmação ressalta a necessidade de analisar os grupos de jovens de acordo com seus contextos específicos. Os hábitos e estilos de vida funcionam como geradores de classificações e identificam as práticas; assim, é possível distinguir o gosto dos indivíduos. A pesquisa teve o cuidado de selecionar jovens pertencentes a uma mesma classe econômica para que não houvesse uma disparidade muito grande entre as práticas. Consequentemente, não tem pretensões de ser generalizável para toda a heterogeneidade da população homossexual.

A realidade pode ser socialmente construída, logo, com base em José Martins (2000), as trajetórias de vida vão ser destacadas para entender o contexto das significações coletadas a partir dos entrevistados. As experiências de vida e pontos de vista apresentados pelos sujeitos entrevistados destacam a

importância do cotidiano e a construção da identidade tendo em vista que ressaltam a agência dos envolvidos e a maneira particular de como as questões sociais são vivenciadas. Essas experiências sociais podem ocorrer com cada um deles e receber uma interpretação ou sentimento diferente. Isso torna as histórias de vida ainda mais interessantes para a investigação acadêmica.

Com o destaque dado aos homossexuais pelo mercado como público-alvo em potencial para o consumo, repara-se certa apropriação do sistema econômico sobre questões sociais. Assim, o sistema acaba incorporando o uso do tempo, as relações sociais, a forma de geração e manutenção da renda e de estereótipos, o que Jessé Souza (2010) chama de sistema antropofágico. Ou seja, é essa ocupação constante que os indivíduos estão sempre submetidos em suas atividades profissionais e acabam ficando com pouco tempo para outras interações sociais – o sistema engole o tempo dos sujeitos. Porém, os indivíduos também são agentes de suas histórias. De acordo com essa afirmação, o consumo pode socializar pessoas apenas por elas serem consumidoras de algo em comum ou, ainda, promover uma superficialidade na socialização devido à mudança de interesse, como afirmou Simmel ([1917] 2006). É através dessas questões que se ressalta a intervenção dessa atividade na vida social.

A parte empírica conta com o delineamento do estudo de caso, para um maior detalhamento do fenômeno. Os cinco jovens foram encontrados em um espaço social público considerado referência entre indivíduos homossexuais. Com isso, a pesquisa captou informações mais diretas sobre o cotidiano e a interação dos entrevistados. Foi observada diretamente a relação com o consumo no ambiente, envolvendo desde as escolhas com o que vestir até os artigos consumidos durante a socialização. Importante ressaltar que a disponibilidade dos indicados foi um ponto relevante para a escolha dos entrevistados.

Como as práticas de consumo envolvem uma diversidade de atos e também de produtos, foram escolhidos alguns elementos para facilitar o andamento da pesquisa. Esses elementos funcionaram como instrumentos de análise, são eles: local de sociabilidade, grupo de amigos, vestuário/acessório e corpo. A escolha se deu a partir da revisão bibliográfica, pois os trabalhos

acadêmicos já realizados, como o de Diego Reis (2013), sempre envolvem pelo menos um destes fatores. É interessante ressaltar que o contato com estudos mais etnográficos me ajudou a expandir o entendimento sobre o estranhamento necessário para o olhar de pesquisador em um grupo no qual eu tenho muitas pessoas próximas.

Esses princípios foram escolhidos a partir da importância de símbolos e significados subjetivos atribuídos pela população que é a unidade de análise da pesquisa, eles traduzem formas de ser, de se identificar e de se representar socialmente. A coleta de informações foi realizada a partir do instrumento de entrevistas semiestruturadas e de observação participante. A combinação dessas técnicas permitiu uma aproximação maior dos comportamentos sociais a partir das relações humanas, a fim de conseguir obter as dimensões práticas e simbólicas da sociabilidade em relação ao consumo e todas as significâncias que essa junção pode proporcionar.

As entrevistas realizadas foram gravadas e transcritas. Devido ao fato de se tratar de perguntas abertas, com uma grande possibilidade de variação das respostas, além da presença da subjetividade do entrevistado, a análise dos textos coletados ocorreu através da análise de conteúdo. Sendo assim, foram observadas e consideradas as repetições encontradas nessas entrevistas, tanto de ideias quanto de termos comuns. Isso possibilita a formação de temáticas que deixarão os dados mais claros para a sua apresentação e para a compreensão enquanto grupo.

É importante ressaltar que se reconhece que o sistema de consumo atua independentemente da sexualidade dos indivíduos. Porém, a ênfase que vem sendo dada aos sujeitos que se denominam com identidades sexuais de “diferenças” se faz interessante para estudar relações sociais e identidades a partir da própria visão desses sujeitos. Também, para enfatizar o que já foi mencionado, é reconhecido que essa pesquisa não vai trazer generalizações para o comportamento dos homossexuais, visto que, além do número de entrevistados ser pequeno, a forma de agir e vivenciar experiências varia muito conforme o contexto que os indivíduos estão inseridos na sociedade.

Esta dissertação está organizada em três capítulos com a intenção de apresentar as questões introduzidas acima: consumo, identidade e sociabilidade gay. O Capítulo 1 aborda todas as teorias utilizadas na pesquisa.



Assim, ele expõe fatos históricos e sociais que envolvem a experiência de ser homossexual em nossa sociedade, traz questões sobre as relações existentes entre as práticas de consumo, suas ressignificações diante das experiências dos sujeitos e a sua contribuição na sociabilidade. Aponta ainda a relação do consumo com a construção da identidade e o reflexo dessa identidade no corpo e na maneira de comportamento. Por fim, situa a apropriação do mercado sobre a relação de consumo e segurança, trazendo os locais de sociabilidade e lazer voltados para a comunidade LGBT e suas implicações nas vivências dos homossexuais.

O Capítulo 2 discorre sobre a metodologia e sobre algumas observações da pesquisadora diante dos entrevistados. Por isso, ele também apresenta um pouco da história de vida de cada uma das pessoas que se dispuseram a participar da pesquisa. Isso porque os relatos dessas vivências podem exemplificar fatos tratados na bibliografia e, ainda, mostrar como os sujeitos passaram, quase sempre, pelas mesmas situações, mas que para cada um significou de forma distinta. Esses detalhes enriquecem a compreensão das significações apresentadas nos outros pontos da pesquisa.

O Capítulo 3 discute os dados coletados nas entrevistas. Logo, apresenta as colocações dos entrevistados sobre questões relacionadas às práticas de consumo e suas implicações na construção identitária, na relação com os grupos de sociabilidade e na imagem que se quer transmitir. Expõe também a diversidade da comunidade homossexual e a relação com os espaços de lazer. Em sequência, tem-se a conclusão.

Essa organização permite a construção de uma compreensão geral sobre os homossexuais e depois traz a aproximação com cada entrevistado. Assim, a pesquisa permite uma noção das experiências do grupo homossexual passando de um entendimento que vai do macro ao micro. E que envolve ainda a junção dos fatos sociais e das individualidades de cada entrevistado.

**CAPÍTULO 1:****O OUTRO NA VITRINE: CONTEXTUALIZANDO A NOÇÃO DE HOMOSSEXUALIDADE E SUAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS**

O tema de identidade sexual ainda possui alguns tabus e polêmicas ao seu redor. Por ser uma questão delicada, começamos mostrando fatores quantitativos da população, assim como a situação política e social ao longo dos anos no mundo, mas principalmente focando a realidade brasileira. Os conteúdos históricos e sociais apresentados aqui são para ressaltar que

ocorreram avanços no que diz respeito à aceitação e ao empoderamento gay, mas que ainda existem muitos problemas de violência e de desigualdade de direitos quando se fala de população LGBT em geral. Sendo assim, foi visada a contextualização dos fatos para que a realidade social gay possa se fazer presente, e também para que possamos entender a relação de consumo e sociabilidade que são atividades interligadas com a vida política dos sujeitos.

A população de homossexuais no Brasil é bem expressiva. Segundo informações do censo de 2010 realizado pelo IBGE<sup>3</sup>, existem mais de 60 mil casais em todo o país. A região que apresentou o maior número de declarações da identidade homossexuais foi o Sudeste, seguido do Nordeste, Sul, Norte e Centro-Oeste, nesta ordem. A pesquisa destacou também que São Paulo foi o estado com maior número de indivíduos que se declararam homossexual. Vale salientar que os dados são baseados em casais<sup>4</sup>, logo, o número pode ser ainda maior se levar em consideração os solteiros e os que a pesquisa não entrevistou, já que ela foi realizada em 2010.

A sexualidade é entendida para além do corpo e das características do sexo biológico, assim, ela está rodeada de significados culturais, crenças e ideologias. Por isso, ela é percebida aqui de acordo com Guacira Louro (2014), como uma questão natural e individual, mas imbuída de fatores políticos, relações de poder e regulação social. Dessa forma, ao se apresentar como homossexual, o indivíduo assume uma condição específica em relação aos códigos sociais.

O Estado tem diretrizes que são necessárias para o seu bom funcionamento, assim como existem direitos e responsabilidades perante os seus cidadãos. Na Constituição Brasileira (1988), logo no preâmbulo, Título I, existe a ressalva dos fundamentos de: cidadania, dignidade da pessoa humana e a promoção de bem a todos, sem qualquer tipo de preconceito. Logo depois, no Título II, ela traz os direitos e garantias fundamentais, nos quais são

<sup>3</sup> Fonte dos dados do Censo 2010, item de nupcialidade:

<http://censo2010.ibge.gov.br/resultados>. Os dados do Censo de 2010, em relação à visualização da estatística da sexualidade, também foram divulgados na matéria do site: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/04/censo-2010-contabiliza-mais-de-60-mil-casais-homossexuais.html>

<sup>4</sup> Na pesquisa do Censo não há uma categoria em que as pessoas possam se declarar explicitamente como homossexuais, isso é identificado em outras questões como, por exemplo, relacionamento estável com pessoas do mesmo sexo.

encontrados que: todos são iguais perante a lei, sem diferenciação de qualquer natureza; ninguém pode ser submetido a tratamento desumano ou degradante; direito livre de ir e vir e direito à herança. Porém, não necessariamente esses fundamentos são seguidos pelo Estado, tendo em vista que algumas parcelas da população não têm na prática a garantia desses direitos básicos, como os homossexuais.

O Grupo Gay da Bahia (GGB) é uma associação das mais antigas do País, criada em 1980 para lutar pelos direitos dos homossexuais. A organização começou a divulgar relatórios de pesquisas sobre a homofobia no País para dar mais visibilidade à situação e pedir uma solução. Segundo o relatório<sup>5</sup> de 2011, constatou-se aumento de 31,3% nas mortes de travestis, homossexuais e lésbicas. O risco de um homossexual ser assassinado no Brasil era 785% maior que nos Estados Unidos. De acordo com o Relatório Anual de Assassinatos de Homossexuais no Brasil, em 2014 foram registradas 326 mortes de gays, travestis e lésbicas, incluindo nove suicídios. O número é 4,1% maior do que o registrado no ano anterior, quando foram contabilizadas 313 mortes, isso para os casos que são registrados. Então, há uma média de um assassinato a cada 27 horas. Esses dados mostram que ocorre certa negligência a respeito dos preceitos fundamentais da Constituição que falam em cidadania, dignidade e a não tolerância de tratamento desumano a qualquer pessoa.

O projeto que visa à criminalização da homofobia, nº 122/2006, está em debate no Congresso há, pelo menos, oito anos, mas sempre é arquivado devido ao consenso da maioria dos representantes políticos. Fazendo uma pesquisa no site do Senado, vê-se que em novembro de 2009 foi realizada uma pesquisa online para saber se a população era a favor ou contra a criminalização da homofobia, 52% disseram que não apoiavam a criminalização<sup>6</sup>. De acordo com o mesmo site, a situação do projeto ainda é de

<sup>5</sup> Fonte dos dados da pesquisa para os relatórios de 2011 e de 2014:

<http://www.ggb.org.br/assassinatos%20de%20homossexuais%20no%20brasil%202011%20GGB.html>.

<https://homofobiamata.files.wordpress.com/2015/01/relatc3b3rio-2014s.pdf>

<sup>6</sup> Fonte dos dados da pesquisa – gráfico da votação nos anexos:

<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/09/29/senado-pode-voltar-a-examinar-proposta-que-torna-crime-a-homofobia>

<http://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/enquetes/consultarenquete?>

arquivamento. No começo de 2016, chegou ao Senado um projeto que equiparava o crime de racismo à discriminação de identidade sexual e de gênero. Até setembro de 2016, essa sugestão obteve 67.127 pessoas favoráveis e 2.698 contrárias. Mas até o final de outubro nada tinha sido, de fato, votado.

James Green (2012) realizou um estudo no qual destaca a história da homossexualidade no Brasil. Nele, o autor destaca uma variedade de outras pesquisas que relatam fatos históricos sobre a temática e também mostra que, na época do Brasil colônia, havia casos de perseguição de sodomitas<sup>7</sup>, entre os séculos XVI e XVIII. Mas, já no período imperial, a sexualidade não podia ser mais controlada pelo Estado, embora a “transgressão” ainda fosse considerada um ato obsceno. Por isso, apenas os atos realizados em público eram interferidos pelas leis do Estado, visto que ofendiam a “moral e os bons costumes”. O autor ressalta que havia uma patrulha policial nos espaços públicos com a intenção de “limpar” a cidade de homens efeminados. Dessa forma, “as autoridades só poderiam acusar os transeuntes de vadiagem se eles mostrassem um comportamento fora dos padrões de gênero dominante. Isso protegia os homens de boa posição social” (GREEN, 2012, p. 68).

Jeffrey Weeks (2010) destaca que relações entre pessoas do mesmo sexo ocorriam desde a antiguidade, em Roma e na Grécia, por exemplo. Os casos ocorriam com maior frequência entre um homem mais velho e um jovem passivo. Esse homem mais velho tinha relações com mulheres e família, ele só era julgado como imoral se largasse sua família para ficar com o rapaz. Já o garoto não sofria nenhum julgamento se, mais tarde, ele ocupasse seu lugar de “ativo” na vida adulta. O autor também ressalta relatos de uma cultura travesti no século XVIII, em Londres, os chamados *mollies*. Já na metade do século XIX, essa identidade já era bastante presente no corpo social de cidades como Londres, Paris e Berlim.

---

materia\_id=criminalizacao-da-homofobia

<sup>7</sup> Sodomitas eram homens que tinham uma vida sexual diversificada, encarados como pervertidos e acusados de transgressão de comportamento. Os homossexuais eram chamados por esse termo. A emissora Rede Globo reproduziu, na novela *Liberdade, Liberdade* (2016), um caso de morte na forca de um personagem homossexual; este pode ser um exemplo didático sobre o caso.

Carlos Mendonça (2010) traz em seu estudo um indício do começo da noção de homossexualidade como doença. Ele diz que, em 1870, o psiquiatra Carl Westphal publicou um artigo que definia o homossexual como portador de uma identidade sexual doentia. A repercussão desse estudo na época mudou o entendimento de ser gay. Em vez de ser considerado pecaminoso, o homossexual foi enquadrado como um indivíduo que tinha limites identitários definidos patologicamente. Com isso, “essa forma de desejo definiu um grupo específico de pessoas. Rapidamente, um conjunto de símbolos foi gerado com o objetivo de identificar o corpo do invertido” (MENDONÇA, 2010, p. 121).

No final do século XIX, ocorreu a construção da categoria sexual e psicológica do homossexual numa tentativa de tentar definir leis naturais que explicassem o que era visto como patologia. Diego Reis (2013) identifica esse cenário como uma situação em que a experiência homossexual não era encarada como algo não natural pela moral estabelecida socialmente. E, ainda, que essa vivência colocava em risco a família e a sociedade como um todo. Pode-se dizer que essa noção ainda se faz presente no senso comum de uma parte da população na atualidade.

Ainda neste mesmo século – XIX –, a divisão sexual dos papéis sociais e sexuais em masculino e feminino intensificaram os estigmas. Na década de 1930, houve uma intensificação do entendimento da homossexualidade como doença mental e existiam tratamentos para reverter o quadro “pernicioso”, segundo Weeks (2010). Em alguns estados da Europa, além de doença, essa identidade era considerada crime. Assim, os homossexuais eram presos e submetidos a terapias pesadas com remédio que desestruturavam seu corpo na tentativa de “curar a patologia”. Durante a Segunda Guerra Mundial, essa situação continuou com o agravante da perseguição nazista, levando milhares de homossexuais à morte<sup>8</sup>. Inclusive o termo utilizado para classificar era homossexualismo, mas, diante das lutas da população homossexual, o termo se tornou politicamente incorreto devido ao fato de não ser mais entendido como doença.

---

<sup>8</sup> Dentre tantos filmes e documentários que podem ser citados para exemplificar essa situação, *O jogo da imitação* (2014) é um bom exemplo didático para essa questão.

Sérgio Carrara e Júlio Simões (2007) destacam que, nesse mesmo período, até meados de 1950, nos Estados Unidos e no Brasil, havia uma grande confusão entre o entendimento de sexualidade e gênero; essa era uma das características que permeavam a percepção da homossexualidade. Por isso, eles ressaltam outros estudos que também representam essa afirmação, como: “em outras palavras, a visão “tradicional” era a de que o homossexual “de verdade” é o homem que se comporta como mulher. Algo dessa confusão permanece nas percepções populares” (ALTMAN, 1996 apud CARRARA; SIMÕES, 2007, p. 73)<sup>9</sup>.

Mesmo com o fim da Segunda Guerra, a homossexualidade permaneceu sendo encarada como crime em algumas cidades europeias, levando à prisão e, ainda, à continuação dos tratamentos. Assim, milhares de homossexuais morreram mesmo depois da guerra, sobretudo na Europa. Ainda de acordo com Weeks (2010), com a liberdade gay, em 1969, nos Estados Unidos, a homossexualidade se tornou discurso científico com novas explicações. É importante citar a Revolução de Stonewall, em Nova York no mesmo ano, na qual gays, lésbicas e travestis se uniram contra a intolerância num famoso bar da cidade. Pode-se dizer que isso gerou uma nova fase da autodefinição homossexual, o que proporcionou aos indivíduos uma vida menos escondida perante a justiça, mas não livre dos julgamentos sociais. Anthony Giddens (1992) destaca que

[...] as comunidades *gays* que surgiram nas cidades americanas, assim como em muitas áreas urbanas da Europa, proporcionaram uma nova face pública para a homossexualidade. Em nível mais pessoal, no entanto, o termo *gay* também trouxe com ele uma referência cada vez mais difundida à sexualidade como qualidade ou propriedade *eu*. Uma pessoa “tem” uma sexualidade, *gay* ou outra qualquer, que pode ser reflexivamente alcançada, interrogada e desenvolvida. Desse modo, a sexualidade torna-se livre; ao mesmo tempo em que *gay* é algo que se pode “ser”, e “descobrir-se ser”, a sexualidade abre-se a muitos propósitos (GIDDENS, 1992, p. 24).

Giddens (1992) coloca ainda que o livre arbítrio sexual, que foi bem divulgado por movimentos sociais da década de 1960, contribuiu para o florescimento da homossexualidade. Isso teria provocado mudanças profundas

---

<sup>9</sup> ALTMAN, Dennis. Rupture ou continuity? The internationalization of gay identities. In **Social Text**. v. 3. 1996.

em concepções sociais e na facilitação de discussões mais livres sobre a sexualidade, tanto na sociedade como no meio acadêmico e científico.

Ao falar sobre discurso científico, é interessante ressaltar que as indagações e pesquisas sobre sexualidade na academia, sobretudo nas ciências sociais, foram intensificadas a partir dos impactos causados pelos estudos de Freud, de acordo com Luiz Duarte (2004). Dessa forma, a busca e a intensificação do desdobramento sobre o assunto se deu antes mesmo da liberdade homossexual no final de 1960. Logo, os conhecimentos da psicanálise em relação à construção da sexualidade foram importantes para a institucionalização da temática. Diante disso,

[...] como bem demonstrou Foucault (1977)<sup>10</sup>, a construção moderna da Pessoa dependeu da emergência da “sexualidade” como nova instância de verdade do sujeito [...] a partir do século XIX, teria ocorrido de fato uma incitação generalizada a colocar o sexo em discurso (DUARTE, 2004, p. 60).

Na década de 1980, no final do período ditatorial brasileiro, alguns movimentos políticos voltaram a propor a liberdade sexual como maneira de reivindicar uma modificação no sistema sociopolítico, conforme Reis (2013). A pauta homossexual foi se formando e se fortalecendo com a crítica de hierarquização dos papéis do Estado. Dessa forma, os indivíduos engajados politicamente entendiam que assumir publicamente a sua identidade sexual era algo fundamental para o fortalecimento político da comunidade gay.

Um fato que veio a retomar os discursos de doença contagiosa para a homossexualidade, além de maiores manifestações de intolerância, foi o advento da AIDS, também em meados de 1980. Acreditava-se que a síndrome viral era uma doença de homossexuais devido à vida desregrada e perniciosa que diferentes segmentos da sociedade julgavam que eles levavam. Sobre isso, pode-se remeter ao estudo de pureza e perigo de Mary Douglas (1966), visto que, com a religiosidade muito forte na Idade Média, surgiu essa divisão na sociedade. Fazendo uma referência a esse estudo, pode-se dizer que o homossexual foi percebido como impuro e perigoso, dado que ele transgredia as normas sociais de corpo, reprodução e família, e foi encarado socialmente como nocivo devido à epidemia da AIDS. Dessa forma, a AIDS representou

---

<sup>10</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**. A vontade de saber. Rio de Janeiro. Ed. Graal. 1977.



mais do que uma doença, ela refletiu significâncias sobre a cultura sexual e a liberdade dos corpos, e também proporcionou uma reorganização do movimento LGBT<sup>11</sup>.

No Brasil, o advento da AIDS trouxe uma efervescência de estudos sobre a homossexualidade masculina, de acordo com Carrara e Simões (2007). O modelo apresentado era baseado na hierarquia de gênero e no contraste de ativo/passivo, referente à atividade sexual dos indivíduos. Ainda segundo esses autores

[...] a AIDS mudou dramaticamente as normas da discussão pública sobre a sexualidade ao deixar também como legado uma ampliação sem precedentes da visibilidade e do reconhecimento da presença socialmente disseminada dos desejos e das práticas homossexuais. A mobilização de prevenção e combate à AIDS no Brasil organizou-se concomitantemente sobre o plano de fundo da recusa às identidades sexuais fechadas, em que organizações como a Associação Brasileira Interdisciplinar de Aids – ABIA [...] tiveram um papel fundamental na crítica à idéia de grupos de risco e na promoção da aliança entre ativistas homossexuais e hemofílicos de modo a construir a AIDS como um problema de todos (CARRARA; SIMÕES, 2007, p. 92-93).

Sobre os direitos comuns a todos os cidadãos no Brasil no período de 1975-1990, Carrara e Simões (2007) destacam uma atitude de controlar os indivíduos a partir do biopoder defendido por Michel Foucault ([1979] 1993). Isso seria uma regulação social, na qual a sociedade vigia e controla as questões entre corpo, gênero e sexualidade. Para Foucault ([1979] 1993), o corpo funciona como um dispositivo de visibilidade do poder, com isso, ele chama atenção para a 'biopolítica', que seriam técnicas para disciplinar o corpo físico. Então, combinando com essa ideia, Carrara e Simões (2007) ressaltam a afirmação de Peter Fry e MacRae (1983)<sup>12</sup> apresentando as noções de política a partir de movimentos que trazem o debate do corpo (gênero, cor, sexualidade) para a realidade social, como vemos a seguir:

Até mais ou menos 1975, os partidos políticos de oposição consideraram que os movimentos feminista, negro e homossexual eram irrelevantes à luta geral, ou seja, a questão das desigualdades entre as classes sociais. O que marca os anos mais recentes destas

<sup>11</sup> LGBT = Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.

<sup>12</sup> FRY, Peter; MACRAE, Edward. **O que é homossexualidade**. São Paulo. Ed. Brasiliense. 1983.

áreas ditas minoritárias é o fato de elas terem chegado a ser reconhecidas também como “políticas”, a partir de uma visão da sociedade que enxerga o poder não apenas no Estado, mas também na rua, no escritório, no hospital, dentro de casa e na cama (FRY; MACRAE, 1983 apud CARRERA; SIMÕES, 2007, P. 78).

Diante dos fatos, repara-se que a homossexualidade pode ser vivida hoje com muito mais liberdade do que nos anos de 1990, em que a sociedade julgava e cobrava muito mais uma hierarquia baseada na moral e nos valores familiares religiosos do que na atualidade, principalmente quando se fala em sociedade ocidental. Isso é válido mesmo diante de todo o cenário de discriminação e violência que ainda existe na sociedade. Vale a observação de que, nos dias atuais, repara-se a volta de uma força conservadora no mundo que pode ser notada pelos candidatos que ganharam as últimas eleições municipais no Brasil e também pela eleição presidencial dos EUA, em 2016. Mas, mesmo diante desses acontecimentos, é possível dizer que o empoderamento do movimento LGBT em geral, para ter a liberdade de ser quem se é sem que isso reflita nos direitos de cidadania e de condição humana mesmo, reflete-nos um posicionamento de que o respeito deve vir antes de qualquer conceito de valor. Assim,

[...] a existência de um modo de vida gay dá oportunidade para as pessoas explorarem suas necessidades e seus desejos, sob formas que eram algumas vezes literalmente inimagináveis até bem pouco tempo. É por isso, obviamente, que a homossexualidade é vista, frequentemente, como uma ameaça para aqueles ligados ao *status quo* moral, estejam eles situados à esquerda ou à direita do espectro político (WEEKS, 2010, p. 69).

A comunidade LGBT luta pelo cumprimento dos direitos gerais para todos os cidadãos desde a década de 1990, inclusive com ações afirmativas como a *Parada Gay*. Esse evento é uma celebração da diversidade sexual que envolve atuação política, com muitas chamadas para uma postura de militância da causa. Vale salientar que o termo LGBT começou a ser devidamente usado pelo movimento social da causa em 1999, exatamente para tentar unir forças contra a discriminação física e social e para dar visibilidade à diversidade sexual. Sobre essas denominações do movimento, Regina Facchini (2005) destaca a pertinência de falar sobre a necessidade de adesão a uma identidade pessoal ou coletiva. Ela aponta os debates que existiam entre os

grupos de movimentos sociais e ONGs<sup>13</sup> sobre os rótulos e as tentativas de valorizar experiências concretas de opressão e exclusão sofridas pelas categorias.

Em 1996, começou o debate no Congresso para autorizar o casamento homoafetivo no Brasil, que só foi aprovado por decisão do judiciário em 2013, depois de muita luta dos movimentos sociais que são favoráveis às causas LGBT. Assim, ainda não existe uma lei de fato que afirme o casamento de casais iguais. Uma ressalva precisa ser feita quanto ao termo homoafetivo, ele foi pensado dentro do debate da normalização da relação estável entre indivíduos do mesmo sexo e logo depois essa palavra começou a ser usada como politicamente correta, inclusive pelos próprios LGBTs. Porém, Dayse Amâncio dos Santos (2016) ressalta que há uma valorização da afetividade nesta palavra como se fosse a única questão que pudesse, de fato, legitimar a aprovação da união estável para esses indivíduos. Isso exclui os direitos legais estabelecidos na Constituição Federal de 1988. O que estaria ainda nesse debate é o fato de que em um dos artigos da mesma Constituição Federal (1988) estaria o termo *homem* e *mulher* ao falar de casamento, e isso é utilizado para extinguir os demais casais<sup>14</sup>.

Em relação à adoção de crianças por casais do mesmo sexo, não existe uma lei que legalize ou proíba, a decisão varia de acordo com a interpretação dos juízes. Nesse caso, o que geralmente prevalece é a melhoria da condição de vida da criança e o vínculo familiar em que ela vai ser inserida. Um dos primeiros casos da guarda de uma criança ficar com uma parceira de uma mulher no Brasil foi em 2002, na ocasião da morte da cantora Cássia Eller. Depois de algumas audiências, a companheira Maria Eugênia conseguiu a guarda de Francisco, que morava com o casal desde o seu nascimento. Esse fato deu ainda mais esperanças para as lutas de casais do mesmo sexo.

É interessante falar que a família nuclear é entendida como um padrão de socialização, nesse caso, os arranjos familiares que diferenciam de pai – mãe – filhos são vistos como desvios da norma. Após a aprovação do judiciário

---

<sup>13</sup> ONGs = Organizações Não Governamentais.

<sup>14</sup> No dia 08 de março de 2017, o Senado retirou as palavras *homem* e *mulher* do Código Civil ao falar da união estável. Isso sinaliza uma grande vitória para a população LGBT. Mais informações na matéria em anexo do HuffPost Brasil, retirado do Facebook.com.

da união entre casais de mesmo sexo e a evolução positiva entre casos de adoção por esses casais, entrou em debate no congresso a discussão de um Estatuto da Família<sup>15</sup>, no qual seria categorizado o que seria considerado, de fato, como família. Os políticos contrários a essa terminação pediam para que fosse adotado o plural: famílias, para que não houvesse exclusão de nenhum arranjo familiar. Mas foi aprovada a composição por mãe-mulher, pai-homem e filhos, ou seja, o Estatuto exclui as outras organizações que destoam desse padrão, o que inclui famílias de homossexuais com filhos adotivos.

Uma das questões que permeiam a sociedade é que ao mesmo tempo em que existe a condenação das expressões afetivas públicas entre casais do mesmo sexo, há, também, segmentos como moda e movimentos sociais que colocam o homossexual como ser social atuante possuidor de direitos iguais ao de todos os indivíduos. Por exemplo, quando a moda tenta desconstruir a ideia de gênero nas roupas, ela possibilita mais uma forma de empoderamento não só para o debate de gênero, mas também para o de sexualidade, pois você vê tanto gays quanto lésbicas consumindo roupas que “não seriam apropriadas para o gênero” com muito mais liberdade. É importante ressaltar mais uma vez que a reprovação vem de uma parte da sociedade e pode causar agressões físicas e óbitos.

Dessa forma, mesmo não existindo nenhuma lei ou artigo, nos dias de hoje, que criminalize essa identidade sexual, essa população sofre um preconceito velado e violento. Como diz Giddens (1992)

[...] os homossexuais ainda enfrentam um preconceito profundamente enraizado [...] suas lutas emancipatórias encontram resistências talvez tão profundas quanto aquelas que continuam a obstruir o acesso das mulheres à igualdade social e econômica (GIDDENS, 1992, p.45).

Guacira Louro (2014) alerta para o fato de que quanto mais se coloca a sexualidade como sendo uma questão exclusiva do âmbito privado, menos se pode fazer a relação dela com os debates políticos, estéticos, culturais e de poder. A ideia de que fazer menção à homossexualidade irá fazer com que crianças e jovens tenham práticas homossexuais também acaba funcionando como opressora de um debate mais aberto na sociedade tanto sobre a

<sup>15</sup> Aprovado em 2015, o Estatuto foi projeto de um deputado ligado ao conservadorismo e às crenças evangélicas: Anderson Ferreira (PR-PE).

igualdade de direitos e de gênero quanto sobre a liberdade de cada um transparecer a sua identidade sexual<sup>16</sup>. Essas situações colocam a heterossexualidade no polo positivo das relações, o que não seria delicado se também não colocasse a homossexualidade no polo negativo, anormal e doente. Sendo assim, é importante posicionar que “trata-se de assumir que todos os sujeitos são construídos socialmente, que a diferença (seja ela qual for) é uma construção feita – sempre – a partir de um dado lugar” (LOURO, 2014, p. 145).

Em relação aos avanços nos estudos sobre a sexualidade, podemos destacar a Teoria *Queer*. Não há um significado exato desse termo para o português, mas é algo que está próximo de ‘singular’, ou seja, algo único. Desse modo, a teoria recusa um fechamento de uma identidade de gênero ou de sexualidade, deixando-a fluída e abrangente, e coloca a sexualidade ainda mais em evidência para os debates acadêmicos e sociais. Hoje se pode encontrar com mais facilidade, por exemplo, transexuais ocupando as salas de aula de universidades públicas tanto como alunos quanto como professores. Também há um movimento de cantores gays/transexuais/gênero-fluído que estão tendo uma boa receptividade. Então, devido à qualidade do talento musical, algumas pessoas já conseguem refletir sobre as questões de preconceito e, assim, citamos Liniker e As Bahias e a Cozinha Mineira<sup>17</sup>. Mesmo assim, também é relevante dizer que essas ocupações de espaço não se dão com facilidades, ainda há muita violência.

É notável que já ocorreram avanços importantes tanto na lei quanto na aceitação e defesa das causas LGBTs, alguns até citados aqui. Porém, ainda há muitos passos a serem dados para que, de fato, a identidade sexual seja apenas entendida como mais uma das diversidades dos seres humanos.

---

<sup>16</sup> Um bom exemplo disso pode ser o programa do governo *Brasil sem homofobia*, criado em 2011. Parte desse projeto mirava na formação de educadores para o tratamento das questões de gênero e sexualidade nas salas de aula. Um material foi produzido para ser distribuído, mas foi impedido pela bancada conservadora e fundamentalista do Congresso Nacional, que disseminou que o material iria estimular as crianças e adolescentes para “o homossexualismo e a promiscuidade”. Este é o famoso caso do “kit gay”. Mais informações na matéria do link: <https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2015/02/11/baixei-o-escola-sem-homofobia-chamado-por-intolerantes-de-kit-gay/>

<sup>17</sup> Liniker nasceu com o sexo masculino, mas se identifica como gênero fluído e diz se sentir mais confortável com a identificação de Ela. E, em relação à sua sexualidade e condição sociopolítica, afirma-se como bicha, preta e periférica. Ela foi citada em algumas entrevistas. Já a banda As Bahias e a Cozinha Mineira é composta por duas cantoras transexuais baianas.

Sendo assim, a pesquisa concorda com a fala de Louro (2014) em que ela diz: “por que se importar com tudo isso? [...] porque esse é um campo *político*, ou seja, porque na instituição das diferenças estão implicadas relações de poder” (LOURO, 2014, p. 88). Diante de tantas questões, a pesquisa vai aprofundar nas que envolvem o consumo e as sociabilidades, já que elas são pontos que transitam por toda a experiência sociopolítica dos sujeitos. Logo, as referências identitárias, as relações sociais e as escolhas de consumo podem revelar posicionamentos políticos. E cada uma delas pode remeter a maneiras diferentes de entender e de vivenciar toda essa construção histórica que permeia os sujeitos homossexuais.

### **1.1 As significâncias do consumo no universo homossexual**

O consumo é uma das atividades mais realizadas pela sociedade, seja para suprir suas necessidades básicas ou para satisfazer os desejos e prazeres das pessoas. Alguns estudos, como o de Douglas e Isherwood ([1976] 2006), ainda consideram essa atividade como uma forma de cultura pelo fato de ter características próprias ligadas a um sistema de signos que funciona como um código, permitindo a classificação de coisas, pessoas, grupos e traduzir as relações pessoais dos indivíduos. Ressaltam ainda que o consumo deve ser encarado como parte do processo social, e não apenas como resultado do trabalho, pois pode comunicar os grupos sociais em que os indivíduos estão inseridos. Por isso, os bens e serviços estão para além de valores econômicos, eles são, também, uma forma não verbal de criar necessidades, categorias e relações.

McCracken (2003) também afirma que o consumo não é apenas uma atividade econômica, ele é moldado por aspectos culturais, dessa forma ele traz simbologias imbuídas no significado do ato. Logo, a alta rotatividade dos produtos faz com que uma diversidade de necessidades seja criada nos indivíduos a partir dos novos significados que são atribuídos aos objetos.

Sendo assim, esses novos signos acabaram desenvolvendo um código social próprio, o que remete à mercadoria signo de Jean Baudrillard ([1970] 1995).

O indivíduo utiliza o consumo como uma das formas de falar sobre si. É dessa forma que a posse das coisas vai agir como uma classificação mais direta e visível do outro. Assim, é dada grande importância sobre a opinião que o outro vai construir a partir do que ele observa e a utilização dos objetos e marcas está presente como uma das características reparadas. Isso é a imagem percebida imediatamente através da visão. Erving Goffman (2001) desenvolve o pensamento de que o "relacionamento social comum é montado tal como uma cena teatral, resultado da troca de ações, oposições e respostas conclusivas dramaticamente distendidas" (GOFFMAN, 2001, p.71).

Ainda em relação a essa importância da troca com o outro, Christopher Lasch (1986) destaca que um dos efeitos psicológicos de consumir está relacionado à identidade do indivíduo, pois para o indivíduo "ver a si próprio através dos olhos alheios; aprende que a autoimagem projetada conta mais que a experiência e as habilidades adquiridas" (LASCH, 1986, P. 21). Ou seja, é dada grande relevância sobre a opinião que o outro vai construir a partir do que ele observa e a utilização dos objetos e marcas está presente como uma das características mais reparadas para essa construção do outro.

McCracken (2003) também destaca que o desejo de ter e o olhar do outro são fatores importantes para a decisão de consumo. Logo, a sociabilidade está interligada à imagem e à forma de representação que um indivíduo quer transparecer para o outro. Um bom exemplo disso são pessoas que adquirem certos objetos para se sentirem mais pertencentes ao grupo social em que estão inseridas, ou, ainda, de pessoas que tenham hábitos de consumo bem definidos por marcas bem conceituadas publicamente, mas que possuem condições econômicas razoáveis para o estilo que assumem. Sobre esse último exemplo, McCracken (2003) chama de teoria *Trickle Down*. O autor apresenta que grupos sociais inferiores tentam alcançar o status de grupos superiores através do consumo, porém, quando eles conseguem, os mais ricos também já elevaram o nível do que se é consumido. Esse processo seria proveniente da moda e alimentaria o consumo, chegando a se tornar um ciclo vicioso para alguns.

Perante isso, o consumo vai atenuar as diferenças sociais que são concretizadas devido à possibilidade da aquisição de objetos, marcas e serviços que têm destaque no mercado. Logo, o consumo pode ser utilizado como marcador de hierarquia social, como destacam Douglas e Isherwood ([1976] 2006), McCracken (2003) e Bourdieu (2007). Por isso, o valor atribuído a um consumo está relacionado não apenas ao preço e à qualidade, mas também à disponibilidade e ao status que ele pode transmitir aos seus consumidores.

É interessante ressaltar que a questão do status relacionada a atividades de consumo foi observada também por Thorstein Veblen ([1899] 1988), quando ele realizou um estudo sobre a classe ociosa antes mesmo dos estudos citados acima. Essa classe era composta por nobres, sacerdotes e seus agregados. A instituição da classe ociosa em uma sociedade seria o resultado de uma discriminação bem definida das ocupações “dignas e indignas” (rotineiras). Dessa forma, o autor fez a relação de renda, padrão de vida e hábitos de consumo, chamando a prática de consumo conspícuo.

Veblen ([1899] 1988) chamou atenção para o fato de que consumir certos produtos classificava os sujeitos pertencentes à classe “superior” e isso acabou gerando um tabu de consumo entre os indivíduos já nas primeiras fases da cultura<sup>18</sup>. Ele trouxe a ideia de distinção social nos seus estudos não só no que diz respeito a consumo e ocupação, como também na questão de gênero. A afirmação “os modos de vida refinados são sinais de conformidade com a norma de ócio e consumo conspícuo. Para o homem ocioso, o consumo conspícuo de bens valiosos é um instrumento de respeitabilidade” (VEBLEN, [1899] 1988, p. 38), exemplifica bem essa reflexão do autor.

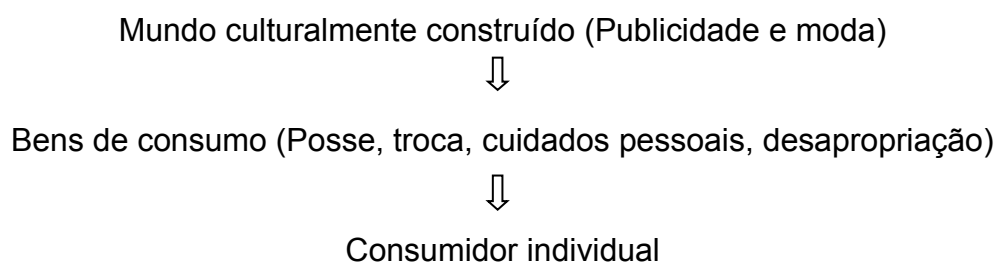
Diante dessa explicação, aponta-se que o consumo não é apenas satisfação em se apropriar de bens, ele está associado com simbologias de posições sociais, ou seja, ele ordena os significados das estruturas sociais. McCracken (2003) diz que os bens desempenham papéis nas mudanças sociais, apresentando um modelo. Isso porque através do consumo o indivíduo

---

<sup>18</sup> Veblen ([1899] 1988) utilizou a suposição de uma evolução cultural, na qual grupos primitivos passaram de um estágio inicial pacífico para um estágio seguinte em que a guerra seria uma ocupação característica. Esta foi denominada de fase predatória de cultura. A diferença entre essas duas fases estaria relacionada a uma mudança de atitude espiritual que resultava numa transformação nos fatos materiais da vida do grupo.



pode alcançar significados culturais. Esses significados construídos socialmente passam do “mundo dos bens” para o “mundo do consumidor individual”, ou seja, o esquema é absorvido pelo indivíduo como mostra a representação abaixo:



Sabe-se que a posse e o usufruto de objetos, marcas e serviços classificam as pessoas e os grupos sociais através de uma distinção<sup>19</sup>, de acordo com Bourdieu (2007). Concordando sobre essa distinção, McCracken (2003) fala que os bens permitem que os indivíduos discriminem visualmente as categorias culturais, isso leva à distinção material. Sendo assim, as categorias sexo, idade e classe podem ser representadas num conjunto de distinções materiais. Bourdieu (2007) apresenta o conceito de *habitus* que é referente a um sistema de ações construídas socialmente nas quais vão oferecer características reconhecidas coletivamente aos seus agentes.

O *habitus* vai estar relacionado ao gosto que vai proporcionar a classificação daquele que procede à categorização em questão. Esse gosto varia segundo as condições econômicas e sociais não só dos consumidores, mas também dos produtos e dos signos que são atribuídos a eles. Por isso, o gosto torna possível a observação dos sinais de distinção refletida simbolicamente no consumo. É importante destacar que o gosto pode ser reduzido apenas às necessidades de acordo com a situação financeira dos indivíduos.

Mas, da mesma forma que há a distinção, existe o simples fato de que o consumo pode socializar pessoas por elas serem consumidoras de algo em comum. Ou seja, o consumo pode aproximar pessoas de gostos e estilos semelhantes. Essa afinidade pode fazer com que aconteça uma identificação

<sup>19</sup> Outros elementos de distinção seriam: o tempo livre, a formação educacional e o trabalho.

com um grupo ou com um indivíduo. Outra possibilidade da atividade do consumo é a de promover uma possível superficialidade na socialização devido à mudança de interesse, como afirmou Georg Simmel ([1917] 2006). É através dessas questões que se ressalta a intervenção dessa atividade na vida social.

Diante das circunstâncias e teorias apresentadas, a pesquisa vai observar o jovem homossexual masculino. Isso porque essa parte da população é percebida pelo senso comum como consumista e por ter um estilo de vida bem atrelado às tendências da moda. Ou seja, gostos e estilos de vida semelhantes que caracterizam a percepção de grande parte da sociedade.

O aumento da população jovem no século XX teve um efeito positivo para as relações socioeconômicas do País e transformaram o jovem na força do desenvolvimento, de acordo com Carla Andrade (2010). Assim, incentivou-se a participação política possuindo o discurso do protagonismo jovem. Ocorreu também uma mudança nas relações entre pais e filhos. No âmbito da sexualidade, a autora destaca o exemplo de que a juventude vinha tendo uma grande quantidade de experiências com a visão de provar o mundo adulto. Dentre essas experiências, destaca-se a homossexualidade.

Bill Pereira, Eduardo Ayrosa e Sayuri Ojima (2006) ressaltam duas observações para os hábitos de consumo que ocorrem no rito de passagem dos gays quando eles estão se assumindo. A primeira seria a interação com produtos e marcas durante a construção da identidade homossexual. Já a segunda aponta para a utilização dos produtos numa tentativa de negação ou camuflagem dessa identidade. Essa segunda situação estaria mais ligada aos homossexuais que ainda não aceitariam muito bem a identidade. Além da autoaceitação, eu destacaria ainda o medo da violência social e da rejeição da família e amigos.

Segundo Regina Facchini (2005), foi nos anos 1990 que os homossexuais foram inseridos definitivamente no mercado brasileiro, com o surgimento de revistas, seções de livrarias e agências de turismo específicas para esse público. Pereira, Ayrosa e Ojima (2006) defendem que o investimento do mercado no público gay cresceu junto com o fortalecimento da própria comunidade gay. Na década de 1960, já havia os jornais *Snob* e o

*Lampião da Esquina*<sup>20</sup> e, na década de 1970, já tinham grandes tiragens. Ao assumir uma identidade que ressalta a sua vivência sexual e também reivindica seus direitos como cidadãos, os homossexuais acabam por se tornarem um eixo de segmentação, ou seja, são agregados como público-alvo e novo nicho de mercado. Nota-se com isso que a lógica do sistema econômico incorpora os movimentos sociais e culturais, mas de acordo com os seus interesses. Assim,

[...] o mercado gay se desenvolveu junto com a formação da comunidade gay, justamente, pela necessidade dos gays se identificarem. Muitas vezes tal identificação se baseou no uso de certos produtos e marcas, que passaram a ser associados ao mundo gay. (PEREIRA; AYROSA; OJIMA, 2006, p. 4).

Os significados culturais podem ser inovados a partir de grupos que existem à margem da sociedade, como coloca McCracken (2007). O autor destaca que “esses grupos inovadores representam uma ruptura em relação às convenções culturalmente construídas da sociedade” (McCRACKEN, 2007, p. 106), ou seja, as categorias culturais são redefinidas e associadas ao sistema cultural. Diante disso, esses grupos inovadores são fornecedores de significados e os gays estão incluídos nesse papel, pois as suas práticas satisfazem tanto as necessidades básicas como dão forma material a uma narrativa particular de autoidentidade. Assim, objetos, marcas, lugares e gestos são ressignificados perante os hábitos e a compreensão que os homossexuais vão querer refletir. Então, eles são difundidos entre a população que os utilizam e entendidos pelos demais indivíduos na sociedade.

A partir da ligação entre a ressignificação e o consumo, é viável fazer a ligação entre a afirmação e a contestação de direitos em relação às identidades relativas às sexualidades e o esforço que o sistema econômico vem fazendo para colocar o homossexual como nicho de mercado. Maria Celeste Mira (1997) coloca que, para se tornar um segmento de mercado, os “nichos” devem ter potencial de consumo, ou seja, ganhar visibilidade e expressar a sua diferença através de suas questões específicas. Com isso, observa-se que a lógica do capitalismo acaba absorvendo os movimentos

---

<sup>20</sup> Há imagens do jornal *Lampião da Esquina* nos anexos. Elas foram encontradas no Google.com.

culturais e sociais para transformá-los em mercadoria, mas rearticulando de acordo com os seus interesses.

Ainda conforme Mira (1997), uma das faces do consumo é que ele acaba sendo um fator importante para que os grupos ou movimentos que foram historicamente discriminados consigam a autoestima. Essa descrição cabe para a história dos gays. Ela ressalta ainda que os produtos dirigidos para esses consumidores tendem a fortalecer a identidade pessoal, de forma que esse público continue a consumir. Então, o processo de segmentação do mercado e a organização das divisões de identidades podem formar grupos de pessoas que vivenciam práticas semelhantes, como o consumo das mesmas coisas. A partir das condições apresentadas, pode-se dizer que há uma mistura entre militância e mercado de consumo, pois a maior liberdade de compra e uso, assim como a produção de produtos voltados para esse público específico, faz com que os gays possam se empoderar e reafirmar a sua identidade sexual com mais ênfase. Assim, acaba ocorrendo uma articulação positiva entre essas duas posturas.

Na década de 1990, Engel, Blackwell e Miniard chamavam a atenção para o mercado gay. Eles destacaram questões como a renda acima da média, probabilidade de ser urbano e a disposição de compra desses indivíduos, tendo em vista que a maioria era solteira e não tinha filhos. Porém, é interessante ressaltar que, apesar do incentivo mercadológico, esses autores alertaram para o fato de que as empresas queriam se dirigir para o homossexual sem perder seus clientes heterossexuais. Muitas empresas não queriam ficar com a imagem vinculada aos sujeitos homossexuais, diante disso foram criando maneiras sutis de demonstrar assistência e chamar a atenção dessa população, como o apoio e a doação para prevenção e tratamento da AIDS ou ainda imagens de *homens esparramados em camas*<sup>21</sup>. Essa atitude demonstra o preconceito velado que existia, e que ainda existe, na nossa sociedade. Esses ‘anúncios inteligentes’ chamavam a atenção e a fidelidade do público gay sem excluir os heterossexuais e homofóbicos.

---

<sup>21</sup> Situação encontrada no livro dos autores ao citar o exemplo da publicidade da colônia Paco Rabanne da época.

Sérgio Carrara e Júlio Simões (2007) falam em um *pink market*, que seria traduzido como o mercado gay. Destacam os processos econômicos e sociopolíticos envolvidos nesse nicho. Os autores evidenciam que o circuito comercial gay ligava a realidade brasileira aos modelos estrangeiros, tanto na economia quanto nas representações simbólicas. E que, assim como a AIDS, o consumo gay fazia parte da formação da comunidade gay brasileira.

Essa afirmação concorda com Hamilton Carvalho-Silva (2012) quando ele ressalta que um dos traços que distinguem os homossexuais é a condição econômica exibida pelo consumo, principalmente de vestuário e locais de lazer: “os sujeitos acreditam que ao exibir suas posses e seu poder de compra, quando identificados como homossexuais, seriam mais respeitados socialmente pela sua posição de consumidor” (CARVALHO-SILVA, 2012, p. 94). Assim, ele destaca o *pinkmoney* que o mercado começa a valorizar e caracterizar como tal, e ainda o fato de que o consumo é um dos fatores utilizados pelos homossexuais para diminuir atos discriminatórios.

Esse dado é um fator importante para entender todos os significados e a importância que a maioria dos homossexuais dão à aparência e ao que consomem. Ele reforça, inclusive, a ideia do senso comum de que essa população gasta bastante em compras, principalmente no que diz respeito ao mercado da moda, beleza e decoração. Devido a isso, os homossexuais de rendas mais baixas viveriam numa corrida para consumir marcas, estilos e lugares de lazer utilizados pelos grupos de renda mais alta. Isso pode levá-los a contrair grandes dívidas no mercado e, ainda, causar problemas psicológicos e disfunção emocional, como compulsão e depressão.

Repara-se com isso que o sistema de signos atribuídos aos produtos faz com que o consumo comunique, socialize e ainda seja um dos fatores de distinção social. Isso se dá por causa dos significados explícitos e implícitos no que se consome e na maneira de como se consome algo. Pode-se observar também que ter certos bens ou consumir certos serviços possibilita uma valorização dos objetos, e isso pode ser importante para que algumas pessoas consigam ingressar em certos grupos sociais e para que elas sintam satisfação pessoal momentânea. Desse modo, o consumo consegue influenciar tanto as

sociabilidades quanto as emoções e noções de si mesmo que o indivíduo constrói.

A identidade sexual é, então, um fator importante para o conhecimento do consumidor, pois, segundo Solomon (2002), as pessoas se adaptam às questões de gênero para agirem, vestirem-se, entre outras ações. Com isso, surge a tipificação gênero/sexual dos produtos, criadas pelos profissionais de marketing. A diferença da identidade sexual, assim como as diferentes variações dentro desta mesma identidade, pode influenciar nas respostas aos estímulos produzidos pelo marketing. Um bom exemplo disso seria o vestuário, que vai revelar mensagens mais ou menos claras para a identificação dos grupos sociais, “ao ser socializado, um indivíduo irá aprender que há nítidas diferenças nas formas de vestuário masculino e feminino” (DUTRA, 2002, p. 362). O autor ressalta ainda que existe um tipo de piada comum que diz “onde você comprou essa roupa tem para homem?”, com isso, José Dutra (2002) chama atenção para o fato de que o vestuário contém implicações com os papéis e as identidades sexuais de uma sociedade.

Reis (2013) apresenta o estudo realizado por Fontes, Borelli e Casotti (2012) no qual também se percebeu que a construção da masculinidade, por exemplo, desenvolve-se diante de negações de códigos e estereotipações relacionados ao universo feminino. Nota-se, então, que o heterossexual tenta negar a relação tanto com o feminino quanto com o homossexual, ou seja, as questões de gênero e sexualidade estão bastante presentes na associação entre indivíduo e práticas de consumo.

Diante disso, fatores como corpo, estética, moda e lazer são importantes não só para a afirmação de uma identidade perante a sociedade, mas para a legitimação do pertencimento dentro do próprio grupo de homossexuais masculinos. A heterogeneidade do grupo envolve todos os outros fatores sociais como a discriminação econômica e a de raça, por exemplo. Afinal, a identidade sexual é apenas um dos fatores identitários que esses indivíduos carregam.

## 1.2 A identidade e o corpo

Entre os anos de 1970 e 1980, o debate sobre a homossexualidade na esfera acadêmica era interligado por uma crítica ao conceito de identidade, principalmente no Brasil. Sociólogos como Becker e Alfred Kinsey procuravam entender os modelos pelos quais a sexualidade era regulada e não só as questões de distinção de práticas e identidades, como destacam Carrara e Simões (2007). Sendo assim, os estudiosos da época tentavam compreender a dinâmica entre a sexualidade e a interação social por meio das categorias estruturantes.

Em relação ao Brasil, Carrara e Simões (2007) destacam que Peter Fry fazia uma abordagem parecida “porém com mais ênfase nas “representações” do que nas sutilezas do comportamento cotidiano” (CARRARA; SIMÕES, 2007, p. 82). Diante dessa abordagem, eles destacam ainda que Fry considerava quatro componentes básicos para a conceituação das identidades sexuais, seriam elas: sexo biológico, papel de gênero, comportamento sexual e orientação sexual.

Destaca-se assim que a identidade sexual e a percepção de gênero fazem parte da construção identitária dos indivíduos como fatores que a compõe. Com isso, Louro (2014) destaca a importância dessa questão:

[...] ao afirmar que o gênero institui a identidade do sujeito (assim como a etnia, a classe ou a nacionalidade, por exemplo) pretende-se referir, portanto, a algo que transcende o mero desempenho de papéis, a ideia é perceber o gênero fazendo parte do sujeito, constituindo-o (LOURO, 2014, p. 29).

As identidades são sempre construídas, elas não se findam em algum momento, logo, são sempre passíveis de transformação. Os fatores que participam da construção da identidade de um indivíduo são direcionados a partir de suas percepções individuais e da relação que se tem com o outro. Então, a ideia de que o outro faz é presente na formação da identidade de que cada um faz de si. Claude Dubar (2005) reforça essa noção ao falar das dinâmicas da identidade. O autor destaca que a identidade é um processo em constante construção e que vai ser levada em consideração a identidade para si e a identidade para o outro. A identidade para si seria a noção de que o

indivíduo tem sobre si e envolve os seus contextos de experiências já vividas. A identidade para o outro são os atributos que o outro utiliza para definir o sujeito. Essa relação entre as identidades faz parte do processo de socialização, visto que inclui a troca e a ligação da noção de si e da ideia que o outro tem.

Pereira, Ayrosa e Ojima (2006) ressaltam a diferença entre identidade e autoconceito. A identidade seria o conjunto de características de um indivíduo em relação a uma situação social específica, ou seja, ela está relacionada a uma categoria social. O autoconceito se refere à forma de como as pessoas se percebem a si próprias. Pode-se fazer a comparação do autoconceito com a identidade para si de Dubar (2005).

Diante dessa troca entre os indivíduos, observa-se que o corpo é uma das referências mais explícitas da identidade, pois ele proporciona o pré-julgamento do que o indivíduo deve ser. O corpo faz a comunicação não verbal com o outro durante as interações sociais. Logo, a construção dos sujeitos é um processo diversificado, permanente e cultural, no qual o corpo aparece como uma referência visualmente identificável. Sendo assim, pode-se fazer referência a Reis (2013) quando ele diz que o corpo resulta de uma performance culturalmente construída. A sociedade ocidental estabelece os preceitos em torno do

[...] homem branco, heterossexual, de classe média urbana e cristão, e essa passa a ser a referência que não precisa ser nomeada. Serão os “outros” sujeitos sociais que se tornarão “marcados”, que se definirão e serão denominados a partir dessa referência. Desta forma, a mulher é representada como “o segundo sexo”, e gays e lésbicas serão descritos como desviantes da norma heterossexual (LOURO, 2010, p 15-16).

É importante ressaltar que o corpo tem a predeterminação do sexo biológico como relativo à identidade e ao comportamento sexual que os indivíduos devem ter. Isso requer dizer que ele é um dos elementos de constituição corporal dos sujeitos. Porém o entendimento e sentimento de gênero e sexualidade podem ser diferentes do que o proposto pelo biológico. Reis (2013) fala que “a identidade de gênero é construída durante o processo de socialização [...] os indivíduos aprendem a se relacionar com o próprio corpo e comunicam padrões de comportamento diversificados” (REIS, 2013, p. 47).



Por isso se faz necessário destacar a importância de desconstruir o caráter binário<sup>22</sup>, mulher-homem/feminino-masculino, defendido por Louro (2014), para que haja uma inclusão e aceitação de todas as relações/identidades sexuais e de gênero na sociedade:

[...] a lógica dicotômica implica um polo que se contrapõe a outro (portanto uma ideia singular de masculinidade e de feminilidade), e isso supõe ignorar ou negar todos os sujeitos sociais que não se “enquadram” em uma dessas formas (LOURO, 2014, p. 38).

Marcel Mauss ([1930] 2003) defende que os indivíduos são adestrados corporalmente para a vida em sociedade e que essas técnicas variam de acordo com o sexo e com a idade, por exemplo. Ele ressalta que essas técnicas são: “as maneiras pelas quais os homens, de sociedade a sociedade, de uma forma tradicional, sabem servir-se de seu corpo” (MAUSS, [1930] 2003, p. 401). O autor afirma ainda que a educação vai introduzir as regras de uso do corpo ainda quando se é criança.

Dito isso, volta-se para a realidade da aprendizagem, pois, além das maneiras de agir com o corpo, também se assimilam as regras da sexualidade, principalmente na escola, onde os indivíduos têm os primeiros contatos com outros grupos de sociabilidade que não a família. Padrões de gênero e sexualidade são pontos muito importantes para a identidade dos indivíduos. O “comportamento de mocinha” e a “dureza masculina”<sup>23</sup> são apenas exemplos de condutas incentivadas socialmente, e, quando aparece o homossexual, ele é apontado como desviante da conduta normal. Diante dessa abordagem, Louro (2010) fala em uma pedagogia do corpo: “a tal pedagogia é muitas vezes sutil, discreta, contínua, mas, quase sempre, eficiente e duradoura” (LOURO, 2010, p. 17), ou seja, as condutas corporais ensinadas e aprendidas regulam gestos, modo de caminhar e de falar. É um conjunto de saberes sobre os corpos que vão perpassar sobre a sexualidade e os interesses dos indivíduos.

---

<sup>22</sup> O debate sobre a estrutura binária de gênero está presente nos vários estudos da Teoria *Queer*, entre os autores mais conhecidos temos a Judith Butler.

<sup>23</sup> Um bom vídeo para debater questões sobre a construção da masculinidade/machismo e das regras sociais é o: *Precisamos falar com os homens? Uma jornada pela igualdade de gênero* (2016). Disponível no YouTube. Há também um programa chamado *Liberdade de gênero*, transmitido pela GNT, que apresenta transexuais/gays/lésbicas/gêneros-fluídos e suas vivências. Facilmente encontrado no YouTube ou no site do canal.

Carlos Mendonça (2010) fala que o corpo do gay ora foi retratado como efeminado e desprezível, e também como possuindo a ligação com o proibido e a ilegalidade, como foi dito anteriormente. Dessa forma, os sujeitos criaram uma imagem de si e um estilo de vida no qual a estética se apresentava como algo idealizado e objetivado. A estetização do cotidiano aparece, então, na produção de uma linguagem e da comunicação corporal através dos gestos e da roupa. Isso complementa a noção dos saberes sobre os corpos. Essa estetização do corpo do homossexual surgiu como forma de resistência à padronização heteronormativa.

A conduta social impõe concepção do corpo para os indivíduos baseadas nos valores de cada sociedade específica. Seguindo essa ideia, Douglas (1966) observa que existem fronteiras no corpo, os orifícios e as superfícies, por exemplo, que simbolizam limites sociais. Essas regiões são perigosas e necessitam de policiamento e regulação constantemente. Isso reforça a noção de pureza e perigo para a homossexualidade, pois essa identidade sexual desregula essas fronteiras e as trocas sexuais tidas como normais pela sociedade (as trocas heterossexuais). Carrara e Simões (2007) observam que Judith Butler (2003)<sup>24</sup> reaviva essa noção em sua teoria de corporalidade e de performatividade de gênero, pois para ela,

[...] as categorias de gênero operam como tabus sociais que exageram a diferença sexual, visando naturalizá-la e assegurar a heterossexualidade por meio da instituição ritual e reiterada das fronteiras do corpo (CARARRA, SIMÕES, 2007, p. 85).

Sendo assim, há uma regulação social que Foucault ([1979] 1993) vai denominar de ‘biopoder’, como dito anteriormente. Dessa forma, julga-se o que é normal ou anormal, ocorrendo uma plena associação entre o corpo e a identidade de gênero/identidade sexual aceitável. O argumento que embasa essa relação de poder sobre os corpos é controlar a perversão e a degeneração diante das práticas sexuais para que a “ameaça” social possa ser extinta. Isso seria um dos pontos utilizados para a normatização ou para a sociedade disciplinar, que consiste em intervir nos desejos dos indivíduos para

---

<sup>24</sup> BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro. Ed. Civilização Brasileira. 2003.

controlar a sociedade através da moralidade. O Estado disseminaria esse controle através de instituições como a prisão e a escola.

Seguindo esse raciocínio, esse seria um dos motivos que faz os indivíduos terem preocupações com a aparência e com o controle do corpo físico, pois o corpo torna-se, segundo Giddens (1992), “um portador visível da autoidentidade, estando cada vez mais integrado nas decisões individuais do estilo de vida” (GIDDENS, 1992, p. 42). Mas é importante destacar que para Foucault ([1979] 1993) a relação de poder sempre ocorre entre sujeitos que são capazes de resistir, ou seja, essas relações são tensas e estão sempre em atividade. Pode-se relacionar essa observação ao comportamento de empoderamento de muitos homossexuais diante da pressão social pela invisibilidade deles – eles resistem e cada vez mais se empoderam do direito de ser.

Butler (2008) aponta que o gênero leva a uma estilização dos corpos devido à repetição dos atos normativos perante a sociedade. A aparência vai estar ligada ao discurso comum de que “nasceu daquele jeito”. Assim, o processo de uma nova identidade relacionada à sexualidade e gênero vai ocorrer também com repetições, entre as tentativas de normalização e de resistência. Pode-se referir ao adestramento corporal de Mauss ([1930] 2003) e a pedagogia de Louro (2010) tanto quando se fala de normalizar a aparência de acordo com os preceitos sociais adequados quanto ao falar da construção de uma nova identidade por uma repetição e disciplina de ações.

Sobre a orientação sexual diferenciada, é o que Peter McLaren (1995)<sup>25</sup> citado por Guacira Louro (2010) chama de *apartheid* sexual. Repara-se que o que realmente aborrece é a manifestação pública das orientações sexuais diferentes, pois, se o “outro” não souber dessa condição, o tratamento feito será igual ao realizado para os que “estão dentro” dos padrões sociais. Sendo assim, ao se apresentar como homossexual, o indivíduo assume uma condição específica em relação aos códigos sociais. Assim, pode-se dizer que as identidades sexuais são entendidas e definidas a partir das relações de poder que estão presentes na sociedade, como afirma Louro (2010). Ou seja, o

---

<sup>25</sup> McLAREN, Peter. Moral panic, schooling, and gay identity. *Critical Pedagogy and the politics of resistance*. In Gerald Unks (ed.), **The gay teen. Educational practice and theory for lesbian, gay and bisexual adolescents**. Nova York e Londres. Routledge. 1995. p.105-123.

sexo biológico nem sempre condiz com as referências e entendimentos de feminino e masculino, tendo em vista que a concepção de gênero/sexualidade é diferente da condição física. Sendo assim,

[...] como já observamos, a vigilância e a censura da sexualidade orientam-se, fundamentalmente, pelo alcance da “normalidade” (normalidade essa representada pelo par heterossexual, no qual a identidade masculina e a identidade feminina se ajustam às representações hegemônicas de cada gênero) (LOURO, 2014, p. 84).

Ao falar de normalidade, faz-se necessário dizer que cada sociedade vai ter a sua forma de categorizar os “normais” e os “estigmatizados”, de acordo com Goffman (1988). Sendo assim, quando se atribui a condição de estigma para um indivíduo, está se questionando a sua condição humana a partir do “defeito” e o colocando numa categoria social definida por rótulos e estereótipos que vão ressaltar as diferenças. Para o autor, existem três tipos de estigma: o tribal, passado de geração a geração pela família; as abominações do corpo, que são as características físicas percebidas como defeitos e a de caráter individual, relacionada aos comportamentos considerados desviantes, como a homossexualidade.

A estigmatização está relacionada com a dimensão depreciativa construída socialmente e as atitudes relacionadas a ela podem ser de violência, de vitimização ou ainda de beatificação. Porém, percebe-se que na sociedade atual ainda é grande a situação de violência contra quem tem diferentes identidades sexuais e isso pode causar prejuízos psicológicos aos sujeitos que sofrem. É importante ressaltar ainda que, devido à estigmatização, alguns indivíduos tentam ocultar a sua identidade sexual, isso vai ser outro motivo para que ele possa ter problemas psicológicos, como a depressão, pois sempre vai ter o receio de ser descoberto. De acordo com Pereira e Ayrosa (2010), “os indivíduos que têm consciência do seu estigma, mas que omitem esta informação em todos os domínios de sua vida social, possuem uma identidade negada” (PEREIRA; AYROSA, 2010, p. 5). Sendo assim, o estigma pode ter um grande impacto na maneira de como um homossexual se entende e se comporta.

Há um modelo interacionista de Plummer (1975) que propõe quatro estágios existentes na construção de uma identidade pessoal estigmatizada.

Weeks (2010) reafirma isso em seus estudos de uma maneira mais simples. São elas: a sensibilização, a qual o sujeito se torna consciente da sua diferença em relação à norma; a significação, que é o processo de atribuir sentido às diferenças; a subculturização, que está relacionada ao reconhecimento com o grupo; e a estabilização, o estágio em que ocorre a aceitação dos sentimentos e estilos de vida. Mas para Plummer (1975) cada fase estaria relacionada com uma etapa da vida, por exemplo, a sensibilização seria correspondente às vivências da infância e a significação (e desorientação, como chamada pelo mesmo autor) só seria atingida na adolescência. Weeks (2010) não faz essa distinção de faixa etária, ele coloca de maneira geral. De acordo com as experiências de pessoas próximas e dos próprios entrevistados, acredito que essa construção não tem uma fase da vida exata para acontecer. Algumas pessoas só começam o processo de percepção da sexualidade na adolescência e não na infância, o que me aproxima mais de Weeks.

Neste processo de aceitação, o corpo e a maneira de agir podem ser fatores importantes na autoafirmação da identidade. Essa afirmação é possível por causa das chances reais que um indivíduo tem de poder realizar mudanças em relação ao comportamento, como gestos e formas de falar, e na aparência física, como cortes de cabelo, depilação, transformações musculares ou intervenções cirúrgicas para afinar o corpo e diferenciação na voz, inclusive pelo uso de hormônios femininos.

Fazer uso de um vestuário que o indivíduo se sinta confortável diante das suas orientações também é um recurso utilizado para reafirmar a identidade que o sujeito quer ser entendido. A partir disso, pode-se relacionar essa possibilidade de se montar através do que se deseja transmitir com a ideia de Bauman (2008), na qual a identidade da sociedade de consumo seria um projeto assumido. Então, após se apropriarem das identidades pretendidas, os sujeitos se esforçariam para se manterem nelas. Pereira e Ayrosa (2010) dizem que, ao praticar um ato de consumo, o sujeito pode chegar a revelar a sua identidade estigmatizada e chegar a sofrer algum tipo de ação violenta por isso. Porém, ao decidir comprar itens e marcas consideradas símbolos gays, ele também está aceitando não só as consequências de assumir essa identidade, mas também pode estar construindo a sua identidade como integrante do grupo. Nesse processo, a publicidade e o marketing aproveitam

as questões e variações de identidades como uma maneira de fazer o consumo e o capital girarem.

Dentro desse processo de entendimento, aceitação e socialização, é importante destacar o processo da “saída do armário”, o que Pereira, Ayrosa e Ojima (2006) vão relacionar a um rito de passagem. Este seria um processo difícil e delicado na vida de um gay, pois podem ocorrer muitos conflitos internos gerados pelos valores sociais aprendidos relacionados à normalidade da sexualidade heterossexual. Nesta fase, vai ser iniciada a construção da identidade e de aprendizagem dos comportamentos existentes entre os grupos de gays. Isso inclui não só o consumo de marcas, produtos, músicas e filmes, mas também os gestos, os locais e todas as possibilidades de ser que essa identidade sexual traz consigo.

Muitas teorias, como a de Carmem Guimarães (2004), afirmam que a identidade homossexual não está limitada apenas às relações sexuais, mas, sim, a todo um estilo de vida, linguagem e valores próprios. Ou seja, reforça que há todo um sistema simbólico que permite a classificação entre os indivíduos que se identificam como tal, “não reflete uma ideologia ou uma prática, mas fragmenta-se em múltiplas modalidades particulares, segundo os momentos e espaços distintos” (GUIMARÃES, 2004).

Há uma heterogeneidade dentro da homossexualidade, de acordo com Carvalho-Silva (2012). Logo, os modos de se vestir, de ser, de se comportar, de falar, de gesticular são utilizados na construção dos subgrupos homossexuais masculinos, que podem ser: travestis, ursos, lontras, *barbies*, bichas pão com ovo, bichas padrãozinho, entre outros<sup>26</sup>. As diferenças de classes econômicas e estilos de vida são visíveis desde o século XIX, segundo Weeks (2010). Os estilos de cada um desses grupos são adotados para que os indivíduos possam se diferenciar uns dos outros e afirmar certos valores sociais e culturais. As distinções existentes entre os grupos podem ser marcadas por condição econômica e expressas pelo consumo, por isso, elas podem fazer parte da construção identitária dos sujeitos.

De acordo com Giddens (1992), essas diferenças podem estar ligadas também à desconstrução da masculinidade, como explicita a seguir:

---

<sup>26</sup> A explicação desses termos vai ser apresentada posteriormente e pelo próprio ponto de vista dos entrevistados no Capítulo 3.

O *gay machão*, a bicha *punk*, aquele do *jeans* justo – estes são mais que apenas réplicas irônicas da masculinidade heterossexual. São uma visível desconstrução da masculinidade e ao mesmo tempo afirmam o que o assumido poder fálico nega: o fato de, na vida social moderna, a autoidentidade, incluindo a identidade sexual, ser uma realização reflexiva (GIDDENS, 1992, p. 162-163).

Pode-se afirmar que o corpo não é só físico, ele possui ligações culturais e sociais. Com isso, destaca-se que há uma relação de poder muito forte sobre os corpos e, conseqüentemente, sobre a sexualidade dos sujeitos. Isso leva a uma forte pressão sobre os homossexuais e todos os que possuem uma diferente identidade sexual.

### **1.3 Os homossexuais e seus espaços de sociabilidade**

O ser humano é caracterizado por ser um ser social, logo, é interessante observar como ocorrem as microinterações, a fim de dar conta das dimensões mais complexas, as macrorrelações sociais. Na sociedade contemporânea, a posse ou não e o consumo de bens e serviços pode gerar uma relação mediada, efêmera e técnica entre os indivíduos. Isso porque a sociabilidade está interligada à imagem e à forma de representação que um indivíduo quer transparecer para o outro.

Na sociedade capitalista, o tempo das pessoas é algo que está sempre se esvaindo rapidamente. As sociabilidades, inclusive, estão cada vez mais mediadas por aplicativos e redes sociais fornecidas pelas mídias, principalmente no que diz respeito à internet. Por vezes, contrariando a proposta inicial de aproximar pessoas, as mídias estão levando ao afastamento das interações presenciais. Assim, Thompson (1998) coloca que as pessoas acabam procurando as informações mais entre as mídias do que em interações face a face. Sendo assim, com tantos interesses e impulsos para se começar uma sociabilidade, por vezes essa interação é iniciada apenas por causa de interesses particulares e não como fim em si mesmo. Isso faz surgir o debate sobre a superficialidade das relações sociais e os impactos sofridos na sociabilidade dos sujeitos.

A sociabilidade pode ser relacionada à tendência para viver em sociedade ou maneiras de quem vive em sociedade. Simmel ([1917] 2006) compreende a sociabilidade como uma das formas de sociação. A sociação contém um conjunto de satisfação de interesses, mas a sociabilidade tem a própria relação como fim. Simmel ([1917] 2006) enfatiza o caráter de jogo, diante da constante aproximação e afastamento para reforçar a dimensão dinâmica das relações. As relações de sociabilidade acabam trazendo novas referências para a construção das identidades individuais e coletivas, isso porque trazem a bagagem de significados e as práticas dos indivíduos que estão em contato e, também, do estilo de vida assumido pelo grupo que se insere.

Sposito (1994) destaca a rua como agente socializador dos jovens em geral, principalmente os de bairros periféricos. A apropriação de certos espaços urbanos pode mostrar as “microculturas”, cujos lugares apresentam a identidade do grupo que ali está. Esses espaços não ficam restritos apenas nas periferias, sendo também encontrados no meio dos centros urbanos. Diante da ideia de Sposito (1994), pode ser feita uma relação com a de Carmem Guimarães (2004). Ela ressalta que as metrópoles ofertam espaços sociais legítimos para uma clientela de identidade homossexual estigmatizada. Logo, esses espaços podem traduzir a identidade gay.

A diversidade de lugares para a população homossexual também reflete a diversidade existente dentro desse grande grupo. A homofobia é um dos motivos que favorece a utilização desses espaços, que podem ser bares, restaurantes, boates ou, até mesmo, ruas que tenham estabelecimentos de entretenimento, como no caso da Rua Augusta, em São Paulo. Isso porque se sabe que o mercado se apropria das circunstâncias sociais para aproveitá-las como atividade econômica, conforme já foi apontado anteriormente.

Os locais que são considerados como sendo de encontros para a população LGBT são espaços criados por pessoas que entenderam a condição de discriminação, mas que também visaram um nicho de mercado. Com isso, além de proteger contra atitudes agressivas, esses lugares participam de um circuito de diversão em que é possível perceber os padrões de consumo e comportamento dos indivíduos homossexuais. Esses locais sofrem um



processo de reificação e passam a ter significados subjetivos de acordo com os seus frequentadores.

Esses espaços ainda são importantes fatores que podem ser levados em consideração para analisar a sociabilidade dos homossexuais, pois são lugares conhecidos pelos vários subgrupos existentes dentro do grande grupo de indivíduos que se denominam como tal. Com isso, podem-se observar os pequenos círculos de amizade e seus comportamentos como grupo e como outras pessoas agem para tentar entrar nesses pequenos grupos. Cada grupo tem a habilidade de ter hábitos e práticas diferentes diante da condição econômica ou do grau de escolaridade, por isso é interessante ver como esses significados aparecem na questão da sociabilidade.

De acordo com Marc Augé (2009), “o lugar consoma-se da palavra, da troca alusiva de certas senhas, na convivência e na intimidade cúmplice dos locutores” (AUGÉ, 2009, p. 67). Sendo assim, um lugar pode ser definido como identitário, relacional e/ou histórico. O autor fala também que existem espaços que não apresentam essas características e os chama de “não-lugares”. Diante disso, o primeiro sempre vai deixar alguma lembrança e o segundo não é consumido totalmente nem cria uma identidade singular. Fazendo uma referência a esse contexto, podemos dizer que os espaços voltados para o público LGBTs podem ser considerados como lugares porque despertam um sentimento de identidade e convivência nos indivíduos.

Bourdieu (2007) fala que o bar, por exemplo, não é apenas um local em que se vai para beber, mas para beber em companhia, sendo possível instaurar relações de familiaridade baseadas na suspensão da censura, convenções e conveniências que devem ser respeitadas nas trocas. Logo, a existência de espaços voltados para o grupo de homossexuais reflete em poder falar abertamente sobre si, sobre seus conflitos e relações exercitando a vivência coletiva. Isso é muito importante para a construção da identidade sexual, o que concorda também com Marc Augé (2007).

Nas cidades, principalmente nas capitais, podem ser observados vários espaços de lazer com características diferentes, o que atrai pessoas de estilos e gostos diversos. Isso favorece a multiplicidade de comportamentos e

pontos de vista em relação à cidade. Os estilos adotados pelos lugares refletem um sentimento de pertencimento aos seus frequentadores, o que acaba atribuindo aos sujeitos particularidades que refletem na sua identidade e estilo de vida. Essa atenção do mercado para a pluralidade acaba tendenciando a descentralização dos espaços de entretenimento.

Dessa forma, destacam-se os espaços de sociabilidade homossexuais. Diego Reis (2013) apresenta que esses “guetos gays” têm coincidências com os guetos negros e judeus criados na década de 1990, em Chicago. A preferência por esses lugares se deu devido a questões de tolerância e aceitação, uma vez que nesses espaços os homossexuais estariam protegidos de atos de violência. É interessante observar a formação comercial de bares, lojas, boates e saunas, pois ela vai atrair uma concentração de homossexuais e isso promove práticas que se disseminam no grupo, como a linguagem específica. Os espaços comerciais acabam motivando as pessoas que compartilham dessa identidade sexual a morarem na região.

Segundo Reis (2013), a palavra gueto não é mais tão usada entre os homossexuais, um dos motivos para o desuso seria a noção de poder transitar por todos os lugares, já que hoje a realidade de aceitação social é pouco mais favorável. Essa noção de fluxo e trânsito na cidade é analisada por Néstor Canclini (2002), na qual o espaço urbano é entendido como cenário de movimento, muito mais do que memórias históricas. A utilização das mídias, principalmente das redes sociais virtuais, também ajuda a construir essa noção de passagem, tendo em vista que, por vezes, os encontros e permanências em redes virtuais ou em casa acabaram crescendo nos últimos anos.

Atualmente, com a tentativa de não sofrer preconceito, alguns homossexuais relatam que preferem sair apenas para espaços considerados como ponto de encontro LGBT. Isso pode ser visto num pequeno vídeo chamado “Espaço Atravessado: sociabilidade gay em SP”<sup>27</sup>. Em Recife, existem as leis municipais 16.780 e 17.025, que visam punição para atos discriminatórios contra homossexuais, bissexuais ou transgêneros em

---

<sup>27</sup> Disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=5fPIF163Fuk>

estabelecimentos públicos e privados abertos ao público. Essas leis foram criadas depois de algumas situações de discriminação com indivíduos e casais LGBT em espaços de lazer, como bares. Houve o registro de um casal ser convidado a se retirar do ambiente após trocarem atos de afeto, ou ainda de ocorrer discriminação com um transgênero que foi no banheiro no qual se identificava. Por isso, é possível encontrar homossexuais que deixaram de frequentar lugares que já discriminaram e que só permanecem nos locais que têm um tipo de identificação com as leis para sinalizar que ali não acontecem atos de intolerância. Faz-se necessário destacar que nem todo mundo, heterossexual ou gay, conhece essas duas leis e que a maioria dos lugares não disponibiliza a identificação dessas leis.

É interessante ressaltar também que, geralmente no Recife, quando ocorre um ato de intolerância com casais homossexuais por causa de afeto em estabelecimentos, sejam tanto de gays ou lésbicas, são organizados pequenos atos de protesto, um deles é chamado de “beijaços”<sup>28</sup>. A ideia é juntar um grupo de casais homossexuais e simpatizantes no ambiente do ocorrido e promover um momento em que todos se beijam ao mesmo tempo. Eles traduzem nessa atitude o direito de também poderem demonstrar seus afetos em público como qualquer outro casal heterossexual. Após isso, alguns aderem ao boicote do lugar, já citado anteriormente. Na maioria das vezes, as redes sociais virtuais servem para contar o ato discriminatório como forma de denúncia pública e para marcar esses atos de protesto, o que retoma a questão das mídias citada por Canclini (2002).

Além da intenção de conceder aos homossexuais o direito de ter espaços onde possam expressar suas afetividades, os donos desses ambientes tiveram uma visão mercadológica como forma de ganhar dinheiro. Desta forma as causas sociais se transformam em meios de consumo. De acordo com Bill Pereira, Eduardo Ayrosa e Soyuri Ojima (2006) o mercado gay, em geral, se desenvolveu juntamente com a formação da comunidade gay, devido à necessidade de identificação do grupo homossexual. A formação

---

<sup>28</sup> Há aqui um exemplo de um beijaço ocorrido em um bar/restaurante localizado no bairro da Lapa, no RJ, em outubro de 2016: [http://www.brasilpost.com.br/2016/10/19/beijo-gay-bar-lapa\\_n\\_12562208.html?ncid=fcbklnkbrhpmg00000004](http://www.brasilpost.com.br/2016/10/19/beijo-gay-bar-lapa_n_12562208.html?ncid=fcbklnkbrhpmg00000004)

desta comunidade foi reforçada pelos movimentos sociais e a identificação, muitas vezes, ocorre pelo uso de certos produtos e marcas. Logo, o consumo dos espaços também se encaixa como um dos fatores, pois muitos indivíduos são frequentadores assíduos. Esses espaços também são caracterizados pelo gosto e tipo de público, assim ocorre uma atribuição de particularidades em via de mão dupla, ou seja, o local caracteriza o seu público devido ao estilo que oferece e os indivíduos caracterizam o local através dos gostos de seus consumidores.

Carvalho-Silva (2009), por exemplo, ressalta um aumento de lugares da “cena gay”, em São Paulo, na década de 1990. Nesses locais, além de serem livres para a demonstração da afetividade, os frequentadores se dividem em subgrupos de acordo com seus gostos e estilos de vida. Assim, além de dançar, beber e buscar parceiros, esses indivíduos sintonizam linguagens e hábitos específicos segundo sua classe econômica ou intenção social.

Diante disto, os espaços de sociabilidade homossexuais são importantes para a afirmação da identidade e a assimilação do comportamento, como ressalta Pereira, Ayrosa e Ojima (2006), principalmente para os gays que estão em processo de se assumirem publicamente. Eles trazem relatos de conforto e bem-estar em seu estudo, como percebido nesse depoimento:

Eu acho que eu senti naquela época era essa coisa de independência, assim, eu tenho um espaço”, ou “a primeira vez que fui a uma festa gay, eu me senti eu estava livre, entendeu? Eu me sentia no meu ambiente (PEREIRA; AYROSA; OJIMA, 2006, p. 11).

A partir do lugar escolhido para frequentar, o indivíduo pode fazer parte do grupo que convive no local, e isto reflete um sentimento de pertencimento. Às vezes, os ambientes são utilizados por subgrupos específicos, como exemplo, pode-se citar a situação de um jovem homossexual de classe baixa que escolhe um bar em um bairro de classe média alta. Ao chegar lá, por mais que ele esteja caracterizado como os outros, de acordo com a vestimenta, ele não vai ter as práticas do grupo e isso faz com que ele possa ser discriminado, não pela sua condição sexual, mas pela sua condição social/econômica. Ou ainda, o grupo dos ursos que não gostam de ir aos

lugares frequentados por homossexuais mais femininos, pois eles não possuem as mesmas práticas e dizem não gostar do comportamento dos afeminados.

Ao falar de práticas comuns, pensou-se em Pierre Bourdieu (2007) e a sua concepção de *habitus*, ou seja, um sistema de disposições adquiridas pelos sujeitos durante o processo de socialização. Isto permite uma classificação a partir das práticas. Os gostos são construídos durante as vivências e os estilos de vida adotados oferecem sinais de distinção social, tanto ao capital econômico quanto ao capital cultural ou intelectual dos sujeitos. Logo, o fator econômico e as experiências da vida e de classe social são importantes para o reconhecimento e pertencimento dos sujeitos em seus grupos de sociabilidade. Ainda conforme Bourdieu (2007) os espaços sociais são representações abstratas onde vão ocorrer ações de distinção e isto está representado na situação dos espaços de sociabilidade homossexuais já citados.

Pode-se dizer que os espaços de entretenimento e sociabilidade chegam a ser classificados pelas características dos estilos de seus frequentadores. Esses espaços também proporcionam as relações desenvolvidas pelos grupos sociais presentes nos ambientes. Logo, eles influenciam e são influenciados pelos significados subjetivos atribuídos pelos indivíduos. Além de esses espaços difundirem a filosofia e o direito de que todos podem ser quem são, sem que sofram preconceito, eles também fortalecem a visão de mercado, colocando a população homossexual como nicho.

#### **1.4 O olhar da pesquisadora**

A teoria utilizada aqui, sobre como o consumo faz parte de um sistema de signos sociais (DOUGLAS e ISHERWOOD, [1976] 2006; BOURDIEU, 2007;

MCCRACKEN 2003-2007), de como a sociabilidade pode ser motivada por interesses comuns (SIMMEL, [1917] 2006) e de como a identidade sexual e o corpo são fatores importantes para a construção da imagem e do entendimento de si (LASCH, 1986; WEEKS, 2010; LOURO, 2010-2014), foi pensada na intenção de trazer pontos sociais e históricos relevantes para a construção do entendimento sobre as experiências dos homossexuais na nossa sociedade. Sendo assim, a escolha dos autores e de cada ideia apresentada foi direcionada para a compreensão geral da comunidade homossexual. Mesmo que alguns desses autores possuam divergências de posturas em relação ao modo de pesquisar e em conclusões sobre assuntos específicos, acredito ser possível a formação de um diálogo positivo entre as convicções aqui apresentadas. A combinação das afirmativas trabalhadas em todas as partes deste capítulo consegue mostrar que uma articulação que supere as divergências entre os autores é viável e proveitosa para a realização de novos estudos.

Os pontos que motivaram a pesquisa estão relacionados à percepção do uso do consumo na construção de uma identidade que ainda é estigmatizada socialmente, mas que vem lutando e conseguindo algumas vitórias em relação ao direito de ter os direitos civis como qualquer cidadão. Esse estigma e violência também foram enfatizados no intuito de chamar atenção para a realidade discriminatória que ainda existe atualmente. Também chamo a atenção para a questão de que o consumo pode ser um meio de tentar minimizar essa discriminação social, ou seja, a simbologia de status presente em produtos, marcas e serviços que são consumidos na tentativa de colocar o poder aquisitivo em destaque no lugar da identidade sexual.

A utilização do consumo como uma maneira de se fazer presente na sociedade, está presente na construção das referências. Assim, a pesquisa foi mostrando que os gays existem e vivem como qualquer outra pessoa que tem a necessidade e a vontade de consumir coisas (que vão de produtos básicos até as marcas de grifes). O consumo também vai marcar a inserção em grupos de sociabilidade, tendo em vista a aproximação devido aos gostos e estilos de vida semelhante. Isso pode ser pertinente tanto para os gays que consomem muito, como para aqueles que tem uma filosofia de vida mais centrada em

nutrir apenas as necessidades naturais do corpo. Ressalto os dois tipos de vivências por saber que as diferenças devem ser respeitadas e que as generalizações não serão possíveis nesta pesquisa.

A escolha dos temas que direcionam toda a pesquisa, tanto bibliográfica quanto a empírica, foi feita a partir de pontos encontrados tanto na minha observação quanto na própria referência bibliográfica. Elas serviram para que a pesquisa não abordasse uma infinidade de consumos superficialmente. É interessante destacar que esses elementos estiveram presentes durante todas as entrevistas, assim como as questões de violência e segurança.

## **CAPÍTULO 2:**

### **AS TRAJETÓRIAS DE VIDA E O QUE ELAS NOS CONTAM**

As trajetórias de vida foram aqui destacadas para que se possa entender o contexto das significações de cada um dos entrevistados: Mateus, Roberto, Elton, Léo e Isaque. Cada um com as suas experiências de vida deu forma, movimento e sentido a pesquisa. Como destaca José Martins (2000), a realidade é construída, por isso as experiências e pontos de vista apresentados pelos entrevistados refletem a importância do cotidiano na construção da identidade.

É possível perceber os processos de entendimento sobre a identidade sexual, sobre a aceitação de si, da família e dos amigos. Cada entrevistado passou por mais ou menos as mesmas situações e processos de construção da identidade, mas nota-se a particularidade com que cada um significou as experiências. Foi muito marcante a presença de questionamentos, preconceitos e violência simbólica na descoberta e no processo de transparecer a sexualidade devido ao olhar do outro para cada um dos entrevistados. Inclusive, foi captado o medo por parte de alguns entrevistados

de assumirem a identidade sexual devido à incerteza de aceitação dos pais e dos atos de discriminação que são corriqueiros na nossa sociedade.

O comportamento do outro durante a infância desses sujeitos trouxe questionamentos sobre a forma deles se expressarem e sobre o porquê dos seus desejos não serem considerados normais. Isso leva alguns sujeitos a aprenderem a silenciar ou a dissimular seu comportamento, como expressou Elton sobre a negação da sua sexualidade, por exemplo. Existe também a presença do conflito de alguns, como Roberto, quanto desvincular os significados de desvio, promiscuidade ou de não natural que aprendeu a relacionar a respeito da homossexualidade.

Esses fatos podem ser exemplificados principalmente no que diz respeito à vivência escolar<sup>29</sup>. Louro (2014) fala que “a negação dos/as homossexuais no espaço da sala de aula acaba por confina-los às gozações e aos insultos” (LOURO, 2014, p. 72). Desta forma, há um reforço do reconhecimento dos gays, lésbicas e transgêneros como desviantes e indesejados. Por isso, a aceitação social e a postura dos entrevistados em relação ao outro, marca não só a identidade, mas a dimensão do consumo e as relações sociais de cada um desses sujeitos.

Os primeiros contatos que eu tive com indivíduos no bar foram muito bons, primeiro porque eu estava ali como uma consumidora, não tinha nada que demonstrasse que eu estava fazendo uma pesquisa, então fui encarada com naturalidade. Eu sempre ia com algum amigo para que ficasse o mais natural possível e isso me permitiu alguns contatos iniciais e conversas informais sobre os locais de lazer LGBT. Isto se deu por meus amigos encontrarem amigos que frequentavam o local, alguns até sentaram na minha mesa para conversar. Por vezes, eu também encontrava amigos homossexuais no bar que me passavam informações sobre o ambiente. Descobri que o fato da pessoa fumar, pode ser um bom meio de socializar, pois sempre tinha alguém que vinha pedir o isqueiro da minha amiga emprestado. E isso virou uma das minhas “armas de pesquisa”. Quando a pessoa pedia o isqueiro emprestado, iniciávamos uma conversa, e desta forma, eu conseguia mais informações. Ao reparar que a pessoa falava com muita abertura e

---

<sup>29</sup> Há uma imagem nos anexos sobre o índice de *bullying* nas escolas retirada de um trecho da matéria do HuffPost Brasil online, acessado pelo Facebook em novembro de 2016.



naturalidade sobre o ambiente e sobre a sua sexualidade, eu convidava para a pesquisa.

Porém, na hora de marcar as entrevistas, os contatos não foram tão satisfatórios. De início, alguns deram o contato e não responderam, outros desistiram depois da primeira conversa. Percebi dois pontos referentes às desistências: primeiro a obrigação de reservar um tempo para uma pesquisa de uma pessoa que não era conhecida. Segundo, acredito que falar sobre a trajetória de vida com um desconhecido e revelar todos os medos, estranhamentos e experiências, também tenha sido um motivo. No entanto, as falas desses sujeitos estiveram presentes na hora de ressaltar algumas questões durante as entrevistas. Essas afirmativas também chegaram a ser usadas na análise de dados de forma a somar nas semelhanças encontradas na pesquisa.

No geral, os entrevistados que aceitaram participar, se mostraram bastantes solícitos em responder e desenvolver as questões. Poucas foram às vezes que obtive conversas rápidas e respostas curtas, e quando ocorreram, eram devido ao cansaço do cotidiano, em horários após aulas ou estágios. Sempre os deixava livre para escolherem os locais onde as entrevistas seriam feitas. A maioria delas foi realizada na universidade na qual eles estudavam, no horário do intervalo ou após todas as aulas. É interessante destacar que o ambiente do shopping center foi solicitado algumas vezes para ser o local da entrevista, nada mais apropriado para uma pesquisa sobre consumo.

Os sujeitos que foram entrevistados frequentam o bar que foi utilizado como primeiro ponto de observação para a pesquisa, uns mais outros menos<sup>30</sup>, mas foram eles que escolheram contribuir para que o estudo desse certo. Nas primeiras entrevistas com cada um, foi notada certa contenção de palavras em relação à história de vida. Havia certo cuidado ao falar das reações familiares por parte de alguns entrevistados, mas depois da primeira entrevista, houve a confiança dos entrevistados na pesquisa. Ao reparar essa atitude de defesa da história, na próxima entrevista eu tentava abordar novamente alguns pontos que não tinham sido bem desenvolvidos nas falas anteriores. Houve um cuidado de abordar sempre as mesmas temáticas para todos os entrevistados.

---

<sup>30</sup> Foi percebido nas entrevistas uma preferência pelas opções de lazer voltadas para as festas temáticas organizadas pelas produtoras Fritz, Golarrolê e Carola.

Porém, as perguntas nem sempre eram realizadas na mesma ordem ou da mesma forma, isso dependia do ritmo da própria conversa.

Praticamente todos eles revelaram o quanto participar da pesquisa estava sendo importante para que eles mesmos pudessem falar de pontos que ainda não tinham se questionado e de como se sentiram representados pelo fato de alguém querer ouvir o que eles tinham a dizer. Alguns até brincavam e diziam que a entrevista era uma espécie de terapia, na qual eles poderiam externalizar ideias e sentimentos. O “entre” do título da pesquisa vem para destacar, exatamente, a agência desses sujeitos, o que eles têm a dizer sobre si e sobre o grupo a que pertencem. Faz-se necessário dizer que, mesmo dando voz e liberdade aos entrevistados para explorarem suas vivências, eu sempre tentei direcioná-los para os temas que envolviam a pesquisa.

Os cinco entrevistados se assumem como gays, são jovens do sexo masculino, moram no Recife e são estudantes de universidades públicas. Todos eles são brancos, magros<sup>31</sup> e maiores de idade – Mateus e Roberto de 18 anos, Léo de 21 anos, Elton de 24 anos e Isaque de 29 anos. Fez-se presente e deu muita significância à pesquisa essa diferença de idade apresentada de Mateus e Roberto para Isaque. A diferença de idade fez perceber diferenças nas formas de lidar com a identidade e na maneira de assumir isso para a sociedade, principalmente para a família. Por exemplo, apesar de não ter conversado com os pais sobre a sua sexualidade, o Roberto vai para festas e ambientes considerados LGBT e posta fotos em redes sociais sem ter medo da reação dos pais. Isso difere do Isaque que demorou a externalizar esses fatores para os pais antes de, de fato, contá-los.

Eles se enquadraram na condição econômica de classe média. Sabe-se que há uma variedade de explicações e condições para a classificação em uma classe econômica e que também existem diversidades dentro de cada grupo de classe. Ao se classificarem como classe média, os entrevistados indicaram sua condição de vida através de: poder de consumo (compra de bens e serviços), condição de moradia e condição educacional (estudar em colégio particular, mas fazer universidade pública). É importante referenciar que a própria escolha do local para as observações já indicava um

---

<sup>31</sup> O fato de todos os entrevistados terem sido brancos e magros não foi algo estipulado na seleção, isso ocorreu devido a disponibilidade e vontade dos mesmos de participar da pesquisa.

direcionamento para essa classe econômica, tendo em vista que é um bar que cobra para entrar (mesmo que o valor seja revertido em consumo, na grande maioria dos dias) e que a alimentação dele não é tão acessível.

Como citado na bibliografia, o consumo pode identificar grupos e hierarquias sociais, por isso, nas sociedades de classe, o consumo vai marcar as diferenças. Assim, as possibilidades de participação da atividade econômica podem refletir esferas de autoexpressão e a classificação dos indivíduos. Segundo Bourdieu (2007), o gosto varia de acordo com as necessidades e condições econômicas, isso seria um dos fatores da existência de signos associados aos produtos e serviços. Diante disso, as pessoas da mesma classe tendem a ter o capital cultural e econômico parecidos, em sua grande maioria. Esse capital é somado à prática – o *habitus* – e vai referenciar as distinções entre as classes. Diante disso, a pesquisa procurou encontrar as semelhanças de *habitus* entre os jovens entrevistados.

Devido ao fato de todas as narrativas representarem um pouco da vida de cada um dos entrevistados, foi sugerido que eles escolhessem seus nomes fictícios para que suas identidades fossem preservadas. Porém, dois entrevistados – Mateus e Elton – preferiram utilizar seus nomes verdadeiros, como uma questão da afirmação da identidade sexual. Roberto escolheu seu nome aleatoriamente, afirmando que achava um nome forte. Isaque escolheu esse nome pelo fato de ter uma relação afetiva com ele: “vou escolher o nome do meu futuro filho, Isaque, com q – u – e, igual ao da Madonna”, e Léo ficou com dúvidas, então eu ajudei a escolher esse nome. A simples escolha dos nomes podem revelar afirmações políticas, simbolismos de força e de desejos paternos.

O texto sobre cada um foi modificado apenas para encaixar as informações, tendo em vista que foi utilizada a entrevista semiestruturada<sup>32</sup> e conversas informais para a coleta de informações. Os conteúdos das perguntas sobre as histórias de vida foram os mesmos para todos, por isso, as construções estão bem parecidas. Os assuntos foram pensados de forma a responderem os objetivos da pesquisa e de combinarem com as referências

---

<sup>32</sup> Os roteiros das entrevistas se apresentam no apêndice. É importante ressaltar que perguntas fora dos roteiros foram realizadas com o propósito de compreender melhor as explicações dos entrevistados.

bibliográficas. Entender os processos de compreensão, aceitação e construção da identidade sexual foi interessante para aprender sobre essa passagem e ajudou a interpretar melhor as colocações realizadas pelos participantes durante toda a pesquisa. A construção foi pensada dessa forma para que não faltasse nenhuma informação nas histórias, com isso, podem-se analisar as significações atribuídas às experiências por cada um dos entrevistados.

A narração foi realizada na primeira pessoa para que fosse percebida a presença desses entrevistados na pesquisa. Também houve a intenção de aproximar o leitor dos entrevistados e da realidade de cada um deles. Por isso, as gírias e a forma de falar foram preservadas para que ficasse o mais próximo possível da forma real de expressão dos entrevistados. Assim, algumas divergências na concordância e no emprego de palavras femininas e masculinas poderão estar presentes nessa parte do texto.

## **2.1 Sair do armário é uma coisa constante – Mateus**

Quando criança eu não sabia o que era gay ou o que era bi, mas eu era muito efeminado, eu era uma criança bem viado. Essa era uma questão muito grande na minha família, todo mundo perguntava. Eu não sabia o que era, mas já sabia que tinha alguma coisa. Aí, fui crescendo, dei o meu primeiro beijo e foi em uma menina. Eu ficava com meninas e tal, mas eu também sentia atração por meninos, primos. E eu ficava: “hum, o que será que é isso?”. Então, eu não sempre soube que era gay. Eu tinha uma leve suspeita, mas eu achava que eu era bi e na verdade eu sou gay, e passou quase que a vida inteira assim.

De uns tempos pra cá eu comecei: “eu acho que sou bi”, até que eu fiquei com o primeiro menino, quando eu beijei o primeiro menino eu vi que era completamente diferente. Tipo, eu comi chuchu a vida inteira e gostava de chocolate (risos). A sensação é completamente diferente, o toque, tudo.

Em relação à família, nunca houve uma forçação, mas fizeram de tudo, tipo terapia de cura gay, me botaram no futebol, no judô. Eles nunca me forçaram, era uma coisa implícita, sabe?! Me colocavam em esportes, tentavam todas as possibilidades pra evitar que eu fosse gay. Que tem que ser

homem. Eu não era forçado, como eu era mais novo era: “ah, você faz assim que vai ser melhor”. Sobre a terapia de cura gay, foi lá em Garanhuns. Eu fui pra uma psicóloga, disseram que ela era ótima e que resolvia. Fui pra resolver “esse problema”, pra me ensinar a ser menino. Minha família é muito religiosa, meu tio é padre.

O fato de eu ser do interior também pesa, pesa muito. Realmente, às vezes, eu nem tenho tanta noção de tu perguntando assim, mas pesa muito, muito. Eu fui pensar na possibilidade de ser bi quando eu me mudei pra Recife, pois eu descobri que tinha essa possibilidade e que não era errado. Porque no interior, principalmente em Garanhuns, não sei se tu conheces, mas Garanhuns é muito pequeno. Então, tem a questão da minha família também, porque o meu avô é fazendeiro e é muito, muito da família “tradicional brasileira”. Então eu acho que pesa em dois fatores: primeiro porque eu acho que a gente não tem noção de quantos caminhos existem pra a gente seguir, e dois é que há um peso muito maior por você ser diferente. Isso porque os caminhos são menores, todo mundo se conhece, todo mundo é mais ou menos parecido, então qualquer coisinha se torna muito grande.

O meu problema em não me encaixar num papel de gênero é que um papel de gênero de interior ou de alguém mais tradicional é muito mais forte. Às vezes, eram coisas mínimas, muito mínimas, mas que quando eram colocadas num contexto, isso era ampliado. A minha voz era mais fina, aí era um problema. Eu gostar de moda era um problema muito grande, porque um moço não podia gostar de moda. Teve uma época na minha vida que eu fui proibido de ler a revista de moda, porque, por isso, que eu era gay. E não tem nada a ver se você gosta de moda, se você fala fino, se você gosta de um determinado tipo de roupa, se você não gosta de futebol, isso não tem nada a ver com sexualidade, nada a ver. É questão de gosto e papel de gênero. Mas aí eu acho que o papel de gênero é muito mais forte em relação à sexualidade no interior e é um peso muito grande.

Eu até fui apresentar um seminário de sociologia sobre o papel de gênero, apresentamos uns dados de uma pesquisa aí que apontava que mais ou menos 10% da população brasileira se declarava LGBT, mas, em uma cidade do interior do Pará, abaixo de 200 mil pessoas, duas pessoas se declararam LGBT. É um dado muito forte, porque em Florianópolis chegava a

12%. Então a gente vê que uma capital como Florianópolis, do sul do país as pessoas são mais abertas, o pessoal se sente mais à vontade. Já no interior do Pará, com certeza tem mais do que dois LGBTs naquela cidade, mas não há a possibilidade de abertura e de se assumir.

Eu passei por um processo de aceitação rápido, eu sou meio desbocado, então tipo: “ah, foda-se, eu não tô nem aí pra o que todo mundo vai falar”. O processo foi bem recente, eu tinha 17 anos. Com os meus pais foi superfácil, na verdade eu protelei por muito tempo. Eu ficava meganervoso e nunca conseguia falar. Mas quando eu consegui contar foi super de boa. O resto da família, meus irmãos foi muito de boa também, mas o resto da família eu tava bem afastado de uns tempos pra cá, tanto parte de pai quanto por parte de mãe.

Eu passei por *bullying* a infância inteira, mas eu não entendia porque era. Aí depois que eu descobri a sexualidade que eu fui entender porque era. Depois que eu entendi isso também foi parando porque eu fui aprendendo a responder ao *bullying*. Mas eu nunca troquei de colégio por isso não.

Eu sempre amei me vestir. Sempre. Aí, quando eu tinha uns treze anos, eu descobri que a moda existia e aí, realmente, eu fui me apaixonando muito. Eu criei um blog com 14 anos. Eu tava numa fase de descobrir os blogs e tava amando. Na época eu tava fazendo psicóloga e foi sugestão dela: “ah, por que você não cria um blog?”, mas eu não dei tanta atenção. Em Garanhuns tinha uma menina que tinha um blog lá e me adicionou no *Facebook* e disse que achava que eu me vestia muito bem. Ela perguntou se eu queria falar umas coisas no blog dela, aí eu quis e fui. Fui muito na onda, não entendia de nada (risos). Mas eu vi que eu gostava daquilo e criei um só meu, com o tempo eu vi que eu gostava muito daquilo. Eu descobri que eu tinha paixão por moda e depois eu descobri que tinha paixão por comunicar. Mas eu criei na louca, eu não sei de onde eu tirei essa ideia (risos).

O blog tem vários fatores. Um que ele é mais ou menos a minha válvula de escape, sabe?! É a coisa que eu faço com mais amor na minha vida. Eu tenho ele há 4 anos, eu comecei com 14 anos, eu era uma criança ainda. Eu, realmente, me descobri com ele, cresci pessoalmente junto com ele e hoje a minha vida, muitas coisas são direcionadas a ele. Eu morava no interior e eu percebi que pra o blog seria muito melhor se eu viesse morar aqui. Então eu

convenci meus pais a morar em Recife e quando eu me mudei tudo mudou. A questão da sexualidade aflorou muito mais, eu me senti mais livre. A minha vida é muito ligada a ele.

Na questão do círculo de amizades, mudou muito, mas porque eu mudei muito. Por causa do blog eu acho que nem tanto, porque, por causa do blog eu tenho mais amizades no meio *fashion*. Eu tenho amigos de outras profissões de coisas completamente diferentes. Mas o blog me evoluiu muito, por exemplo, dia 28 de junho foi o dia do Orgulho Gay, e eu vinha com muita vontade de ser uma voz maior na internet, nas redes sociais, pela causa LGBT. Eu imaginava assim: “ah, se eu tenho uma realidade tão fácil, eu posso facilitar a vida de outras pessoas”, e quando eu tava me descobrindo, me aceitando, eu assisti muitos *youtubers*<sup>33</sup>, eu li muitos blogs e me ajudou muito. Então, se eu tenho essa vozinha, mesmo que pequena, eu posso ajudar alguém. Se eu ajudar só uma pessoa já serve. O blog é uma válvula pra que eu lide comigo mesmo e ajude em outras questões. Eu tento ser o mais engajado possível e quero, realmente, militar com o tempo. Mas, ainda não.

Ser gay é tecnicamente gostar do mesmo sexo. Mas a gente sabe que não é só isso. Eu acho que ser gay é principalmente ser assumido, é você carregar com você muitas coisas. É você carregar uma pressão social, é você ter uma liberação maior, é você se perceber, se conhecer e fazer parte de uma minoria e abraçar isso. Ser gay é muito divertido. Eu acho, realmente, ser muito maravilhoso, porque você é mais livre, você é mais libertado, é mais desconstruído. Quando você sabe lidar com você mesmo e com a sociedade, você aprende muito.

Um hétero não precisa se descobrir, ele não precisa aprender a lidar com a sociedade, porque já tá todo mundo pronto pra ele. O gay não, porque mesmo quando se descobrir ele precisa saber lidar com a sua sexualidade, aprender a lidar que ele é diferente de alguma forma. Ele precisa aprender a lidar consigo e com os outros. A se impor mais, a não aceitar que te coloquem de volta no armário, porque a gente acha que sai do armário uma vez e fica fora dele pra sempre. Mas não, sair do armário é uma coisa constante, é diária,

---

<sup>33</sup> Geralmente são jovens que produzem conteúdos sobre questões do cotidiano e disponibilizam em vídeos no site YouTube. Os textos costumam ter uma linguagem clara e simples, além disso, eles promovem pequenas interações com os seus espectadores, como respondendo perguntas em transmissões online, ou na parte reservada aos comentários.

de autoafirmação, de empoderamento. Se você não se empoderar, as pessoas vão ignorar isso em você e vão acabar te colocando de volta no armário. Então eu acho que ser gay é um processo de empoderamento todo dia, da sua situação pessoal e social, todos os dias. Você carrega com você muitas coisas, mas no fundo, no fim, é um processo de liberação muito divertido e muito livre.

## **2.2 Será que eu sou *trans*? – Roberto**

Desde criança eu sempre soube que eu era, sempre tive essa consciência que eu não podia ser e aí eu era um pouco triste porque eu sabia o que eu ia ser, o que eu queria ser, mas eu não podia. Não tenho como dizer: “ah, foi por volta dos 4 anos”, desde sempre quando eu comecei a tomar concepção das coisas, de amigos ao corpo eu notava isso. Acho que, talvez, na escola, talvez com uns 4 anos, porque foi quando eu comecei a perceber o outro, né?! Não era uma coisa sexual, mas era uma questão de interesses. Quando eu era criança, eu tinha interesse por coisas que, teoricamente, pertencem ao universo feminino. Desenhos que, geralmente, eram meninas que assistiam; bonecos e bonecas que talvez meninas pudessem querer. Então, eu pensava: “Meu Deus, seria muito fácil se eu fosse mulher, porque eu ia poder fazer isso sem ninguém reclamar comigo”.

A primeira percepção minha era de que seria mais fácil se eu fosse mulher. Porque, na minha cabeça, além de gostar do que era feminino eu gostava de homem. Eu pensava que só podia fazer isso sem ser julgado se fosse mulher, então eu pensava que devia ser mulher. Mas foi a partir disso, de elementos que eram do universo feminino, que eu gostava, que eu me sentia culpado por gostar. Todas as referências homossexuais que eu tinha era o que eu via na TV quando e o que eu ouvia de comentário na família, e eram coisas muito reduzidas, superficiais. Coisas negativas, inclusive. Era uma imagem ruim, de pessoas que sofriam e que deveriam sofrer porque elas estavam erradas. Eu tinha a ideia de que ser gay era ser uma pessoa extremamente efeminada, ser sempre o excluído da família e ser aquela pessoa que as pessoas da família falam mal. A promiscuidade e tudo mais. Então, a minha vida inteira eu acreditei que eu não poderia ser aquilo e pronto, eu ia ter que viver sendo o que eu não era.



Me dava muita angústia do futuro, de como ia ser. Eu ouvi falar das pessoas *trans* e pensei: “poxa, mas se eu fosse mulher eu ia também gostar de homens, então eu acho que eu deveria ser mulher. Será que eu sou *trans*?”. Aí eu começava a ler sobre *trans* e pensava: “Meu Deus, será que eu vou ter mesmo que fazer isso pra poder me relacionar com homens, e tal?”. E aí, a partir da minha adolescência, a partir da internet, eu fui conhecendo pessoas que viviam com isso e eram felizes com a família, que iam para festas. Fui vendo que tinha gente assim como eu, que tava na mesma série ou na faculdade que eu queria fazer. Eu via que era natural. Eu não precisava seguir aquele estereótipo da ovelha negra da família. Isso foi no 1ª ano, então foi com 14 anos. Eu descobri que tinha festa voltada pra música pop que foi o que eu sempre gostei, voltada para o público gay. Descobri que tinha, enfim, coisas, pessoas que conviviam com isso e eram abertos para a família e simplesmente eram.

Foi me dando esperança em saber que talvez eu não precisasse fingir que namoro com uma menina pra o resto da minha vida para a família. Talvez eu não tivesse que sofrer de fato com essa vida. Que isso fosse normal. Então, eu fui conhecendo cada vez mais gente, fazendo amigos e fui me descobrindo: “poxa, não é tão errado ser o que eu sou, é diferente”. Quando eu percebi que eu não precisava ser mulher pra poder sentir atração por homem, porque isso pra mim era uma coisa implícita, eu fui percebendo que os gays não eram pessoas estranhas, eram, simplesmente, iguais a mim.

E aí as minhas amigas mais próximas da escola, que eram meu círculo de amizade na época, elas não sabiam disso e eu tinha muito receio de contar, justamente pelos motivos que eu tinha falado antes. Imaginava que as pessoas iam achar isso errado. Já tinha pra mim que não era, mas achava que as pessoas iam julgar, comentar e tudo mais. E aí, um dia, uma amiga minha descobriu. Por um acaso, mexendo no meu celular, ela viu uma conversa com um menino e me perguntou, eu falei e foi a melhor sensação do mundo. Eu falei pra elas e me senti superaliviado, porque eu descobri que as pessoas iam saber e que elas não tinham o menor direito de julgar e, se julgassem, eu não tinha nada a ver com isso. Mas foi tranquilo. Aí eu fui começando a me relacionar com as pessoas, fazendo mais amigos e pude entender que, de fato, isso é normal.

Minha relação com a família ainda é bem normal, assim, porque eu não sou assumido para o meu pai e minha mãe, no caso. Muita gente da minha família sabe já: tias, tios, minhas primas e tudo mais. Eu acho que vai ser tranquilo quando eu contar, porque apesar de causar um estranhamento eles já têm se mostrado mais abertos. Eu acho que eles já sabem, já me soltaram várias indiretas. Mas eu tô segurando pra ser uma pessoa mais independente e poder falar numa situação melhor. Mas é uma relação boa na medida do possível, né?! Porque eu não cheguei nesse assunto ainda com eles. Eu penso em chegar e contar, porque tem muita gente que não precisa se assumir e eu acho isso bem ok, porque é, realmente, a situação de cada um. Mas eu sei que eu preciso porque eu quero que a minha família saiba que eu sou assim e pronto. Se eles tiverem algum problema, vai ser um problema deles. Eu acho que eles têm que fazer parte porque é uma coisa que eu sou.

Eu não sofri com o *bullying*, porque quando eu me assumi na escola eu já tava no ensino médio e me assumi numa posição de autoafirmação. Eu dizia: “sou e pronto”, e quando alguém falava ou tentava alguma brincadeira, eu fazia outra por cima e tirava o direito das pessoas de fazerem brincadeira com isso, de ver isso como um ponto negativo. Eu tanto me autoafirmava que as pessoas falavam: “ah, ele gosta até, então não tem motivo para rir disso ou pra fazer isso”. Eu sentia que as pessoas, não é que elas magicamente aprendiam que não era mais pra tirar onda com gay, mas eu notei que elas ficavam constrangidas de fazer na minha frente por me conhecer. Já me disseram que quando iam soltar qualquer tipo de comentário com qualquer outra pessoa que apresentasse um jeito de gay, eles pensavam duas vezes porque eu poderia conhecer aquela pessoa e aí foram deixando de falar ali. Acabaram deixando de falar geral.

Em relação aos papéis de gênero, até hoje é uma coisa que eu aprendo muito conversando muito com amigas que estão engajadas no movimento feminista, fazendo trabalhos acadêmicos e tal. Tipo, até 6 meses atrás talvez eu não percebesse. A maioria das roupas que eu consumo, tipo essa calça, são coisas femininas e eu percebi que não tinha nada que me impedisse de usar isso. Na minha família isso ainda é muito real, por exemplo, de achar que uma coisa é de mulher e só. Mas aí, no dia a dia, tem coisas que eu olho e digo: “eu poderia usar isso. Qual é o problema se eu usar isso?”. É

uma coisa que até hoje eu venho construindo. Quando eu tava me assumindo, a primeira percepção com papéis de gênero era só em relação à sexualidade, de sentir atração por homem e sentir atração por mulher. Eu achava que havia atribuições de universo masculino e feminino em relação às roupas, coisas de usar, maquiagem. Hoje em dia eu ainda tô desconstruindo isso.

Depois que eu entrei na universidade, eu parei para ler coisas reais sobre gênero, coisas de pesquisadores. E, através de amigos e amigas, até em *Facebook*, na internet, eu encontro leituras e são coisas que acabam me enriquecendo. A gente tem todo um padrão de coisas formadas na cabeça de coisas que a gente nem sabe que tem. E aí eu entrei na universidade e vi que não. Sei lá, um menino usando uma coisa que eu nunca pensei em usar, eu vou olhar e vou dizer: “talvez fique legal, talvez eu vá comprar”. O universo da Federal me ajuda muito, todo dia. Quando eu tô no mundo real, fora daqui, assim na família ou com outros conhecidos, eu me acho até mais intolerante, digamos assim. E eu fico assim: “o que é isso? O que é que essa pessoa tá falando?”, tá ligado? Aí é totalmente a universidade, me ajudou e me ajuda muito. Acho que vai me ajudar ainda até o resto da graduação a ser uma pessoa diferente.

Ser gay, eu acho que você pensa que é difícil. A princípio acaba sendo difícil por motivos de relação família e amigos, mas depois que você vai tentando, você vê que é simplesmente uma característica sua como qualquer outra. É o que você é e pronto. É uma característica que faz parte de você e tá lá e por motivos sociais, gostos e tudo mais, acabam te agregando vários hábitos e vários costumes de ir para certos lugares, de falar certas coisas, de assistir certas coisas porque é o que as pessoas acabam te levando a fazer.

### **2.3 Ser gay é ser ativista – Elton**

Bom, eu me entendia como gay acho que desde os 10 anos, mais ou menos... 10–11 anos. Mas só fui me aceitar mesmo depois que eu entrei aqui (na UFPE), me assumir pra mim mesmo. Eu tinha bastante medo do que a minha mãe ia achar e a minha família. E também por achar errado, porque eu comecei a achar que eu era gay com uns 11 anos, mais ou menos, e foi bem

duro assim, porque eu acessava a internet e não gostava do que os meus primos gostavam. Essas fotos de mulheres seminuas ou peladas. Eu não gostava daquilo e ficava: “ai, Meu Deus, como é que vai ser? Eu não gosto daquilo”. Não me aceitava, tentava meio que me converter pra hétero. Quando eu tava comendo ou quando eu tava com os meus primos e familiares, eu tentava não ficar tão gay, digamos assim. E tinha umas coisas que eu queria comprar, mas aí eu pensava que “com essa roupa eu vou ficar mais gay”, por exemplo, calças *skinny*. Eu queria usar muito antigamente, mas eu não tinha coragem, porque eu achava que ia ficar muito.

Minha família é um pouco machista, principalmente pelo que eles falavam, porque eu era um pouco efeminado, não gostava de futebol e dessas coisas. Sempre ficava, principalmente o meu tio, em cima da minha mãe dizendo que eu tinha que me corrigir, pra eu ficar mais homem e essas coisas. Quem ficava fazendo essa pressão de namoradas era meu tio mesmo. Minha mãe também era de boa, porque eu acho que ela já sabia desde criança que eu era. Ela não fazia essa pressão para que eu não sofresse mais. Mas meu tio, minha avó e minha tia sempre ficavam cobrando, perguntando: “e a namoradinha?”, essas coisas. Eu ficava meio que enrolando, dizendo que não queria namorar e tudo mais. Que não era a época, que eu tinha que estudar, essas coisas. Mas da parte da minha mãe e do meu pai nunca rolou essa pressão não. Não foi fácil pra mim.

Eu acho que foi com 21 anos que eu falei com a minha melhor amiga, depois para o pessoal aqui da faculdade e no final desse mesmo ano, de 2014, eu falei com a minha mãe. Mãe assim, sempre sabe, aí ela foi totalmente de boa. Eu falei pra ela e para as minhas irmãs, que também foi fácil, minha prima. E foi muito tranquilo, assim, não teve nenhuma turbulência, não. Acho que o que não foi fácil foi pra mim mesmo me aceitar enquanto gay, parar de negar esse gênero. Sexualidade, no caso. O processo de aceitação foi bem difícil, porque eu não me envolvia nem com meninos e nem com meninas, porque eu não queria beijar por beijar sem sentir nada. Aí, pra poder não me envolver, eu ficava nessa. Muitos amigos meus aqui da faculdade achavam que eu era assexuado, porque eu saía para as festas e não era de beber, não era de beijar eu ficava só curtindo, dançando mesmo.

Eu não tinha muitos amigos na infância, era uma pessoa mais antissocial, meus amigos eram mais meus primos mesmo. E quando eu me assumi mesmo, os amigos que eu tinha eram mais o pessoal da faculdade, que são todos mente aberta, bem tranquilos com essas questões, e também uma amiga que era do pré-vestibular, mas também foi tranquilo. Ela disse que não ia mudar nada e tudo mais. Ninguém se afastou de mim depois que eu me assumi não. Minha mãe é católica, mas não é aquela católica que frequenta igreja sempre. Inclusive, eles começaram a frequentar a igreja depois de mim, porque eu não tinha muitos amigos. Aos domingos eu queria sair pra algum lugar, aí ia pra a igreja que era o lugar mais próximo pra mim. Depois de mim que começou ir mais para a missa. Era por causa da formação da minha família mesmo que era machista, uma mente muito fechada. Hoje em dia não tanto.

Estar na universidade nesse período de aceitação fez uma diferença muito grande pra mim, foi uma ajuda. Porque depois que eu entrei aqui, meus amigos são totalmente de boas com essas coisas, e eu tive coragem de chegar e falar pra eles, ser espontâneo com quem eu era. Eu também não tinha coragem de dar em cima de ninguém nas festas, porque, além de eu ser gay, eu sou muito tímido. Mas, depois que eu entrei aqui, acho que depois de um ano que eu me assumi, sim, ajudou bastante a me libertar disso de me assumir pra mim mesmo, o que foi a parte mais difícil.

Eu sempre estudei em escola perto da minha casa, escola de bairro. Eu tive sorte, no local que eu moro tem várias escolas até o ensino médio. E minha mãe é superconhecida no meu bairro. A perseguição que eu sofria era porque eu era muito magro. Mas era mais com isso mesmo, nada relacionado ao meu jeito de andar ou ao meu jeito feminino e tudo mais. E sempre que eu tinha algum problema na escola, minha mãe ia lá e conversava com o aluno, com a diretora, ia na casa dos pais. Ela sempre foi assim um pouco barraqueira. Aí eu nunca sofri *bullying* relacionado à minha sexualidade.

Minhas irmãs militam bastante essa questão dos direitos LGBT e também questão feminista. Lá em casa são três vozes, eu e minhas irmãs, somos de militar e de falar sobre essas coisas LGBT e feminismo, questão racial e só a minha mãe que tem tipo uma cabeça pra trás. A nova geração vai influenciando as gerações mais velhas. Depois que eu me assumi lá em casa,

todo mundo, minha tia, minha avó, ficou meio que medindo as palavras sobre o meio gay e essas coisas do tipo, porque minha prima é militante, minhas irmãs também e tipo elas acabaram influenciando, falando para o pessoal da família que a gente tem que ter esse direito e tudo mais, pra não ficar com esse pensamento retrógrado que não tá com nada hoje em dia. Eu acho que essa questão social tem melhorado bastante por causa desses pequenos núcleos, ativistas nas famílias. Esses jovens mais novos que tão influenciando nisso.

Eu acho que, antes de tudo, ser gay é ser ativista. Porque quando você se assume gay, querendo ou não você já está levantando uma bandeira muito forte e você já começa a ser mais engajado na sociedade. Porque, tipo, aqui não é uma coisa tão pesada, não é proibido como em países do Oriente Médio. Mas ainda assim é uma barreira grande, todo dia é um obstáculo que a gente tem que enfrentar. Então, eu acho que ser gay é ser ativista.

#### **2.4 Caramba, eu sou gay, né? – Léo**

Rapaz, eu acho que eu não tive muito problema não, porque desde mais novo que eu me entendi. Eu comecei a perceber que eu não tinha interesse por meninas. Foi mais ou menos nessa época da escola mesmo, acho que foi antes dos 10 anos. Eu não tinha uma palavra pra isso, mas eu sabia quem eu era. Nunca chegaram pra mim e me reprimiram por alguma coisa. Aí foi acontecendo naturalmente.

Quando eu descobri a palavra gay, aí eu: “ah, agora eu já sei o que é, né?”. Na verdade, eu sempre fugia da palavra “gay”. Eu não queria ela. Eu até falei que era bissexual, mas não era. Eu sabia que eu era gay, mas eu tinha preconceito, então eu contornava, entendesse? Isso foi lá pelos 14–15 anos, mais ou menos. Eu tinha medo do preconceito. Todo *bullying* que existe para menino é praticamente relacionado à sexualidade dele. Aí eu fiquei receoso por causa disso. Quando eu entendi que isso era “tchum”, aí eu passei a ignorar e me aceitar mesmo.

Depois foi que eu fiquei: “caramba, eu sou gay, né? É! E como é que vão ser as coisas?”. Mas eu nunca fui de ficar mal mesmo por causa disso, eu não tive problema na minha aceitação porque, pra mim, sempre foi uma coisa

muito natural. Então eu não tive aquelas ideias que as pessoas ficam: “Meu Deus do céu, o que é que vai ser da minha vida?”. Eu ficava assim: “caramba, o que é que a minha mãe vai dizer?”. Só que, com o tempo, eu fui vendo que mainha tinha um monte de amigo gay, aí eu pensei: “ah, eu acho que ela não vai criar caso”.

Eu botei pra mim que mainha só ia saber quando eu arrumasse um namorado. Nisso, eu tinha um blog, era tipo um *tumblr*<sup>34</sup>, eu escrevia e eu decidi contar pra o mundo. Acho que eu tinha 16 anos. Eu fiz o post e meus amigos mandavam parabéns porque eu tinha me assumido e tudo mais. Aí uma vez eu esqueci o meu celular na sala, mainha começou a ler as minhas mensagens e viu as mensagens do pessoal me parabenizando. Eu notei que ela tava diferente, ela tava sempre se chegando pra conversar. Até que um dia, ela chegou assim: “oh, Léo, tu... não sei o que”, e começou a puxar assunto, aí eu disse: “mainha, tu quer saber se eu sou gay é?”, aí ela disse: “é”, aí eu disse: “pronto, eu sou”. Pronto, foi isso. Ela fez: “tá, tá certo”, falou para tomar cuidado, todas aquelas coisas, usar camisinha e não sei o quê. Foi isso, bem de boa.

Na escola, sempre que tinha uma brincadeirinha diziam pra eu ir pra o time das meninas e coisas assim, sabe? Ou então diziam: “ah, tu é frango”. Tinha uma época que eu ficava calado. Eu sofria, mas não era uma coisa tão pesada. Quer dizer, era pesado. Aí, no ensino médio, quando os meninos vinham com essa brincadeira pra o meu lado, eu também amadureci, quando eles chegavam pra fazer esse tipo de brincadeira, eu falava: “é, né? E daí?”. Aí o pessoal via que não tinha graça tá fazendo isso.

Meus amigos faziam comigo, mas quando eu percebia que era uma coisa preconceituosa eu dava logo um fora e dizia que não era pra ser assim, porque eu acho uma falta de respeito. Aí eles pararam de comentar esse tipo de coisa na minha frente, de outras pessoas, porque eles sabiam que eu ia dar um fora. Com o tempo, pra eles, virou uma coisa natural e parou o *bullying* no ensino médio. E também tinha um pessoal de outra sala que não fazia porque sabia que eu era capaz de dar um fora. Eu tava sempre com os meus amigos, então ninguém fazia nada. Aí só foi nesse período de ensino fundamental,

---

<sup>34</sup> Rede social em plataforma de blog, na qual os usuários podem compartilhar textos, imagens, vídeos e áudios interagindo com o público.

sabe? Da 5ª até a 7ª série. Mas já na 8ª série não faziam mais. Hoje meus amigos não comentam mais sobre a sexualidade da pessoa, eles só comentam quando tã na duvida. Não no sentido de ofender, mas de tá na duvida, sabe?

Pra mim, ser gay é o fato de gostar de uma pessoa do mesmo sexo. Mas nisso a gente cria um mundo pra a gente só pra isso, que a gente pode ser bem bicha entre a gente. Um mundo gay. Mas gay em si, pra mim, é gostar de uma pessoa do mesmo sexo. Não tem muita coisa não, sabe?!

## **2.5 Ah, eu posso passar qualquer barreira – Isaque**

Então, eu posso dizer que eu já sabia que eu era gay desde muito novo, desde muito criança. Pra você ter ideia, eu acho que a primeira vez que eu me senti atraído por um menino, que eu me lembro, foi na alfabetização. Isso durante todo o meu período escolar, sempre tinha um coleguinha que eu achava mais bonitinho e ficava apaixonado por ele e não sei o quê. E eu sabia disso, eu tinha plena consciência de que eu estava apaixonado, que eu queria namorar, que eu queria ficar. Só que eu também tinha vontade, na época, de namorar meninas. Só que eu não me considero bissexual e eu tenho certeza que isso era uma coisa vinda da sociedade. Todo mundo dizia: “cadê a namoradinha?”, e eu acabava procurando. Até ficava bem apaixonado também, mas hoje eu vejo que era uma coisa que era meio forçada.

Quando eu era pequeno meu pai ficava fazendo com que eu gostasse de futebol e eu não me interessava de jeito nenhum. Eu não gostava de assistir futebol, jogar futebol, em ganhar camisa de time, enfim, essas coisas eu não gostava. Mas eu acho que ele não tentou tanto não, na minha adolescência ele parou de tentar porque viu que eu não gostava. Já a minha mãe, como eu sempre me interessei por moda e ela gosta também, ela não reclamava. Inclusive, ela, de certa forma, incentivava. A minha avó me incentivava também, porque a minha avó costura e ela tinha assinatura de revista da Manequim, que vinha com os moldes e tal. E toda vez, desde pequeno, quando eu chegava na casa dela, eu perguntava logo: “cadê a Manequim desse mês?”. Aí ela me dava, eu ficava folheando com ela e a gente ficava: “ah, esse daqui é



bonito”. Às vezes eu chegava lá e meu avô fazia: “oh, Isaque, tem revista nova”.

Eu sempre soube, mas ao mesmo tempo, toda vez que vinha aquela coisa na cabeça, eu tentava, de alguma forma, reprimir, porque eu ficava com medo. Assim, é estranho dizer isso, porque ao mesmo tempo que você sabe, você tenta desviar aquele pensamento. Eu tinha medo, eu nunca achei errado. O que eu tinha medo era de não ser aceito. Era de, sei lá, meus pais brigarem comigo, me colocarem pra fora de casa ou me baterem, ou então, até as próprias pessoas mesmo me excluírem. Enfim, eu sempre tive medo disso, mas eu nunca achei errado. Era sempre aquela coisa assim: “ah, depois eu penso sobre isso, agora não”. E eu só comecei a bater de frente com esse pensamento quando eu tava com 18 anos, que eu tinha passado no vestibular e aí eu ia ficar um ano em casa sem fazer nada, porque eu passei na segunda entrada e teve greve na UFPE. Aí eu peguei, parei e pensei: “nesse um ano eu vou finalmente parar para resolver aquela historinha que toda vez que vem eu, sabe?”. Aí foi, basicamente, em 2006, eu ia fazer 19 anos.

Em 2006 eu cheguei pra mainha e falei pra ela. Eu falei pra ela eu acho que depois do segundo menino que eu tinha ficado, aí eu cheguei e disse: “não, eu vou falar pra ela”, até porque era um saco ter que sair de casa e ficar mentindo, tipo: “aí, eu vou sair com os meus amigos”, que ela já conhecia e ia descobrir que eu não ia sair com eles. Eu contei pra ela pra não ter que ficar mentindo. contei morrendo de medo, só que assim, eu e minha mãe a gente tem uma relação muito próxima desde criança, eu sempre fui muito mais próximo a ela. Eu falei com ela e ela ficou de boa. O meu pai foi um ano depois, porque ele descobriu, porque eu não ia contar não. Painho sempre foi uma pessoa mais rígida, mais difícil, eu não ia contar a ele, mas aí ele descobriu e quando ele descobriu eu fiquei morrendo de medo: “Meu Deus, eu vou ser expulso de casa”. Ele passou uns três dias sem falar comigo, depois ele veio pedindo pra eu pensar direitinho no que é que eu queria e não sei o que, aí eu: “tá certo”. Mas depois a gente não falou mais sobre isso e com o tempo, naturalmente, ele foi entendendo que aquilo não ia mudar. Hoje em dia ele é tranquilo com isso, já conheceu namorado meu, enfim. Mainha sempre foi muito tranquila desde o começo. No começo ela ficou um pouquinho tristonha, mas, assim, nunca me tratou mal por causa disso. Com o tempo, essa tristeza

dela foi passando, e meses depois ela já estava super de boa. A minha irmã não teve problema nenhum, eu sou muito próximo a ela, mas, de todos, ela foi a última a saber. Hoje em dia eu me sinto bem aceito na família.

*Bullying* eu sofri demais, muito. Assim, foi a minha infância inteira. Começou a partir da 4ª série mais ou menos, eu acho que é porque a partir da 4ª série você já começa... Por exemplo, os meninos já começam a engrossar a voz, a minha voz nunca foi grossa, eu tinha trejeitos. A partir da 4ª/5ª série é quando os meninos começam a ficar mais homem, e eu não fiquei. E que eu até acho que isso não tem a ver com a minha sexualidade, porque eu conheço gays que sempre foram assumidos, inclusive, e não têm os trejeitos que eu tenho. Mas, como eu acho que eu tinha as duas coisas, eu acabei sofrendo *bullying*.

Eu me lembro a partir da 4ª série, antes disso eu não me lembro se sofri *bullying*. Durante a 4ª até o meu 3º ano foi *bullying* constante, era bizarro. Todo dia era muita brincadeira, eu só não sofri agressão física, cheguei perto de sofrer. Mas, tirando a agressão física, a minha vida inteira na escola foi de muito *bullying*, tanto é que, pra você ter ideia, hoje em dia eu não tenho mais relação nenhuma com ninguém do colégio, não sobrou nenhum amigo e que, hoje em dia, eu até faria diferente, mas eu me afastei de todo mundo. Eu não quis ninguém, porque foi *bullying* muito pesado. Minha infância, minha adolescência, meu colégio, assim, foi um completo inferno.

Eu sempre estudei na mesma escola. O máximo que eu mudei foi de turno, mas aí foi por outra questão, porque ficava melhor pra a minha mãe. Mas eu nunca mudei de escola não, quer dizer, eu mudei de colégio quando fui fazer o 3º ano, mas também não foi por essa questão. Mas no novo colégio foi a mesma coisa, *bullying* de novo. Foi tudo a mesma coisa, foi uma repetição.

Se fosse uns anos atrás eu diria que ser gay é gostar de homem. Hoje em dia não, porque hoje em dia eu tenho uma consciência de que a minha vida gay, eu construí de uma forma muito especial e com muito sofrimento. Pra mim, ser gay foi um processo muito sofrido, foi um processo de muita resistência e que de certa forma me deu uma alma muito resistente e, às vezes, muita fria. Eu sou uma pessoa que, às vezes, não tenho tanta compaixão assim com amigos meus que são mais ternos, eu desconfio muito do outro, eu sou muito frio, mas eu acho que foi a vida que eu levei, assim de

muito *bullying* e tal. Eu acho que, hoje em dia, o fato de eu gostar de homem nem tá muito relacionado ao fato de eu ser gay, porque, sei lá... Eu gosto de sexo e gosto de conhecer pessoas, mas ser gay pra mim é ser a pessoa que eu me tornei depois de muito sofrimento, que não é uma pessoa perfeita. É uma pessoa cheia de noias, é uma pessoa cheia de problemas de autoaceitação.

Eu sinto que hoje em dia eu tenho muito mais liberdade. Hoje em dia que eu digo é agora, porque eu acho que há um ano eu nem tava tão assim. Mas eu acho que hoje em dia eu tenho muitíssimo mais liberdade do que, inclusive, se eu fosse um Isaque hétero. Porque eu sempre fui uma criança tímida, antes mesmo de perceberem que eu era gay. E também porque eu era tímido, eu sofri muito *bullying*. Só que foi esse *bullying* que me fez virar uma pessoa menos tímida, porque eu tinha que reagir de alguma forma. E eu acho que hoje em dia eu tenho uma liberdade maior de fazer até mesmo coisas mais criativas, porque eu sinto que eu posso transpor esse limite.

Eu acho que, às vezes, um heterossexual vê uma barreira e não questiona se ele vai passar. No meu caso, eu também não questionava, mas me empurraram. Depois que eu passei a barreira, então eu vi que “ah, eu posso passar qualquer barreira”. Às vezes é a barreira do ridículo, eu saio com os meus amigos e a gente começa a gritar, coisa que um heterossexual não faria, na minha visão. Então, eu acho que estou muito mais livre, eu acho que é bem esse negócio da barreira, depois que me empurraram, eu já tô do outro lado, já passei. Eu sou muito mais livre do que os meus amigos héteros do colégio, porque hoje em dia eu olho pra eles e rio porque eu acho que eles são todos perdedores (risos), as pessoas que faziam *bullying* comigo. Tipo, eu não queria ter a vida que eles têm.

\*\*\*

Conhecendo as histórias de cada entrevistado, pode-se perceber o quanto as experiências da infância e da adolescência ainda marcam as atitudes deles em relação à sociedade. Os atos de *bullying* sofridos na escola, por exemplo, refletem hoje na autoafirmação, de não se fazer de vítima e levantar a bandeira LGBT diante de um ato discriminatório. Ou, ainda, reforçam o medo da violência urbana e uma possível contenção na hora de consumir

certos produtos como vestuários e maquiagem. A vivência no ambiente mais diverso e livre da universidade possibilitou à alguns entrevistados um melhor entendimento sobre a identidade sexual.

É importante ressaltar que, ao ler as histórias de vida, nota-se que muitas situações semelhantes foram vividas por todos os entrevistados. Porém, de acordo com a idade e com o entendimento da sexualidade advinda da educação familiar, esses jovens tiveram reações diferentes. Todos eles tiraram lições políticas e sociais do período de entendimento e externalização da sexualidade. Essa percepção servirá para a compreensão dos posicionamentos revelados no próximo capítulo, principalmente no que diz respeito aos fatores de: violência urbana, segurança para ser quem se é, estigma e a objetificação das relações de sociabilidade.

### **CAPÍTULO 3:**

#### **EXTERNALIZANDO O EU: AS SIGNIFICAÇÕES E AS SUAS SIMBOLOGIAS NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM E DA IDENTIDADE**

Para começar a falar sobre as significações e o entendimento dos entrevistados sobre as suas experiências de vida como gays, faz-se necessário discorrer um pouco sobre o local de início da pesquisa. Essa introdução é importante para contextualizar a realidade observada pela pesquisadora com as informações e noções expostas pelos entrevistados. Isso porque alguns dos fatos e relações observadas foram citados nas entrevistas, assim haverá uma conexão entre as observações e as informações colhidas.

A observação direta intensiva foi escolhida para ser realizada em um bar caracterizado como ponto de diversão LGBT, no bairro da Boa Vista, centro do Recife. Ele é próximo de outros espaços de lazer que visam à população LGBT no bairro e também pertence a uma dona que possui outros espaços de diversão para essa população, porém com propostas de estilos diferenciados. Pode-se dizer que é um ambiente de médio porte, como se fosse uma casa de primeiro andar com um terraço amplo. Logo na entrada, o consumidor compra fichas para usar dentro do bar, essas fichas parecem cédulas e são chamadas de *pinks*. Cada *pink*<sup>35</sup> equivale a dois reais. Isso me remeteu ao termo *pinkmoney* de Carvalho-Silva (2012) ao falar do consumo gay, como foi referenciado na pesquisa anteriormente.

A área semelhante a um terraço tem espaço para conversar com mesas e cadeiras, televisões, banheiro, um local para pedir comidas e um bar. É interessante dizer que o cardápio<sup>36</sup> é montado com expressões que ressaltam o amor, gírias gays e noções de santidade para combinar com o nome do bar. Como, por exemplo, a batata frita é chamada de *Amar e Agir*. As porções de comida costumam ser pequenas, o que faz alguns consumidores reclamarem do custo/benefício nas suas redes sociais. Foi observado ainda que essa “cantina” funciona à parte do bar, ela não recebe os *pinks*, e sim dinheiro/cartão. O banheiro é único, sem identificação de gênero, ou seja, unissex. Os funcionários são gentis e sorridentes.

Nas televisões passam videoclipes e shows de artistas que têm destaque para a grande parte do público LGBT, principalmente para os homossexuais, como das chamadas de “Divas Pop”: Beyoncé e Rihanna, por

---

<sup>35</sup> Há uma imagem do *pink* nos anexos.

<sup>36</sup> Há uma imagem do cardápio nos anexos.

exemplo. Durante um período de, mais ou menos um mês, nas quintas-feiras, também era transmitido um *reality show* de *drag queens*, chamado *RuPaul's Drag Race*<sup>37</sup>. Interessante ressaltar que, nos dias do *reality*, a música da parte da boate só começava a tocar quando acabava o episódio e a maioria dos consumidores ficavam assistindo e comentando sobre o programa. Os consumidores só iam dançar depois que acabava a transmissão do *reality*.

Depois que a temporada do programa acabou, por volta do final de maio (2016), foi notado que as pessoas começaram a chegar mais tarde e a lista de promoção para entrar também se encerrava mais tarde. Essa lista é disponível numa rede social no dia de cada evento. Outro fator percebido foi que, quando havia a transmissão do *reality*, a parte de convivência – o terraço – ficava pouco mais cheia, mesmo quando começava a música, do que quando a temporada acabou. Isso remeteu ao fato de que transmitir um programa de cunho LGBT pode ser bem significativo para a sociabilidade dos amigos que se reuniam para assistir e que depois continuavam conversando, não estavam ali só para dançar.

O espaço da dança é “dentro da casa”, como se fosse numa sala e remete a uma boate. É um pouco pequeno e tem umas pinturas coloridas na parede que remetem ao amor e liberdade, assim como faz referências a um santo que parece ser Santo Antônio. Nesse espaço também tem um bar. Além das músicas das “Divas Pop”, o dj toca pop em geral, funk e música eletrônica. Quando ocorre de ser uma música de “diva”, acontece de muitos frequentadores dançarem igual às cantoras, há uma euforia no ambiente. É notável que a performance é um fator importante entre eles. Inclusive, já ocorreram apresentações performáticas de *drag queens* no local, mas todos que sabem a coreografia acabam dançando junto. Dentro desse ambiente também acontece dos indivíduos, geralmente os mais novos, tirarem muitas fotos e *selfies*, fazerem pequenos vídeos e, ainda, falarem por áudio ou mandarem um trecho da música em aplicativos de conversa como, por exemplo, o *Whatsapp*.

---

<sup>37</sup> RuPaul é uma *drag queen* bem conhecida nos Estados Unidos. Em seu *Twitter*, já chegou destacar as diversas carreiras que foram lançadas no seu programa: “Desde que começou, há 8 anos atrás, #DragRace lançou a carreira de mais de 100 artistas negros, latinos, asiáticos e brancos”. Fonte: <http://pheeno.com.br/2016/07/rupaul-sou-rejeitado-pelo-brancos-por-ser-negro-pelos-negros-por-ser-gay-e-pelos-gays-por-ser-afeminado/>.

Em relação aos frequentadores do bar, em geral é um público jovem, entre 18 e 35 anos. Observando o vestuário dos frequentadores, nota-se uma variedade de estilos. A grande maioria vai de calça/bermuda e camisa, e entre as mulheres o uso do short e camiseta é predominante. Foi percebido que alguns consumidores vão direto da aula, principalmente nas quintas-feiras, com cadernos, mochilas e até mesmo camisa da universidade ou do curso técnico que há nas proximidades do local. Mas, também, há uma parte dos consumidores que investe na utilização de combinações que seguem as tendências da moda, salto alto e maquiagem, por exemplo. A exposição do estilo não fica só no vestuário, alguns penteados e cortes de cabelo mais ousados também são percebidos. Percebe-se que os indivíduos estão sempre confortáveis, cada um com seu estilo e isso passa uma sensação de acolhimento e liberdade para o local.

Ao falar sobre o vestuário e sobre a performance notada no ambiente da dança, faz-se necessário dizer que foi sentido que a roupa também faz parte da performance que alguns sujeitos apresentaram no local, como a forma de andar ou de gesticular. Algo que faz relação com se autoafirmar na identidade sexual ou de gênero. Por isso, muito mais do que a marca da roupa, o estilo pareceu ser mais enfático. O corpo é um organizador da identidade visivelmente identificado, com isso a maneira de se comportar pode trazer revelações sobre as identidades sexuais dos sujeitos, como dito anteriormente. Judith Butler (1990) defende que o gênero é performativo e que existem várias formas de expressar masculinidades e feminilidades de acordo com a construção social e as relações de poder. Embasada nisso, Carrie Paechter (2003) fala sobre uma comunidade de prática, na qual os sujeitos vão estabelecer uma aprendizagem que se baseia nos contextos sociais específicos. Dessa forma, eles desenvolvem experiências na prática em si e na compreensão das significações que os rodeiam.

Há gays, lésbicas, travestis, *drag queens*, transgêneros e heterossexuais convivendo tranquilamente e com respeito, ao menos não foi percebido nenhum tipo de conflito entre eles no local. As *drag queens* são muito requisitadas para tirarem fotos com as pessoas que as chamam. Foi observado um consumo significativo de cigarros e de bebidas alcóolicas, as marcas variaram muito. Entre as bebidas, foi notado mais consumo de *drinks*,

de cervejas, cujas populares tinham mais saída e, ainda, de bebida quente, geralmente uma que mistura cachaça com um refrigerante de cola. Acredito que o valor promocional seja um dos fatores que atraem os consumidores, pois o bar sempre investe em um produto com o preço mais acessível dependendo da temática da noite: às vezes tem cerveja ou *drinks* mais baratos, outras noites eles oferecem espumante ou *shot* de vodka livre até às 23h, por exemplo.

Após essa apresentação das observações efetuadas, as afirmativas realizadas pelos entrevistados vão seguir a ordem da temática apresentada na bibliografia. Logo, a sequência será iniciada em consumo, de uma forma geral, vestuário, que é um dos elementos escolhidos para organizar a pesquisa, identidade, corpo e sociabilidades, o que vai incluir os lugares de lazer. As questões que apareceram como adicionais serão encaixadas de acordo com a aproximação dos temas. Dessa forma, contemplamos não só os objetivos da pesquisa, como também a apresentação de ideias e experiências de ser gay numa sociedade preconceituosa e cheia de simbolismos como os entrevistados relataram.

É interessante ressaltar que, além dos marcadores escolhidos para nortear a pesquisa (vestuário/acessórios, corpo, locais de lazer e grupos de sociabilidade), outros foram captados em muitas das afirmações dos entrevistados. Eles estão relacionados à violência, a estigma e à função do objeto nas relações sociais e indicam a importância de ter conhecido pouco da trajetória de vida dos entrevistados antes de ver as colocações deles, pois elas vão estar conectadas com as experiências vividas devido à identidade sexual. É destacando essa ligação que a pesquisa apresenta a seguir os dados coletados nas entrevistas.

### **3.1 Consumo: experiências e comunicação com o outro**

O senso comum e algumas bibliografias, principalmente dos anos 1990, como a de Engel, Blackwell e Miniard ([1968] 2000), alertavam os investidores para o consumo da população gay, pois eles não formavam famílias e teriam mais dinheiro livre, como foi dito anteriormente. Mas será que esse público se considera consumista ou isso seria algo relativo? Esse



questionamento foi levantado para que os próprios entrevistados colocassem suas considerações sobre isso:

Não, é normal como as outras pessoas [...] Eu acho atrasado pensar assim. Apesar de saber que tem casais que não tem filhos, eu acho que isso é mito, porque ninguém tá sozinho. Tem gente que tá só, mas tem a família, sempre vai ter gasto. Ou talvez, você forme a sua família ou tenha seu filho, sua casa, seu esposo, tudinho. Então, eu não acho que isso seja uma afirmativa que hoje seja atual, atual não, que seja certa (Léo).

Consome. Porque, na realidade, a mulher consome mais por pressões sociais, mas eu acredito que na sociedade brasileira o padrão masculino é mais desleixado e um gay, principalmente um gay assumido, ele desconstrói isso, ele se preocupa mais com a aparência, ele liga mais pra isso. Acho que por ele ter essa desconstrução, ele consome mais. E também eu acho que o mundo gay, ele é muito, eu não sei bem a palavra, a pressão por beleza é muito grande [...] De alguma forma eu acho que há uma relação esse negócio dos filhos, porque filho é um carro todo dia, né?! (risos). Se você tem dez reais só pra você e eu tenho dez reais pra dividir pra mim e mais duas pessoas, né?! A construção da família passa pelo casamento, porque eu não conheço gays solteiros que adotaram filhos, eu acho que é muito difícil. Então, o primeiro ponto é você casar e casamento LGBT é algo muito recente (Mateus).

Diante dessas explicações, podemos dizer que os entrevistados da pesquisa, em geral, acreditam que a relação de consumo com a sexualidade não é uma regra, mas, sim, algo relativo devido à percepção individual de cada um. O consumo de um gay seria normal como qualquer pessoa que tenha família ou que se importe mais com corpo e aparência. Porém, como há certa pressão no meio gay para que haja um destaque entre os demais, isso pode se tornar um fator para que alguns busquem mais a diversidade de produtos e a fidelidade de marcas. Podemos relacionar essa pressão por beleza com a competição existente no universo feminino, como o Mateus fez. Acredito que essa ligação acontece pelo fato de ter que se mostrar melhor e capaz para a sociedade como um todo, e isso acaba sendo refletido na prática do consumo.

Quanto à associação de consumo com a construção de família, nota-se que, ao falar de ter filhos, a afirmação parece ter coerência para os entrevistados, visto que a formação de família (casal + filhos) para os gays é algo conquistado recentemente diante da legislação. Porém, mesmo que não se tenha filhos, os gays têm pais, mães, irmãos e, por isso, podem, sim, ter esses gastos familiares. Então, há uma contradição no pensamento do

marketing dos anos 1990<sup>38</sup> e no senso comum em geral. Qualquer pessoa, hétero ou homossexual, que trabalhe e que não tenha filhos tem pouco mais de dinheiro livre, isso é algo independente da sexualidade. Embora os entrevistados afirmem ao longo das entrevistas que a comunidade gay coloca certa pressão para que o sujeito se destaque e que muitos utilizem o consumo para isso, os próprios entrevistados chamam a atenção para ter cuidado com a noção de que todo gay é consumista, pois não são todos. O mesmo cuidado deve-se ter em relação à convivência familiar, isso porque nem todo gay tem problemas de relacionamento com a sua família, como o Léo, por exemplo.

Para tentar entender melhor o que é o consumo gay, indaguei os entrevistados sobre isso, já que o mercado vem utilizando essa população como nicho de consumo. O Roberto diz que vê um direcionamento para gays nos itens “a nível de música, que é muito forte. Cinema não tanto, é mais misto. A nível de roupa, acho que o nicho gay seria mais isso”. Concordando com Roberto, Elton destaca que “esse consumo seria na música mesmo, de comprar cds e dvds de cantoras e cantores. Eu acho que a comunidade consome bastante isso. Na música e também no vestuário”. Isaque concorda com as demais afirmações e aponta um tipo de explicação para esse consumo musical:

Eu acho que a gente consome mais cultura, porque eu acho que gay gosta de música, gay gosta de filme, gay gosta de artes. Eu acho que a gente é mais estimulado para a área artística. Eu não sei se é porque a gente é muito relacionado ao universo feminino e a sensibilidade da arte também é relacionada ao universo feminino. Aí, eu acho que a gente acaba se direcionando porque a sociedade direciona a gente. Então, eu acredito que é isso: arte, roupa e viagem (Isaque).

Mesmo encarando o consumo como algo que independe da sexualidade, todos os entrevistados afirmaram que havia uma prática do consumo conspícuo, de Veblen ([1899] 1988) – a ostentação – entre a população homossexual, principalmente nas festas e redes sociais, como vemos a seguir:

---

<sup>38</sup> Lembrando que essa teoria é norte-americana e nos Estados Unidos há uma tradição que os jovens, geralmente, saem de casa assim que concluem o *High School*, ou seja, em torno dos 17 anos. Assim, pode ser que a diferença cultural influencie na tradução da realidade quando trazemos para o contexto brasileiro.

Rola, principalmente em festa. Na festa sempre vai ter aquela pessoa que vai tá no cantinho dela, bebendo cerveja com a sua roupa de marca. E essas mesmas pessoas sempre tão no Instagram<sup>39</sup> ostentando foto de viagem ou de bebida, ou em festa e lugares que você sabe que são caros (Léo).

Eu acho que há uma pressão mais da sociedade do que do meio gay de que o gay se supere. Ainda hoje, ser gay é visto como uma coisa ruim, você acaba tendo que se provar muito mais e na nossa sociedade se prova muito com dinheiro. Então, eu acho que o gay acaba mais entrando nessa da sociedade de provar que ele pode. Mas eu acho que é mais pelos héteros do que pelos próprios gays (Mateus).

Tem, infelizmente. É uma minoria, mas que oprime; que é a minoria elitista. É o gay branco, de classe média alta que quer ostentar, enfim, é um defeito muito grande nessa área LGBT. É muito elitista. É uma coisa que eu vejo muito, assim, quando eu saio pra balada, pra as festas. Eu só vejo o gay branco, classe média alta que mora em Boa Viagem ou na Zona Norte. É mais o público das baladas que eu vejo. A questão periférica assim, não tem muito. E, infelizmente, é um meio que é muito ostentador e elitista (Elton).

Diante das falas, é possível notar uma concordância na utilização do consumo para demonstração de status pessoal como encontrado na revisão bibliográfica. Ou seja, há, em certa medida, um reforço da hierarquização através do gosto e estilo de vida. Percebemos que é uma maneira de um indivíduo demonstrar que é bom para quem o vê, logo a percepção que o outro faz de cada um se apresenta como uma questão importante, como expressou Lash (1986). O que podemos dizer que esse destaque pela posse ou acesso às coisas também ocorre entre grupos heterossexuais e está relacionado aos processos de distinção retratados por McCracken (2003) e Bourdieu (2007).

Ao serem questionados sobre qual seria o motivo dessa ênfase à prática conspícua, observei que existe uma pressão social para ser o melhor, como diz Mateus, e que há uma concordância entre os entrevistados em relação a isso, como afirma Léo: “Acho que é pra se firmar como o melhor. Eu percebo que tem uma *vibe* de querer dizer: “ah, eu sou diferente, não sou um qualquerzinho, sabe?!”. Nota-se aqui a presença do estigma de Goffman (1988) que acaba sendo reforçado pela distinção através do consumo para que o indivíduo não seja percebido como qualquer um. Os entrevistados que desistiram da pesquisa e as conversas informais realizadas no bar também chamavam atenção para essa ostentação, principalmente nas festas. Vale

---

<sup>39</sup> Instagram = Rede social de fotos.

ressaltar que estamos falando no geral, mas sabendo que há gays que não se ligam tanto nessa prática.

Devido à demonstração de ser melhor através do consumo e da observação da presença do conflito social de mostrar isso para a sociedade, remeti essas questões à afirmação de Carvalho-Silva (2012) sobre a condição econômica exibida pelo consumo como forma de amenizar o preconceito. O Isaque apresentou uma fala que exemplifica muito essa situação quando disse: “Por onde você vai ser o melhor? Vestindo as melhores roupas, vestindo as marcas que todo mundo deseja. Eu acredito que passe por isso, porque eu acredito que foi isso que aconteceu comigo”. O Mateus já apresenta isso na sua fala quando coloca que ser melhor se prova com dinheiro na nossa sociedade. Em outros momentos ele - Mateus - também destacou essa realidade: “[...] infelizmente, na sociedade capitalista quem tem mais, pode mais. Então, se você é gay e tem uma condição social muito boa você já consegue se impor mais em relação aos héteros”. Já o Elton chama atenção para esse fato fazendo um comparativo muito interessante sobre a diferença social que existe entre o gay de condição econômica inferior e o gay com mais recursos financeiros:

[...] querendo ou não, se você tem dinheiro você não sofre tanto quanto uma bicha periférica. Porque você tem o status, tem essa forma de se impor. Você vai ter mais formas de se proteger, você sai de uma festa e pega um táxi ou vai de carro. É uma forma de exemplificar isso no caso do gay branco. Já a bicha periférica não, ela vai a pé ou tem que esperar o ônibus, esperar amanhecer o dia para poder pegar o ônibus, e corre mais riscos na rua e também na comunidade que ela vive. Eu acho que, infelizmente, o dinheiro ainda meio que protege a pessoa LGBT (Elton).

O Elton aponta uma situação em relação à exposição da violência que retrata os perigos para a sociedade como um todo, tendo em vista que o Brasil é um país que tem um índice de desigualdade econômica e social grande. Porém, a exposição de um gay é muito maior tendo em vista que, além dos riscos de assalto e violência sexual, eles ainda sofrem os atos de preconceito que podem levá-los ao óbito. Então, temos aqui um debate sobre consumo que foi permeado de questões sobre a segurança de poder ser quem se é e da violência preconceituosa. Dessa forma, ressalta-se os índices de homofobia e a

existência de uma legislação mais eficaz para esses casos como já debatido no Capítulo 1 desse estudo.

Conseguimos perceber a exposição do status também na fala de Roberto; ele explicita essa prática de outra forma, numa maneira mais visual quando diz:

Esses aplicativos de paquera rola muito. Tipo, no aplicativo você vê as fotos e você vai decidir se fala com a pessoa [...] Essas fotos são teoricamente, fotos que te definem e que te mostram melhor. Aí, você pode ver muita, muita, muita gente que usa foto em lugares caros, vestindo roupas caras, usando coisas caras, relógios caros e viagens internacionais. Em muita gente você só vê esse tipo de foto, então é óbvio que a pessoa quer passar aquele tipo de ideia (Roberto).

A fala de Roberto traz para destaque, mais uma vez, a questão da distinção social por meio do consumo e da imagem que se quer passar para o outro. É possível perceber a presença de uma imagem criada que está ligada ao status social que remete a uma hierarquia organizada pela condição financeira. Há também uma combinação nesta exibição de Roberto com a apresentada por Léo, anteriormente, sobre o Instagram. Então, nota-se que as redes sociais virtuais funcionam como vitrines da imagem que se quer transmitir, assim como a ideia de passagem e encontro que elas oferecem na interação social, como defende Canclini (2002). Inclusive o Léo ressalta depois que acha que a exposição nas redes sociais poderia reforçar o senso comum de que o gay é consumista, pois, de certa forma, se alguém reparar, sempre vai encontrar marcas, viagens e roupas diferentes expostas lá.

Devido à presença de um consumo conspícuo e da transmissão da melhor imagem, perguntei aos entrevistados quais seriam as marcas mais consumidas. Apareceram tanto marcas ligadas ao vestuário como a eletrônicos. Algumas das marcas citadas possuem um simbolismo de agregar valor ao indivíduo na sociedade como um todo – o status pessoal – devido ao preço ser mais elevado do que os demais concorrentes. Isaque destacou o consumo forte de uma marca importada: “Hoje em dia é **Calvin Klein**, eu não tenha nada da Calvin Klein, mas hoje em dia você vai pra uma festa e você vê muito”, outras marcas que apareceram foram:

Eu destacaria a **Apple**, porque o que mais tem é gente com iPhone 6S na frente do espelho tirando foto [...] Com a bebida da festa eu

vejo menos. Talvez isso aconteça em lugares que eu não frequento. Inclusive, eu acho que é bem legal assim, todo mundo vai pra a que deixar mais bêbado (Roberto).

Eu acho que a **Zara**, não é que os gays tenham alguma coisa com a Zara, de roupas com preços mais razoáveis, a Zara tem roupas mais diferentes. Elas são menos normativas. Hoje tem a **Forever 21**, que tem um preço bem massa e roupas diferentes. Mas eu acho que a gente procura o que seja menos heteronormativo possível, porque tem uns que são mais heteronormativo e usam as mesmas coisas que os héteros. Agora, tem uma coisa bem interessante, uma é a cueca da **Calvin Klein** que é bem status das gays e muitas gays usam e o **perfume 212**, que você vai pra a balada e metade da Metrópole<sup>40</sup> está de 212 (risos) [...] Eu acho que é porque a Calvin Klein tem um apelo muito *sex appeal* e, eu acredito muito que o empoderamento gay ele é muito atrelado à sexualidade. Eu acho que até o 212, os comerciais são muito atrelados a uma sexualidade e a um corpo, aí é aquela coisa: você vê um anúncio e acha que se comprar aquilo vai ficar assim (Mateus).

Ao destacar essas marcas, o próximo passo foi observar se elas são realmente notadas, se a montagem da imagem através do status é percebida no meio gay. Houve uma concordância sobre a percepção das marcas na composição da imagem pessoal. O Mateus aponta para a relação do senso comum e da realidade, colocando que “gay sempre tem essa característica de reparar muito, comentar muito, eu acho que é até por isso que tem a pressão por um consumo e por uma aparência mais impecável”. O Isaque conta que, na época em que se assumiu, a questão da marca era bem mais forte do que agora, mas que ainda há essa construção da imagem pelo nome que se veste, sim. Já o Elton chama a atenção, mais uma vez, para a realidade da distinção econômica, fazendo a comparação entre o gay da periferia e o que tem maior poder aquisitivo. Mas todos falam sobre o vestuário, através do consumo de marcas, como uma das formas de externalizar o status pessoal. A afirmação do Isaque, por exemplo, reforça o que foi notado na observação participante realizada no bar: o estilo se sobressai.

Eu não sei o porquê isso acontece, agora realmente existe sim. Eu quando comecei a me assumir gay, uma das coisas que eu mais me preocupei foi em relação à roupa. Eu sentia que eu precisava me vestir, porque eu tinha aquela imagem que gay era aquela pessoa muito bonitinha, arrumadinha, certinha, sabe? Toda vestindo roupa de marca, que na época, era Colcci, M.Officer. Eu tentava um jeito de fazer com que a minha mesada desse para comprar tudo aquilo, porque eu achava que tinha que ser desse jeito, né?! [...] Quando eu me assumi gay, há 10 anos atrás, essa coisa de você ter uma roupa de marca era muito mais importante. Hoje em dia, as pessoas

<sup>40</sup> Club Metrópole é uma boate voltada para o público LGBT em Recife, no bairro da Boa Vista.

continuam dando valor a moda, mas é mais a questão da beleza da roupa, inclusive eu sinto isso muito forte, sabe? As pessoas que tavam ao meu redor, há 10 anos, queriam saber se a roupa de fulano era da Colcci, hoje em dia, a pessoa tem que está com uma roupa que esteja na moda, não importa a marca. (Isaque).

Eu acho que sim, bastante observado. Eu percebo muito isso nas festas que eu vou, porque eu quase nunca vejo a bicha periférica. É mais a pessoa branca, ela veste um tipo de roupa que segue um padrão. Uma camisa apertadinha, Lacoste e tudo mais. Uma bermuda mais apertada, um sapato. Eu acho que a bicha periférica tem mais criatividade na forma de se vestir de customizar a sua própria roupa (Elton).

Diante dos questionamentos sobre o consumo e de como ele pode ser um dos fatores utilizados para a comunicação com o outro, a pesquisa reafirma o posicionamento de Douglas e Isherwood ([1976] 2006) e de Baudrillard ([1970] 1995) sobre os códigos sociais que a prática do consumo vai desenvolver. Dessa forma, reparamos que há, de fato, uma simbologia que é imbuída e que faz com que os produtos, serviços e marcas possam transpassar a hierarquia social como ressaltou também McCracken (2003) e Bourdieu (2007). Devido à importância da marca para a construção de uma imagem pessoal baseada no status, investiguei se os entrevistados consumiam as marcas citadas. O Léo disse: “gosto muito de comprar na **Riachuelo, Renner**, uma vez e outra, outra loja qualquer. Mas marca de roupa eu não tenho muito. Eu gosto mais da roupa, eu olho assim e digo: ‘pronto, essa é’”. O Elton ressaltava a sua condição financeira na hora da compra, mas apresenta uma opinião sobre a qualidade dos produtos das lojas mais populares. Já o Roberto apenas apresentou as suas preferências de acordo com o gosto e preço:

Eu compro o que o dinheiro dá no momento, então eu geralmente me limito a **Riachuelo, Renner e Hering** porque são roupas de qualidade melhor do que a C&A. Apesar de estarem no mesmo padrão, as roupas da C&A, pelo que eu tenho, são de qualidade mais baixa do que dessas (Elton).

De roupa, por exemplo, eu já vou direto na **Me Move**, e na **Taco**, gosto de comprar lá. E **C&A, Renner**, essas que tem o preço mais em conta (Roberto).

Como é possível visualizar nas afirmações anteriores, a condição econômica influencia no poder de compra dos entrevistados. Há uma tensão entre a distinção e a possibilidade de compra, assim, pode-se trazer os debates

sobre os limites de inserção da classe média para se enquadrar nos códigos de distinção protegidos pela condição financeira e enfatizados pelo poder de consumo<sup>41</sup>. Alguns revelaram, também, que chegam a comprar um produto em alguma loja/marca citada como destaque, como a Zara ou Forever 21, quando estão com pouco mais de dinheiro. Mas isso não seria pela loja, e sim pelo tipo de roupa mais descolada que ela vende. Dessa forma, percebe-se que a relação deles com as marcas não se caracteriza em uma fidelidade extrema, mas que, dentro de suas possibilidades, eles escolhem os produtos que combinam com seus estilos.

Perante as informações coletadas, a pesquisa tentou conferir a relação entre consumo e indivíduo colocada por McCracken (2003) sobre a teoria *Trickle Down*, através de uma corrida por destaque e da utilização de réplicas para ter o prestígio pessoal através da marca. O Isaque relata uma situação que aconteceu com ele para falar sobre essa questão, assim ele aponta para a situação financeira e de conhecimento na tentativa de alcançar o status de um padrão de consumo alto. Ele também fala sobre uma mudança do seu comportamento de consumo com o passar do tempo devido às novas percepções de referenciar as suas práticas de consumo e a maneira de encarar as suas relações de sociabilidade:

Uma vez eu tava na Metrópole, e apareceu uma bicha lá muito bêbada, muito bêbada mesmo. E ele tava com uma calça Diesel, um cinto de alguma marca também, uma bolsa Loui Vuitton e eu sabia que tudo era falso, porque dá pra você sacar quando é falso. Ele começou a gritar que tinha mais dinheiro que todo mundo, dando aquele show de bêbado e tava muito brega. Mas tem isso, por exemplo, porque eu não faria isso? Não é porque eu não ligo para status [...] Eu visto roupas para ir para a balada que quem vai me olhar vai achar que eu estou muito bem de vida. Eu acho que a “cara de rica” meio que norteia as produções, minha e dos meus amigos. É a coisa de você tá sempre com uma roupinha nova, ou roupas que sejam assim: eu tenho um cuidado muito grande com acabamento de roupa de não deixar aparentando que tá velha e tudo mais. Ou seja, eu tenho os meus artifícios iguais, acredito eu, aos da pessoa que tava usando um monte de marca. Eu acho que a única diferença é que eu tenho uma instrução de moda que ensina que menos é mais. [...] Geralmente, quem pensa igual a mim são pessoas de uma classe social próxima a minha. Quem pensa de outra forma, geralmente é de uma classe social menos favorecida. Então, o que acontece? Acaba

---

<sup>41</sup> Para um maior debate sobre os limites da classe média, ler “*A formação da classe operária inglesa*” (2011) de E. Thompson ou “*A ralé brasileira: como é e como vivem*” (2009) e “*Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?*” (2010) de Jessé de Souza.



rolando muito esse julgamento e é um julgamento que é baseado puramente na questão financeira. [...] Por eu gostar de moda eu sei coisas que uma bolsa da Loui pode ter, ou uma Channel. Coisa de costura, uma bolsa da Loui Vuitton é perfeita, não tem problema de costura, então só de tá uma linha sobrando ali ela é falsa, porque ninguém vai pagar 25 mil reais numa bolsa que tem uma linha. Eu percebo, mas os meus amigos eu sei que eles não percebem. [...] Se bem que eu acho besteira esse negócio de usar coisa falsificada, eu também já usei quando era mais novo e com esse apelo também de parecer que tem dinheiro, de status. Mas assim, no geral, o que eu observo é que é uma vergonha você usar uma coisa falsa, porque a pessoa tá achando que ninguém tá percebendo e tá todo mundo sabendo que é falso (Isaque).

O Mateus apresenta que, mesmo conseguindo identificar uma réplica, não liga tanto para esse fato porque o importante é estar com uma aparência legal. Mas ele traz outros pontos, como: o fato de que nem todo gay gosta de moda e que, por isso, não vai prestar atenção nas roupas ou marcas do outro. Assim, ele destaca que há uma diversidade no universo gay, que o senso comum de que gay é ligado em moda e consumo não pode ser generalizado. Outra questão é que a imagem que uma pessoa tem no seu meio social vai permitir ela poder usar algo falsificado sem ser julgada negativamente.

Tem as versões e tem a falsificação. Tipo, as versões se você tiver muito atento você nota: “ah, isso é a versão de não sei o que”. Aí é massa e de boa, porque é só uma versão. A versão é ótima e você vai linda. Se a pessoa não souber conhecer, não tá nem aí. Também tem isso, porque o pessoal acha que por ser gay tem que ser ligado a moda, e não é isso, isso é só uma parte dos gays. Tem gay que toca o foda-se, que é igual ao estereótipo do homem hétero, que nem percebe nada. Se for falso, eu tenho uma teoria pra falso de que coisa falsificada depende de quem usa. Tem gente que você nunca diz que vai se passar assim. Tem gente que vai dizer: “hum, que falsa”, outros que vão dizer: “hum, falsa, abalou assim”. Eu acho que é igual ao meio hétero, só que tipo, se os gays forem julgar ou xingar, eles são mais ácidos (Mateus).

As afirmações dos entrevistados sobre a questão de que há indivíduos que vão se utilizar de artimanhas para manterem o consumo de certas marcas, seja pelo endividamento ou pela réplica e ainda que não se deve generalizar a ideia de que todo gay é ligado em consumo de marcas e moda, combinaram com uma das conversas realizadas no bar. Em meio a uma pausa para um cigarro, o sujeito comentou que o meio homossexual era muita imagem e, por isso, era importante estar sarado, com uma camisa de quatrocentos reais, maquiado e de iPhone. Ele não se configurou nesse grupo, pois ressaltou que estava de cabelo molhado e cara “lavada”, mas que conhecia pessoas que não

tinham muita condição financeira e se endividavam para ter a tal camisa de marca. Em contraposição, ele também ressaltou que tinha amigos com uma boa situação econômica que não ligavam para o consumo de marcas. Com isso, ele destacou que relação consumo/indivíduo seria algo que vai mais da personalidade e vivência de cada um do que uma regra.

Devido a todo esse debate entre o consumo, condição financeira e uma possível diminuição de atos preconceituosos, indaguei sobre a existência de uma discriminação financeira entre a população gay. Assim, o Léo representou os entrevistados quando apontou certa segregação por parte de algumas pessoas aos lugares mais acessíveis. O Elton destacou uma corrida dos sujeitos mais pobres para alcançar o que estaria mais na moda, como a teoria *Trickle Down* de McCracken (2003), mas trouxe exemplos de discriminação econômica no meio gay, expostas principalmente nas redes sociais. Dessa forma, colocamos mais uma vez a importância dessas redes virtuais para a comunicação e para a difusão de comportamentos e ideias entre os jovens em geral. Também se faz interessante ressaltar que mesmo que o gay sofra algum tipo de preconceito pela sua identidade sexual, ele não está imune de praticar qualquer outro ato discriminatório já que ele também está inserido numa sociedade desigual.

[...] as pessoas que vão, por exemplo, pra a festa que é bastante conhecida: *A Maledita*. Sabe aquele grupinho que eu falei que é sempre muito arrumadinho, que posta foto nos bares e etc?! Esse pessoal tem aversão a um lugar chamado *MKB*. Geralmente, lá você vai encontrar, como é que eu posso dizer, bicha, bicha bem bicha e travesti. Eu tenho um amigo que fala que lá a sapatão é com uma franjinha de cabelo cacheado colado e com *piercing*. Ele cita esse estereótipo que é uma coisa terrível. Mas é, você vai encontrar um tipo totalmente diferente do pessoal que tá no *Maledita*, que é branco, na maioria das vezes, tem um corpinho legal, vai com roupa bonita, bem arrumadinho e fica bebendo lá. E na *MKB* tu vai encontrar um pessoal mais diferente mesmo, bicha com shortinho, com regata, com coturno, cabelo alisado, batendo cabelo no meio da festa (Léo).

Do modo deles, eles criam meio que uma cultura dentro da cultura gay. Uma subcultura, não sei explicar direito. Eles tentam alcançar, mas da forma deles. De se mostrar mais em redes sociais. Eu pego um exemplo, tem um que é bem famosinho no Instagram, esqueci o nome que ele usa, não sei se é Diva dos Tijolos. É um gay que é periférico, ele publica muito vídeo no Instagram dançando em cima de dois tijolos e ele alcançou uma fama em torno disso. E muitos gays ficam debochando, tirando onda do jeito dele se mostrar, dele se impor como gay, dele se tratar como gay, da forma de militância dele. E eu vejo muito isso em forma de deboche, os gays brancos

debocham. Eu também acessava muito no Orkut<sup>42</sup> uma comunidade de divas pop, falando sobre o mundo pop. E eles compartilhavam muitos memes<sup>43</sup>, vídeos, gifs de pessoas pobres, ficavam caçoando disso. Na época eu ficava tirando onda, mas agora eu vejo isso de uma forma mais problemática (Elton).

Ao falar sobre todas essas questões que envolvem o consumo em geral, trouxe para a conversa o espaço que está sendo reservado para a imagem do homossexual pela publicidade de algumas marcas, vestuário e cosméticos, por exemplo. Essas campanhas sempre acabam trazendo à sociedade um debate muito forte sobre a aceitação da sexualidade do outro, principalmente nas redes sociais virtuais. Diante desse contexto, perguntei se os entrevistados acham que essas publicidades dão visibilidade às causas gays.

Isso tem bastante influência, porque uma coisa é você falar disso na faculdade, numa bolha fechada, outra coisa é você falar disso o tempo inteiro. Outra coisa também, muita gente fica assistindo televisão em casa o tempo inteiro, é muito difícil passar na televisão, tanto é que o primeiro beijo gay foi em 2012<sup>44</sup>. É recente isso. E querendo ou não as pessoas veem que essas pessoas existem, elas tão ali, elas existem. Mesmo que haja críticas, mas tipo, elas vão ter que aceitar com o tempo, quanto mais personagens tiver mais o pessoal vai se acostumando com isso (Elton).

Eu acho vários fatores: primeiro, eu acho que isso tá acontecendo não é porque as empresas são boazinhas e querem realmente abraçar o público, eu acho que a gente chegou num estágio de movimentos LGBTs e representatividade que as empresas perceberam que a gente existe e que a gente consome. Então, eu acho que isso é uma jogada de marketing pra atingir vários públicos. Agora, de toda forma, quando é uma campanha bem feita e realmente pensada sem estigmatizar, a do Boticário foi um rebuliço, porque, eu não lembro se foi a primeira, mas talvez tenha sido a primeira tão grande. Mas o gay que é colocado lá é o gay branco, alto, maravilhoso e mais heteronormativo, que não necessariamente representa o público LGBT. Eu acredito que dá uma visibilidade maior, porque se encaixa num contexto social: "olha, a gente também existe, a gente também namora, a gente também é normal". Mas eu acho que ela abraça uma parte do LGBT. Acho que abraça só o G do

---

<sup>42</sup> O Orkut era um tipo de rede social virtual que já foi extinta no Brasil. Mas ele tinha uns grupos chamados de comunidades, em que as pessoas que concordavam com os títulos e características faziam parte. Os usuários escolhiam esses grupos e podiam comentar entre si sobre o que estava sendo exposto ali.

<sup>43</sup> Memes são imagens, vídeos, frases que se propagam rapidamente na internet. Esse termo foi criado pelo escritor Richard Dawkins, em 1976. O estudo desse conceito é chamado de memética. Mais informações no link: <http://www.infoescola.com/comunicacao/memes/>

<sup>44</sup> Link da cena da novela: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/amor-a-vida-o-primeiro-beijo-gay/3146288/>

LGBT, você não vê muitas lésbicas nessas campanhas, não vê *trans*, travestis. Você vê mais gays brancos heteronormativo. Agora tem o exemplo da Avon<sup>45</sup>, que tipo, eu acho que das campanhas que teve até agora, ela foi uma das melhores, porque realmente abraçou a questão do público LGBT, sem ser só G, sem ser só o normativo. Ela colocou lá uma gay mais gorda, colocou negra, colocou Liniker que se define como gênero fluido, colocou a afeminada, tem isso muito de que as marcas abraçam a causa, mas que a afeminada é deixada de longe. É o mesmo que acontece com o meio gay, há um preconceito dentro com quem é mais afeminada. Eu acho que dá uma visibilidade porque qualquer inserção em campanha de rede nacional é importante, mas eu acho que não representa necessariamente (Mateus).

Tem a coisa que as pessoas dizem que é oportunismo e tudo mais, mas eu acho que isso é uma linha muito tênue: você definir o que é oportunismo e dar visibilidade a causa. Eu acho que ajuda sim, porque bota o gay no lugar natural, num lugar comum. Se tá lá numa propaganda de margarina uma família gay então, as pessoas vão olhar pra a propaganda da margarina e vão dizer: “tá, isso é normal”. Eu acho que a primeira vez causa um estranhamento, é normal esse estranhamento. Mas conforme o tempo for passando e isso for se repetindo, as pessoas vão naturalizar. Eu acho que ajuda muito sabe?! (Roberto).

Já quando perguntei se eles se sentiam representados pelas mesmas publicidades, houve uma discordância entre eles. Isso porque alguns levantaram a questão de um padrão de gay que está presente nas imagens midiáticas em geral, e que ela não representa todos os LGBTs. O Mateus já havia tocado nesse ponto ao falar sobre a publicidade.

Quando são produções voltadas para um grande público, como uma novela ou um filme de comédia, não tanto, porque acaba, querendo ou não, sendo bem estereotipado. O engraçado, ou o gay superafeminado, aí você acaba não sendo representado. Quando são produções mais voltadas para o meio gay mesmo, é mais, porque você já tem mais opções (Roberto).

Eu acho que essas marcas não fazem esses comerciais porque “vamos ser bonzinho e vamos ajudar esse pessoal”, há muita intenção por trás, é o capitalismo. Eles sabem que tem consumidores que são LGBT, eles tentam alcançar essas pessoas, aí por isso que eles fazem isso. Mas acaba influenciando também e eu me sinto, de certa forma, representado por isso, porque tipo, é uma coisa pequena ainda, é tanta demanda que a sociedade exhibe, mas é uma coisa pequena que serve pra alguma coisa. Eu acho que eu me sinto representado sim, é bom ver isso na televisão sim. Tá todo mundo na sala, sei lá, minha mãe, minha avó, minha tia e vê dois homens se abraçando dessa forma, é uma coisa muito significativa pra mim, sabe? Aí eu acho que sim, eu me sinto representado por isso (Elton).

Quando eu vejo, eu fico muito feliz e penso que a sociedade tá evoluindo, mas eu não sinto que é realmente representativo para todo

<sup>45</sup> Link da publicidade da Avon que traz entre os atores Liniker e as cantoras de As Bahias e a Cozinha Mineira, já citadas no Capítulo 1: <https://www.youtube.com/watch?v=8Imd5MyfGbo>

mundo. Também é uma coisa minha, eu acho que não adianta uma campanha me representar se não representa o meu amigo que tá convivendo comigo todos os dias. Porque eu tenho que perceber que eu tenho alguns privilégios por eu ser branco, ser homem, ser cis<sup>46</sup>, ter uma condição legal e eu sou mais ou menos representado. A diferença é que eu sou mais afeminado e os outros são mais heteronormativos. Mas eu acho que a campanha busca um tipo de gay que eu me englobo. Mas nem todos os meus amigos são assim. Então, por mais que eu esteja lá, pra mim não é o suficiente, entendeu?! (Mateus).

Falando sobre a maior liberdade que hoje um gay tem para consumir, questionei se o aumento de empoderamento gay e do consumo mais livre causaria uma exposição maior do gay a atos de violência. As respostas de que o gay precisa é se impor independente da violência e de que eles acreditavam que isso não tem ligação com um aumento da violência foram unânimes:

Acho que não. O que eu tenho percebido que aumenta é que eu acho que as pessoas, os homofóbicos saem mais do armário. A violência continua e eu acho muito importante você ser livre e mostrar que você é gay, eu acho que isso pode mudar a sociedade. Mas eu acredito que provoca mais reações, mas reações que já existiam, elas ficam mais claras. As pessoas homofóbicas veem que a situação tá mudando, então elas entram em desespero, mas eu não acho que seja culpa do gay. Eu acho que ser gay, visivelmente gay, pode ajudar (Isaque).

Eu não acredito, porque quando você vai passando por todos os lugares, você vai quebrando, desconstruindo todo o preconceito. É claro que vai existir pessoas com preconceito, só que aí elas passam a se portar, a respeitar mais, sabendo que você não pode tá fazendo certo tipo de coisa. Acho que mostra que a gente tá aqui (Léo).

Na tentativa de trazer o consumo ainda mais para as experiências dos entrevistados e de saber se os elementos escolhidos para organizarem a pesquisa estavam presentes na vivência de cada um, perguntei se gostos ou estilo em relação a vestuário, imagem e música tinham passado por alguma mudança durante o processo de entendimento da sexualidade.

Antes de me assumir, eu gostava muito de pop, mas não tinha coragem de falar. Lady Gaga, Rihanna essas coisas. Tipo, eu ainda gosto muito de rock e MPB, mas antes de eu me descobrir eu só gostava desses gêneros rock e MPB que são mais héteros. Eu sabia que não ia sofrer nenhum tipo de represália, digamos assim, por gostar disso. Depois que eu me assumi, eu fui dizendo que eu gostava mais do pop, fui me identificando mais com esse gênero e passei a falar sem medo que eu gostava disso. Eu passei a escutar mais pop, porque eu me identificava mais. A questão dos gays, de

---

<sup>46</sup> Cis = Cisgênero é o indivíduo que se reconhece com o mesmo gênero que lhe é designado ao nascer.

forma geral, gosta do pop e as letras do pop também que encorajam você, principalmente quem é da área LGBTT (Elton).

Eu mudei bem muito, porque também casou, mais ou menos, com a época que eu entrei na faculdade. Eu entendo assim o meu caso: você tem vários caminhos de gostos, de roupas, de tudo, mas eu vivia achando que só tinha um e quando eu descobri a minha sexualidade e saí do armário, eu percebi que tinha muitos outros caminhos. Aí eu comecei, até hoje, a experimentar todas as possibilidades. Meu gosto musical não mudou muito, mas tipo evoluiu, tipo, eu não gostava de pop, hoje escuto muito pop. Minhas roupas, eu já me vestia diferente e hoje tá mais diferente ainda. E o meu comportamento para com o mundo mudou muito, porque com as pessoas eu passei a lidar melhor. Eu acho que comecei a lidar melhor comigo mesmo e entrei num processo de autoafirmação muito forte, principalmente de empoderamento pessoal (Mateus).

Quanto à música eu acho que não, porque a primeira música que eu ouvi e gostei foi da Beyoncé, então não dá pra dizer de música. Mas quanto à questão de roupa, estilo e essas coisas eu acho que mudou, porque com o tempo, eu fui me aproximando mais de amigos gays. Então, você começa a ver o que essa pessoa tá usando, a roupa, se você gosta, começa a usar. Assim, sabe, você vai absorvendo as influências dos amigos que você se identifica mais. Você pode ver gay de colégio que não tem muito acesso ao mundo gay, geralmente vai tá mais estilo aos amigos do colégio. Eu acho que é muito a coisa do ambiente que você frequenta. Eu acho que foi isso que me influenciou um pouco mais, pelo menos pra mim foi assim, foi quando eu comecei a sair com meus amigos gays e eles falavam: “não, lê isso”, blog de moda e não sei o que. Aí, com o tempo, foi isso que foi construindo assim a minha identidade de roupa, acessórios (Léo).

Diante dessas três afirmações, é realizável notar que a presença do pop como um meio de encorajar e de permear a identidade dos entrevistados é visível. O empoderamento identitário pode oferecer aos entrevistados maior liberdade de expor e de experimentar novos caminhos e novos estilos. A fala de Léo e de Mateus, por exemplo, trazem a questão das influências do meio e dos amigos na construção do próprio estilo e gosto.

A partir dessa explanação sobre o consumo em geral, nota-se que a temática de vestuário foi bem destacada. Como o próprio entrevistado disse, muitos gays utilizam o vestuário para se destacar. Sendo assim, a pesquisa vai apresentar uma parte voltada para aprofundar a investigação nesse tema. Isso reforça a escolha desse elemento como importante para a visualização da imagem, o que já pode ser associado também a questões de identidade.

### **3.2 Com que roupa eu vou? – As escolhas que permeiam a construção da imagem através do vestuário**

Procurando entender a relação entre moda e indivíduo, fui buscando questionar sobre questões de vestuário em geral. Todos os entrevistados confirmaram que demonstrar uma boa condição econômica era uma questão forte entre muitos gays, pois assim eles conseguiam mostrar que tem algum tipo de poder. Outro fator seria a tentativa de amenizar atos de preconceitos. O Isaque já tinha demonstrado anteriormente que o vestuário funcionaria como uma das formas de mostrar que o gay pode ser o melhor. Ele também faz uma associação do gay com o universo feminino ao colocar que a moda é bem mais direcionada para esse gênero. Logo, muitos gays também poderiam ser atraídos por esse motivo, como foi para ele:

A moda, pra mim, talvez foi um pouco de influência da minha mãe e da minha avó, e também do mundo, porque é um mundo que você sente que te aceita. É um mercado que você vê que as pessoas que trabalham nele são mais diversas. Eu acho que eu comecei a me interessar por moda porque era o mercado que eu sentia que me aceitava, diferente de tudo o que era relacionado com o universo masculino [...] Eu acho que é essa imagem de que o gay tem que tá sempre bonitinho, porque isso foi uma das coisas que eu mais me preocupei quando eu comecei a me assumir. Eu sentia que tinha que estar bem vestido para ser aceito e aí você acaba reproduzindo. (Isaque).

Porém, o próprio Isaque ressalta depois que há essa observação do vestuário do outro sim, mas que não são todos os gays que se interessam por moda. Assim como o Roberto, que vai destacar que o relacionamento moda – gay está no entendimento do senso comum da sociedade, mas que não é todo gay que tem essa ligação.

Obviamente não é todo gay, mas muitos gays que eu convivo observam muito, se preocupam muito com essa questão de roupa, de querer tá sempre bem apresentável, bonitinho. Mas existe sim essa coisa de: “ai, olha o que fulano tá usando”, até amigos meus que não são tão ligados em moda fazem comentários, tipo: “Ai, olha pra aquilo!”, “Ai, aquela bicha. Tá uó!” (Isaque).

Amigos héteros, às vezes, tem esse referencial de que se eu sou gay eu vou saber falar do vestido dela, saber falar da maquiagem, que eu vou ouvir pop, enfim, todo esse estereotipo. Isso é real! Dentro da comunidade LGBT e com pessoas que convivem, já não acho que é tanto, porque a gente conhece todo tipo de pessoa diferente, independente da identidade sexual. Apesar de ser uma maioria, porque a maioria das pessoas gays que eu conheço gosta de pop, mas não é só sobre o que falam (Roberto).

Como os entrevistados afirmaram que havia uma observação do outro, principalmente sobre o que se vestia nas festas, foi necessário compreender pouco mais sobre a associação da imagem com o vestuário. Por isso, perguntei se, quando eles compravam um produto, eles montavam uma imagem do que eles queriam passar. A ideia percebida é montar uma imagem atraente e/ou que transpareça que se é o melhor. Para o Mateus ainda existe a condição de ele ser blogueiro, então ele afirma que tem muito cuidado com a produção. Mas ele também destaca que a preocupação da imagem independe da identidade sexual, ela está presente para todo mundo.

Eu acho que todo mundo, mesmo que seja inconsciente, quando compra alguma coisa tenta passar uma mensagem. Eu tenho certeza que ninguém, quando abre o guarda roupa, pega a primeira roupa e veste [...] Eu tento separar ao máximo roupa da sexualidade, e roupa de gênero também. Eu procuro comprar uma coisa que realmente caiu bem em mim. Mas como uma coisa geral, eu acho que eu quero passar uma imagem de perfeição. Não só porque o meio gay exige de alguma forma isso, mas porque eu também sou blogueiro, então eu acho que eu devo ser mais ou menos um exemplo. Então, eu tento ser o mais impecável possível e tá sempre um nível além, digamos assim. Uma arrumação diferente, um detalhe mais apurado e tal (Mateus).

Eu detesto passar a imagem que eu tô desarrumado. Detesto. Mas eu acho que nas festas tem a ver com paquerar. Acho que tem muito porque é uma coisa que chama, se a pessoa tá bonita, tá arrumada. Pra chamar a atenção da outra, sabe?! Acredito que seja por isso [...] Uma coisa que eu gosto é de me arrumar. De passar aquele tempinho se arrumando. Uma semana antes da festa eu já fico pensando: “Meu Deus do céu, qual a roupa que eu vou?”, porque eu também não tenho muita roupa, aí eu tenho que selecionar direitinho pra não ficar tão batido. Aí eu vou pensando na roupa, chega no dia eu só faço me vestir (Léo).

Quando eu me preocupava muito com marca, era aquelas marcas que eram mais descoladas, eram aquelas marcas, que lógico, davam um status e que tavam mais na moda, que você ia pagar de pessoa descolada, de pessoa moderna. Eu acho que é porque existe muito isso, essa pressão do gay, dele ser sempre o melhor, dele sempre arrasar e dele ser o mais descolado, o mais moderno. Eu faço uma ligação assim, porque você sempre sofre a vida inteira. Você é sempre apontado como o último, a última opção da lista, ninguém quer você por perto e meio que quando você se descobre gay você quer reverter isso, você quer ser o melhor [...] Sempre que tem uma festa, eu acho que não só eu, eu acho que a preocupação de 80% dos gays é “que roupa você vai pra aquela festa?”, e eu falo isso de amigos meus que nem são interessados em moda. Sei lá, mostrar as pessoas que você arrasa. A gente precisa arrasar (risos), eu acho. (Isaque).



Por existir essa intenção de se destacar de alguma forma, foi colocado em questão o limite entre estar maravilhoso ou cafona. O Isaque já havia falado sobre o exagero de etiquetas na construção do look, o que deixaria a imagem muito sobrecarregada e o Roberto também faz referência ao exagero. Mas Roberto coloca a questão independente da identidade sexual e aponta para o fato de uma pessoa seguir uma tendência só porque é moda, porém que não combina muito com o estilo ou com a estética. Já o Elton aponta para duas situações bem interessantes: primeiro é o ativismo, o fato de que cada um pode se vestir da maneira que quiser e em segundo é falar da forma padrão de se vestir de alguns heterossexuais. Ou seja, ocorre certa proteção na liberdade do gay, mas certa piada entre algumas formas heteronormativas de se vestir.

Incrível pergunta (risos). Caramba, eu acho que qualquer pessoa, homem ou mulher, no meio hétero ou gay, tem gente que exagera. No geral é quando você tenta demais, sabe?! Tipo, cortar o cabelo com um corte que tá na moda, mas que não fica bom em você, seu cabelo não vai se adaptar aquilo. Ou então, uma camisa que tá todo mundo usando, mas a camisa não fica legal em você e você usa mesmo assim só para estar na moda. Por isso que não tem muito um padrão também pra identificar, porque vai muito pela moda também. Eu acho que é o exagero, eu tenho muito problema com exagero (Roberto).

Eu nunca percebi isso, porque quando eu comecei a sair com os meus amigos tinha essa questão do ativismo. Cada um se veste do jeito que quiser, porque a gente tá ali é pra se divertir. Essa questão é muito superficial e eu e meus amigos nunca paramos pra julgar ou prestar atenção nisso. Tem a questão do hétero que se veste com a bermuda cargo e camisa polo. Geralmente, a gente tira onda com isso, de que se for ver as baladas hétero e as fotos de hétero, é sempre assim (Elton).

Tentei perceber a relação dos entrevistados com a escolha das roupas e acessórios, já que a construção da imagem é algo que está presente nas afirmações. Assim, perguntei se eles tinham algum tipo de ritual para se arrumarem antes de sair, principalmente para as festas, já que elas foram bem citadas como um ambiente de observação do outro. O ato de se arrumar, de escolher a roupa pode dizer muito sobre a sua relação com o vestuário e sobre a imagem que você quer passar. O Léo disse que “Eu tomo banho, coloco a roupa. Não considero colocar uma *playlist*<sup>47</sup> e arrumar o cabelo um ritual”, assim ele entra em discordância de Mateus e de Elton, por exemplo:

---

<sup>47</sup> *Playlist* = seleção de músicas.

Eu amo me arrumar, então se eu puder passar horas me dedicando a me arrumar, eu passaria, porque realmente não tem tempo, né?! Mas eu adoro me arrumar, eu gosto e eu sempre me maquio e tento sair sempre impecável. Eu gosto muito, muito de moda, então, pra mim já é bem automático que durante o dia a dia eu construa muitos looks e tal, vá pensando, nada muito fixo. Mas, por exemplo, eu sei que eu vou ter uma festa sábado e o meu *supercrush*<sup>48</sup> vai tá lá, então durante a semana eu vou depilar meu corpo, me ligo de fazer a barba, de fazer a unha, fazer a sobrancelha, se for o caso. Ou eu faço tudo de uma vez só ou eu vou aos poucos. Eu ponho música, eu tenho até uma *playlist* que é “a rica da balada” que é só de música esquentada, digamos assim, pra ir entrando no clima. Mas aí depende do tempo que eu tiver, se não tiver tempo nenhum, é sem música e sem nada (Mateus).

Eu tento escolher a roupa um dia antes, porque eu sou indeciso na hora. Se eu ver que eu não tenho uma blusa que me agradou ou uma calça, eu tento ir comprar antes de sair. Mas eu faço isso, escolho a roupa um dia antes, no dia eu tento me alimentar o máximo que eu posso, porque eu sei que eu vou ficar a noite inteira sem comer nada. Eu me alimento, tomo banho, como, e visto a minha roupa. E agora eu tô tentando me desconstruir mais na forma de me vestir que eu gosto muito de olho, lápis, rímel, e tento me maquiar com isso no olho, porque eu gosto muito de olho destacado. Acho muito bonito. Se eu pudesse, se não fosse sofrer pressão social, eu usaria no dia a dia, porque eu acho bonito mesmo. E eu tô tentando adotar isso agora, quando eu vou sair de noite, porque eu sei que os lugares que eu vou são livres e eu não vou sofrer preconceito como se eu fosse sair no dia a dia. Eu acho que é basicamente isso meu ritual (Elton).

Mesmo obtendo um sucesso econômico e conseguindo passar por menos atitudes preconceituosas por causa disso, o estigma ainda se faz presente. O consumo de coisas, marcas e serviços podem exemplificar um ar de respeito diante da condição econômica, mas os olhares e comentários entre os heterossexuais ainda existem. Há uma pergunta muito comum na sociedade que é: “onde você comprou essa roupa, tinha para homem?”. Essa frase tenta inferiorizar o estilo da pessoa que está sendo indagada através da identidade sexual, como se questões de identidade fossem algo ridicularizante. Mas, a partir dessa frequente pergunta maldosa, pode-se lembrar de Solomon (2002) quanto ao fato da tipificação gênero/sexual dos produtos, criada pelo marketing. Então, o que, de fato, seria essa roupa de gay? Vejamos o que os entrevistados sinalizaram:

Eu percebo em alguns amigos que é o short muito curto, calça muito justa, algumas camisas. Não é nem a cor da camisa, é mais o corte

---

<sup>48</sup> *Crush* = paquera.

mesmo que às vezes fica muito justo. As pessoas têm preconceito com homens que usam *cropped* (Léo).

Eu acho que é toda e qualquer coisa que fuja do padrão heteronormativo, porque na lógica o hétero não pode se preocupar com uma série de coisas. Até quando tinha o Orkut, tinha uma comunidade que dizia que o entendimento de cores do homem que era macho era preto, branco e colorido. O homem que é macho não sabe a diferença entre rosa e verde. Então, o guarda roupa básico é azul marinho, cinza, branco e preto. Se tivesse muita cor, rosa, amarelo, já é de gay. Tem as coisas apertadas, eu acho que é tudo que fuja do padrão normativo (Mateus).

Aquela calça *skinny*, bem bonitinha com aquele cortezinho no joelho. Por que o cortezinho no joelho? O que eu percebo é que a roupa de gay aqui em Recife, ela é, nada mais nada menos, do que a roupa que qualquer hétero usa na Europa. Aqui no Brasil eu acho, porque aqui a gente criou uma cultura de que quem liga pra moda é mulher ou gay, e assim, o que é a moda midiaticamente falando? Moda é o que tá na Europa. Então, os gays quando se interessam por moda acabam se vestindo como os homens da Europa. Uma amiga minha viajou para a Europa e comentou comigo: “Isaque, todos os homens da Europa se vestem como gay. Você acha que o mundo é gays, mas eles são héteros” (Isaque).

As afirmações dos entrevistados podem ser remetidas ao estudo de Dutra (2002), no qual coloca que os indivíduos aprendem diferenças entre masculino e feminino no vestuário durante a socialização. Mas o Isaque destaca que está atrelado também à cultura. Ao falar sobre cultura, o que seria esse vestuário “de gay” agora que temos homens que se cuidam mais e estão mais interessados nas tendências da moda, como os metrossexuais? O Léo diz que não repara muito numa diferença no vestuário, até porque “quem tira a brincadeira faz com a pessoa que tá vestindo a roupa e não com a roupa, entendeu? Então, é a postura da pessoa mais a roupa”. Já os demais disseram que:

Um pouquinho estereotipando, eu acho que é aquela roupa megajusta. Calça muito justa, blusa muito justa. Mas acredito que ainda assim, é algo que fuja da normatividade, porque mesmo os metrossexuais têm um padrãozinho. Há um look padrãozinho. Veja o Wesley Safadão<sup>49</sup>, ele usa várias roupas diferentes, mas segue um padrãozinho. São alguns pontos: um short no joelho colorido e camiseta apertada de uma cor só; ou polo e short; ou camisa de botão, tipo xadrez, e short; ou a calça mais seca e escura com uma camiseta de uma cor só; ou uma camisa de botão de cor que contrasta com a cor da calça, que é ou caramelo ou jeans escuro (Mateus).

Uma vez eu tava na parada de ônibus com a minha irmã e chegou um menininho que eu saquei que ele era fã de jogador de futebol, porque

<sup>49</sup> Cantor de forró estilizado.

ele tava todo no estilinho de brinquinho de brilhante, calça *skinny* e não sei o que. Ai, a minha irmã comentou comigo: “olha, ele é gay”. Aí eu fiz: “ele não é gay não, ele é fã de jogador de futebol. É hétero e fã de futebol”. Porque esses jogadores de futebol, tipo o Cristiano Ronaldo, eles se vestem no padrão europeu que é o mesmo padrão que os gays se vestem no Brasil, a calça *skinny*, o xadrez e tudo mais. Então, eu acredito que como a gente é a classe no Brasil que mais se preocupa com moda, aí acabavam dizendo que é roupa da gay. Roupa de gay é a roupa que tá na moda, apenas. Hoje em dia você tem os cantores sertanejos, os jogadores de futebol. Eu acho que os jogadores de futebol é uma coisa grande, porque todos os jogadores iam pra um time da Europa e acabavam se vestindo como os europeus. E consumindo roupa de marca. E roupa de marca é roupa da moda. E roupa da moda é roupa de gay. Então, eu acho que depois que os jogadores de futebol e os cantores sertanejos começaram a vestir “roupa de gay”, que são europeias, aí os héteros que são fãs começaram a se vestir também. Eu fui para o shopping no final de semana e eu vi um hétero com uma roupa bem moderninha que eu amei. Eu acredito que isso tá mudando, mas não é porque tá mudando o pensamento das pessoas, eu acho que é porque a questão da moda europeia tá entrando mais. (Isaque).

Com o metrossexual e a própria difusão dos cantores sertanejos e dos jogadores de futebol, a moda vem sendo entendida também como um espaço aberto para o universo masculino como destacou o Isaque. Porém, é percebido que ainda existem algumas ressalvas quanto ao estilo que será associado ao homem, como destaca o Mateus ao falar sobre certo padrão. Assim, vemos que o cenário, no Brasil, vem mudando mais lentamente se for comparado com a Europa. A moda vem abrindo espaço para artigos de vestuário que desconstroem a classificação de masculino/feminino. A própria C&A lançou uma campanha, em 2016, chamada de *Tudo junto e misturado*<sup>50</sup>, ressaltando a liberdade de escolha dos consumidores e colocando em debate um vestuário sem gênero – é a moda agênero<sup>51</sup>. Sobre essa questão da escolha do estilo das roupas, perguntei para os entrevistados qual era o estilo deles, se mais heteronormativo ou se eles escolhiam o que gostavam. Houve diferenças quanto ao estilo assumido por eles.

Isso pra mim não é uma questão. Na verdade, eu já olhei roupas que eu pensei: “poxa, se alguém me vê com essa roupa vai ter certeza que eu sou gay”, e eu comprei, porque eu achei bom, eu achei legal.

<sup>50</sup> Mais informações no link: <http://jovempanfm.uol.com.br/asfresquinhas/moda/c-lanca-tudo-lindo-e-misturado-sua-1-colecao-de-roupas-sem-genero.html>

<sup>51</sup> Há uma série disponível no YouTube do pernambucano Caio Braz chamada *Roupa de Homem*. Ela já está na terceira temporada e aborda, de uma maneira bem simples e direta, questões do universo da moda. Em um desses episódios, o Caio fala sobre a moda agênero. Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=dKB8Avs9pTY>.

É mais voltando pra questão da autoafirmação mesmo [...] eu me visto bem básico, não são roupas que as pessoas olham e dizem que um gay usaria essa roupa. Mas, às vezes, também são. Depende do momento (Roberto).

O pessoal que eu saio hoje em dia, muitos estão fazendo *drag queen*, então adotam um visual, às vezes, mais andrógono, às vezes mais afeminado e tal. E eu sempre fui mais menininho, embora eu seja muito bicha. Mas eu sempre fui mais menininho, porque eu gosto da roupa assim, eu gosto de uma roupa mais sóbria, mais bem cortadinha, mais elegante, mais arrumada, às vezes, até um pouco mais fria. E eles não, eles gostam de coisas mais colorida. Se eu usar uma camisa com muita estampa eu vou andar assim: “esse aqui não sou eu”, eu não me sinto bem, sabe? Eu sinto que eu tô vestindo uma roupa que não é minha, apesar de eu ter uma personalidade muito extravagante, mas eu me visto muito heteronormativo (Isaque).

Ainda falando sobre esse assunto, o Isaque apontou que ocorre em seu cotidiano uma melhor aceitação da sua pessoa nos ambientes e ele acredita que o seu estilo de vestir pode influenciar isso. Remeti ao padrão utilizado nas publicidades mais atuais, no qual o gay tem um estilo mais heteronormativo. Nota-se que a sociedade, em geral, aceita mais aquele gay que não “dá pinta”, ou seja, aquele que passa despercebido entre os demais.

Eu digo isso, mas não que isso seja uma coisa boa. Mas eu sou um gay que consegue transitar em diferentes espaços, isso eu percebo. Eu percebo que, às vezes eu vou pra uma festa com um amigo meu que tem um estilo mais alternativo e tal, e eu percebo que naquela festa eu consigo socializar com pessoas de diferentes classes sociais e eles não conseguem. E, às vezes eu acho que é por causa da roupa, por causa da aparência, isso eu percebo (Isaque).

Perguntei ainda se acontecia de um gay optar por ter um estilo mais heteronormativo com o propósito de se defender de atos discriminatórios nas ruas. O Elton falou da própria situação que vive em relação a isso, é um sentimento e uma tentativa de proteção através do vestuário. O Mateus falou algo bem claro e mais geral sobre essa relação do estilo com o preconceito social. Assim, há uma volta dos fatores de segurança, violência e estigmatização social nas falas dos entrevistados:

Eu me sinto confortável assim. Tipo, eu já pensei em me vestir de uma forma mais feminina, short mais curto e tudo mais. Mas, realmente, eu sinto um pouco de medo sim, de sofrer muita retaliação. Aquelas sandálias clássicas da Havaianas, tipo fechada de paninho, eu adorava aquela sandália. A primeira vez que eu vi ela foi uma pessoa aqui no CAC<sup>52</sup>, em 2014. Só que tipo, eu não compre

<sup>52</sup> CAC = Centro de Artes e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.

naquele momento, porque eu sabia que eu ia sofrer não discriminação, que todo mundo ia olhar estranho para o meu pé e eu odeio isso de chamar atenção. Levou um tempo, até ela ficar consolidada nos pés masculinos, vários homens usarem, vários amigos meus, que são héteros, usarem, aí eu disse: “não, agora eu vou porque eu sei que agora eu não vou sofrer nenhum tipo de discriminação por usar ela”. Eu tenho um pouco disso, dessas roupas que eu quero usar, mas não tenho coragem (Elton).

Assim, é aquele estereotipo criado que gay bom é gay discreto. Então, a sociedade respeita mais esse gay, porque assim: “Ah, ele é gay, mas ele é na dele”. Então, muitos não conseguem lidar com a pressão. Eu, por exemplo, quando tava me assumindo, passei por uma fase de negar que eu sou mais afeminado, tentar me encaixar num padrão pra que a minha sexualidade não fosse algo que fosse relevante. Tipo: “eu quero que as pessoas saibam que eu sou gay, mas que eu não tenha nenhum problema”. Mas aí quando eu percebi que não é tão fácil assim, eu vi que não valia a pena, porque eu prefiro agir de formas diferentes do que as dos padrões. Mas eu acho que é uma válvula de escape para muitos gays. Porque muitos gays já passam muita coisa na infância, na adolescência, são muito reprimidos e preferem ser mais normativos por defesa, porque realmente faz diferença. As pessoas respeitam muito mais, porque quando você é mais afeminado, você, basicamente, anda com uma bandeira gay nas costas. Então, eu acho que quando você é mais normativo, você meio que exclui isso da sua vida, o que facilita muito (Mateus).

Ao tocar nesse tema da aceitação social, sondei se os entrevistados já tinham sofrido algum ato discriminatório ao estar em alguma loja escolhendo suas roupas para provar. Elton e Roberto afirmaram que já notaram olhares, mas nada verbal ou físico. Em relação ao ato da compra, percebe-se que há um preconceito velado, que não é falado, mas que está presente em olhares e sorrisos. Esses sorrisos podem expressar não só a discriminação, como um estigma de ridicularização e inferiorização dos gays. Mateus também destaca a diferença de conduta quando se está numa loja e de quando se está na rua, pois na rua as pessoas não se sentem coagidas pela condição profissional, então acontecem reações mais visíveis.

Nunca falado, mas sempre tem um olhar. Sempre tem uma olhada da vendedora, da mulher do provador, sempre é aquela cara: “humm”, mas eu, pessoalmente, ignoro. Eu acho pior às vezes que eu tô de shortinho, eu adoro usar shortinho, e vou pegar o ônibus, aí é uma coisa, né?! Porque quando você compra tem aquela coisa do dinheiro mesmo também, porque você tá pagando então, ninguém tem nada a ver com isso. Eu acho que as pessoas têm isso mais intrínseco na mente. Mas acho que na rua não, na rua não tem isso de “você comprou essa roupa, você pode usar”, você tá na rua como qualquer outra pessoa (Mateus).

A moda é uma forma de expressão, por isso a maneira de se vestir e o estilo assumido vão lançar detalhes da identidade/personalidade de uma pessoa. A roupa também pode ser associada ao corpo, pois pode destacar o comportamento corporal dos sujeitos. A valorização da imagem foi algo bem citado nas entrevistas, ressaltando os estilos de vida de cada gay. Desse modo, a pesquisa vai apresentar as experiências dos entrevistados sobre esses dois pontos: identidade e corpo. Como essa relação pode nos trazer informações e conhecimento sobre essa população tão diversificada? E, ainda, como podemos relacionar o comportamento desse corpo dentro das práticas de consumo e nas relações de sociabilidades dos entrevistados?

### 3.3 Ser e estar: relações entre a identidade e o corpo

No capítulo das trajetórias de vida, os entrevistados já falaram um pouco de como foi o processo de entendimento e de aceitação da identidade sexual tanto para eles quanto para os amigos e familiares. Como identidade é uma questão mais complexa, a tentativa era perceber a partir das falas como é a relação de identificação com o grande e diverso grupo de homossexuais de Recife. Assim, perguntei para os entrevistados sobre essa diversidade<sup>53</sup> de grupos e pedi para que eles mesmos me explicassem as características de cada agrupamento. As explicações foram bem parecidas e serão apresentadas todas que foram citadas. Foi reparado que a condição econômica é um dos fatores da classificação e que há especificações que são bem parecidas com outras, mudando alguns detalhes, como disse o Elton: “A mais famosa é a **Pão com Ovo**, é pejorativo e é pra quem é mais pobre e periférico. A **Quá-quá** é mais ou menos a mesma questão da Pão com ovo só que mais afeminada”. Há mais classificações a seguir:

Eu acho engraçado, porque tem uma divisão já que é bem econômica que é a chamada **Bicha Pão com Ovo** e a **Bicha Playboy**. Obviamente que entre a Pão com Ovo e o Playboy existe todo um leque de gays (risos). A **Bicha Pão com Ovo** é a bicha que não tem

<sup>53</sup> O trabalho “*Performance e identidade de gênero na prostituição masculina em saunas gays*”, de Eder da Silva Deodato – PPGA/UFPE, também traz um pouco mais dessa diversidade dos grupos e as relações de poder entre os gays.

dinheiro, frequenta lugares mais baratos. No imaginário gay, é aquela que, geralmente, é pintosinha, sem dinheiro e é engraçado porque ela acaba sendo vista como uma bichinha mais vulnerável, sexualmente falando. Como se fosse aquela bicha que dá pra todo mundo, sabe?! Isso pode ser uma viagem minha, mas é uma coisa que eu observo. A **Bicha Playboyzinha** tá sempre de polo Lacoste. Tem a **Gay Alternativa/Hipster** que usa calça *skinny*, tem um estilinho meio rock in roll/indie, como pode ser uma **Bicha mais CAC**, sandália Havaianas, fumando um baseado e “tô nem aí”. Tem todos esses (Isaque).

Tem três grandes grupos dos gays que vão para as baladas: as **barbies**, os **ursos** e as **afeminadas**. Ai as **Barbies** são aquelas que vão mais para a Metrópole. Super malhadas, vão sem camisa para mostrar o corpo e são quase padrãozinho. É culto ao corpo e a beleza, são os perfeitos. Eles são a personificação da pressão no meio gay. Ai os **Ursos** são os gays vintage, mais velhos ou o estereotipo do peludo. É o gay mais masculino, talvez mais normativo, é o mais padrão, é o gay peludo. E as **Afeminadas** que são bem femininas, o oposto do masculino. Normalmente são mais magras, não chegam a ser saradas como as barbies. Mas há outras categorias que estão nesse meio, por exemplo, eu não me considero nenhuma das duas, eu me considero as duas uma barbie afeminada. Há uma teoria de que o urso é a ex barbie. Tem a **Bicha Baixa** que são as muito escandalosas. Ai nesse meio tem as **Drags** que todas são amigas. Eu até me encaixo um pouco, porque eu sou muito amigo de *drags*. Eu vou muito pra baladas com *drags*. Tem a **Bicha Padrãozinho** que é a normativa. A barbie não tá preocupada em se passar por hétero, ela tá preocupada em ser linda e maravilhosa. A normativa tá mais preocupada em na rua se passar por hétero. Ela ouve sertanejo, ela vai para a balada hétero. A bicha normativa é aquela bicha no começo de carreira, se descobrindo gay, mas ainda tá muito ligado ao mundo hétero. Tem a **Bicha Jegue** que geralmente é a bicha baixa. Tem essas divisões, mas todo mundo se mistura (Mateus).

Tem os **Daddys**, não sei se tu conhece esse, são os mais velhos, sei lá uns 40 anos, solteiros e que vão atrás dos novinhos nas baladas. Tem muito a cultura de falar: “ah, queria muito um Daddy”, porque, geralmente, é gente que tem um poder aquisitivo maior, sabe?! Tipo gente que não se assumiu na família, e acaba por não ter uma vida estável na parte amorosa, mas é muito estável financeiramente falando. Então, acaba bancando o outro. Tem o **Gay Padrãozinho**, e eu admito que faço parte deles. Tipo, um cara branco e magro, não precisa ser necessariamente malhado, de barba, que usa roupas da moda (Roberto).

Além do fator econômico, o Roberto destacou os padrões do corpo e a aparência como sendo outro elemento para a subdivisão dos grupos.

Olha, eu acho que por mais que tente fugir da normatividade, volta sempre pra a questão da normatividade. Acontece muito, a realidade é que gays, brancos, que tem uns trejeitos mais héteros, assim, não são tão afeminados e magros, sejam, como é que eu posso falar? Acabam tendo privilégio, voltando sempre ao privilégio do branco, sendo a pessoa que ganha destaque, principalmente se for de classe média alta. Aquele tipo de pessoa que ganha status, que chama



atenção, todo mundo olha. E rola muito esse estilo de pessoa sendo bem excludente com outros estilos de gay, por exemplo. O gay branco e magro se sobressai (Roberto).

Ao chamar atenção para essa condição do gay branco, foi necessário entender sobre o tratamento do gay negro no próprio meio da população homossexual como um todo. As respostas expressaram o retrato das relações de cor da pele que existem na sociedade, afinal, mesmo que sofram preconceitos, os homossexuais também estão inseridos nela e são socializados de acordo com os conceitos e normas sociais, como ressalta o Mateus: “acho que ser LGBT é só mais um fator de perigo. Todos os outros existentes na sociedade continuam. LGBT é só uma parte. Então eu acho que tudo influi: raça, classe, tudo”. O Isaque apontou a questão racial trazendo também a condição financeira em uma experiência particular:

Eu já ouvi de amigos meus, que eram amigos na época, algo do tipo: “Ah, Isaque, vamos ser francos, a gente não tem nenhum amigo negro, e sinceramente, eu mesmo não andaria com um amigo negro”. Na época que ele falou isso eu fiquei bem assustado, mas é real mesmo, é verdade. Pode ser também porque gays brancos de uma condição social mais favorecida não andam com negros, porque não tem muitos negros nos círculos deles, né?! Mas eu acredito que o preconceito é muito grande. Eu lembro que eu tinha outro amigo, pra você ver a qualidade de amigo que eu tenho, que ele meio que falava meio com desdém de outro gay aí que a gente conhecia: “ai, a pretinha”, não era pretinha de uma forma carinhosa. Era pretinha de uma forma bem preconceituosa mesmo. Então, eu diria que é muito presente essa questão do preconceito racial. Agora é importante dizer que é um recorte, existem grupos gays bem definidos. Como eu estudei na Faculdade de Direito do Recife, os meus colegas tinham um poder aquisitivo muito maior, eles eram pertencentes a outro grupo de gays que eram muito mais playboyzinhos e eu notava muito preconceito nesse grupo. Quando eu passei a estudar jornalismo aqui, eu notei uma queda desse pensamento. Eu não tenho amigos assim aqui no CAC, mas eu tinha amigos assim lá em direito. Então você percebe que, quanto mais é o poder aquisitivo da pessoa, maior é o preconceito dela (Isaque).

Isso remeteu a uma fala do Léo que, ao falar sobre a representação do gay nas publicidades, ressaltou um fator muito interessante e que encaixa na questão identitária: a imagem do gay, branco, heteronormativo, alto e bonito. Esse padrão é o que se aproxima do gay padrãozinho citado por Roberto. Mas o que isso estaria de diferente das afirmações dos outros entrevistados sobre essa questão? Ele utilizou um termo bem conhecido no meio gay para retratar esse padrão estético:

Geralmente negros e travestis estão sempre destinadas ao preconceito. Não tem uma bicha negra bem posuda num comercial de roupa. Agora há pouco, uma linha de maquiagem fez um e colocou Liniker e outras que eu desconheço. Mas tem essas que participam da desconstrução, mas ainda tem essas que colocam o padrão que a gente chama de GGG, que é tipo aquele padrão homem branco, de cabelo arrumado, barba e que não tem os trejeitos. Tem essa brincadeira do GGG, que é o Gay Gay Gay (Léo).

Concordando com isso, Roberto apontou que há certa distância de causas no meio LGBT, dessa forma, ele quis dizer: “que luta por representatividade, mas só luta pra o gay. Só olha pra o gay e faz piada misógina com a lésbica. Aí em vez de ser o LGBT é o GGGG”. Com essa situação apontada, nota-se que há um desentendimento dentro do próprio movimento LGBT no que tange à noção da representatividade. O Léo destacou ainda que “geralmente os gays que não se encaixam nesse padrão são mais empoderados sobre a causa, não só a causa gay, mas a causa lésbica, a causa feminista, entre outras coisas”. Logo, os gays que não se sentem representados de alguma forma tendem a abraçar as causas mais gerais, é o que Roberto vai trazer na sua afirmação, que “um gay que sofre preconceito dentro do seu próprio segmento, tipo um gay que sofre preconceito de outro gay, acaba tendo mais solidariedade com as outras causas”.

Essa situação transpassa tanto na questão da identidade/representatividade quanto no fator da socialização, tendo em vista que a comunidade LGBT tende a se juntar para lutar por causas semelhantes. Aqui estão presentes ainda fatores de estigmas sociais, como a cor da pele, e da violência simbólica existente dentro da própria comunidade gay. Percebendo essa situação, tentei compreender melhor como a representatividade se passa diante de tantos desentendimentos entre os homossexuais e o Léo demonstrou em sua fala que esses desentendimentos vão além e atingem todo o grande e heterogêneo grupo LGBT:

O L ter ido pra frente foi uma questão para dar mais visibilidade para as lésbicas. Eu acredito que tem rixa. Tem muito gay transfóbico, que não aceita o outro e reproduz muita merda. Tem o gay lesbofóbico, a lésbica que não aceita a transexual, não sei se seria... Mas tem lésbica que não aceita a mulher *trans* como mulher. Percebo que tem essa rixa entre as letras. O pessoal fala da biofobia, desconsidera a identidade bissexual. O gay acaba ficando com toda a atenção,

sempre fica mais voltado para o gay, aí a gente acaba esquecendo de todos os outros grupos que existem (Léo).

Ainda falando sobre as discriminações que foram destacadas pelos entrevistados, uma das que foram apontadas foi em relação ao corpo e aos padrões sociais de beleza: o corpo escultural. Em outras falas, os entrevistados já chegaram a apontar que a aparência é um dos pontos mais observados na comunidade gay. Deve-se lembrar, mais uma vez, que isso não se aplica a todos os homossexuais, mas há uma grande parcela que se preocupa com a imagem e o corpo está inserido nisso, então o gordo sofre um pouco mais na hora da paquera. O Isaque trouxe uma experiência de vida que mudou o comportamento dele em relação ao seu corpo. Também pode-se refletir, a partir de Isaque, sobre relações entre a aceitação da imagem e o consumo, tendo em vista que ele investiu em seu corpo através de uma academia de ginástica.

Eu tenho muita alergia principalmente na pele, então eu acabei fazendo durante muito tempo um tratamento com corticoide e engordei muito. Eu engordei assim, absurdamente, aí a minha pré-adolescência e adolescência foi bem gordinho, até que no final da adolescência eu tava bem gordo. E aí, isso é realmente um ponto que eu acho muito interessante, porque eu terminei esse tratamento antes do final da adolescência, mas aí eu continuei gordo [...] quando eu passei no vestibular e eu ia ter um ano de férias, porque a faculdade tava em greve e eu era só segunda entrada, então era um ano que eu ia ficar sem estudar. Aí eu parei e pensei: “vou resolver essa questão na minha vida”, foi quando eu comecei a conhecer meninos. E, realmente, a questão do corpo foi muito importante, porque eu parei e pensei: “bem, eu vou resolver essa questão”, e entre as coisas que eu tinha que resolver estava a questão do corpo. Então, perder peso foi uma dessas situações. Eu sentia que pra eu me envolver com outras pessoas, eu tinha que tá com o corpo bonito pra poder ser desejado pelas outras pessoas. Em 2006 eu emagreci e no final de 2007 eu comecei a malhar. Em 2009 eu engordei, praticamente, tudo de novo. Aí, em 2012, quando eu tava morando em Maceió, resolvi emagrecer de novo, depois entrei na academia e emagreci um pouco mais. Eu tava numa cidade que eu percebia que as pessoas se interessavam bem mais por mim se eu fosse magro. Depois eu voltei pra Recife, em 2013, e engordei de novo. Aí em julho de 2013 eu entrei na academia de novo e disse que ia ser definitivo, aí não parei mais. Ao todo eu perdi 30kg do máximo peso que eu tive pra hoje. E, com certeza, é uma coisa que se eu recuperasse 30kg ou muito menos, eu cairia na depressão, porque eu não me sentiria desejado, eu não me sentiria bonito para me apresentar às pessoas [...] Eu não sei se eu tenho essa obsessão com o corpo porque eu fui gordo, mas é muito presente na minha vida. Teve uma vez, logo quando eu cheguei em Maceió, eu saí com uns amigos meus pra uma festa e me arrumei bem, e aí quando eu cheguei na festa eu ouvi alguém falando de mim: “é, bonitinho, mas se fosse mais magro”, eu sabia que isso era comigo, tá ligado?! Então, isso sempre foi muito presente pra mim.

Hoje em dia eu estou mais tranquilo com o meu corpo, porque eu estou malhando, mas assim, até pouco tempo eu tava muito nervoso até para manter, sabe?! Mas pra você ter ideia, eu tô namorando agora, tem um mês, e quando eu tô namorando eu me sinto muito mais aliviado, porque eu sinto que eu não preciso tá nessa pressão toda, embora eu ainda continue bem disciplinado na academia (Isaque).

O Mateus também chegou a falar que a gordofobia seria uma das discriminações mais intensas na comunidade gay “existe uma própria homofobia dos heteronormativos com os afeminados, com gordos, de todos eu acho que esse é o pior, gay é muito gordofóbico. Muito mesmo”. Ele ainda falou que o racismo e o preconceito econômico estão presentes por causa da própria sociedade e afirmou que “rola um pensamento assim: “ah, eu sou tão reprimido que eu me sinto no direito de reprimir alguém”. É uma coisa completamente louca, né?!”.

Outra questão derivada do empoderamento da identidade sexual e do comportamento corporal foi a observação de um aumento visível de travestis jovens. Essa realidade foi levantada por dois gays, com a idade entre 25–30 anos, nas conversas aleatórias e informais realizadas no bar utilizado na pesquisa. Isso ocorreu ao falarem do ambiente do bar. Um deles chegou a comentar que na época em que eles se assumiram era tudo mais discreto, que ele não via muitas travestis por aí. Mas que hoje é tudo muito rápido, que “as novinhas” são ousadas e começam cedo. Essa informação coincidiu com uma afirmação de Léo sobre quebras de padrão de gênero, o que pode ser também relacionado à importância dos estudos da Teoria *Queer*. Ele apresenta uma experiência dentro do seu grupo de sociabilidade para explicar a visibilidade que as *drag queens* têm na atualidade:

Isso de *drag* mesmo é uma coisa que quebrou muito padrão. Quando os meus amigos começaram a fazer a unha para ir, sei lá, para a faculdade, pararam de se importar com o padrão que é criado, sabe? Então, quebrou aquela característica do masculino e feminino, eles ficam entre. É uma coisa que aumentou bastante. Até teve uma confusão há um tempo atrás, com as *drags* da cena antiga, que antes lugar de *drag* era na MKB e, às vezes, na Metrópole. Hoje a *drag* tá numa festa hétero. Minhas amigas foram montadas para a Villa Arena<sup>54</sup>. RuPaul's foi uma coisa que motivou, eu acho que, de uns dois anos pra cá, que começou o “boom”, sabe?! Era uma coisa bastante escondida e hoje, o pessoal tá de *drag* sim. Eu acho que dá mais empoderamento a você fazer uma coisa que antes não tinha nessa quantidade. E eu acho que dá mais empoderamento pra bicha

<sup>54</sup> Bar de balada sertaneja no Recife.

de quebrar esse padrão. E depois ele tem, como eu posso dizer, um *feedback*. Um *feedback* não, mas um efeito colateral, assim, que é quebrar o padrão de gênero. Com isso, várias pessoas começaram a fazer *drag*, e eu já percebi que todos, se você comparar de um ano pra cá, enquanto bicha, se empoderaram bastante. Então, assim, tão usando saia pra ir pra uma festa, pintando unha, essas coisas, sabe?! Ser mais livre (Léo).

Um fator que apareceu nas entrevistas indiretamente foi a relação entre o gay e uma “diva”<sup>55</sup>. Geralmente são cantoras com grande destaque na mídia, relacionadas à música pop. Todos os entrevistados falaram sobre isso e relacionaram essa paixão à representatividade nas letras das músicas, ao fato delas empoderarem as pessoas, distraírem da realidade e também por elas serem mulheres fortes, que enfrentam situações de discriminação, mas com determinação e coragem. Durante a investigação sobre essa importância da diva, as explicações sobre elas foram:

Eu realmente não sei explicar de como isso surgiu, porque é uma coisa muito forte mesmo. Não sei, ele vê a diva pop como uma heroína ou uma mãe, uma figura que vai salvar ele, porque com as músicas dela fazem ele esquecer do sofrimento em que vive. Talvez por isso, mas é uma coisa que eu não sei, porque tipo, sempre é uma mulher. É muito difícil você ver um homem que cante pop fazendo sucesso entre os gays, esse endeusamento dele não rola não. É mais com mulher mesmo. Mas eu acho que é isso, uma figura que você se sente acolhido por ela, pelas músicas dela, meio que esquece da situação em que vive. Distrai um pouco, talvez seja por isso. Eu acho que pra um gay a relação melhor é sempre com a mãe, porque o pai geralmente é mais machista e não tem essa proximidade como a mãe. Aí eu acho que ele vê na diva pop uma figura materna que vai acolher ele, ainda mais quando a diva se aproveita disso pra cantar músicas de apoio a bandeira LGBT, como Lady Gaga, Cher ou Madonna. Acho que é isso, se sentir acolhido por essa diva pop, por essa cantora (Elton).

Caramba, tem importância, não é à toa que a maioria dos gays tem uma diva. E assim, eu vou falar da minha experiência, sempre admirei muito pessoas fortes, mais que pessoas fortes, mulheres fortes. Eu não sei o porquê, mas eu acho que é porque a mulher, assim como o gay, antes de você se descobrir, você se acha uma pessoa muito frágil e você vê na mulher uma pessoa que também é frágil assim como você, pela sociedade, sabe? E assim, você como mulher que chega no que se considera o topo da sociedade da gente, isso é uma inspiração. Madonna é a minha diva, porque eu acho ela uma mulher de braço forte, uma mulher que diz: “eu vou fazer dessa forma e vou conseguir”, e ela consegue. É aquela mulher que diz: “eu vou fazer

---

<sup>55</sup> Para mais informações sobre os discursos das divas pop, olhar o trabalho “*As divas gladiadoras da música pop: uma análise do discurso de Beyoncé, Britney Spears e Pink*”, de Wellthon Rafael A. Leal – Departamento de Ciências Sociais/UFPE. Já para a relação de proximidade com as divas, ver o trabalho “*The haddukan Family in concert: uma análise de amadrinhamento entre os transformistas e drag queens*”, de Mariana Leitão Mesquita – PPGA/UFPE.

isso”, e todo mundo diz: “você não vai fazer isso” e, mesmo assim, ela faz. E sempre foi o que eu quis pra mim. Sempre tive, desde criança, aquela vontade de provar pra todo mundo que, apesar de tudo aquilo que eu tava vivendo, ia vencer e isso sempre me influenciou em muita coisa. Por exemplo, eu era um aluno muito estudioso, eu tirava notas muito altas, enfim, e tudo isso porque eu queria provar a todo mundo que eu era melhor do que todo mundo; que aquela criança, que todo mundo falava mal, todo mundo rejeitava, era, na verdade, a melhor de todas. E o meu processo de aproximação com as divas era isso, não era nem tanto o glamour, ela usa roupa de marca, ela é bela, ela arrasa, não. O meu conceito, o que eu me prendia era a força e eu acredito que era a imagem da mulher, porque a mulher sofre tanta coisa e ela conseguir chegar lá. Então assim, pra mim é importante ter divas pra me inspirar e eu gosto da Madonna porque eu pensava: “se ela conseguiu, eu também vou conseguir”. Ela passava pra mim essa força, essa posição de destaque que eu também queria ter. Rolava uma identificação especificamente com a personalidade (Isaque).

Repara-se que o relacionamento com outras pessoas se faz muito presente na construção das identidades e nas referências de comportamento com o grupo. Essa vivência com o outro existe tanto nos vínculos com as questões sociais quanto no que diz respeito ao modo de se expressar. Por isso, o próximo ponto abordado será sobre as sociabilidades dos entrevistados.

### **3.4 Sociabilidades: os espaços e a segurança da identificação com o outro**

Sabe-se que o ser humano é um ser social e que viver em sociedade proporciona uma identificação com um grupo a partir das convicções e estilos de vida que cada um adota para si. Sendo assim, a pesquisa buscou entender melhor sobre os processos da sociabilidade que envolvem o consumo de coisas e de locais de serviços. Assim como pretendeu entender, também, um pouco mais sobre o desenrolar e as experiências das relações dos entrevistados em uma cidade onde a cena de divertimento para LGBT é favorável e vem crescendo, fazendo com que “todo mundo se conheça” ao menos de vista. Essa afirmação apareceu tanto na fala de Mateus quanto numa conversa informal no bar, na qual o sujeito disse que ia para o bar sozinho porque sabia que sempre encontrava algum amigo ou conhecido lá. Diante disso, perguntei aos entrevistados se eles gostavam dos espaços de lazer voltados para a comunidade LGBT em Recife:

É pequena, mas é boa. E eu acho que é pouco representativa, porque a gente só tem, mais ou menos, basicamente dois grandes lugares LGBT: a **Metrópole** e o **Santo Bar**. O **Conchitas** é um lugar, mas eu considero mais neutro. Muitos LGBTs frequentam, mas é mais neutro. Mas, por exemplo, a **Metrópole** é uma balada de boate e que tem todo final de semana. Só tem uma, mas pra héteros não tem nenhuma. Tem a Vila Arena que é uma “boate sertaneja”, não é uma balada mesmo. Então, eu acho que ela é pequena em relação a lugares, mas até grande em relação a festas, porque todo mês tem, pelo menos, um open bar, todo final de semana tem alguma festa. A cena é reduzida, mas para o parâmetro Recife, de festas, ela é grande suficiente. É um inferno, porque todo mundo se conhece e metade já se pegou. É um inferno (risos). Você vai dar em cima de uma pessoa, já tem 40 amigos em comum. (Mateus).

Eu acho que ela tem muitos lugares pra sair, mas vê, quando eu fui pra Natal eu achei incrível, porque a cena LGBT de lá é mil vezes menor do que a daqui, mas tem uma coisa que a daqui não tem que é uma cena voltada pra lésbicas. As lésbicas lá organizam festas, você chega nas festas as lésbicas tão discotecando. Existe uma cena que as lésbicas dominam muito mais do que aqui. Recife tem uma cena riquíssima gay, a gente tem a **Carola**, a **Fritz**<sup>56</sup>, que era a antiga Bugnight, tem as mil festas da **Golarrolê**, que embora as festas da Golarrolê não sejam organizadas por gays, só quem vai é gay homem. E aí você tem a **Metrópole** que é basicamente gay também, tem o **Miame Pub** que promove festa, tipo “Festa do dia do urso”, o dia da não sei o que, só coisa assim gay. Você tem o **Santo Bar** que é basicamente gay também. As festas todas têm um apelo muito grande às questões gays, por exemplo, na festa de São João da **Metrópole** tem o Rei da Espiga. É gay, gay, gay (Isaque).

Eu acho ela legal, mas ela é bastante dividida. Você sempre vai ter lá: **Metrópole**, **Santo Bar**, **MKB**, Recife Antigo e as festas que acontecem sempre. Eu já fui pra todos esses e eu percebo que o público é totalmente diferente. Vamos dizer assim, o pessoal que vai pra a **Fritz** é um pessoal mais alterninha e tal. O pessoal que vai para a **Metrópole** é um pessoal mais misto, você vai ter o alterninha, o heteronormativo, você vai ter a bicha pobre e a bicha rica, todos os tipos. No **Santo Bar** já é um povo mais assim, como eu posso dizer, o **Santo Bar** é mais ou menos a mesma coisa da **Metrópole**. Aí você vai para a **MKB**, vai ter a bicha da favela, da comunidade, o cafuçu, vai ter travesti, vai ter sapatão. Mas é bastante diferente, é bem nítido a diferença de cada lugar, sabe?! No **Recife Antigo** é um público que é mais parecido com o da **MKB**. Aí você vai pra a **Maledita**<sup>57</sup> eu vai ter um pessoal muito uó, eu acho, muito elitizinha e tal. Vai mudando de festa pra festa, sabe?! Existe muito aqui em Recife isso, a diferença dos públicos nos lugares é muito grande, sabe?! (Léo).

Pela resposta do Léo, fui atrás da opinião dos demais entrevistados para saber pouco mais sobre a percepção deles a respeito da existência de

<sup>56</sup> A **Carola** e a **Golarrolê** são produtoras de festas. A **Fritz** é uma festa open bar voltada para a comunidade LGBT.

<sup>57</sup> A **Maledita** é uma festa temática produzida pelo selo **Golarrolê**.

algum tipo de identificação nítida entre os grupos de estilo de gay presentes nesses locais e as respostas foram bem parecidas:

É engraçado que você vê... Há muito tempo eu não ia numa festa da **Golarrolê**, que é a Maledita, Brega Night, Odara, essas festas. Aí outro dia eu fui e você vê que o público bem bicha playboyzinha, zona sul - Boa Viagem - bicha riquinha, é muito claro. Tem a **Fritz**, que é festa organizada por universitários e o público é uma bicha mais hipster, mais indie, mais nesse estilo. Se você for para a **Metrópole**, dá mais barbie e bicha pão com ovo. Meio que rola completamente isso, tem festas que são voltadas para públicos bem específicos, por exemplo, tem um lugar que se chama **Confraria dos Ursos** que tem noites especiais para ursos, sabe?! Eu acho que é bem segmentado mesmo. Eu lembro que tinha uma boate aqui em Recife chamada **Misty**, eu ia muito em 2009 e era bem de playboy (Isaque).

Já que há essa percepção dos grupos bem definidos, quis saber se eles se dão bem entre si ou se há algum tipo de conflito entre eles, pois os entrevistados já tinham dito que existe uma discriminação com travestis e com os mais afeminados, por exemplo. O Elton ressaltou muito sobre situações de discriminação no meio gay em várias partes das entrevistas, principalmente no que diz respeito à condição financeira, mas ele afirmou que, nos espaços de sociabilidade, mesmo estando misturados, há uma boa convivência entre os grupos. Já o Léo ressaltou mais uma vez as diferenças devido ao estilo e comportamento: “A maioria dos grupos tem preconceito com o afeminado, com a bicha. Porque sofre, aí termina reproduzindo dentro do próprio meio com as afeminadas”.

Eu acho que se entendem bem. Eu não acho que tem muita diferença entre os grupinhos de gay. Eu acho que convivem bem, pelo que eu vejo nas festas. Claro que os mais desejados vão ser aqueles do padrão: malhadão, bonito, forte e branco. Mas convivem bem (Elton).

Para compreender melhor como os entrevistados percebem a existência de locais que sejam voltados para LGBT, perguntei a opinião deles sobre a substancialidade desses locais. A segurança e a liberdade para ser quem se é ganharam destaque nas falas. Há, ainda, o fato de ter um sentimento de identidade diante do grupo que frequenta o ambiente.

É um lugar onde você se sente acolhido. A Maria do Céu, que é a dona do Santo Bar, Metrópole e lá lá lá, eu já vi ela falando que as pessoas entram lá e estão num lugar que é seguro pra elas, elas podem ser quem elas são, podem dançar a música que elas gostam,



beber e se passar. E quando elas saírem de lá, elas vão sair fortalecidas, pra poder lidar com o mundo lá fora, que é agressivo. As pessoas vão te julgar. Acho que em todas as sociedades as pessoas vão procurar seus nichos, né?! Eu gosto mais de tal música, de tal lugar, eu posso gastar menos, eu posso gastar mais e assim por diante (Roberto).

O tipo de música e cultura que a gente consome, querendo ou não, é diferente de um hétero, digamos assim. É difícil você ver um gay indo pra a Vila Arena ou algo com sertanejo. Aí, realmente, eu acho muito importante e você interagir, conhecer pessoas que também são LGBTs e discutir sobre vários assuntos, não só sobre diversão, mas também sobre direitos. É muito importante. Querendo ou não é um ponto de encontro, você vai encontrar alguém igual a você e você vai discutir várias questões. Tem que ter aquele momento de diversão com quem é igual a gente. Eu acho importante (Elton).

A gente, aqui em Recife em lugares héteros, acaba se sentindo um pouco oprimido. Eu não digo nem tanto pelo local, também pelo local, mas eu me sinto mais oprimido pelas pessoas que estão frequentando o local. Eu realmente fico com medo. Às vezes você tá num bar completamente hétero e você vai paquerar outro cara ou até o próprio namorado e você dá um beijo. Você fica com medo que a pessoa da mesa ao lado se levante e dê uma garrafada na sua cabeça. Então assim, eu acredito que seja realmente muito importante você ter espaços gays, porque você consegue se sentir à vontade para ser uma pessoa normal, apenas (Isaque).

O Isaque levantou uma questão muito importante: a segurança do gay para ser e agir como uma pessoa normal em um ambiente considerado para heterossexuais. Mais uma vez, questões de segurança e violência aparecem nas afirmações dos entrevistados e reforçam o cenário de pressão e insegurança que os gays sofrem todos os dias no Brasil. Essas afirmativas relembram os dados sobre a violência divulgados pelo Grupo Gay da Bahia, sobre as possibilidades de discriminação que geram beijaços nos ambientes de sociabilidade, apresentados no Capítulo 1. Por isso, indaguei se eles iam para esses lugares classificados de héteros e se eles já tinham sofrido algum tipo de discriminação ao estarem nesses locais:

Não, porque eu não gosto do lugar. Não faz a minha linha. Só vou quando, por exemplo, tem um aniversário. Eu não vou porque “Meu Deus, eu adoro esse lugar”. Eu vou porque tá tendo um aniversário e pronto [...] Teve uma vez que eu fui pra o The Jocker Pub, que já fechou e era aqui em Boa Viagem. Eu fiquei com um menino no meio da festa e isso foi um negócio, todo mundo ficou olhando. Minha amiga tava no banheiro e comentou que tinha duas meninas que comentaram que não estavam acostumadas. Minha amiga deu um fora e disse que era bom que acostumava agora. Mas, não, nunca sofri (Léo).

Eu odeio sair pra lugar hétero. Tipo, na época da Nox, eu saia muito e eu gostava, porque eu gostava muito da música de lá. Mas, eu digo hoje, e eu digo e faço, eu não vou pra um lugar hétero. Se um amigo meu hétero quer sair comigo, ele vai pra um lugar gay. Pode ser aniversário de seja lá quem for, eu não vou. Porque eu acho que um gay num lugar hétero, ele não é importante ali. Primeiro que ele não vai paquerar com ninguém. As pessoas hétero têm muito a visão de que o gay é um acessório, então assim, as meninas começam a perguntar: “ai, como é que tá a minha roupa?”, eu não quero saber como tá a sua roupa, eu quero saber como tá a minha [...] a primeira vez que aconteceu foi na Nox, eu ia muito lá. Um dia eu tava ficando com um menino, que hoje em dia ele é superamigo meu, aí a gente tava ficando e o segurança veio pedir pra a gente parar e eu não lido bem com gente mandando eu parar de fazer alguma coisa. Eu fiquei irritado e mandei chamar o gerente umas 3x, porque mandavam eu parar de ficar e eu não queria parar. Mas eu já sofri em bar também, pelo mesmo motivo, não aqui em Recife, mas em São Paulo. Uma vez eu tava no Rio de Janeiro, ficando com um menino na praia e a gente tava só sentado de mãos dadas e chegou um cara, super do nada dizendo que se não parasse eles iam bater na gente. Hoje em dia eu acho que não passo mais por isso, porque naquela época eu era bem magrinho, hoje em dia eu já sou maior, uso barba. Eu acho que isso intimida as pessoas de certa forma, sabe? Eu acho que se eu tiver bichando muito aqui e alguém falar, se eu olhar pra a pessoa intimida (Isaque).

Questionei ainda se eles deixavam de frequentar locais de diversão quando eles descobriam que tinha acontecido algum caso de discriminação com um gay ou LGBT. O Léo disse que “Não, eu vou e vou bem bicha. Eu vou causando bastante”. O Elton e o Mateus tiveram respostas parecidas, eles tentam evitar, um pelo desconforto de saber o que aconteceu, o outro por cautela e segurança. Todos eles afirmaram conhecer pessoas que já sofreram algum tipo de situação preconceituosa no Recife, fora os exemplos vividos pelos próprios entrevistados:

Eu vejo que se eu continuo frequentando esse espaço é muita hipocrisia da minha parte, porque eu fico imaginando a pessoa que sofre isso e eu vou tá lá financiando isso. Eu me sinto muito mal. Eu faço de tudo para deixar de ir. Eu descobri o caso de homofobia e transfobia no Estelita e não tenho mais cara de voltar lá, de chegar lá e me divertir sabendo desses casos. Eu tento boicotar mesmo e tento alertar ao máximo os amigos que eu posso para que parem de ir lá, para que deixem de frequentar (Elton).

Eu começo a evitar, mas eu tento sempre perceber que a culpa não é do lugar ou do dono do lugar, é das pessoas que frequentam. E, qualquer lugar, LGBT ou hétero, de tempos em tempos, o público se renova, quem ia passa a não ir e quem não ia passa a ir mais. O Barchef, durante muito tempo eu fui muito. Muito mesmo, até pouco tempo antes de terem esses casos de discriminação. Mas aí, eu fui parando de ir naturalmente, antes de saber de qualquer coisa. Hoje eu não vou mais, porque eu vou sair no sábado, então eu acabo

sempre optando pela Metrópole ou Santo Bar, por exemplo. Mas assim, quando eu percebo que teve algo assim num lugar, eu não risco, mas eu começo a evitar por segurança. Eu sou muito medroso, eu tenho certo receio de ir para algum lugar onde eu sei que eu possa sofrer alguma coisa. Até porque eu sei que eu sou mais ou menos o perfil procurado, porque eu sou afeminado, eu sou desbocado, quando eu bebo, eu bebo muito e, às vezes, fico muito louca. Então, eu evito por vários motivos, mas aí eu tento, depois de um tempo, desconstruir isso da minha cabeça, porque eu sei que o lugar em si não tem culpa (Mateus).

Depois de conversar sobre os locais de diversão, fui buscando a compreensão da escolha dos amigos, dos grupos de sociabilidade e dos relacionamentos entre os gays, assim como com os heterossexuais. As redes sociais e aplicativos de paquera foram citados ao longo da pesquisa, então comecei a observar qual era a relação dos entrevistados com esses aplicativos e verificar a importância deles para a sociabilidade dos gays.

Eu usava todos, mas eu quase não conhecia ninguém nesses apps. Teve uma época, em 2014, que eu usava e conhecia muita gente, mas aí depois, da última vez que eu fiquei solteiro, eu usava todos e não conhecia quase ninguém. Eu tinha mais por uma rede social, porque meio que “ah, todos os gays tão aqui, então eu vou usar também”. Eu achava que era como se fosse uma extensão das festas, sabe: “Tá todo mundo aqui”, da mesma forma que tava todo mundo nas festas. Eu acho que é muito importante, tem um peso muito grande na socialização. As primeiras pessoas que eu conheci quando eu me assumi gay e que eu não tinha pra quem contar e nem com quem me envolver, porque eu não conhecia ninguém. Na época não existiam esses aplicativos, não existia nem o smartphone, mas eu utilizei a rede social, o Orkut e foi muito parecido, porque o que é que eu fiz? A ideia que eu tive foi genial: eu peguei no Orkut, que tinham as comunidades, eu pensei: “bem, eu vou entrar na comunidade, sei lá, Shopping Recife, porque com certeza vai ter muito gay”, e na comunidade “Amamos a Colcci”, alguma coisa assim. Fui catando perfis de pessoas que eu olhava e dizia: “ah, esse daqui é gay”. Eu adicionava e via se essa pessoa me adicionava de volta. Foi por rede social, mas parecia um aplicativo. Lá na comunidade eu via as fotos e falava com eles, foi muito parecido com aplicativo, sabe?! Então, foi como eu comecei, foi como eu tive coragem, até porque eu não tinha coragem de sair para uma balada. Aquilo ali era como se fosse uma balada, tava todo mundo ali. Foi importante pra mim, para os meus primeiros contatos com as pessoas (Isaque).

Eu comecei fazendo amigos na internet. Inclusive, tenho muitos amigos hoje que foram da internet. Aplicativo também. Inclusive, meu melhor amigo eu conheci ele no Tinder, que é um app de paquera e tudo mais. A gente se conheceu e começou a conversar, viu que se dava super bem como amigos e virou amigos. E isso aconteceu com outras pessoas. A internet foi o meio principal disso, de me dar amigos próximos que eu me identificava (Roberto).

Após reparar na importância dos aplicativos e até mesmo das redes sociais não só como informativo das festas ou da imagem que se quer passar, mas também para conhecer pessoas, inclusive para começar a ter um círculo de amizade gay, questionei sobre os relacionamentos. Essa pergunta trazia sempre muita reflexão e até mesmo um desabafo. Em geral, as respostas trataram sempre de rapidez, de um comportamento mais livre e as motivações disso foram variadas, como mostramos a seguir:

Eu acho que são mais líquidos, mais fluídos. A gente tá tendo mais liberdade atualmente e eu vejo assim, não sei se posso tá enganado, mas tipo, é aproveitar o máximo de pessoas possíveis. E, às vezes, não quer ficar presa a só uma pessoa durante muito tempo, porque acha que vai tá perdendo tempo de ficar com outras pessoas. E os gays têm uma forma mais fácil de paquerar e de dar em cima, até mesmo por aplicativos gays. Eu vejo, a minha prima é hétero, e eu vejo ela dando em cima, conversando com um menino pelo Tinder, e é uma coisa que demora muito mais para marcar de se encontrar, enfim, fazer outras coisas. Já o gay não, se conhece no dia e no dia já tá marcando de se encontrar, sair e tudo mais. Um hétero demora mais pra isso, porque a mulher ainda tem um pouco de ser preservada, o que a sociedade espera dela, de não ser tão atirada. Já o gay, não. Não tem esse tipo de amarra sobre ele. Pelo que eu vejo dos meus amigos, duram menos, os relacionamentos acabam mais rápidos do que amores héteros. É a mistura dessa rotatividade, disponibilidade com a questão da liberdade que tem hoje em dia, de poder sair de mãos dadas com uma pessoa nas ruas, essas coisas que não tinha antigamente. Acho que se misturar isso com a questão da rotatividade e disponibilidade que resulta nisso de não ter tanto namoro ou do namoro não ser tão duradouro (Elton).

Eu posso dizer que é um pluri, porque você tem todos os tipos. Tem casal que começa bem rápido e acaba bem rápido. E tem casal que demora muito, tem casal que tem relacionamento aberto, enfim, tem todos os tipos. Eu acho que foge um pouquinho do padrão hétero que é sempre a mesma coisa: começa a conversar, aí ficam, namoram e não sei o que. Entre os gays já é diferente, sabe?! É mais rápido. Uma coisa que eu percebi, eu observei muito tempo antes de namorar e eu vejo muito nos meus amigos, é que fica naquela carência de ter alguém, sabe?! De tentar ser feliz com alguma pessoa. Mas que é pra tentar substituir alguma coisa, ocupar um vazio. Pelo menos é o que eu sinto na maioria das pessoas que eu converso, é a tentativa de tentar substituir alguma coisa com uma pessoa. Aí, por isso que eu acho que fica sendo tão rápido. Vai e tenta com aquela pessoa, aí não é aquela coisa que a pessoa imaginava que ia ser. Aí fica sempre nessa (Léo).

Assim, primeiro relacionamento no meio gay, principalmente relacionamento sério, é mais difícil. Vários fatores: primeiro porque é pouco aceito e alguns gays acabam evitando, realmente sem perceber. Outro que o empoderamento e liberdade gay é muito atrelado à sexualidade, então gays tendem a ficar com mais pessoas. Eu acho que não a ser menos fiéis, mas a serem mais desapegados. Eu acho que esses dois fatores constroem, basicamente, o que acontece no meio dos relacionamentos gays. Umas pessoas são

mais liberadas e tendem, de alguma forma, a ter certa dificuldade de terem um relacionamento mais duradouro. Por exemplo, um relacionamento hétero na nossa sociedade, a mulher é muito estigmatizada que ela tem que ter um relacionamento sério, uma coisa fixa, ela não pode sair ficando por aí com quem ela quiser, porque senão ela vai ficar desqualificada, desvalorizada. Então, eu acho que há um esforço um pouco maior de se manter uma relação mais séria e fixa. O casamento no mundo hétero é uma necessidade, ele é um fim certo. Mas no meio gay, não. A gente desconstruiu que precisa casar. Hoje que o casamento é liberado, há os que preferem casar, que precisam ter um relacionamento fixo e sério. Eu acho que muitos ficam: “ah, deixa acontecer”. E também por não ter, por exemplo, eu tenho um amigo que é muito “minha amiga” e que não é assumida para a família. Então, basicamente, ele não pode ter um relacionamento, um namoro fixo e sério igual ao hétero, porque se ele não pode nem se assumir para a família quanto mais dizer que tem um namorado, um relacionamento igual ao hétero. É muita pressão (Mateus).

Mesmo com a afirmação de uma rapidez nos relacionamentos, sabe-se que a legalização do casamento gay é uma das causas mais debatidas em todo o mundo. No Brasil e em outros países, já é possível e legal perante a lei o casamento civil entre pessoas do mesmo sexo. Então, investiguei o que os entrevistados pensam em relação à formação de família e ao casamento. A vontade de ter filhos apareceu como mais forte do que de casar e ter um marido. A questão da idade foi outro fator observado, o planejamento ou a ideia de ter um filho é uma coisa que aparece como talvez no futuro. O entrevistado que afirmou esse aumento foi o Isaque, talvez pelo fato dele ser o mais velho do grupo de entrevistados:

Eu acho que a lei acaba refletindo nos nossos comportamentos. Então, a partir do momento que você sabe que legalmente você pode adotar, que você pode se casar, não se torna uma coisa tão irreal. Pode ser sim que eu queira fazer isso no futuro, até porque casamento é uma construção. Aquela coisa: isso é uma meta de vida, mas no meio gay as pessoas são mais livres para pensar se são o que elas realmente querem ou se é uma coisa que está sendo imposta a elas. Eu acho que isso é mais livre, as pessoas param para pensar e realmente pensam se querem ou não, não é uma coisa que já tá decidida (Roberto).

Eu pretendo ter, um dia ter uma família e filhos. Mas não penso nisso com muita força não. Só quando eu tiver bem estabilizado na minha vida acadêmica e financeira, depois dos 35 anos talvez, aí eu penso mais nessa questão. Meus amigos são bastante jovens, eu tenho poucos amigos mais velhos que trabalham e tal. A gente fala uma hora e outra assim, mas não é muito recorrente não essa questão de ter filhos, de como vai fazer pra ter o filho, porque alguns só querem um filho e não um marido (Elton).

Eu acho que depois que surgiu toda essa discussão em torno da adoção e agora a questão do casamento gay e tudo mais, eu acho que cada vez mais eu tenho visto pessoas interessadas em casar e ter filhos. Principalmente em ter filhos, porque casar a gente já via muito. Obviamente não casavam porque não podia, mas viver junto todo mundo sempre tinha um sonho, porque todo mundo sempre tem o sonho de encontrar alguém. Mas de ter filhos eu tenho percebido um aumento imenso (Isaque).

Continuando a observação sobre as questões que permeiam a sociabilidade e procurando ainda fazer novas relações com os fatores do consumo, perguntei aos entrevistados se eles já tinham comprado, usado ou consumido algum produto ou serviço para entrar em um grupo de sociabilidade. Isso porque, anteriormente, ficou claro que o consumo e o estilo apresentados podem ser interessantes para a apresentação da imagem. Conseqüentemente, essa imagem pode aproximar ou não pessoas. Durante a pesquisa, o Léo e o Roberto falaram que, ao conhecer pessoas em sua fase de assumir para a sociedade a identidade sexual, eles buscaram as referências de roupas, músicas, lugares e até seriados entre os colegas que já eram assumidos para se incluírem e decidir se também gostavam. O Isaque também deu essa afirmação de uma forma que exemplifica bem essa situação de utilizar o consumo para tentar se enturmar:

Durante muito tempo eu tentei me vestir de uma forma bem moderninha, descoladinha, colorido, seguindo tendência. Eu tentei durante muito tempo viver de forma forçada, até que eu comecei a ver as fotos (risos) e vi que não tinha nada a ver comigo. Eu tava tentando mais era meio que pra me enturmar mais, pra ser descolado, até porque na época tava começando aquela coisa *hipster*, calça *skinny*, colete jeans e essas coisas. A minha perna é muito grossa, calça *skinny* fica péssima em mim, porque eu tenho o quadril mais largo e a minha perna é muito grossa. Enfim, ficava uma derrota e não era eu. Eu vestia porque eu sabia que tava na moda, mas eu olhava e dizia que não era eu, eu me sentia desconfortável e com vergonha. Eu ia nas lojas, eu comprava as roupas, chegava em casa, eu não tinha coragem de usar. Até que eu percebi que não era meu estilo mesmo, aí eu parei e hoje em dia, eu me visto da forma que eu sou eu (Isaque).

Ainda sobre a associação entre consumo/estilo/sociabilidade, procurei investigar como ela ocorre entre os grupos de sociabilidade gays, ou seja, entre os amigos dos entrevistados que também são gays. Não há uma necessidade de que todos tenham mesmo estilo e gosto para que haja um relacionamento. Isso pode ser até notado em um primeiro contato, mas não é um fator principal

para que a sociabilidade aconteça. Porém, é necessário que exista, sim, algum tipo de afinidade para que a sociabilidade se estabeleça, bem como diria Simmel ([1917] 2006) sobre as motivações para uma relação acontecer.

De festa é mais semelhante, mas de roupa não é. De música também, porque eu tenho amigos de todos os tipos. Então, assim, é bem diversificado. Tem os meus amigos que fazem *drag* que são totalmente desconstruídos, não tem problema nenhum com roupa e dizer “ai, eu quero seguir um padrão, comprar uma calça da Calvin Klein e uma blusa da John John”. Eles não têm esse problema, mas eu também tenho amigos que são mais heteronormativos. Eu não me importo se a pessoa tem um estilo ou gosto diferente do meu. Eu vou olhar e pensar “o que é que essa pessoa tem parecido comigo”, mas no geral eu não me importo com o estilo da pessoa ou coisa assim quando eu já conheço, sabe?! Mas quando eu vou socializar eu fico procurando algo pra ter a conversa com a pessoa. Mas no geral, eu não tenho problemas com isso (Léo).

Já quando o questionamento foi em relação aos amigos ou grupos de sociabilidade heterossexuais, a situação mudou um pouco. Essa mudança se deu porque alguns entrevistados disseram que não têm mais um círculo de amigos heterossexuais, que as relações ficaram mais afastadas. E que os amigos héteros com quem eles convivem são mais diferentes diante do estilo apresentado.

É porque hoje em dia eu não tenho mais tantos amigos héteros, mas na época em que eu convivia mais, se eu chegasse com uma camisa assim, um pouco diferente do estilo de roupa que eles usavam, eles já diziam: “nossa, essa camisa é muito de viado”, “menino, tu quer mesmo dizer para todo mundo que tu é viado”, entendeu? Não é nem por “ah, eu não quero mais sentir preconceito”, é questão de identificação mesmo. Metade é diferente, às vezes, essa questão mesmo de não tá tão aberto, de entender que eu gosto daquilo e pronto ou de não ter problema das pessoas saberem que eu sou viado. Por questões de gosto musical, televisivo, gosto de cinema, series, conversas e assuntos, de estilo de humor, tudo isso. Ultimamente, eu tenho me distanciado mais das amigas da época da escola, porque eu não me sinto mais representado nos assuntos que elas conversam. Saber das coisas que elas gostam de assistir ou do show que elas foram. O tipo de conversa, o tipo de humor não é mais uma coisa que eu possa tá envolvido. Acabo me afastando assim, às vezes, inconscientemente mesmo, simplesmente porque não é meu estilo de coisa. Eu tenho amigos que gostam de coisas diferentes, mas o estilo de conversa acaba sendo o mesmo, tipo, até se você tiver comentando sobre uma coisa que eu não gosto tanto, mas se a gente puder debater igualmente e tudo mais, acho que rola, acho que dá pra manter uma amizade (Roberto).

Os meus amigos héteros são mais amigas héteros. E tem muito isso de que na época do colégio, o gay é mais amigo da menina. Mas tem, a maioria dos meus amigos tem gostos parecidos. Apesar de que,

esses seis últimos meses da minha vida foram... Realmente, foi um giro de mil graus (risos). Então, eu mudei muito e acabou que o meu círculo de amizades hoje é mais LBGT, tem héteros, mas com mais LBGT. É um pouco essencial né que tenha gostos parecidos para que funcione (Mateus).

As questões políticas e sociais acabaram ficando presentes em todas as entrevistas, devido à própria escolha da comunidade utilizada como unidade de análise. Como uma das importâncias dos locais de divertimento LGBT citadas foi a segurança de poder estar tranquilo em um local, investiguei sobre o que os entrevistados acham da Parada da Diversidade e se eles costumam frequentá-la. A ideia surgiu porque, quando a Parada ocorreu em Recife, as entrevistas ainda estavam em andamento e a temática de 2016 foi “Democracia fora do armário”. Como eles apresentaram sempre certa militância<sup>58</sup> em suas falas e comportamentos, decidi entender a noção deles sobre esse ato político e afirmativo. A percepção de que é uma grande festa está bem presente para todos os entrevistados, mas eles também afirmaram que hoje eles percebem, sim, o contexto político que está inserido na festa:

Eu fui pela primeira vez ano passado. Porque eu tinha um preconceito, confesso. Todo mundo fala que a Parada Gay é só bagaceira, que é carnaval fora de época. Orgia, depravação, que tipo, ser gay é ser sério, engajado também, não é só libertino. Aí, depois de um tempo eu pensei: “e porque gay não pode se divertir e misturar as duas coisas, a diversão com uma coisa mais séria?”. A primeira vez que eu fui foi no ano passado, adorei. Eu me senti bem livre, bem acolhido. É um ambiente muito legal e eu fui com amigos que são ativistas e no ônibus a gente voltou com uns três meninos que eram bem machistas. Eles começaram a tirar onda com os meus amigos, chamando de bicha e de viadinho, e foi bem legal porque todo mundo do ônibus se juntou contra esses três caras. Um amigo meu começou a falar várias coisas pra eles da importância de ser gay, porque ser gay não é errado. Eu me senti bem acolhido, foi uma coisa que me deu bastante energia pra seguir em frente. Eu acho que entre a diversão e nos trios elétricos sempre tem palavras de apoio mesmo para a comunidade LGBT (Elton).

Eu vejo mais como uma festa, tipo beber e tal. Mas eu acho importante a nível de autoimposição, a nível de autoafirmação, de dizer “olha, a gente está aqui”. Porque é a única vez no ano que as pessoas param e ficam: “Meu Deus, um monte de viado na rua, em Boa Viagem, atrapalhando o trânsito”. Exatamente, tem um monte de viado. Sabe, eu lembro que quando eu era criança eu tinha um primo que tocava numa banda de rock e ele foi tocar numa balada gay. E meu tio foi pra esse show dele e comentou: “Meu Deus, a balada tava lotada, será que a metade do mundo é gay?”. E eu fiquei com isso na cabeça: “será que metade do mundo é gay? Será que é mais do que

---

<sup>58</sup> Apesar de apresentarem um discurso de militância em suas falas, nenhum dos entrevistados participa de algum movimento social ou ONG de direitos homossexuais ou LGBT.



a metade ou muito menos do que a metade?”, sabe?! E aí, eu acho que é importante as pessoas verem, porque você tá rodeado de pessoas no seu dia a dia que muitas vezes você não sabe, justamente por não se importar. E as pessoas tem a questão do estereótipo muito forte na cabeça, não considera que às vezes o seu colega de trabalho também é, a não ser que ele apresente um estereótipo de que é, de ser afeminado e tudo mais. Eu acho importante (Roberto).

Eu tive vontade de ir, mas tive preguiça. Mas eu acho bastante legal. Eu fui pra uma, me diverti que só. Antigamente eu não via a questão política, eu achava que era um carnaval fora de época. Mas hoje eu vejo a questão política, porque você vai lá e lota a Av. Boa Viagem com uma quantidade enorme de gente. Então, assim, isso mostra não é uma minoria e que é um público que merece respeito e atenção. Então, eu vejo mais por esse lado da quantidade de pessoas, sabe? Eu acho interessante isso (Léo).

As concepções e os entendimentos dos entrevistados sobre todos os pontos levantados conduzem para uma reflexão sobre a presença da cultura do consumo nas sociabilidades. A distinção a partir da possibilidade de consumo também foi algo bem situado nas falas dos entrevistados. Também foram levantadas questões sobre a importância da aparência, da pressão que existe em cima deles para que eles sejam sujeito de destaque e de como os preconceitos sociais perpassam populações que, mesmo sofrendo, reproduzem o que aprendem como valores que guiam a socialização da nossa sociedade. Houve também a oportunidade de trazer conhecimentos novos para os entrevistados, como os referentes às teorias de marketing sobre o olhar direcionado para eles e de fazê-los refletir sobre situações que eles passavam sem questionar. Assim, o registro das palavras e das considerações dos entrevistados provocam reflexões importantes tanto para a pesquisa quanto para eles mesmos.

Desta forma, a pesquisa proporcionou não só conhecimento sobre as relações entre consumo e sociabilidades, mas também as singularidades existentes nos vários grupos de homossexuais e forma de como os entrevistados pensam e agem sobre questões do cotidiano, como a segurança, os atos discriminatórios e a interação com a sociedade como todo. Importante destacar que outras situações que não constavam nos objetivos foram citadas como a relação com a Diva Pop e o entendimento sobre a Parada Gay, isso enriqueceu ainda mais a análise e a contextualização da realidade desse grupo tão diverso. Com isso, ressalto a necessidade de ampliar o olhar de pesquisador e ouvir mais o que os entrevistados tem para nos dizer,

principalmente quando falamos de grupos que representam minorias políticas e relações de conflitos sociais.

## **Conclusão**

Esta pesquisa proporcionou uma compreensão sobre as práticas e os entendimentos de consumo dos entrevistados que se dispuseram a participar. Devido à pequena quantidade de participantes, a pesquisa não pode generalizar os dados encontrados, mas é importante para apontar caminhos sobre as relações de consumo e sobre as objetificações presentes nas

sociabilidades e na formação da identidade. A intenção de dar voz aos sujeitos também foi de grande valia para ressaltar essas relações nas próprias experiências de vida. Mesmo sem que eles percebessem, suas práticas de consumo perpassaram tanto a construção das suas identidades quanto as suas sociabilidades. Isso fica claro ao ser dito que utilizaram roupas para tentar entrar em grupos de amigos, ou que buscavam referências do que deveriam consumir para se enturmar com outros gays no início do processo de externalização da identidade sexual.

Assim, a relação entre a cultura de consumo e os significados atribuídos na sociabilidade e identidade dos gays ficou presente nas afirmações que mostraram uma pressão para que o gay tenha certo destaque no grupo e de como eles utilizam o consumo e o corpo, principalmente o vestuário para firmar isso. A utilização de produtos e serviços para se aproximar de grupos de amizade também reflete essa relação de proximidade do consumo com as escolhas das sociabilidades. Isso remete tanto aos interesses semelhantes de Simmel ([1917] 2006) quanto à compressão de consumo como elemento participante do sistema cultural, como defende Douglas e Isherwood ([1976] 2006).

A descrição do consumo de produtos, marcas e espaços de lazer puderam ajudar a compressão de como eles participam da construção da imagem. Essa imagem fica mais evidente nas aparições em festas, nas quais muitos afirmaram que há uma preocupação com a composição da roupa para tal. A utilização das redes sociais virtuais para “divulgar” o consumo de objetos e serviços traz não só a ênfase da objetificação das sociabilidades, como também destaca as performances de status utilizadas por uma parte da população homossexual. Assim, pode-se trazer as referências dos estudos de distinção de Bourdieu (2007), da importância da imagem apresentada de Lasch (1986), da vida organizada como uma peça teatral de Goffman (2001) e da internet como importante meio de comunicação e propagador da autoimagem de Canclini (2002).

A questão da imagem pode ser relacionada ainda com a construção da identidade de Dubar (2005), quando ele fala em identidade de si e para si. Isso porque há essa junção das referências das experiências pessoais com as significações externas. Tudo isso também está presente nessa imagem que é

mostrada para o outro. Outro fator citado como presente entre grande parte dos gays foi o consumo conspícuo de Veblen ([1899] 1988). Ele serve para ressaltar a distinção da imagem dos sujeitos, possivelmente por causa do destaque cobrado entre os homossexuais como alguns entrevistados indicaram. Penso que essa demanda por destaque é reflexo de atitudes de violência quando se coloca para o gay indiretamente que ele não é capaz de conquistar seu espaço. Há ainda o fato da condição econômica diminuir atos discriminatórios em “meios héteros”, como afirma Carvalho-Silva (2009-2012).

Foi possível identificar como os entrevistados utilizam os bens para socializar com o próprio grupo de gays. Mesmo sem a percepção de alguns, há uma utilização das coisas e serviços para a comunicação com o outro. Isaque, por exemplo, disse que já consumiu coisas que não gostava tanto só para se enturmar. Isso pode ser remetido aos estudos de consumo de McCracken (2003-2007). A utilização pode ser notada desde a escolha da roupa para a festa até a escolha de fotos que vão ser divulgadas nos aplicativos de paquera, por exemplo. Acredito, inclusive, que isso é muito mais utilizado para a paquera do que propriamente para o grupo de amigos que eles estão inseridos. Essa afirmação se dá porque eles afirmaram que dentro do círculo de amizades há pessoas de vários estilos e que os gostos não são necessariamente um fator para que a sociabilidade se mantenha, mas que eles participam do interesse para a primeira interação.

A própria divisão de subgrupos existentes dentro do meio homossexual ressalta a condição econômica dos sujeitos, não só o estilo e comportamento. As características apresentadas pelos entrevistados rodeavam em torno da situação econômica, como o fato do Daddy pagar a conta ou da Pão com Ovo ser periférica. A relação de alguns gays com o espaço MKB, como descreveu o Léo, também relata essa relação de conflito com os menos abastados. Ou seja, o fator econômico é uma questão muito presente, mesmo que nas entrelinhas com o uso de réplicas para compor o look.

Já em relação aos heterossexuais, a socialização vai muito mais por um contato superficial, visto que eles não fazem tanta questão de estarem envolvidos em grupos de héteros. Isso ocorre naturalmente com as pessoas da família, trabalho ou até com os amigos do período da escola. Mas são relações que acabaram ficando mais distantes. Essa distância foi criada devido à falta

de interesse nos temas de conversas, às violências que eles já foram submetidos, como o *bullying* na escola, ou, ainda, nas divergências de ver e se colocar diante das questões sociais, principalmente no que diz respeito ao entendimento do ser gay.

Os entrevistados chamaram a atenção para o fato de que os héteros, principalmente as mulheres, sempre querem saber se a roupa está boa, mas que gays não são obrigados a entender de moda e nem a ficarem focando nas “condições favoráveis” para as outras pessoas. Eles também querem ser protagonistas das conversas e não apenas conselheiros. Interessante ressaltar que muitas mulheres revelam em conversas informais a vontade de ter um amigo gay que ajude nas compras e na construção do look (roupa, maquiagem e cabelo). Logo, ao meu ver, é perceptível que o senso comum coloque o gay numa posição secundária.

Sendo assim, as práticas de consumo entre os grupos de sociabilidade gay servem para chamar atenção e firmar posições de status. Em relação aos héteros, não se enfatiza muito a opinião deles, devido ao afastamento dos grupos de sociabilidade. Mas se pode entender que o fato de alguns entrevistados se vestirem de uma forma mais básica, e até mesmo de se situarem entre o estilo heteronormativo e o mais moderno, favorece o contato com grupos de hétero. É comum encontrar pessoas que digam não se incomodar com um gay se ele não for afeminado ou até da lésbica se ela for feminina. Dessa forma percebo o quanto está exposto o preconceito com as diferenças e a falta de respeito com a liberdade de ser do outro, pois, “desde que não incomode a minha compreensão de gênero/sexualidade, está tudo bem”.

Há ainda outra situação, a de que esse estilo mais básico pode ser uma maneira inconsciente de se proteger na rua como dito por Elton. Isso porque o estigma é mais forte para os gays afeminados, com isso trazemos Goffman (1988) e seu estudo sobre as relações de violência e de ridicularização que os gays sofrem na nossa sociedade. Isso fica notável com o índice de violência às travestis, por exemplo, tendo em vista que o Brasil é o país que mais mata travestis do mundo, segundo uma pesquisa da ONG Transgender Europe (TGEU), em 2016.

Ao falar sobre o estigma, é importante dizer que ele esteve muito presente nas experiências dos entrevistados, assim como a violência sofrida desde olhares que recriminam até atos reais de xingamentos e conflito em locais de lazer que não eram voltados para a população LGBT. As afirmativas só confirmaram os dados apresentados na referência bibliográfica e intensificam a urgência de uma legislação mais eficaz para esse tipo de crime.

É interessante ressaltar que há um estigma dentro da própria população homossexual no que diz respeito aos mais afeminados, aos mais pobres, aos negros e aos mais gordos. Assim, nota-se que há situações de discriminação dentro do grupo que é discriminado e isso ocorre porque os homossexuais estão inseridos dentro de uma sociedade que não os aceita devido a moral e os bons costumes de uma classe dominante. Essa situação me remete tanto à relação de poder baseada na condição econômica quanto ao fato de que, por sofrer algum tipo de discriminação, alguns gays acabam reproduzindo isso dentro do próprio grupo. Isso não ocorre só com os gays mais periféricos e afeminados, mas também com a misoginia existente com as lésbicas e *trans*, como expressou o Léo e o Roberto.

A pesquisa ainda verificou como os entrevistados significam o interesse do mercado no poder de compra deles. Eles indicaram que sabem que o mercado não está fazendo isso para ajudá-los, mas, sim, por interesses em expandir os lucros, o que pode ser relacionado ao estudo de Mira (1997). Porém, eles acreditam que isso acaba dando mais visibilidade para as causas políticas e sociais deles. Por mais que as publicidades não retratem a todos os gays (negros, pobres, transgêneros), elas já não negam mais a existência deles, ou seja, eles não estão mais escondidos. Os entrevistados ressaltaram que a representatividade dos gays pode, sim, melhorar e que algumas empresas já atinaram para isso, mas que colocá-los como pessoas que têm poder de consumo ajuda a sociedade no processo de naturalização da identidade sexual.

É dessa forma que a moda e as empresas de cosméticos ganham mais destaque nesse debate, porque elas trazem mais o homossexual e o conceito de agênero para suas coleções e produtos. Inclusive, a ênfase que o mundo da moda vem dando para as roupas agênero pode ajudar a diminuir os atos discriminatórios que os gays sofrem. Assim, é possível fazer referência

aos estudos de Engel, Miniard e Blackwell ([1968] 2000), de Mira (1997), de Solomom (2002) e de Dutra (2002), e ainda ressaltar a importância da Teoria *Queer* para ajudar na construção de novas visões e comportamentos sociais.

O interesse do mercado também pode proporcionar para os gays lugares seguros para a diversão: são os ambientes de lazer como bares e boates voltados para a população LGBT em geral. Lá eles podem paquerar, ouvir e dançar o que gostam e se vestir da maneira que acharem melhor sem que precisem disfarçar ou sem sofrerem nenhum tipo de violência. Ou seja, podem comportar os seus corpos da forma que melhor lhe cabem, sem se preocuparem com as normas de conduta diferenciadas que a nossa sociedade estipula para cada gênero. Essa situação remete às teorias de Mauss ([1930] 2003) e de Louro (2010-2014). Por isso que os locais considerados para héteros são deixados, cada vez mais, de serem frequentados. Diante disso, pode-se relacionar essa realidade com as questões de lugar e não lugar de Augé (2009). Acredito que isso também influencia na relação descrita pelos entrevistados sobre a maneira de socializarem com heterossexuais.

Todas as afirmativas indicadas na pesquisa mostram que é importante que se ouça os entendimentos dos sujeitos que estão inseridos dentro dos próprios grupos de análise, pois eles podem complementar e trazer novas reflexões para as teorias que já existem e ajudar a criar outras. As teorias utilizadas para embasar a pesquisa foram escolhidas para dar ênfase à experiência de ser homossexual dentro da nossa sociedade ocidental. Os fatos históricos e sociais relataram a realidade de violência e estigmatização sofrida pela população em questão, assim como os pequenos avanços políticos conquistados. Por isso, o senso comum precisa ser desconstruído, ou pelo menos minimizado, para que essa população possa ter o direito de simplesmente ser. A pesquisa ainda aponta caminhos para novos estudos relacionados ao comportamento consumidor, ao consumo conspícuo, à relação entre consumo e direitos sociais, à sociabilidade e divergências entre os diversos grupos homossexuais e, ainda, às relações de mercado que envolvem os homossexuais.

## **Referências Bibliográficas**



ARAÚJO, Carla. As marcas da violência na constituição da identidade de jovens da periferia. In **Educação e Pesquisa**. São Paulo. v. 27. n. 1. jan/jun. 2011. p. 141-160.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Lisboa. Ed. 90 Graus. 2009.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa. Ed. Edições 70. [1970] 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro. Ed. Zahar. 2008.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo. Ed. EDUSP. 1ª ed. 2007.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília. Senado. 1998.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro. Ed. Civilização Brasileira. 2ª ed. 2008.

\_\_\_\_\_. **Gender trouble**: Feminism and the subversion of identity. London. Ed. Routledge. 1990.

CANCLINI, Nestor García. Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação. In **Opinião Pública**. Campinas. v. III. n 1. 2002. p. 40-53.

CARRARA, Sérgio; SIMÕES, Júlio Assis. Sexualidade, cultura e política: a trajetória da identidade homossexual masculina na antropologia brasileira. In **Cadernos Pagu**. São Paulo. jan/jun. 2007. p. 65-99.

CARVALHO-SILVA, Hamilton Harley. Homossexualidades e consumo na cidade de São Paulo: estratégias de jovens homossexuais masculinos moradores da periferia. In: **Cadernos Cenpec**: pesquisa e ação educacional. v. 2, n. 2. 2012. Disponível em: <<http://cadernos.cenpec.org.br/cadernos/index.php/cadernos/article/view/180>>. Acesso em: nov. 2015.

\_\_\_\_\_. **Sociabilidades dos jovens homossexuais nas ruas de São Paulo**: deslocamentos e fronteiras. São Paulo. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo. 09 de mar de 2009.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron C. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro. Ed. UFRJ. 1ª ed. [1976] 2006.

DOUGLAS, Mary. **Pureza e perigo**. São Paulo. Ed. Perspectiva. 1966.

DUARTE, Luiz Fernando dias. A sexualidade nas ciências sociais: leitura crítica das convenções. In **Coleção sexualidade, gênero e sociedade. Sexualidade em debate**. Rio de Janeiro. Ed. Garamond. 2004.

DUBAR, Claude. **A socialização**: construção das identidades sociais e profissionais. São Paulo. Ed. Martins Fontes. 2005. p. 133-159; 251-288.

DUTRA, José Luiz. “Onde você comprou esta roupa tem para homem?": a construção de masculinidades nos mercados alternativos de moda. In: **Nu e vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro. Ed. Record. 2002. p. 359-411.

ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro. Ed. LTC. 8ª ed. [1968] 2000.

FACCHINI, Regina. Sopa de Letrinhas? Movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90. In **Coleção sexualidade, gênero e sociedade. Homossexualidade e cultura**. Rio de Janeiro. Ed. Garamond. 2005.

FONTES, Olivia de Almeida; BORELLI, Fernanda Chagas; CASOTTI, Leticia Moreira. Como ser homem e ser belo? Um estudo exploratório sobre a relação entre masculinidade e o consumo da beleza. In **READ. Rev. Eletrôn. Adm.** Porto Alegre. v. 18 n. 2. ago. 2012.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro. Ed. Graal. 11ª ed. [1979] 1993.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas.** São Paulo. Ed. UNESP. 1992.

GUIMARÃES, Carmem Dora. O homossexual visto por entendidos. In **Coleção sexualidade, gênero e sociedade. Homossexualidade e cultura.** Rio de Janeiro. Ed. Garamond. 2004.

GREEN, James N. Homossexualidades e a história: recuperando e entendendo o passado. In **Rev. Gênero.** Nitéroí. v. 12. n. 2. 2012. p. 65-76.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis. Ed. Vozes. 9ª ed. 2001.

\_\_\_\_\_. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada.** Rio de Janeiro. Ed. LTC. 1988.

LASCH, Christopher. **O mínimo eu. Sobrevivência psíquica em tempos difíceis.** São Paulo. Ed. Brasiliense. 1986.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista.** Rio de Janeiro. Ed. Vozes. 16ª ed. 2014.

\_\_\_\_\_. Pedagogia da sexualidade. In: **O corpo educado.** Belo Horizonte. Ed. Autêntica. 2010. p. 9-34.

MARTINS, José de Souza. **A sociedade do homem simples: cotidiano e historia na modernidade anômala.** São Paulo. Ed. Hucitec. 2000. p. 55-64; 93-109.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia.** São Paulo. Ed. Cosac & Naify. [1930] 2003. p. 9-45; 399-422.

MCCRACKEN, Grant. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. In **RAE – Revista de Administração de Empresas.** São Paulo. Ed. Fundação Getúlio Vargas. v. 47. n. 1. jan/mar. 2007. p. 99-115.

\_\_\_\_\_. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo.** Rio de Janeiro. Ed. Mauad. 2003.

MENDONÇA, Carlos Magno Camargos. Beleza pura: a estetização da vida cotidiana como estratégia de resistência para o homossexual masculino. In **Revista FAMECOS**. Porto Alegre. v. 17. n. 2. 2010. p. 118-127. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/7549/5414>>. Acesso em: out. 2016.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revista**: o caso da Editora Abril. São Paulo. Tese (Doutorado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade de Campinas. 1997.

PAECHTER, Carrie. Masculinities and femininities as communities of practice. In **Women's Studies International Forum**. vol. 26. n. 1. 2003. p. 69 – 77.

PEREIRA, Severino Joaquim Nunes; AYROSA, Eduardo André Teixeira. Estigma, consumo e identidade de gênero entre gays. In **Anais do VI Encontro de Marketing da ANPAD**. Florianópolis. 2010. p. 1-15.

PEREIRA, Bill; AYROSA, Eduardo André Teixeira; OJIMA, Sayuri. Consumo entre gays: compreendendo a construção da identidade homossexual através do consumo. In **Cadernos EBAPE**. BR. v. 4. n°. 2. Jun 2006.

PLUMMER, Ken. **Sexual stigma**: na interactionist account. Londres. Ed. Routledge. 1975.

REIS, Diego Nunes. **Homens distintos**: consumo, construção do corpo e identidade gay viril. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2013.

SANTOS, Dayse Amâncio dos. Gênero, políticas públicas e Interseccionalidades hoje. In **Seminário Gênero no meio do mundo**. Recife. Universidade Federal de Pernambuco. 2016.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter**. Rio de Janeiro. Ed. Record. 2008. p. 9-88.

SILVA, Frederico A. Barbosa. **Economia e Política Cultural**: acesso, emprego e financiamento. Brasília. Ministério da Cultura. 2007.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia**: indivíduo e sociedade. Tradução de Pedro Caldas. Rio de Janeiro. Ed. Jorge Zahar. [1917] 2006.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre. Ed. Bookman. 5ª ed. 2002. p. 95-134.

SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros**: a nova classe média ou nova classe trabalhadora? Belo Horizonte. Ed. UFMG. 2010. p. 105-196.

SPOSITO, Marília Pontes. A sociabilidade juvenil e a rua: novos conflitos e ação coletiva na cidade. In **Rev. Tempo Social**. São Paulo. Ed. USP. 1994.

THOMPSON, John Brookshire. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro. Ed. Vozes. 1998.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**. Um estudo econômico das instituições. São Paulo. Ed. Nova Cultural. 3ª ed. [1899] 1988.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: **O corpo educado**. Belo Horizonte. Ed. Autêntica. 2010. p. 37-82.

## APÊNDICE

α. Roteiro 1 das entrevistas:

Nome/Idade/Contato/Nome fictício (Identificação para a pesquisa escolhido pelo próprio entrevistado).

Você pode começar contando mais ou menos como foi quando você se percebeu homossexual? (Idade, reação de aceitação/estranhamento, reação dos pais e amigos/bullying).

Você mudou algo no seu gosto nesse processo de identificação? (Identificar os elementos da pesquisa).

### Consumo

Você acha que homossexual consome muito? Por quê?

Você acha que existe muita ostentação no meio gay? Por quê?

Quais são as coisas que você acha que os homossexuais mais compram? Por quê? Isso significa alguma coisa? O quê? (Ver se eles citam os elementos da pesquisa: acessórios, roupas, marcas, corpo-estética).

Você consome/compra esses produtos/marcas/serviços? Por que você os escolhe?

Você acha que esses elementos dizem algo sobre você? O quê? (Notar como o uso/compra mudou no comportamento/aceitação/maneira de se mostrar).

Você acha que o mercado do consumo ajuda a dar visibilidade às causas homossexuais? Por quê? Você se sente representado por esse mercado?

Você já foi discriminado em alguma loja quando estava comprando algo?

Como você gosta de ser visto pelo outro? Você acha que os outros conseguem ver você desse jeito a partir de produtos/marcas que você consome?

### Sociabilidade

Você tem muitos amigos homossexuais que têm gostos parecidos com os seus? Eles usam/compram as mesmas coisas? Eles têm o mesmo estilo que você?

Você tem muitos amigos heterossexuais que têm gostos parecidos com os seus? Eles usam/compram as mesmas coisas? Eles têm o mesmo estilo que você?

Você acha que consumir/usar as mesmas coisas influencia na amizade? Por quê?

Você repara no que o outro está usando/comprando quando vai conhecê-lo? Por quê? No que exatamente você repara? Por quê?

O que você acha dos relacionamentos gays? Por quê?

### Local

O que você acha do \*\*\* Bar? Você vai muito?

O que você acha da cena de lazer LGBT no Recife?

Você vai muito para lugares considerados LGBT? E para lugares “héteros”?

Você já sofreu algum tipo de discriminação em algum local de lazer?

## β. Roteiro 2 pós-qualificação:

O que, de fato, seria um consumo gay na sua opinião?

Sobre as questões de vestuário, como reconhecer um gay pela roupa?

O que seria a roupa de gay quando existe o metrossexual?

Pra você qual é o limite entre estar maravilhoso e cafona? (Reparar se falam sobre marcas e ver o que eles acham sobre as réplicas).

Sobre as classificações dos grupos gays, você poderia me explicar as que você sabe? (Se eles disserem que não sabem, citar: ursos, pão com ovo, barbies).

Nos lugares de lazer no Recife, existe algum tipo de demarcação ou separação de ambientes por causa da classificação desses grupos?

Qual a importância dos aplicativos de paquera para a sociabilidade dos gays?

Você acha que ter lugares considerados LGBT são importantes? Por quê?

Você acha que esse empoderamento e consumo mais livre acabam se tornando fatores que fazem a violência contra o gay aumentar devido a maior exposição?

Alguns livros de marketing da década de 1990 destacavam que o homossexual gasta muito porque não formava família. O que você pensa sobre isso?

Você acha que o preconceito racial é presente entre os gays? Qual a situação do gay negro?

Você vai para a Parada Gay? Qual a sua percepção sobre ela?

Você acha que questões de estilo e consumo podem facilitar a entrada em um grupo de amizade? Você repara nisso quando vai conhecer alguém?

Você acha que existe algum tipo de conflito entre as letras do LGBT?

Qual a classe social que você se encaixa?

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO DE PARTICIPAÇÃO NA  
PESQUISA:**

**“O consumo e seus desdobramentos sociais entre os jovens homossexuais no Recife”.**

**PREZADO ENTREVISTADO:**

Você está sendo convidado para participar de uma pesquisa cujo objetivo é analisar como se estabelecem as questões de identidade e sociabilidades dos homossexuais recifenses em relação às suas práticas de consumo. A referida pesquisa é parte integrante da dissertação de mestrado da estudante Beatriz Yolanda P. de Gusmão Sá do Programa de Pós-Graduação do Mestrado em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE, sob a orientação do Profº. Dr. Hussell Parry Scott e pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. A pesquisa incluirá a realização de entrevistas, assegurando o anonimato do entrevistado<sup>59</sup>.

### **É IMPORTANTE SABER QUE:**

1 Sua participação nessa pesquisa não é obrigatória. A qualquer momento você pode desistir de participar e retirar seu consentimento. Ao participar desta pesquisa não existe nenhum risco no sentido de prejudicar o entrevistado. As informações obtidas através das entrevistas serão utilizadas como dados e haverá o sigilo sobre sua participação devido um nome fictício. É importante destacar que essa pesquisa não tem garantia de fins lucrativos, a participação é voluntária. Essa pesquisa pode ser publicada em atividades acadêmicas ou livros. Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e e-mail, formas de contato com o pesquisador, podendo tirar suas dúvidas sobre a pesquisa e sua participação, agora ou a qualquer momento.

Beatriz Yolanda Pontes de Gusmão Sá\*  
Responsável pela Pesquisa

### **DECLARAÇÃO DE CONSENTIMENTO**

Declaro que entendi os objetivos, riscos e benefícios de minha participação na pesquisa e concordo em participar.

Recife, / /2016.

---

Assinatura do Entrevistado

## **ANEXOS**

- **Gráfico da votação de 2009 do site do Senado (rodapé 6):**

---

<sup>59</sup> Caso o entrevistado queira utilizar o seu nome original, fica a seu critério, entretanto, deve estar ciente de que haverá probabilidade de publicação da pesquisa.

\* **Contatos:** Beatriz Gusmão – Fone: (81) 9 9828-8387 – e-mail: beatriz.gusmao1@gmail.com



## Enquetes/Homofobia

07/12/2009

### Criminalização da homofobia



## Enquete

17/10/2016 - 16/11/2016

Enquete DataSenado:  
Exploração do trabalho infantil no Brasil

Participe da enquete!

Leia o projeto  
 Comente o projeto

### Atenção!

Os resultados refletem a opinião das pessoas que participaram da enquete no portal do Senado Federal. Os números não representam a opinião da totalidade da população brasileira.

- **Matéria do HuffPost Brasil online sobre a mudança do termo do Código Civil (rodapé 14):**



**HuffPost Brasil**

8 de mar às 20:59 • 🌐

Atualmente, o Código Civil reconhece como entidade familiar "a união estável entre o homem e a mulher, configurada na convivência pública, contínua e duradoura e estabelecida com o objetivo de constituição de família".



**CCJ do Senado altera lei para estabelecer como família 'a união estável entre duas pessoas'**

HuffPost Brasil

👍❤️👤 1.071

107 comentários 43 compartilhamentos



O Projeto de Lei do Senado (PLS) [612/2011](#), que altera o Código Civil para reconhecer a união estável entre pessoas do mesmo sexo e para possibilitar a conversão dessa união em casamento, foi aprovado nesta quarta-feira (8) pela Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ). Durante a votação houve 17 votos favoráveis e uma abstenção.

Apresentada pela senadora Marta Suplicy (PMDB-SP), a proposta recebeu voto favorável do relator, senador Roberto Requião (PMDB-PR), e aguarda votação em turno suplementar, quando terá decisão terminativa. Poderá então seguir para análise da Câmara dos Deputados, se não houver recurso para votação em Plenário.

Atualmente, o Código Civil reconhece como entidade familiar "a união estável entre o homem e a mulher, configurada na convivência pública, contínua e duradoura e estabelecida com o objetivo de constituição de família". Com o projeto, a lei será alterada para estabelecer como família "a união estável entre duas pessoas", mantendo o restante do texto do artigo.

O texto determina ainda que a união estável "poderá converter-se em casamento, mediante requerimento formulado dos companheiros ao oficial do Registro Civil, no qual declarem que não têm impedimentos para casar e indiquem o regime de bens que passam a adotar, dispensada a celebração".

- **Jornal Lampião da Esquina (rodapé 20):**



- Matéria do HuffPost Brasil online sobre o índice de bullying nas escolas (rodapé 29):

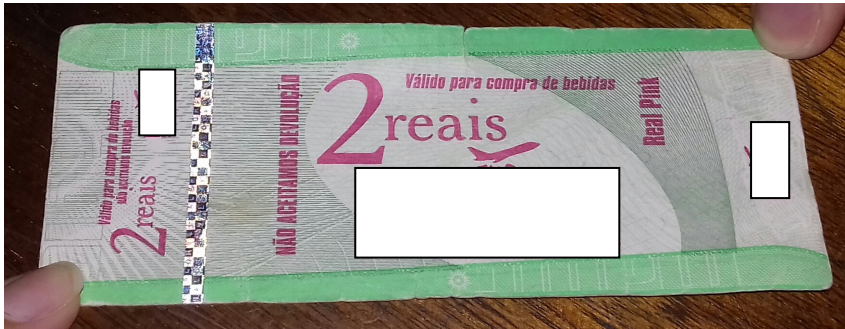
# HUFFPOST

## 27% dos estudantes LGBT afirmam já terem sido agredidos na escola

BY MARCELLA FERNANDES  
22 DE NOVEMBRO DE 2016 14:52

Dos estudantes de 13 a 21 anos que se declaram **LGBT** no Brasil, **27% são agredidos fisicamente nas escolas** e 73% são vítimas de agressão verbal devido à orientação sexual, de acordo com a "Pesquisa Nacional sobre o Ambiente Escolar no Brasil 2016: as experiências de adolescentes e jovens lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais em nossos ambientes educacionais".

- **Pinks** utilizados no bar escolhido para o início da pesquisa (rodapé 34):



- **Cardápio do bar** (rodapé 35):



