



## **Guetos, mercado GLS e diluição de fronteiras: vivemos em uma sociedade de livre acesso?<sup>1</sup>**

Roberto Alves Reis<sup>2</sup>  
Daniel Rezende Campos<sup>3</sup>

Centro Universitário de Belo Horizonte - Uni-BH, Belo Horizonte, MG

Centro Universitário de Belo Horizonte - Uni-BH  
Universidade FUMEC, Belo Horizonte, MG

### **RESUMO**

A emergência de identidades na contemporaneidade tem sido marcada por uma luta simbólica e política no espaço público. O movimento gay no Brasil enquadra-se nesse processo. O gueto, mais que um espaço de exclusão, configurou-se para a coletividade GLBT (Gays, Lésbicas, Bissexuais e Transgêneros) em espaço identitário em que as pressões da sociedade podem ser colocados de lado, propiciando identidades mais afirmativas. No entanto, esse ‘gueto’ vê suas fronteiras parcialmente diluídas quando indivíduos heterossexuais passam a buscá-lo. Como se constata, o movimento inverso, a livre circulação de gays e lésbicas, sem sanções ou constrangimentos, ainda não ocorre.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; mobilidade; turismo; mídia, identidade gay.

Todas as noites e durante os dias também, em cidades de todo o mundo, homens que buscam outros homens saem na expectativa de encontros que lhes satisfaçam afetiva ou sexualmente - uma companhia para um *drink* em um bar, um prazer fugaz entre cortinas dos cinemas, flertes em saunas ou boates ou mesmo flanando por ruas, *shoppings* e galerias. (Des)encontros podem acontecer nessa *flanêrie*. Nessas buscas, muitos desses homens preferem se encontrar em espaços “próprios”, por onde circulam os seus iguais, a salvo dos olhares recriminadores de grande parte da sociedade. Esse processo propiciou, há algumas décadas, o surgimento de espaços identitários de uma subcultura singular que, na atualidade, parece ver seus contornos, que nunca foram rigidamente delimitados, ficarem ainda mais indefinidos.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na NP Comunicação, Turismo e Hospitalidade, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social pela UFMG (2004). Professor do curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Belo Horizonte - Uni-BH. E-mail: robertocomunica@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Mestrando em Tecnologia de Alimentos (Uni-BH, 2008). Pós-graduado em Comunicação: linguagem, mídias e novas tecnologias, Uni-BH (2003). Professor dos cursos de Publicidade e Propaganda e Tecnólogo de Eventos do Centro Universitário de Belo Horizonte - Uni-BH; Professor do curso de Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda da Universidade FUMEC. email: dr\_campos@oi.com.br



A partir dos estudos em nosso *corpus*, os *flyers*, recolhidos no bairro do Barro Preto, em Belo Horizonte, podemos traçar caminhos e percursos que pontuam dias e noites desses viajantes na busca de seus prazeres e necessidades, como já foi apresentado anteriormente em outros trabalhos.<sup>4</sup> Vimos como homens que procuram outros homens se apropriam e percebem as mensagens deste marcador urbano, do seu poder de persuasão e sedução, dentro da melhor estrutura lingüística (CITELLI, 2004).

Neste trabalho empírico, resultante da observação sistemática, da interpretação dos dados já estudados anteriormente através do nosso *corpus* e das relações travadas em campo junto a freqüentadores das noites e dias, tanto turistas como nativos, empresários de estabelecimentos direcionados ao público gay e observações feitas além-fronteiras, tentamos apontar uma nova tendência que vem chamando a atenção dentro daqueles espaços: um número crescente de heterossexuais, homens e mulheres, freqüentando espaços outrora exclusivamente gays.

Inspiramos esse artigo em autores que, de certa forma, estudam a complexidade da contemporaneidade, as relações entre Comunicação e Turismo, as imbricações entre a sexualidade, o consumo e estilos de vida. Recortamos e aplicamos os conceitos no mercado de Belo Horizonte - de modo mais específico, no bairro do Barro Preto. Entrevistamos, *in loco*, freqüentadores e empresários e promovemos observações do cenário constituído.

### **As identidades na contemporaneidade**

A mobilidade tornou-se um dos valores mais desejados nas atuais sociedades complexas, marcadas por intensos processos de globalização (BAUMAN, 1999; BAUMAN; 2001). Nesse cenário, novas diferenças emergem, enquanto antigas desigualdades aprofundam-se. “No mundo pós-guerra espacial, a mobilidade tornou-se o fator de estratificação mais poderoso e mais cobiçado, a matéria de que são feitas e refeitas diariamente as novas hierarquias sociais, políticas, econômicas e culturais em escala cada vez mais mundial” (BAUMAN, 1999, p.16). Na “modernidade líquida” de

---

<sup>4</sup> Os trabalhos apresentados foram, nesta ordem, a partir do Intecom/2003, em Belo Horizonte – “Os mensageiros alados e seus vôos noturnos: a “*flânerie*” no circuito GLBT de Belo Horizonte”; em 2004; em Porto Alegre, “Estranhos em noites pontilhadas”; em 2005; no Rio de Janeiro, “Revista G Magazine: do nu à diáspora turística”, em 2006; em Brasília, “Em busca da homocultura perdida. A *flânerie* no cenário GLBT em Belo Horizonte”, em 2007; em Santos/SP, “Oncontô, proncovô”: o processo criativo usado para os *flyers* gays – Um breve estudo sobre o comportamento de consumo homossexual em Belo Horizonte”



que fala Bauman (2001), a liberdade de ir-e-vir com tranqüilidade pelos diferentes contextos sociais torna-se “uma mercadoria sempre escassa e distribuída de forma desigual” (BAUMAN, 1999, p.8).

A contemporaneidade também tem se caracterizado por ser o momento em que as diversas identidades aparecem como um “problema” a ser pensado, algo que deve ser considerado com seriedade e que, por muito tempo, permaneceu como um dado não-problematizável. Para Hall (2003), a noção de uma identidade completa, unificada e coerente não passa de ilusão.

À medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2003, p.13).

A pergunta ‘como devo viver?’ precisa, portanto, ser respondida ao longo da trajetória dos indivíduos e grupos tanto em suas decisões rotineiras, por exemplo, o que vestir ou como se comportar, quanto em termos de sua própria identidade. “Cada um de nós não apenas ‘tem’, mas *vive* uma biografia reflexivamente organizada em termos do fluxo de informações sociais e psicológicas sobre possíveis modos de vida.” (GIDDENS, 2002, p.20-21).

Se as identidades são construídas a partir das linguagens e dos sistemas simbólicos pelos quais são representados, como aponta Woodward (2000, p.8), cabe ressaltar que seu aparecimento é histórico, uma vez que se articulam a contextos sociais mais amplos, por exemplo, processos de globalização (HALL, 2003). Mas a identidade não depende apenas de contextos sociais para sua constituição. “Toda identidade tem, à sua ‘margem’, um excesso, um algo a mais” (HALL, 2000). Esse algo a mais de que fala o autor são, justamente, outras identidades. Woodward (2000) enfatiza que a identidade é relacional, marcada pela diferença, e essa diferença constrói-se por meio de uma marcação simbólica *em relação* a outras identidades.

“O *social* e o *simbólico* referem-se a dois processos diferentes, mas cada um deles é necessário para a construção e a manutenção das identidades. A marcação simbólica é o meio pelo qual damos sentido a práticas e a relações sociais, definindo, por exemplo, quem é



excluído e quem é incluído” (WOODWARD, 2000, p.14) (grifo do autor).

A autora lembra que a identidade é marcada pela diferença, mas que algumas diferenças são consideradas mais importantes do que outras de acordo com o local e o momento (WOODWARD, 2000, p.11). Isso ocorre porque a produção de identidade caracteriza-se por ser um terreno de disputa (MAIA, 1999, p.20). As conseqüências dessa disputa podem definir não apenas quem somos “nós” e quem são “eles”, mas também quem está dentro e quem está fora.

“As ‘identidades’ flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas. Há uma ampla probabilidade de desentendimento, e o resultado permanece eternamente pendente” (BAUMAN, 2005, p.19).

Essa tensão perpassa, principalmente, identidades historicamente estigmatizadas, que por longos períodos foram silenciadas ou simplesmente ignoradas, por exemplo, as identidades sexuais. A afirmação dessas identidades tem adquirido, cada vez mais, um caráter político em um pano de fundo ainda caracterizado pela exclusão e pela pressuposição da heterossexualidade como norma.

“A idéia de uma identidade *sexual* é uma idéia ambígua. Para muitos, no mundo moderno, é um conceito absolutamente fundamental, oferecendo um sentimento de unidade pessoal, de localização social e até mesmo de comprometimento político. Não são muitas as pessoas que podemos ouvir afirmando ‘eu sou heterossexual, porque esse é o grande pressuposto. Mas dizer ‘eu sou gay’ ou ‘eu sou lésbica’ significa fazer uma declaração de pertencimento, significa assumir uma posição específica em relação aos códigos sociais dominantes.” (WEEKS, 2001, p.70).

Weeks (2001) promove uma distinção entre sentimentos e desejos, por um lado, e identidades, por outro. Para o autor, os primeiros podem estar “profundamente entranhados” e podem, inclusive, estruturar as possibilidades dos indivíduos, mas não explicam por si só a existência das identidades sexuais. Essas identidades “podem ser escolhidas, e, no mundo moderno, com sua preocupação com a sexualidade ‘verdadeira’, a escolha é muitas vezes altamente política.” (WEEKS, 2001, p.73). Essas escolhas tornam-se políticas uma vez que envolvem disputam de poder, principalmente de como ser visto e representado simbolicamente no contexto maior da sociedade.



“Lutas por reconhecimento podem se tornar necessárias quando o auto-entendimento de um grupo não é refletido no auto-entendimento de outros, sobretudo daqueles discursos oficiais ou hegemônicos.” (MAIA, 1999, p.20). Os indivíduos e grupos precisam, dessa maneira, promover formas de comunicação com os vários setores da sociedade com o objetivo de eliminar estigmas e projetar identidades positivas ou mais plurais.

Na politização da identidade, os atores precisam evocar e conferir um significado público de suas próprias interpretações de quem são ou gostariam de ser, de seus interesses, aspirações e desejos. Assim, os interesses emancipatórios só podem ser formados no processo real das interações comunicativas e da ação social. (MAIA, 1999, p.21)

O levante de 28 de junho de 1969, em que os clientes do bar *Stonewall Inn*, em Nova Iorque, envolveram-se em confrontos com a polícia em resposta os atos de intimidação, tornou-se o ponto de partida do moderno movimento pelos direitos dos homossexuais (Green, 2000). Essas foram as primeiras rajadas de vento sopradas por Zéfiro<sup>5</sup> que deram início ao reconhecimento de sua cultura e aceitação na sociedade. De fato, o levante deve ser compreendido em uma dinâmica maior da contemporaneidade. Simultaneamente ao crescente grau de complexidade que adquirem, as sociedades contemporâneas assistem, como já comentado, à emergência de diferentes estilos de vida e identidades, com frequência, politizadas. Os movimentos de gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros (GLBT) inserem-se nesse processo. “Na medida em que a sociedade civil nos países ocidentais se torna mais complexa, mais diferenciada, mais auto-confiante, as comunidades lésbica e gay têm se tornado parte importante desta sociedade” (WEEKS, 2001, p.69-70). A emergência desses novos atores altera o modo de como era entendida a luta política, que deixa de ser pensada em termos de disputas ideológicas para ser caracterizada pelo conflito entre diferentes identidades, “o que tende a reforçar o argumento de que existe uma crise de identidade no mundo contemporâneo” (WOODWARD, 2000, p.25). A entrada na cena pública desses novos atores sociais, trazendo consigo suas identidades antes silenciadas, acaba por

---

<sup>5</sup> O mito em que Zéfiro aparece mais proeminente é o de Jacinto, um belo e atlético príncipe espartano. Zéfiro enamorou-se de Jacinto e cortejou-o, tal como Apolo. Ambos competiram pelo seu amor, que veio a escolher Apolo, fazendo que Zéfiro enlouquecesse de ciúmes. Mais tarde, ao surpreendê-los praticando o lançamento do disco, Zéfiro soprou uma rajada de vento sobre eles, fazendo com que o disco golpeasse Jacinto na cabeça ao cair. Quando Jacinto morreu, Apolo criou a flor homônima com o seu sangue.



desestabilizar antigas identidades, aquelas que se julgavam como a norma e, portanto, consideradas inabaláveis<sup>6</sup>.

O ano de 1978 pode ser visto como um marco para o movimento gay brasileiro - nessa data um grupo de intelectuais, jornalistas e artistas homossexuais começou a editar, no Rio de Janeiro, o jornal *Lampião da Esquina* cuja importância residiu em abordar “sistematicamente, de forma positiva e não pejorativa, a questão homossexual nos seus aspectos políticos, existenciais e culturais” (FRY; MACRAE, 1983, p.21). Também nesse ano surgiram os primeiros focos do movimento homossexual do país. Os dois eventos devem ser vistos no contexto maior da época - o de uma incipiente abertura política no país e o respectivo abrandamento da censura – quando diversos grupos historicamente marginalizados, como negros e mulheres, dão maior vigor às suas reivindicações na esfera pública nacional.

O primeiro número do *Lampião* surgiu em abril de 1978 - a circulação inicial era de dez mil exemplares por edição e a venda ocorria em bancas de todo o país. De acordo com Green (2000, p. 430), o nome do jornal fazia uma referência tanto à rua, importante espaço de convivência homoerótica, quanto ao líder do cangaço. No conselho editorial, encontravam-se artistas, jornalistas profissionais e intelectuais ligados tanto à Academia quanto a movimentos sociais<sup>7</sup>. Publicações, como o *Lampião*, produzidas por grupos de homossexuais e voltadas para esse público, podem se constituir em espaço de expressão, reivindicação de direitos, troca de experiências e confronto de idéias de indivíduos que

---

<sup>6</sup> Alguns autores vão além e fazem prognósticos de modificações no modo da sociedade entender a si própria. Katz (1996, p.189) defende que a afirmação política de igualdades dos homossexuais pode vir a desestabilizar a dicotomia homo/hetero, que cairia em desuso. “Sejam quais forem os seus objetivos conscientes, se os gays e as lésbicas liberais algum dia conseguirem a total igualdade, acabarão com a necessidade social da divisão hetero/homo. O segredo do movimento principal e mais moderado pelos direitos civis de gays e lésbicas é a sua promessa de transformação radical (ou a sua ameaça, dependendo de nossos valores)”.

<sup>7</sup> O tablóide mensal *Lampião da Esquina* não foi a primeira publicação, no Brasil, voltada para um público homossexual. Green (2000) discorre sobre várias outras que existiram antes dele desde aquelas mais caseiras como *Gente Gay*, de 1976, até aquelas com circulação maior como *Entender* e *Mundo gay: o jornal dos entendidos*, ambas lançadas em 1977, mas com vida curta, de poucos meses. Entre essas publicações, *O Snob* merece destaque. Circulando entre julho de 1963 e junho de 1969, trazia de trinta a quarenta páginas e rendeu 99 números regulares e uma edição retrospectiva. Era distribuído entre amigos e conhecidos em Copacabana e na Cinelândia. “Embora *O Snob* não fosse o primeiro periódico caseiro desse gênero que apareceu no Rio de Janeiro, ele foi o mais duradouro e mais influente, e inspirou o surgimento de mais de trinta publicações similares entre 1964 e 1969, não apenas em outras partes da cidade, mas também em todo o estado e no restante do país” (GREEN, 2000, p. 298).



vêm aspectos importantes de suas vidas não-contemplados por outros veículos voltados para o grande público.

A mesma preocupação com as limitações de um isolamento dos indivíduos homoeróticos levou um outro grupo de também intelectuais, profissionais liberais e artistas, agora em São Paulo, a se reunirem semanalmente. “Visando originalmente discutir as implicações sociais e pessoais de sua orientação sexual, eles fizeram sua primeira manifestação pública através de uma carta aberta ao Sindicato dos Jornalistas protestando contra a forma difamatória com que a ‘imprensa marrom’ apresentava a homossexualidade” (FRY; MACRAE, 1983, p.22). O Somos - Grupo de Afirmação Homossexual, como mais tarde foi chamado, contribuiu para que o movimento homossexual brasileiro surgisse na esfera pública como interlocutor legítimo. Tanto as ações do grupo quanto às do jornal *Lampião* estendem a contestação, que antes “permanecia confinada a pequenos grupos” (FRY; MACRAE, 1983, p.20), a esferas mais amplas de debate. Trevisan, que participou tanto do *Lampião* quanto do Somos, resume uma das propostas do grupo de afirmação homossexual: “Queríamos ser *plenamente responsáveis* por nossa sexualidade, sem *ninguém falando em nosso nome*. E, na época, isso não era pouco.” (2000, p.341) (grifo nosso).

Já no começo da década de 80, outros grupos de defesa dos homossexuais atuavam em cidades como Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Brasília, Salvador, Recife e João Pessoa. (TREVISAN, 2000, p.347). Ao contrário dos atuais movimentos no Brasil, que se denominam “gays” ou GLBT (Gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros), os primeiros grupos do movimento homossexual optaram por utilizar o já conhecido termo “bicha”, mas sob uma ótica diferente da tradicional. “Propondo uma nova ‘bicha’, militante e consciente, a idéia era de conseguir esvaziar, tanto a palavra quanto o conceito que representava de suas conotações negativas” (FRY; MACRAE:1983, p.24-25). Apenas depois, o termo “gay”, que ganhou força nos anos 60 nos Estados Unidos, passa a ser adotado por alguns grupos como o Grupo Gay da Bahia nos anos 80<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Esse é o motivo por que utilizamos os termos “movimentos gay” ou “movimentos de homossexuais” neste trabalho. Estamos cientes das discussões de Jurandir Freire Costa (2002) a respeito das vantagens de termos como “homoerótico” ou “sujeitos homoeróticos”. Como bem defende o autor, a idéia de homoerotismo afasta-se da crença de que existe uma substância comum a todos os indivíduos homoeroticamente inclinados. “Homoerotismo é uma noção mais flexível e que descreve melhor a pluralidade das práticas ou desejos dos homens *same-sex-oriented*” (Costa, 2002, p. 21). Entretanto,





De acordo com Trevisan, devido justamente a pressões do Grupo Gay da Bahia que, em 1985, o Conselho Federal de Medicina deixa de considerar a homossexualidade como doença<sup>9</sup>. Em 1999, o Conselho Federal de Psicologia promulga resolução proibindo a promessa de “cura” para a homossexualidade por seus profissionais a partir de denúncias feitas pelo Grupo Gay da Bahia sobre psicólogos que auxiliavam igrejas pentecostais a “curar” homossexuais. “O texto da resolução começava deixando claro que ‘a homossexualidade não constitui doença, nem distúrbio e nem perversão’.” (TREVISAN, 2000, p. 383).

Esse movimento político do final dos anos 70 e início dos anos 80 perdeu seu vigor em meados da década para, então, restabelecer-se pouco depois (PARKER, 2002, FACCHINI, 2005). Várias conquistas foram alcançadas, como a criação de leis que garantem a livre manifestação de afeto e a possibilidade de adoção de crianças por indivíduos e casais homossexuais (REIS, 2004). Cabe ressaltar ainda a proliferação de paradas de Orgulho GLBT, inclusive em cidades do interior, com repercussão nacional e internacional, com destaque para a parada da cidade de São Paulo, considerada a maior do mundo. Facchini (2005) enumera fatores que contribuíram para a consolidação de uma política de identidade homossexual na década de 90 no Brasil, como

o processo de ‘redemocratização’; a implementação de uma política de prevenção à DST/Aids baseada na idéia de parceria entre Estado e sociedade civil e num claro incentivo às políticas de identidade como estratégia para a redução da vulnerabilidade de populações estigmatizadas; o desenvolvimento da segmentação de mercado e o crescimento de um mercado específico para o público *gay* ou GLS (*gays*, lésbicas e simpatizantes); e, ainda, os efeitos de processos globais. (FACCHINI, 2005, p.36)

### **Diluindo as fronteiras do gueto**

Falar em “gueto” homossexual implica falar em espaços urbanos públicos ou comerciais, desde parques e calçadas até bares e saunas, locais que “as pessoas que compartilham uma vivência homossexual podem se encontrar” (SIMÕES; FRANÇA, 2005, p. 309-310). MacRae (2005), em artigo que data do início dos anos 80 intitulado

---

acreditamos que não podemos desconsiderar o entendimento que os integrantes dos movimentos GLBT têm de si mesmos.

<sup>9</sup> A Organização Mundial de Saúde, apenas em 1993, retira o “homossexualismo” do seu Cadastro Internacional de Doenças.





*Em defesa do gueto*, levantou várias contribuições desses espaços para a construção de novas identidades para o homossexual que vive, sob sentimentos de culpa e pecado, em um contexto marcado por estereótipos e exclusões.

O gueto é um lugar onde tais pressões são momentaneamente afastadas e, portanto, onde o homossexual tem mais condições de se assumir e de testar uma nova identidade social. Uma vez construída a nova identidade, ele adquire coragem para assumi-la em âmbitos menos restritos e, em muitos casos, pode vir a ser conhecido como homossexual em todos os meios que frequenta. Por isso, é da maior importância a existência do gueto. Mais cedo ou mais tarde, acaba afetando outras áreas da sociedade. (MACRAE, 2005, p.299)

Autores têm apontado que, desde final do século passado, o “gueto” vem passando por um processo de diversificação. Há a proliferação, por exemplo, de bares e discotecas, o aparecimento de veículos de grande abrangência, como revistas e jornais, além de uma multiplicação de *sites*, portais e listas de discussão na Internet, voltados para o público GLBT. “É importante não subestimar o verdadeiro impacto emocional desses estabelecimentos comerciais para os homens (e mulheres) que tiram vantagem deles” (PARKER, 2002, P.123). Detecta-se também o surgimento, ainda que incipiente, de um empresariado voltado para esse público. (SIMÕES; FRANÇA, 2005, p.313). “Um segmento do mercado que parece estar em franca expansão é o de agências de turismo GLS, que realizaram em 2004 o seu ‘Primeiro Fórum Paulista’” (SIMÕES; FRANÇA, 2005, p.326).

Fruto da expansão de um diversificado mercado voltado para o público GLBT, a sigla GLS, abreviação para Gays, Lésbicas e Simpatizantes, foi criada nos anos 90 e, para Trevisan (2000, p.376), significa um verdadeiro “ovo de colombo conceitual”. Na visão do autor, o termo permitiu uma flexibilização das fronteiras do gueto ou, no mínimo, sua expansão.

No conceito GLS, o fundamental foi a introdução da idéia de simpatizante, muito adequada ao convívio pluralista das sociedades democráticas modernas, que tende a juntar num mesmo espaço físico ou ideológico pessoas antes excluídas da normalidade social. Um/a simpatizante pode tranquilamente frequentar um local GLS se sentir agredido/a, desde que também esteja disponível a aceitar as diferenças comportamentais presentes, em clima de mútua tolerância. (TREVISAN, 2000, p.376).



De fato, em certos ambientes, como bares e discotecas, constata-se a presença de freqüentadores que poderiam ser descritos como simpatizantes. É o caso de Ana<sup>10</sup>, 25 anos, solteira, que frequênta estabelecimentos voltados para o público gay em Belo Horizonte. Apresentando-se como amiga de um grupo de homens que buscam outros homens nas noites, ela diz que são as melhores companhias para sair e que “nunca” vai para casa sem, “no mínimo, beijar na boca ou uma boa proposta para sexo real”. Segundo ela, “acabo sempre *pegando* tanto gays quanto homens, não importa. Sendo interessante para mim, o que importa é a companhia”. Ela não descarta a possibilidade de companhias femininas e até afirma já ter tido algum tipo de envolvimento na noite com outras garotas, mas “o meu negócio é homem mesmo”.

Para Anderson, 23 anos, solteiro, freqüentador das noites gays do Barro Preto, na capital mineira, nesses ambientes, existe a possibilidade de encontrar duas “garotas que queriam brincar”. Ele não vai sozinho. Está sempre com mais dois amigos que parecem pensar e agir da mesma forma. Se perguntado sobre a possibilidade de envolvimento com pessoas do mesmo sexo, Anderson descarta a possibilidade - com um sorriso - sugerindo uma certa ambigüidade na resposta.

Essa convivência não é desprovida de atritos, como bem lembra França (2007) em artigo sobre o mercado GLS na cidade de São Paulo. Constata-se em alguns indivíduos e casa noturnas uma resistência a uma possível “invasão” heteossexual. Para Cínthia, proprietária de uma casa noturna gay em Belo Horizonte, os maiores problemas quanto à segurança estão neste “*povo* hétero que vem. Eles bebem e tumultuam. Não querem pagar as contas, brigam, mexem com as meninas e ainda acham ruim quando algum gay dá uma cantada neles”. A proprietária acrescenta: “eles não sabem se comportar. Não sei o que vêm fazer aqui. Mesmo assim, nunca me preocupei em saber qual o percentual deles dentro da casa numa noite. É muito variante. E quanto mais gente na minha casa, melhor fluxo de caixa”.

Em entrevistas a Isadora França (2007a), os empresários da noite GLS de São Paulo afirmam que não existem estratégias de marketing que possam desenhar o perfil de um gay a não ser que haja um envolvimento do empresário com o seu público, em outras palavras, só um gay para entender o que seu público precisa e quer consumir. Em Belo

---

<sup>10</sup> Com o objetivo de lhes preservar a privacidade, os nomes dos entrevistados cujas falas aparecem neste artigo são fictícios.



Horizonte, a história parece se repetir, como se percebe por meio de entrevista com Carlos, empresário de duas casas noturnas.

“Gay é igual no mundo inteiro. Todos querem movimento, badalação. As finas, bicudas, gostam do *bas-found* do mesmo jeito que as suburbanas também gostam. Um lugar gay para ter sucesso tem que ter do luxo ao lixo, de tudo um pouco. A gente sabe do que o povo gosta e é isso que a gente tenta fazer. Não adianta fazer um lugar chique em que só vão as finas, não fará sucesso. O povo gosta da muvuca”.

Para o empresário, muitas vezes, o investimento em lugares direcionados ao público gay é visto como uma contribuição à “causa”, motivo de satisfação. Para Fernando, proprietário de uma sauna no centro de Belo Horizonte, “é um prazer poder ver os artistas que gosto se apresentando na minha sauna, poder ajudá-los. Para eles é um reconhecimento ao talento. Nem sempre vale o retorno financeiro, é uma questão de vaidade própria”. É possível encontrar o mesmo pensamento em agentes de turismo que preparam seus grupos de viagem. Para Cléber, montar grupos de viagens somente de gays é um prazer: “são as viagens mais divertidas e o público é exigente. Querem tudo do bom e do melhor. No fim, todos nos divertimos muito”. As falas parecem corroborar os argumentos levantados por MacRae, no seu artigo *Em defesa do gueto*.

Os espaços de convivência de pessoas que se relacionam com pessoas do mesmo sexo mantêm-se ainda como locais privilegiados para a constituição de identidades que, em outros contextos, poderiam sofrer algum tipo de constrangimento. Com a ascensão do mercado GLS, esse espaços vêm suas fronteiras serem diluídas (mas não apagadas) e acabam por receber indivíduos heterossexuais dada a abertura que o termo simpatizante propicia a essas pessoas. Esse novo fluxo provoca tensões, mas não dá sinais de que diminuirá. Pelo contrário, as falas dos empresários aqui entrevistados demonstram um interesse nesse público, mesmo que esse interesse se limite ao aspecto financeiro.

### **Considerações finais**

O que chama atenção neste trabalho é a presença de heterossexuais em espaços GLS e a “sua boa acolhida”, principalmente por parte dos empresários. Mas parece que essa tendência ainda não se configurou como uma via de mão dupla. O fluxo, nesse aspecto, parece predominar para um sentido. Apesar de vários Estados e cidades do país já terem implementado suas leis a favor da livre manifestação de afeto para os casais



homossexuais, continuam a existir evidências de destrato, mau atendimento, não-prestação de serviços e homofobia, conforme o ocorrido no Shopping Frei Caneca, em São Paulo (REIS, 2004)<sup>11</sup>. Essa assimetria no ir-e-vir parece refletir as contradições tanto de aspectos da realidade brasileira quanto mundial em tempos globalizados, quando “a mobilidade galga ao mais alto nível dentre os valores cobiçados” (BAUMAN, 1999, p.8). A liberdade de movimentos, distribuída de maneira desigual, acentua processos de exclusão e estratificação. Uma maior mobilidade de indivíduos homossexuais pelos múltiplos contextos da sociedade, muitas vezes, só pode ser alcançada por meio do apagamento, ainda que momentâneo, de suas identidades sexuais. Ocultando essas identidades, eles podem (com frequência, mas sem garantias) ganhar o mundo, mas não “saem do armário”.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt.. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

\_\_\_\_\_. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. São Paulo: Ática, 2004.

COSTA, Jurandir Freire. **A inocência e o vício: estudos sobre o homoerotismo**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FACCHINI, Regina. **Sopa de Letrinhas?: movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 1990**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

FOUCAULT, Michel. **Historia da sexualidade 1: A vontade de saber**. 16 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

---

11 No dia 6 de julho de 2003, os namorados Rodrigo Rocha, um publicitário de 22 anos, e João Xavier, um jornalista de 25, encontraram-se na porta de entrada do Shopping Frei Caneca, em São Paulo, para assistirem a um filme. Beijaram-se e, quando seguiam em direção ao cinema, um segurança os interrompeu, advertindo-os sobre o beijo. Os namorados defenderam-se lembrando-o da Lei Estadual 10.948, em vigor desde novembro de 2001, que garante a livre manifestação de afeto. Embasado na lei paulista, o jornalista João Xavier fez um boletim de ocorrência, denunciando discriminação, além de levar o caso à Secretaria de Justiça e Defesa da Cidadania. Os namorados afirmaram que trocaram apenas um beijo rápido, enquanto a direção do shopping alegou que o casal cometeu excessos. Não houve testemunhas. O episódio ocasionou uma manifestação do movimento gay, um beijaço, que recebeu grande cobertura da mídia.



- \_\_\_\_\_. **Historia da sexualidade 2:** o uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Graal, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Historia da sexualidade 3:** o cuidado de si. 8 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- FRANÇA, Isadora Lins. Sobre ‘guetos’ e ‘rótulos’: tensões no mercado GLS na cidade de São Paulo. **Cadernos Pagu**, Campinas, n.28, jan./jun. 2007a.
- \_\_\_\_\_. Identidades coletivas, consumo e política: a aproximação entre o mercado GLS e o movimento GLBT em São Paulo. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 13, n.28, jul./dez. 2007b.
- FRY, Peter; MACRAE, Edward. *O que é homossexualidade*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- GADE, Christiane. **Psicologia do consumidor e da Propaganda**. São Paulo: EPU, 1998.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- GREEN, James N. **Além do carnaval:** a homossexualidade masculina no Brasil do século XX. São Paulo: Ed. Unesp, 2000.
- HALL, Stuart. Quem precisa de identidade?. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). **Identidade e diferença:** a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p.103-133.
- \_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- KATZ, Jonathan Ned. **A invenção da heterossexualidade**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.
- KOTLER, Philip. **Administração em marketing**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- LOPES, Denílson. **O homem que amava rapazes e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2002.
- MACRAE, Edward. Em defesa do gueto. In: GREEN, James N.; TRINDADE, Ronaldo (Orgs.). **Homossexualismo em São Paulo e outros escritos**. São Paulo: Ed. Unesp, 2005. p.291-308.
- MAFFESOLI, Michael. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 3. ed. Rio de Janeiro:Forense Universitária, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Sobre o nomadismo:** vagabundagens pós-modernas. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- MAIA, Rosiley Celi Moreira. A identidade em contextos globalizados e multiculturais: alguns dilemas da igualdade e da diferença. **Geraes**, Belo Horizonte, n.50, p. 12-25, 1999.
- NUNAN, Adriana. **Homossexualidade:** do preconceito aos padrões de consumo. Rio de Janeiro: Caravansarai, 2003.
- OLIVEIRA, Marcelo Nahuz. Avenida Paulista: a produção de uma paisagem de poder. In: ARANTES, Antonio A (Org.). **O espaço da diferença**. Campinas, SP: Papirus, 2000.
- PARKER, Richard. **Abaixo do equador:** culturas do desejo, homossexualidade masculina e comunidade gay no Brasil. Rio de Janeiro: Record, 2002.



REIS, Roberto Alves. 2004. **Quando o Afeto Ganha a Esfera Midiática**: casos de sujeitos homoeróticos e estratégias jornalísticas para enquadrar as vozes de leigos e especialistas. Dissertação de mestrado, Fafich/UFMG.

REIS, Roberto Alves; MAIA, Rousiley. 2006. Do pessoal ao político-legal: estratégias do jornalismo para enquadrar os movimentos gays. In: Revista **Famecos**, n.30, p.46-61.

SIMÕES, Júlio Assis; FRANÇA, Isadora Lins. Do “gueto” ao mercado. In: **Homossexualismo em São Paulo e outros escritos**. São Paulo: Ed. Unesp, 2005. p.309-336.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso**: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. Rio de Janeiro: Record, 2000.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado**: pedagógicas da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p. 37-82.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p.7-72.