

Etnografia, consumo e homossexualidades*

Guilherme Rodrigues Passamani**

O livro de estreia de Isadora Lins França, *Consumindo lugares, consumindo nos lugares: homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo* (2012), discute os processos de diferenciação e subjetivação das homossexualidades em suas intrincadas relações com o consumo e o mercado.

As transformações sociais ocorridas nas últimas décadas, sobretudo no âmbito do mercado, permitiram um aquecimento do setor de consumo dedicado às homossexualidades. Uma série de espaços de entretenimento e sociabilidades foi criada. O olhar da antropóloga dirige-se para a cidade de São Paulo onde esse fenômeno ocorre em maior monta.

O trabalho de França, portanto, insere-se naquilo que Lila Abu-Lughod (1991) chama de *etnografias do particular*. *Consumindo lugares, consumindo nos lugares* não é um tratado sobre homossexualidade e consumo, mas é uma radiografia de casos específicos sobre a questão na cidade de São Paulo. Não há uma intenção generalizante no trabalho. Aliás, o cuidado de ourives da autora vai, justamente, no sentido contrário.

Na esteira de Strathern (2006) – que oferece como alternativa ao conceito de sociedade, o conceito de socialidade – França também dedica especial atenção à relação estabelecida

* Resenha de FRANÇA, Isadora Lins. *Consumindo lugares, consumindo nos lugares: homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo*. Rio de Janeiro, EDUERJ, 2012. Recebida para publicação em 6 de novembro de 2012, aceita em 22 de julho de 2013.

** Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (IFCH-Unicamp). Bolsista FAPESP. Professor de Ciências Sociais da UFMS. grpassamani@gmail.com

entre os sujeitos ou grupos, nos processos de troca, ou seja, nos processos em que transitam e se deslocam as dádivas, ou enquanto dádivas. Essa é a contribuição latente de *Consumindo lugares, consumindo nos lugares*, isto é: pensar contextos, tempos e realidades específicas a fim de compreender o dizível e o indizível naquele recorte estabelecido.

Em vista disso, para perceber as transformações, as subjetividades construídas a partir desse novo momento (a explosão de um mercado específico para esse público na cidade), os processos de reificação dos lugares, tornando-se eles próprios produtos consumíveis, a autora selecionou três espaços para sua pesquisa de campo: uma grande boate de música eletrônica; uma festa voltada aos *ursos* (homens gays, geralmente, gordos e peludos); e um samba *GLS*.

Para situar seu leitor, França apresenta uma radiografia de sua pesquisa, levando-nos com ela pelos caminhos percorridos: o mundo do consumo a partir de diferentes estilos e subjetividades, seja na *The Week*, na *Ursound* ou no *Boteco da Caê*. Além disso, e talvez esse seja um dos principais méritos do trabalho, logo no princípio do texto, já são marcadas as diferenças de gênero, cor/raça, geração, classe e sexualidade que estarão presentes nesses campos. A autora, assim, explora em sua análise as intersecções entre essas categorias.

O livro de França, portanto, propõem-se a pensar a diferença como categoria analítica. A diferença não aparece em *Consumindo lugares, consumindo nos lugares* como um dado. Ela é problematizada e analiticamente mobilizada. A autora segue as formulações propostas por Avtar Brah (2006) para criticar a essencialização do conceito de diferença no tocante à pertinência de raça como um marcador social de diferença fundamental e atual para problematizar, por exemplo, gênero, feminismo e sexualidade.

Cabe um alerta ao leitor de França: essas noções de diferença em si e aplicadas às categorias a serem problematizadas são contextualmente estabelecidas e significadas, isto é, o que aparece como diferença, no sentido de desvalorização em

determinado campo, pode ser signo de valorização em outro. Portanto, tal como assevera Avtar Brah (2006), diferença precisa ser entendida como um conceito fluido, contigente, e passível de ser ressignificado.

A primeira das etnografias presentes no livro tem lugar na boate *The Week*. Trata-se de uma boate cujo público majoritário pertence às camadas médias e médias altas. Alguns marcadores sociais de diferença são facilmente observáveis no estabelecimento: cor/raça (há presença majoritária de brancos); culto ao corpo (destaque para os malhados); geração (valorização da juventude); consumo (roupas, calçados, acessórios de marcas famosas).

Os informantes de França na *The Week* exibem um padrão socioeconômico elevado, se comparado à média da população brasileira. Eles elegem a *The Week* como “universo perfeito”. A qualidade da música eletrônica tocada nos mais variados ritmos e estilos é destacada pelos entrevistados.

O corpo é algo importante na *The Week*. E esse dado aparece em destaque no trabalho de França. Nesse ponto, é necessário um parêntese importante: a busca pelo corpo ideal (com músculos à mostra) – na concepção de alguns de seus informantes – é fruto de muita *rotina de exercícios* ou de uma *genética africana abençoada*.¹

Alguns informantes da autora entendem a construção do corpo perfeito como uma resposta aos parceiros potenciais, pois esses parceiros também se “sacrificaram” para obter os resultados corporais ideais e por essa razão precisam receber corpos tão *sarados* quanto os seus. Segundo um deles, o *capital sexual* no *mundo gay*, em grande medida, é fruto de um corpo *malhado*. O corpo escultural aparece como sinal de prestígio, semelhante à condição socioeconômica privilegiada. Corpo e classe social estão

¹ A *genética africana abençoada* era uma *vantagem* de alguns homens que teriam o corpo em forma, sem a necessidade de uma rotina exaustiva de exercícios. A natureza, africana, teria sido *generosa* com eles. Há uma essencialização da ideia de raça, que aparece muito bem problematizada no texto de França.

em interação convergindo para a constituição de sujeitos desejáveis nas noites da *The Week*.

Há uma preocupação desses homens em constituírem-se enquanto sujeitos que transitam bem tanto no *universo gay* quanto na vida social mais ampla, o que envolve inclusive família e trabalho, sem *a priori* serem rotulados como *bichas*. *Passar por hetero* apresenta-se como um valor. A intersecção entre gênero, sexualidade, classe e consumo, criaria o *gay moderno* das camadas médias altas: masculinizado, com acesso ao mundo do consumo e, em grande medida, branco.

O segundo espaço etnografado por Isadora Lins França foi uma festa mensal dedicada ao público *urso*. A *Ursound* tem lugar em um antigo hotel do centro da cidade de São Paulo. Isadora França destaca como são comuns os relatos que enfatizam a condenação da promiscuidade entre gays e a positivação de um relacionamento monogâmico.

A indumentária também é muito relevante ao pensar a *Ursound*. A preocupação entre os *ursos* é construir modelos e modas alternativas, isto é, o estereótipo *rústico e largado*. Longe de ser sinal de desatenção com a aparência, França mostra que isso quer dizer exatamente o contrário, ou seja: um cuidadoso investimento na construção dessa estética, resultado de uma montagem criteriosa.

As camisas xadrez, as bermudas, as camisas de time de futebol, a própria barba, antes de sinais de desleixo com a dimensão social, externalizam um *ethos* viril e masculino que os frequentadores desejam sim que seja conhecido, reconhecido e associado a eles. Nesse sentido, há modelos de masculinidades hegemônicas marcados muito mais presentes na *Ursound* do que na *The Week*, por exemplo, na qual o *gay moderno* é figura de destaque.

No entanto, ao passo que os homens da *The Week* correspondem aos estilos desejados nas ruas, onde fazem parte do imaginário *de consumo* hegemônico, fora da *Ursound* os *ursos* se veem desempoderados de uma condição desejante e protagonista, pois, em grande medida, estão às margens dos padrões de beleza

estética mais valorizados na sociedade. Logo, é necessário que positivem e legitimem suas identidades na festa e em espaços outros de sociabilidade entre afins.

Há, na *Ursound*, uma valorização dos homens mais velhos, com seus cabelos grisalhos, óculos e uma apresentação pessoal mais formal. Esse ponto é sintomático de uma marcada diferença frente a outros espaços de sociabilidade gay em que os homens mais velhos não ocupam lugares de protagonistas. Ao lado dessa constatação, estão os sinais diacríticos de masculinidade que se mostram fundamentais na *Ursound*. Segundo França, na constituição do macho valorizado na festa, gênero e sexualidade dialogam. A masculinidade do homem gay torna-se semelhante a de homens heterossexuais, potencialmente “ativos” na relação sexual.

Para alguns dos *ursos* entrevistados por França, os objetos consumidos e o próprio ato de consumir carregam noções de gênero. Portanto, eles já estão pensando essa categoria de maneira fluida e relacional e que a circulação desses objetos, agora gendrados, consegue atribuir não apenas significados a eles como estimular desejo e conquista ou repulsa e afastamento.

Pensar gênero de maneira relacional, ou associado a objetos, de maneira fluida e contextual, é um dos pontos destacáveis de *O Gênero da Dádiva* (2006), de Marilyn Strathern. Ali, como em muitos pontos da etnografia de França, não há uma noção arbitrária e pré-discursiva de gênero que possa de sobrepor aos sujeitos. Nas Terras Altas da Papua-Nova Guiné, gênero é construído na relação e seu significado é estabelecido a partir dela. Assim, gênero não está apenas nas pessoas sexuadas, mas está nos objetos e no próprio estabelecimento da dádiva. O ato de circular, de se descolar, é gendrado.

Isadora França completa seu percurso no *Boteco do Cêe*, o espaço do *samba GLS*. Nesse momento, a autora nos guia a um encontro com homens gays de classes populares e, em grande maioria, negros, que dançam o samba, o pagode e o *black*. Engana-se quem pensa que no samba há uma homogeneidade entre os

frequentadores. Há ali, também, certa construção de categorias e fica evidente a valorização dos rapazes mais masculinos.

No *samba GLS* os homens de cor mais escura são os mais valorizados, e quando *dançam bem* se valorizam ainda mais. Estes elementos são um diferencial diante dos dois outros espaços etnografados no livro, onde os negros quase inexistem e não são exatamente valorizados ou desejados. O *sambar como homem* é facilmente associado a uma potencial performance ativa na relação sexual, fato que pode ou não efetivar-se quando do estreitamento das relações.

As questões de vestuário e estética aparecem no *samba GLS*. Duas categorias destacam-se: as *bichas* e os *homens*. *Bichas* combinam diferentes peças, brilhos, tiaras, roupas justas, calças que chamam a atenção, chapéus. Elas constroem um figurino a fim de serem notadas. Por outro lado, os *homens* apresentam um figurino mais discreto, geralmente com roupas mais largas e sem adereços.

Importa assinalar, como mostrado por França, que no *samba GLS*, ser homossexual, negro, pobre e afeminado nem sempre resulta em um somatório de preconceito, discriminação e rejeição no mercado da conquista, pelo contrário: isso pode agregar valor ao sujeito, dependendo de como são construídas as relações. Fora daquele espaço, talvez, aí sim aqueles sujeitos poderiam encontrar-se em situações de marginalidade.

Há alguns mecanismos de defesa construídos pelo processo de agenciamento do sujeito. O *bichar*, por exemplo, é acionado para afirmar uma identidade e construir respeito sobre si. O *bichar* desdobra-se no *bater cabelo* em *espaços hetero* para chamar a atenção de algum pretendente e anunciar-se como homossexual. O contrário também aparece. Ser negro, masculino e *mano* funciona como um atrativo para parceiros.

Com relação ao consumo, no *Boteco do Caê*, alguns informantes falam sobre os investimentos no corpo e na produção de um estilo visual que valorize a negritude, bem como a aquisição de bens móveis que acentuem uma ascensão social. A composição da indumentária igualmente traduz elementos de

gênero e sexualidade que aparecem como mais ou menos valorizados dependendo dos estilos estabelecidos.

A abordagem de Isadora França nos permite pensar que esses lugares edificam dimensões simbólicas e subjetivas que extrapolam aquelas construções. *The Week*, *Ursound* e *Boteco do Caê* seguem com seus respectivos frequentadores para além dos momentos que eles passam por lá. Inscrevem-se nas roupas, nos cortes de cabelo, no estilo musical, nos códigos linguísticos, na malhação, nas conversas, nas conquistas, nas expectativas, em verdadeiros *ethos* e *habitus* rotineiramente (re)construídos.

O consumo aparece em todo o texto. Ele é marcadamente visível na *The Week*, onde os frequentadores ostentam-se. Travestido de alguma sobriedade, ele também está presente entre os *ursos*. Um espaço borrado parece mais efetivo entre os frequentadores do *Boteco do Caê*, pois associam o consumo (consumismo) com a produção de hierarquias que coloca os pobres (muitos deles) em condição de subalternidade.

Nos campos de França não se consegue notar a categoria poder como algo hegemônico que lance valores universais e homogêneos e aja de forma totalizante entre *gays modernos*, *ursos* e *gays de camadas populares*. Parece-me que as problematizações de *Consumindo lugares*, *consumindo nos lugares* interagem com uma ideia de poder bem mais fluida e capilarizada, tal como teorizada por Michel Foucault (1988).

Ainda assim, as relações de poder observadas por França moldam comportamentos, valores estéticos, graus de consumo, marcas de desejo, afetos etc. Enfim, tais relações – como propõe Foucault (1988) – imbricam-se na gestão da vida dos sujeitos, criando certa dependência a redes mais amplas de identificação, por exemplo, dos lugares frequentados, que não estão prontas ou acabadas, mas que se constituem mutuamente, ou seja: as pessoas constroem-se em relação aos lugares e os próprios lugares constroem-se respondendo a demandas das pessoas.

Uma última observação de Isadora França é sintomática e aparece em outras etnografias: a preocupação de alguns de seus

informantes não era com parecer *feminino*, mas sim em ser associado a um tipo específico de feminino, a *bicha popular*. Isso é muito importante. Há em nossa cultura uma rejeição que associa gênero e classe. Esse tipo, a *bicha popular*, é socialmente visto como a antítese do que tem valor. O valor ainda é associado a tudo aquilo que lembre um hedonismo narcísico estabelecido como desejável no ocidente contemporâneo.

Preocupação similar aparece nas obras de Gayle Rubin (1975; 1998). Rubin coloca-se em consonância com as chamadas *sexualidades transgressoras*, com as quais nem mesmo o movimento feminista consegue estabelecer diálogo. Há, na perspectiva de Rubin, uma espécie de norma para *transgressão* e essa norma é rigorosa e excludente. Há espaço apenas para lésbicas e gays monogâmicos, brancos, discretos e de classe média.

Há, entre alguns informantes de França, um desprezo naturalizado pelas *bichas populares*. Eles não conseguem perceber todos os códigos morais que estão embutidos nesse gesto aparentemente *inofensivo*. Talvez esteja subscrita a isso uma misoginia ainda persistente, que precisa desqualificar o feminino e tudo que o cerca.

Por todos esses elementos, *Consumindo lugares, consumindo nos lugares* já mereceria ser lido. Há algo mais, no entanto. E esse algo mais é a discussão de fundo, uma discussão do método etnográfico. Do início ao fim do texto, há uma atenção ao método. Há uma testagem reiterada da etnografia como ferramenta a responder as questões propostas pela autora, sendo eficaz na tarefa de distinguir *piscadelas e tiques nervosos* no seu campo. Temos nesse livro uma etnografia no sentido *stricto* do termo, corroborando a ideia de que a grande cidade pode ser palco da abordagem etnográfica. E não apenas isso. Mas pode ser palco de uma abordagem etnográfica primorosa, como a de *Consumindo lugares, consumindo nos lugares*.

Referências bibliográficas

- ABU-LUGHOD, Lila. Writing Against Culture. In: FOX, R. (org.) *Recapturing Anthropology*. Santa Fe, School of American Research Press, 1991, pp.137-162.
- BRAH, Avtar. Diferença, diversidade, diferenciação. *Cadernos Pagu* (26), Campinas/SP, Núcleo de Estudos de Gênero – Pagu/Unicamp, 2006, pp.329-376.
- FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade. A vontade de saber*. Rio de Janeiro, Graal, 1988.
- RUBIN, Gayle. The traffic in women: notes on the 'political economy' of sex. In: RAITER, R. (ed.) *Toward anthropology of women*. New York, Monthly Review Press, 1975.
- _____. Thinking Sex: notes for a radical theory of the politics of sexuality. In: NARDI, P.M.; SCHNEIDER, B.E. (ed.) *Social perspectives in lesbian and gay studies: a reader*. New York, Routledge, 1998.
- STRATHERN, Marylin. *O gênero da dádiva: problemas com as mulheres e problemas com a sociedade na Melanésia*. Campinas/SP, Editora da Unicamp, 2006.