

## Para além do Arco-íris: a relação dos homens gays com a cultura material na 18ª Parada do Orgulho LGBTI de Belém

*Más allá del Arco iris: la relación de los hombres homosexuales con la cultura material en el 18º Desfile del Orgullo LGBTI en Belém.*

*Beyond the Rainbow: the relationship of gay men with material culture at the 18th LGBTI Pride Parade in Belém.*

**José Carlos Almeida da Rosa**  
**Fabiano de Souza Gontijo**

**Resumo:** Estudar os objetos que fazem parte das sociedades na contemporaneidade ajuda a compreender como a cultura material está inserida na vida das pessoas, fortalecem os seus processos de sociabilidades e contribuem com a ideia de pertencimento a um determinado coletivo social. Isso se torna mais complexo quando observamos essas materialidades em sua relação com as categorias de sexualidade entre homens gays belenenses. Essa pesquisa decorre de uma etnografia realizada durante a 18ª Parada do Orgulho LGBTI de Belém e teve como propósito analisar as vestimentas, calçados, marcas, cortes de cabelo e acessórios que foram utilizados por esses homens durante o evento, a partir do conceito do agenciamento dos objetos sobre as pessoas.

**Palavras-chave:** Cultura Material. Sociabilidades. Sexualidade. Parada do Orgulho LGBTI. Agenciamento.

**Resumen:** El estudio de los objetos que forman parte de las sociedades contemporáneas ayuda a comprender cómo la cultura material se inserta en la vida de las personas, refuerza sus procesos de sociabilidad y contribuye a la idea de pertenecer a un determinado colectivo social. Esto se vuelve más complejo cuando observamos estas materialidades en su relación con las categorías de sexualidad entre hombres gay de Belém. Esta investigación es el resultado de una etnografía en el 18º Desfile del Orgullo LGBTI en Belém y su propósito fue analizar la ropa, el calzado, las marcas, los cortes de pelo y los accesorios utilizados por esos hombres durante la marcha, basándose en el concepto de la agencia de objetos sobre las personas.

**Palabras clave:** Cultura Material. Sociabilidades. Sexualidad. Desfile del orgullo LGBTI. Agencia.

**Abstract:** The study of the objects that are part of contemporary societies helps us to understand how material culture is inserted in people's lives, strengthens their sociability processes and contributes to the idea of belonging to a certain social collective. This becomes more complex when we observe these materialities in their relationship with the categories of sexuality among gay men in Belém. This research is part of the result of an ethnography carried out at the 18th LGBTI Pride Parade in Belém and its purpose was to analyze the clothing, shoes, brands, haircuts and accessories, which were used by these men during the march, based on the concept of agency of the objects.

**Keywords:** Material Culture. Sociability. Sexuality. LGBTI Pride Parade. Agency.

**José Carlos Almeida da Rosa** – Mestrando junto ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal do Pará (PPGA/UFGA). E-mail: [jcarlosalmeida.rosa@gmail.com](mailto:jcarlosalmeida.rosa@gmail.com)

**Fabiano de Souza Gontijo** – Professor Titular junto ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA) e à Faculdade de Ciências Sociais (FACS) da Universidade Federal do Pará (UFGA), Bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Agradecemos ao CNPq pela bolsa. E-mail: [fgontijo2@hotmail.com](mailto:fgontijo2@hotmail.com)

## INTRODUÇÃO

### Chegando na Parada do Orgulho: considerações iniciais

Ao som do hino nacional que foi interpretado à capela, em uma tarde de domingo quente e ensolarada, a partir do uso de discursos que ecoavam na esquina da Avenida Presidente Vargas com a Rua Vinte e Oito de Setembro, contra a atual conjuntura de uma política conservadora e preconceituosa que se perpetua no Brasil, iniciou-se mais uma Parada do Orgulho LGBTI na capital paraense, Belém, que, no ano de 2019, trouxe como temática a questão da dificuldade da empregabilidade para os atores sociais pertencentes ao movimento, com um foco principal voltado para pessoas travestis e transexuais, já que muitos ainda têm o caminho da prostituição como forma de sobrevivência.

No primeiro momento, ainda na concentração da manifestação, observamos as pessoas que ali estavam confraternizando uns com os outros, mas, também, atentos às palavras que eram proferidas por pessoas que se encontravam em cima do primeiro trio-elétrico, próximo à rua Vinte e Oito de Setembro, e que geraram gritos e palmas de aprovações ao proferido. Percebi que naquele instante o que ocorreu foi como uma espécie de catarse coletiva ou “(...) uma sensibilidade possível a certas pessoas que, mesmo sem se conhecerem, partilharam, num tempo-espaco dado, de um mesmo processo cognoscente, ou melhor, de uma teia intersubjetiva de sentidos e de estruturas, formas, de sentir” (CASTRO, 2015, p. 104).

Desde já, ressalto que, ao longo do texto, contribuiremos com algumas impressões e afeições que tivemos no decorrer da manifestação enquanto observadores participantes, pois elas ajudarão a compor um melhor cenário dessa experiência etnográfica e também uma compreensão mais fácil dos relacionamentos que ali se faziam presentes, uma vez que entendemos que “esse lugar e as intensidades que lhe são ligadas têm então que ser experimentados: é a única maneira de aproximá-los” (FAVRET-SAADA, 2005, p. 159).

O que chamou nossa atenção foi a forma como aqueles homens estavam vestidos e faziam o uso de acessórios, algo totalmente diferente do que pensávamos que encontraríamos antes de chegar pela primeira vez em uma Parada do Orgulho LGBTI – a imagem que tínhamos em mente era de que as pessoas que participavam iriam com trajes que faziam alusão às cores que compõem as bandeiras do Movimento, outras com fantasias que fazem referência a um fetichismo sexual, como é o caso dos homens com corpos musculosos trajando pequenas sungas, assim como acreditávamos que iríamos ver também diversas transformistas que utilizam do lúdico e do extravagante para compor suas vestimentas e performances.

Porém, a realidade foi *também* outra, a sensação que tivemos foi de que se estava em um tradicional bloco de rua no período do carnaval, em que as pessoas que caminham e dançam pelas ruas atrás dos trios-elétricos usam trajes que são comuns no dia-a-dia da sociedade belenense, como: bermudas, sandálias de dedo/sapatos fechados e camisas/camisetas básicas. Deste modo, tampouco, aquela realidade remetia à ideia que tínhamos sobre uma “parada gay” relacionado a tudo o que já havia visto por imagens das manifestações nas outras capitais do Brasil, como em São Paulo, por exemplo. Todavia, compreendemos que estamos lidando com realidades simbólicas e expressivas de vidas sociais bem diferentes e as pessoas agem a partir das suas percepções de mundo contextualmente construídas.

Após esse primeiro estranhamento, resolvemos continuar a pesquisa de acordo com algo parecido ao que Fredrick Barth nos propõe a fazer quando estamos realizando uma pesquisa de

campo, a saber: “devemos tentar olhar para nosso objeto de estudo sem que nossa visão seja excessivamente determinada pelas convenções antropológicas herdadas” (BARTH, 2000, p. 108). Então, prosseguimos a observação reunindo os dados que estavam fora de um estereótipo que tínhamos em mente, mas que me direcionou a entender de forma mais profunda e clara quem é o homem gay belenense contemporâneo que participa de um dos principais eventos do Movimento LGBTI na cidade. Assim, “a teoria e os conceitos antropológicos devem ser testados na análise da vida tal como ela ocorre em um determinado lugar do mundo. Qualquer lugar pode servir como provocação para desafiar e criticar a teoria antropológica” (BARTH, 2000, p. 108).

Durante a análise, conseguimos acompanhar uma conversa de duas pessoas que estavam ao nosso lado no evento, uma delas (que chamaremos de Rafael<sup>1</sup>), comentou que bastava dar uma olhada ao redor que era perceptível que naquele local havia mais pessoas heterossexuais do que gays. Ao ouvir isso, nos questionamos sobre como aquele homem tinha tanta certeza ao afirmar aquilo, em que ele se baseava para dizer se uma pessoa que estava ali era ou não homossexual, já que estávamos em um evento voltado, preponderantemente, para as pessoas LGBTI?

Somente a partir dessa conversa e das considerações que tivemos ao chegar pela primeira vez na Parada do Orgulho, que surgiu a inquietação para descobrir como as pessoas pertencentes ao movimento conseguiam reconhecer os seus pares a partir do uso da cultura material que estava presente naquele espaço-tempo que era aberto para que toda a sociedade participasse, sem um estereótipo definido que indicasse que uma determinada pessoa era ou não um homem gay.

Para conseguir responder a essas e outras questões, contamos com a participação do Rafael, que se identificou como um homem “gay”, tem entre 25 e 28 anos, é formado em jornalismo, possui um corpo forte, porém, não malhado, estava vestido no mesmo estilo de outros rapazes que estavam no evento (short curto preto com desenhos, camisa lisa simples e chinelos do modelo *slide/slider*<sup>3</sup>). Durante a nossa conversa, ele disse que todos os anos vai à Parada do Orgulho, porém nesse ano achou o evento “diferente”<sup>4</sup>, se referindo tanto às pessoas que estavam participando (segundo ele, a maioria que estava lá não era de pessoas LGBTI), e também quanto às situações políticas que envolveram a organização do evento (um dos “padrinhos” da Parada do Orgulho era ligado a um partido que apoiava o Governo Federal eleito em 2018).

A contribuição desse interlocutor foi fundamental para o desenvolvimento desse estudo, pois pessoas que já tiveram outras vivências com as manifestações anteriores “podem também supor, baseados na experiência passada, que somente indivíduos de determinado tipo são provavelmente encontrados em um dado cenário social” (GOFFMAN, 2009, p. 11).

Assim, essa pesquisa objetiva fazer uma reflexão por meio das descrições que foram feitas a partir da técnica de observação em que, por vezes, parecem ser incoerentes em um primeiro momento dentro da pesquisa de campo, mas que, organizadas e analisadas em conjunto com as conversas que ocorreram com o interlocutor após o evento, são de importância para a compreensão que se tem da ideia sobre o pertencimento das pessoas a um determinado coletivo social mediante o uso dos objetos presentes dentro da Parada LGBTI de Belém e, com isso, conseqüentemente,

<sup>1</sup> Usaremos pseudônimos.

<sup>2</sup> Neste artigo utilizaremos o termo LGBTI (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Transexuais, Travestis e Intersexuais), pois foi a sigla que a organização da 18ª Parada do Orgulho de Belém utilizou na realização da manifestação, embora, a nível nacional, estejam sendo inseridas na sigla outras categorias, tais como *queer* e assexuado/as/es, além do sinal de adição “+” para contemplar a inserção de outras categorias.

<sup>3</sup> Chinelos com tiras horizontais no peito do pé.

<sup>4</sup> Colocaremos entre aspas palavras e trechos de falas das pessoas com as quais conversamos.

entender também a facilidade que existe de ocorrer um processo de sociabilidade entre os atores com os seus pares, uma vez que eles criam uma relação com as coisas que funcionam como marcadores identitários/sociais que atuam diretamente sobre essas pessoas e em seus relacionamentos.

### 1. O que Não é Visto mas Está Ali: uma questão de agência

Ao continuar acompanhando o diálogo que Rafael estava tendo com um outro rapaz durante a concentração da manifestação, ele explicou que sabiam e sempre sabem quando um homem é ou não homossexual. Posteriormente, já conversando com o interlocutor sobre o evento, comentamos que tínhamos escutado essa parte da sua fala e ficamos curiosos sobre a afirmação que ele tinha feito com tanta certeza. Então, Rafael respondeu que existem várias expressões corporais, elementos materiais, formas de falar, ações, entre outros exemplos que em alguns casos são perceptíveis e fáceis de identificar quando os homens são gays, já em outras ocasiões, pode ocorrer que não seja algo visível para outras pessoas, mas que sempre são fáceis de serem reconhecidos por outros rapazes homossexuais.

Desse modo, compreende-se que os exemplos que o interlocutor usa para identificar outros homens gays, se assemelha ao conceito de “fachada corporal”, que está ligado “(...) [à]queles que de modo mais íntimo identificamos com o próprio ator, e que naturalmente esperamos que o sigam onde quer que vá” (GOFFMAN, 2009, p. 31).

Entre os exemplos de funções/categorias presentes nesta fachada, podemos citar questões relacionadas ao vestuário, aparência, atitudes, linguagem, gestos, olhares, uso de determinadas marcas, entre outros elementos que estão presentes, especificamente, no universo material e simbólico do homem gay e, conseqüentemente, provocam reconhecimentos e reações nos seus pares.

Diante disso, fazemos uma conexão com o pensamento de Alfred Gell (2005), que diz que as coisas são fontes de poder que exercem um agenciamento sobre os atores sociais, atraem o seu olhar por meio da tecnologia do encanto e com isso provocam reações nessas pessoas dentro de um determinado contexto. Ainda que o autor utilize este conceito de agência dentro do campo da antropologia das artes, para mostrar que um quadro age dentro de um ambiente e com as pessoas que com ele interage, conseguimos trazer essa mesma ideia para outras possibilidades, como é o caso do poder de agenciamento/encanto da cultura material sobre os homens gays e no âmbito de suas relações interpessoais.

O autor fala de “encanto” para tratar

de uma terminologia que quer expressar a premissa geral de que as sociedades humanas dependem do consentimento de indivíduos propriamente socializados por meio de uma rede de intencionalidades. Embora cada indivíduo busque (o que cada indivíduo assume ser) seu interesse próprio, todos esses indivíduos engendram algo a atender a necessidades que não podem ser compreendidas no nível do ser humano individual, mas somente no nível das coletividades e suas dinâmicas. (GELL, 2005, p. 45)

Logo, ao buscar a compreensão acerca dos objetos das pessoas que foram observadas na Parada do Orgulho, deve-se considerar que não se trata de analisar os casos de forma individual, porque, além de serem algo em comum entre os atores, eles funcionam e agem de forma conjunta dentro do coletivo, quer seja de modo consciente ou inconsciente, sobre as outras pessoas. Logo, “materialidade e agência funcionam simultaneamente e em registro não-dualista, pois pessoa e coisa encontram-se

fundidas e é o resultado dessa interação que é capaz de “chamar a atenção” (MIZRAHI, 2007, p. 234).

Isso também pressupõe uma experiência que busca fazer parte do mundo da vida com o outro de forma natural, ou seja, é algo que possui um sentido dentro de um meio social. Portanto, uma vez questionado sobre a sua fala, Rafael só consegue dizer de forma enfática quem pode ser ou não considerado um homem gay, por causa das vivências que ele já teve com as outras pessoas pertencentes ao coletivo.

Essa perspectiva pode ser relacionada também ao conceito de sociação (*Vergesellschaftung*), que “é constituído pelos impulsos dos indivíduos, ou por outros motivos, interesses e objetivos; e pelas formas que essas motivações assumem” (SIMMEL, 1983, p. 21). Neste caso, o que ficou perceptível no discurso do interlocutor sobre as vestimentas e acessórios que os homens gays utilizavam, foi uma reprodução de padrões que, aos olhos de outrem, provavelmente poderiam não ser perceptíveis, mas que, para ele e para os outros homens gays que ali estavam, conseguiam se compreender enquanto pertencentes ao mesmo grupo, já que os objetos utilizados por eles possuíam um interesse compartilhado por esses atores dentro de um determinado meio, que se transforma em uma prática social.

Desta forma,

A indumentária era uma espécie de pseudolinguagem que podia dizer quem éramos. Nessa condição, as coisas materiais eram adjuntos relegados ao estudo da linguagem, uma forma não falada de comunicação, capaz de dizer muito, se estivéssemos atentos a ela. (MILLER, 2013, p. 21)

De acordo com o depoimento do interlocutor, ocorre também a situação em que as próprias pessoas gays não conseguem se reconhecer enquanto pertencentes ao movimento por meio dos objetos que usam, neste caso, eles partem para uma espécie de “intuição”. Em casos como estes, “atos, gestos e desejo produzem o efeito de um núcleo ou substância interna, mas o produzem na superfície do corpo, por meio do jogo de ausências significantes, que sugerem, mas nunca revelam, o princípio organizador da identidade como causa” (BUTLER, 2003, p. 194).

Sobre a dificuldade deste reconhecimento a partir de uma cultura material, podemos considerar o termo “humildade das coisas”, de Daniel Miller (2013), que define que determinados símbolos são tão camuflados, invisíveis e periféricos aos olhos humanos que, por vezes, passam imperceptíveis dentro da sociedade. Com isso, o papel que esses objetos exercem no cotidiano e nas relações das pessoas não chegam a ser questionados. Quando ocorre casos como estes, compreende-se que, quanto maior for o silêncio dos objetos no meio social, maior é o seu poder de atuação, pois já são compreendidos como algo naturalizado entre as pessoas.

A questão da invisibilidade dos objetos referentes aos atores dentro do evento pode então ser considerada e explicada também, porque a “fachada (...) é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconsciente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (GOFFMAN, 2009, p. 29).

No momento em que o interlocutor diz que, em certos casos, o que ocorre é uma forma de intuição no reconhecimento dos seus pares, na verdade trata-se de um agenciamento dos objetos que não é possível observar de forma tão clara como em outros casos, mas que estão ali, mesmo que de maneira mais modesta, dependem de uma certa experiência e atenção do olhar do outro.

Nos próximos tópicos, discutiremos de forma mais detalhada o agenciamento que os objetos dos indivíduos presentes na Parada do Orgulho de Belém tiveram sobre outros atores e dentro das suas relações.

## 2. Coisas que Falam?

No decorrer da conversa, o interlocutor deu alguns exemplos de tipos de vestuários e calçados que são frequentes dentro do *closet* do homem gay e que contribuíram para que ele conseguisse reconhecer outros homens gays na Parada do Orgulho. Dessa forma, a preferência pelo uso de tais coisas podem ser explicadas porque “a ênfase encontra-se na ação humana, no fato de o indivíduo escolher, dentre uma infinidade de objetos, aqueles mais bem capazes de representar sua identidade social” (RIBEIRO, 2013, p. 346).

Dentre os elementos citados por Rafael, estão os shorts de pano ou tacetel<sup>5</sup>, que são bem curtos (mais ou menos acima dos joelhos ou no meio das coxas), possuem diversas cores, estampas e, normalmente, ficam bem justos nos corpos desses homens. Segundo ele, essa indumentária possui um estilo *vintage* dos anos de 1970-1980 e os gays da atualidade costumam usar bastante nas festas alternativas e LGBTI que ele frequenta.

De acordo com isso, podemos considerar que, em um ambiente que contém muito calor, música para dançar e agitação, como é o caso da Parada do Orgulho em Belém, esse tipo de peça torna-se algo essencial, pois possibilita que os atores se movimentem de maneira mais confortável, façam seus passos sensuais e sincronizados descendo até o chão com mais facilidade ao som de ritmos que exigem uma maior flexibilidade das pessoas, como é o caso do funk, brega-funk e algumas músicas pop, estilos que foram “tendência” durante todo o evento.

A partir disso, compreende-se que “a relação entre o artefato e o seu usuário envolve uma consideração da materialidade do primeiro em relação ao corpo do segundo. (...) Trata-se de um corpo em movimento e inserido em um contexto específico de dança” (MIZRAHI, 2007, p. 234). Esses materiais e os corpos dos atores naquele momento se integraram em um só movimento e, juntos, realizaram um jogo de perfeita combinação e conexão.

Além de ser um tipo de roupa apropriada para o evento, por conta das temperaturas elevadas daquela tarde na cidade e também por promoverem uma leveza, maior elasticidade e mais praticidade para que as pessoas conseguissem realizar os seus movimentos corporais sensuais, esses shorts carregam ainda certa simbologia sensual e intencionalidade sexual tanto para quem está usando – pois, pelo fato de serem bem curtos e justos aos corpos, valorizam e realçam as pernas e os glúteos –, como provocam sensações no outro que observa enquanto as pessoas dançam freneticamente.

Algo que percebemos em relação a essa indumentária é que a maior parte dos homens que a estavam usando tinham corpos magros e/ou “malhados”, possuíam pernas com formas e contornos bem definidos e, normalmente, seus membros inferiores estavam completamente depilados. Aqui é necessário enfatizarmos que esses corpos funcionam como símbolos culturais e são efeitos de uma dinâmica de poder que atuam de forma direta no processo de sociabilidade, já que, por si só, são geradores de códigos comunicativos.

Um fato curioso que chamava a atenção de quem percebia é que alguns indivíduos que estavam sem camisa e utilizavam esses shorts faziam questão de mostrar que, por baixo deles, usavam cuecas do estilo *jockstrap*<sup>6</sup>, modelo perceptível porque eles deixavam apenas o elástico da cueca aparecer um pouco mais acima dos shorts e não era possível ver a continuação da parte do tecido de trás da indumentária. Assim, quem conhecia ou não tal peça sabia que havia um interesse por

<sup>5</sup>Tecido feito com fibras sintéticas.

<sup>6</sup> Modelo de cueca que é aberta na parte de trás, originalmente ela foi criada para proteger os testículos e o pênis dos atletas que praticavam esportes como o *rugby*, por exemplo. Com o passar do tempo, esses modelos se tornaram populares entre homens gays.

trás daquela vestimenta que, por si, já repassava uma mensagem. Essa situação, ao longo de toda a passeata, foi o exemplo de objeto mais próximo que pudemos perceber que passava a ideia de que uma Parada do Orgulho contava com elementos que remetiam ao apelo do universo erótico.

Neste tipo de exemplo, ficou bastante claro o poder de agência que essa peça provocou sobre os outros atores naquele contexto. Por mais sutil que elas pudessem estar ali, o vestuário chamava atenção de quem passasse por perto: algumas pessoas riram, outras se assustaram, uns ficaram apenas observando de forma curiosa, algumas pessoas olharam com repúdio, outros ainda com intenções eróticas, já, em certas ocasiões, surgiram comentários com quem estava ao lado, entre outras reações.

Desse modo, percebe-se que essa peça naquele contexto possuía um poder de atração e provocava sensações em outras pessoas, quer seja pelas experiências que eles já poderiam ter tido com a indumentária, quer pelo jogo simbólico de erotização e fetiche que estava contido ali ou apenas voltado para um lado mais cômico e de repúdio. O que é importante salientar aqui é que tanto quem observava, quanto quem também estava usando a vestimenta, eram agenciados por aquele objeto. Em relação à pessoa que a vestia, o agenciamento ocorre desde o momento em que escolhe colocar a peça em uma determinada ocasião que, por si só, possui um peso voltado para uma sexualização no imaginário popular. Assim, podemos considerar que essa pessoa

Às vezes, agirá de maneira completamente calculada, expressando-se de determinada forma somente para dar aos outros o tipo de impressão que irá provavelmente levá-los a uma resposta específica que lhe interessa obter. Outras vezes, o indivíduo estará agindo calculadamente, mas terá, em termos relativos, pouca consciência de estar procedendo assim. Ocasionalmente, irão se expressar intencional e conscientemente de determinada forma, mas principalmente, porque a tradição de seu grupo ou posição social requer este tipo de expressão, e não por causa de qualquer resposta particular (que não a de vaga aceitação ou aprovação), que provavelmente seja despertada naqueles que foram impressionados pela expressão. (GOFFMAN, 2009, p. 15)

Um outro exemplo que foi possível observar sobre uma expressão intencional e consciente dentro do evento foi o fato que a maioria dos homens estavam com as sobancelhas muito bem desenhadas com diferentes modelos: arqueadas, arredondadas, reta com risco nas pontas, reta curvada na ponta, entre outras formas (Rafael possuía um design arqueado); e segundo, é que a maioria dos rapazes usava camisas com o nome de grifes internacionais caras e conhecidas, com as marcas bem destacadas.

Em relação a essas vestimentas, é necessário considerar que, mesmo que as peças não fossem trajes originais das marcas estrangeiras, aparecer o nome delas nas camisas com um certo realce funcionava como um sinônimo de chamar atenção dos outros que estavam no evento pelo valor econômico e social que elas carregam dentro da nossa sociedade contemporânea capitalista. Naquele momento, em meio a uma multidão de pessoas, estar com uma peça com o logotipo chamativo de marcas como *Louis Vuitton*, *Dolce & Gabbana* e *Gucci*, por exemplo, seria uma forma que os rapazes poderiam ser vistos com mais facilidade por outros por transmitirem a ideia de possuírem uma posição socioeconômica elevada dentro de uma manifestação que era pública e que contava com a participação de pessoas de diversas classes sociais.

De acordo com as vestimentas e suas relações com as pessoas, Daniel Miller (2013) nos diz que devemos compreender que o que está sendo visto é apenas o que está externo aos atores sociais; logo, essas roupas nada mais são do que uma constituição das pessoas, ou seja, esses objetos formam as suas identidades, funcionando como a construção do “eu” e não condiz necessariamente com as realidades dessas pessoas.

Ao mesmo tempo que essa aparência de um “status econômico” estava presente nas camisas, em relação aos calçados dos atores era perceptível que eles não se importavam muito em manter esse mesmo símbolo de padrão socioeconômico elevado, já que, majoritariamente, estavam usando sandálias de borracha (estilo havaiana, mas que, em alguns casos, não eram da marca original), ou chinelos do tipo *slide/slider*, que foi sucesso na década de 1990 e, agora, também parecia ser “tendência” no meio dos rapazes.

Além disso, Rafael chamou atenção para o grupo de rapazes que estava usando sapatos de marcas caras como: o *Tênis Old School Vans, Nike, Cavaleira* e chinelos de couro, mas, em contrapartida, trajavam bermudas de cores mais escuras, na altura dos joelhos, camisas ou camisetas simples, de uma única cor e coladas em seus corpos, sem a necessidade de destacar a marca de grifes estrangeiras, ficando assim o propósito de que apenas os seus braços musculosos chamassem atenção no evento.

Neste caso, percebe-se que, para esses indivíduos, o que mais importava era que seus corpos fossem percebidos e que as suas peças ficassem em um segundo plano, passando o mais invisível possível e, nesse ponto, retomamos a discussão sobre o conceito de humildade das coisas elaborado por Daniel Miller (2013), que, por mais imperceptíveis e menos chamativas que elas pudessem parecer aos olhos das pessoas que as usavam e do outro que estava participando da Parada do Orgulho, essas peças acabaram exercendo um forte agenciamento para ambas as partes. Primeiro, no momento em que o dono da vestimenta a escolheu, pois havia uma certa intenção, consciente ou não, em preferir peças que evidenciassem os seus braços malhados e, segundo, em quem viu essa pessoa com a indumentária, considerando que foi atraída justamente pelo fato de serem justas aos corpos desses rapazes e chamavam atenção para o que eles queriam que fosse visto naquele momento.

De acordo com o interlocutor, no universo gay, há um “cuidado” maior em relação a escolha de suas roupas. Isso ocorre porque os homens homossexuais se preocupam um pouco mais com a imagem que pretendem passar e com a estética de seus corpos que eles pretendem mostrar. Em suma, casos assim podem ser compreendidos como uma aparência estereotipada desses homens, em que “provavelmente não são hereditárias, mas meras expressões da reação do corpo a condições externas, sujeitas a novos ajustamentos, sob novas condições” (BOAS, 2010, p. 91).

Além de uma aparência padronizada do homem gay que ganha novos ajustamentos com o passar do tempo, a cultura material também se renova e se ressignifica dentro de novas condições e contextos em que estão inseridas. Foi possível observar a “atualização” das coisas na Parada do Orgulho, tema que abordaremos nos próximos tópicos.

### 3. O que Há por Trás de um “Simple” Acessório? O Mercado Rosa e as “Coisas Gays”

Já ao entardecer, durante o percurso da marcha ao longo da Avenida Magalhães Barata rumo ao Mercado de São Brás, alguns detalhes minuciosos chamaram a nossa atenção, assim como a de quem estava ao redor – essas pessoas que passavam ficaram observando de forma curiosa e até mesmo revelando um certo estranhamento. O que mais nos provocou uma certa indagação não



foram os objetos em si, ainda que entendamos que, naquele ambiente, eles tinham um poder de agência bem forte, mas a forma com que eles estavam sendo usados pelos participantes, a composição do conjunto como um todo.

Esse foi o caso dos rapazes que possuíam características compreendidas como “masculinas” no jeito como se expressavam, estavam vestidos com roupas que podemos designar como voltadas para o público masculino, conforme os exemplos que foram descritos no item anterior, porém, em alguns casos, estes atores estavam com objetos e símbolos que normalmente são reconhecidos como “pertencentes ao universo e aos corpos femininos”, como, por exemplo, o uso dos longos cílios postiços, as unhas grandes pintadas e as maquiagens bem produzidas (no caso da maquiagem mais simples, o interlocutor salientou que, no momento, a “tendência” entre os homens gays era o uso do *Lip Tint*<sup>7</sup>). Havia também os atores que estavam utilizando os três itens ao mesmo tempo, porém seguiam com peças de “roupas masculinas”.

Foi justamente esta composição de união de elementos referentes aos “dois universos”, masculino e feminino, que fazia com que as pessoas fossem percebidas por meio das coisas que não estão presentes e não são comuns de serem vistas no cotidiano social. É importante salientar também a relação que essas pessoas possuíam com esses objetos, que parecia ser algo bem natural pela forma confortável com que eles estavam se relacionando com eles.

De acordo com Rafael, tal composição de vestimenta com o uso desses acessórios é mais comum de ser vista em locais que são especificamente para o público LGBTI. O interlocutor relatou também que, mesmo essas manifestações sendo voltadas para esse público, aquelas atitudes sempre chamavam a atenção de outros atores gays, seja de forma positiva ou não, alguns ainda julgavam essas pessoas com um olhar de reprovação e inferioridade dentro do próprio coletivo.

Sobre esse julgamento que ocorre com as pessoas gays dentro do próprio grupo, podemos relacionar ao pensamento de Judith Butler (2002), que diz que os corpos que importam desempenham um poder dentro da sociedade e, portanto, não podem ser vistos como algo separado das normas que regulam e governam a materialidade baseada em um pensamento heteronormativo, como uma prática social de repetição contínua. Assim, para que esses corpos passem a importar de maneiras diferentes, é necessário que haja uma ruptura com essa materialidade no que se entende enquanto uma oposição binária masculino/feminino, assim como deve ocorrer a ocupação de novos espaços, principalmente dentro do meio em que eles costumam socializar.

Sobre a questão que relatamos do estranhamento de homens utilizando coisas que são relacionadas ao “universo feminino”, é necessário refletir que, por trás de todo esse discurso, há uma relação de poder imposta por relações sociais baseadas em práticas reguladoras heteronormativas/heterossexuais que são constantemente reforçadas em nosso cotidiano e ao mesmo tempo excluídas, como é o caso dos estigmas que essas pessoas sofrem em razão do fato de que gêneros são atribuídos aos objetos. Diante disso, Butler nos diz que

a “coerência” e a “continuidade” da “pessoa” não são características lógicas ou analíticas da condição de pessoa, mas, ao contrário, normas de inteligibilidade socialmente instituídas e mantidas. Em sendo a “identidade” assegurada por conceitos estabilizadores de sexo, gênero e sexualidade, a própria noção de “pessoa” se veria questionada pela emergência cultural daqueles seres cujo gênero é “incoerente” ou “descontínuo”, os quais parecem ser pessoas, mas não se

<sup>7</sup> Um tipo de batom versátil feito a base de líquido, gel e óleos.

conformam às normas de gênero da inteligibilidade cultural pelas quais as pessoas são definidas. (2003, p. 38)

Atentas a essa discussão sobre roupas sem gênero, há alguns anos, as marcas já tem se posicionado e abolido o conceito de roupas e acessórios que são feitas exclusivamente para homens ou para mulheres. Os próprios desfiles de modas têm mostrado essa tendência, como foi o caso da 47ª São Paulo Fashion Week (SPFW), que trouxe para as passarelas discussões sobre representatividade racial e de gênero<sup>8</sup>.

A partir dessa mudança do olhar mercadológico sobre a necessidade de se repensar a moda por meio dos debates sobre as questões de gênero e também a atenção empresarial sobre o consumo das pessoas pertencentes aos coletivos de pessoas LGBTQIA+, torna-se necessário produzir pesquisas que venham compreender quem são os consumidores que cada vez ganham mais espaço, possuem um poder de compra mais elevado, e entender que,

Embora o Estado e os movimentos sociais sejam as esferas a partir das quais tradicionalmente pensamos o fazer político, é preciso lembrar que as esferas do mercado e do consumo também constituem cenários públicos em que nossa capacidade de agência e ação política é exercida, independentemente de aderirmos ou não a noções como “sociedade do consumo”. Nessas esferas, também se negociam direitos, disputam-se significados, enfrentam-se ou reforçam-se desigualdades. (FACCHINI; FRANÇA; BRAZ, 2014, p. 123)

Também é importante atentar para o fato de que as empresas têm percebido que o *pink money*<sup>9</sup> tem movimentado bastante o mercado nos últimos anos<sup>10</sup> e com isso gerado um aumento de produtos e campanhas publicitárias voltadas para determinados nichos. Logo, é fundamental considerar que “o discurso publicitário não é uma prática atemporal. Como todo gênero discursivo, a publicidade possui uma história e se inscreve nas mutações de um corpus econômico e social.” (RIBEIRO, 2013, p. 344).

Fazendo uma conexão com isso, foi interessante observar, dentro da Parada do Orgulho, como os acessórios de décadas passadas retornaram e viraram tendência novamente, um dos exemplos que o interlocutor mencionou sobre a maneira como ele conseguia reconhecer um outro homem gay, precisamente por causa do uso das pochetes corriqueiras na década de 1990. Dentro do evento, por exemplo, era possível identificá-las nos mais variados tipos e cores. Uma observação curiosa a ser feita é que, diferente dos anos 90 – em que elas eram mais utilizadas nas cinturas das pessoas –, agora elas ficam sobretudo de forma transversal no tórax dos rapazes.

<sup>8</sup> Ver mais em “SPFW aposta em marcas sustentáveis e sem gênero”. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/blog/liquidacao-cia/spfw-2019-marcas-sustentaveis-sem-genero/>. Acesso em: 21 de outubro de 2020.

<sup>9</sup> O “dinheiro rosa” descreve o poder de compra das pessoas pertencentes ao movimento LGBTI que consomem produtos e serviços de marcas voltados especificamente para o grupo.

<sup>10</sup> Ver mais na matéria “Marcas investem no mercado LGBTI, que movimentou US\$ 3,6 trilhões em 2018”. Disponível no portal do jornal O Globo: <https://oglobo.globo.com/economia/marcas-investem-no-mercado-lgbti-que-movimentou-us-36-trilhoes-em-2018-23757617>. Acesso em: 21 de outubro de 2020; “Negócios voltados para o público gay fazem sucesso e dinheiro”, disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2019/01/06/negocios-voltados-para-o-publico-gay-fazem-sucesso-e-dinheiro.ghtml>. Acesso em: 21 de outubro de 2020; E ainda, “Para além do Pink Money: Diversidade é aposta das empresas para retomada competitiva no pós-pandemia”, disponível no site da CNN Brasil Business: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/06/12/para-alem-do-pink-money-apostar-na-diversidade-melhora-qualidade-da-retomada>. Acesso em 21 de outubro de 2020.

De acordo com Rafael, o uso desse acessório é indispensável na composição da vestimenta desses homens gays contemporâneos, pois, além de ser algo que está na moda, é também prático, pois eles conseguem levar tudo o que precisam dentro dela, tais como celular, carregador, carteira com dinheiro e documentos, chaves, maquiagem, lenço, perfume, cigarros, entre outras coisas que, segundo o interlocutor, são importantes de se ter em mãos quando se está fora de casa; ele continuou, dizendo que essas pochetes são fundamentais porque objetos que antes ficavam em seus bolsos não são mais perdidos de forma fácil enquanto dançam na balada, assim também como não são mais furtados, da forma que, como elas ficam transpassadas em frente aos seus peitos, evita-se que outras pessoas levem seus pertences sem que percebam.

Considerando que se trata de um produto unissex, perguntamos para o interlocutor se os homens gays tinham uma preferência por cor ou modelo dessas pochetes que serviria como um código para que eles se reconhecessem enquanto pares. Ele respondeu que não existiam modelos ou cores exatas, mas que eles costumavam usar as coloridas que melhor combinasse com as suas roupas. Diante da fala de Rafael, percebemos que esse acessório funciona como uma extensão das suas vestimentas e dos seus corpos, uma vez que eles os usam conforme o tom de suas roupas e coladas ao seus peitos; neste caso, também podemos perceber um exemplo de agenciamento das coisas sobre outras coisas.

Assim, compreendemos que estes objetos e os seres humanos não podem ser estudados separadamente, porque são construídos de forma mútua e não devem ser considerados como algo superficial, uma vez que exercem em “nós o que pensamos ser” (MILLER, 2013, p. 22-23). Sobre esses materiais que voltam a compor o armário do homem gay e os ajudam no processo de pertencimento dos pares, é importante analisar como eles têm se ressignificado na contemporaneidade, considerando a própria intencionalidade que carregam, os seus valores e memórias.

#### 4. O “Picumã” do Poder

Ainda sobre os estilos e objetos que são referentes às décadas passadas e voltam a ser “tendência” nos dias de hoje, nessa última seção, abordaremos uma característica que está presente na vida da maioria dos homens gays e que talvez possa ser um dos símbolos mais importantes dentro de toda a composição da aparência dessas pessoas: seu cabelo, também conhecido como “picumã”<sup>11</sup>, termo utilizado pelo interlocutor.

A forma que compreendemos enquanto fazíamos a pesquisa é que a ligação e a relação daquelas pessoas com os seus cabelos era bem expressiva, passava a impressão de algo relacionado a um dispositivo de poder que se misturava em meio às jogadas de cabelo que ganhavam vida e, aparentemente, faziam parte dos passos das coreografias dos rapazes que dançavam com as jogadas de cabeça para um lado e para o outro e também ajudavam na hora da conquista por meio da leve “passada de mão” nos fios de forma sutil, mas que, por trás, havia uma certa intenção. Assim, podemos relacionar esses cabelos como uma

Onipresença do poder: não porque tenha o privilégio de agrupar tudo sob sua invencível unidade, mas porque se produz a cada instante, em todos os pontos, ou melhor, em toda relação entre um ponto e outro. O poder está em toda parte; não porque englobe tudo e sim porque provém de todos os lugares. (FOUCAULT, 1988, p. 89)

<sup>11</sup> Significa cabelo na linguagem (pajubá ou bajubá) utilizada por muitas pessoas LGBTQIA+.

Segundo Rafael, os cortes de cabelo geralmente são diversificados, porém existe um estilo que é quase como um padrão do homem gay que são os cabelos raspados apenas nas laterais e a franja grande na frente. O modelo é conhecido como *undercut* e possui influência desde os tempos de *rockabilly*, dos anos de 1950. Por meio deste corte, é possível que as pessoas o utilizem de diversas formas, como: franja para o lado, por trás das orelhas, estilo topete, amarrados para cima, entre outros. Conforme foi possível observar durante o evento, normalmente esse estilo é utilizado por pessoas que possuíam cabelos bem lisos.

Um outro exemplo que também percebemos na diferença do uso dos cabelos pelos atores, é que a maioria dos homens com corpos mais “malhados”, aqueles que vão para desfilas seus corpos musculosos conforme descrevemos nos tópicos anteriores, utilizavam um estilo degradê, que lembra um *undercut* porém sem a franja longa, e com a diferença que o corte funciona como uma sequência de tons contínuos limitados ou não. Uma singularidade é que os rapazes que utilizavam este corte normalmente tinham barbas desenhadas, diferentemente dos que usavam o outro estilo, que possuíam o rosto liso, sem pelos.

Em ambos os casos, naquele ambiente, os modelos de cabelos assumiam um poder que estava presente de forma sutil naqueles corpos, mas que provocavam agenciamentos diferentes tanto em quem estava usando um certo modelo, como para o outro, chamando atenção seja em meio às coreografias de dança, como também na passada de mão entre os fios.


## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio à agitação, o calor, o cheiro forte de fumaça de cigarro, alguns momentos de sufoco e corpos suados de todos os estilos se esbarrando, a Parada do Orgulho LGBTI de Belém é um exemplo de campo etnográfico curioso e ao mesmo tempo desafiador, pois é um contexto em que nos deparamos com uma diversidade de pessoas de diferentes cores/raças/etnias, classes, crenças, costumes e orientações sexuais que confraternizam juntos e em prol de uma mesma causa.

Observar a forma com que aqueles homens interagem e se reconhecem enquanto pares de um mesmo coletivo social por meio dos objetos e com os objetos, por mais difícil e complexo que possa parecer em um primeiro momento, aos poucos, as pessoas que estão “do lado de fora” observando a manifestação vão se familiarizando com aquele universo que está presente no cotidiano do belenense e, ao mesmo tempo, se desconstruindo de preconceitos que ainda fazem parte de uma sociedade cujas práticas sociais se pautam em grande medida pela heteronormatividade.

Diante de tudo o que foi visto, é interessante entender como os homens gays se reconhecem enquanto gays por meio de objetos que muitas vezes passam despercebidos no dia a dia na capital paraense (principalmente, para quem não faz parte do coletivo). Porém, o mesmo não pode ser dito no caso dos homens que se consideram gays, pois ficou claro no decorrer da conversa com o interlocutor e, partindo do início da concentração, quando ele diz para o amigo que eles sempre sabem quando outros rapazes são ou não gays, que tal reconhecimento parte das suas experiências com outras pessoas pertencentes ao coletivo.

A partir dessa fala, para entender melhor esse caso, partimos do conceito de agência trabalhado por Alfred Gell (2005), mas por meio de uma perspectiva de cultura material enquanto, em primeira instância, dispositivos de poder que atuam de forma direta no processo de encantamento e sociabilidade entre os atores. Assim, buscamos relacionar tudo o que tínhamos observado dentro



da pesquisa de campo, as nossas afetações e estranhamentos, para que fosse possível descrever o cenário de um dos principais eventos organizados pelo e para esse importante movimento social da cidade, junto ao olhar e a experiência que o interlocutor nos proporcionou por meio de suas contribuições que foram fundamentais para um melhor entendimento sobre o campo e os conceitos trabalhados.

Importante enfatizar que este é um primeiro estudo que conta com dados preliminares de uma pesquisa que está sendo desenvolvida dentro do universo de homens gays belenenses, porém, a partir de outros espaços que envolvem a relação da cultura material e o processo de sociabilidade por meio do conceito de agência.

## REFERÊNCIAS

BARTH, Fredrick. A análise da cultura nas sociedades complexas. In: *O Guru, o Iniciador e Outras Variações Antropológicas*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2000, p. 107-119.

BOAS, Franz. *Antropologia cultural*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BUTLER, Judith. *Cuerpos que Importan: sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Buenos Aires: Paidós, 2002.

BUTLER, Judith. *Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CASTRO, Fábio Fonseca de. Semiotical Blues: Artificios da Temporalidade Nostálgica. *Revista Eco-Pós*, v. 18, n. 3, 2015, p. 103-115.

FACCHINI, Regina ; FRANÇA, Isadora Lins; BRAZ, Camilo. Estudos sobre Sexualidade, Sociabilidade e Mercado: olhares antropológicos contemporâneos. *Cadernos Pagu*, n. 42, 2014, p. 99-140.

FAVRET-SAADA, Jeanne. Ser afetado. *Cadernos de Campo*, n. 13, 2005, p. 155-161.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade I: A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

GELL, Alfred. A Tecnologia do Encanto e o Encanto da Tecnologia. *Concinnitas*, v. 8, n. 1, 2005, p. 42-63.

GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2009.

MILLER, Daniel. *Trecos, Troços e Coisas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MIZRAHI, Mylene. Indumentária Funk: a confrontação da alteridade colocando em diálogo local e o cosmopolita. *Horizontes Antropológicos*, v. 13, n. 28, 2007, p. 231-262.

RIBEIRO, Magda dos Santos. Por uma Biografia das Coisas: a vida social da marca Havaianas e a invenção da brasilidade. *Etnográfica*, v. 17, n. 2, 2013, p. 341-368.

SIMMEL, Georg. *Sociologia* (organizado por E. de Moraes Filho). São Paulo: Ática, 1983.

