

REBOLANDO PARA ENTENDER OS MEMES: PERFORMATIVIDADE MASCULINA E DISPUTAS IDENTITÁRIAS EM FESTAS GAYS E LINGUAGEM DA INTERNET

SWISHING TO UNDERSTAND THE MEME: MASCULINE PERFORMATIVITY AND IDENTITY DISPUTES
WITHIN GAY PARTIES AND THE INTERNET LANGUAGE

*Fabricio Campos Longo da Silva**

Cite este artigo: DA SILVA, Fabricio Campos Longo. Rebolando para entender os memes: performatividade masculina e disputas identitárias em festas gays e linguagem da internet. **Revista Habitus:** Revista da Graduação em Ciências Sociais do IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 62 – 76. 2018. Semestral. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/habitus>>. Acesso em: março, 2019.

Resumo: Neste trabalho, analiso as imagens e as conversas entre os frequentadores de festas voltadas para o público gay da cidade do Rio de Janeiro, trocadas em “eventos de divulgação” nas redes sociais. Para tal, realizo uma “netnografia” (Fragoso, Recuero e Amaral, 2011), a fim de investigar a rediferenciação (Braga, 2018) entre os grupos que circulam pelas festas, nas disputas identitárias que se retroalimentam nos espaços *online/offline*. Durante a pesquisa de campo, deparei-me com esses recursos visuais e, em última instância, o que ouvia e observava junto aos meus interlocutores revelava-se nessas imagéticas. Considerando o acionamento de uma “performatividade de gênero” (Butler, 2015) hipermasculina como “capital erótico” (Hakim, 2012), mesclo entre apresentar essas imagens e dialogar com os dados de campo e com teorias para analisar as “identidades gays” e o universo de disputa que marcam o movimento LGBT em sua contemporaneidade. Assim, o artigo privilegia temas antropológicos, quais sejam: sexualidade, gênero, identidades sociais e performatividades que são produzidos em um contexto informal, diferente daquele dos movimentos de direitos civis, levando em conta o “eu-espetacular” (Sibilia, 2016) apresentado na internet.

Palavras-chave: Memes; Identidades; Festas Gays.

Abstract: In this paper, I analyze the images and conversations exchanged between attendees of gay parties from the city of Rio de Janeiro at “promotional events” in social networks. To do so, I do a “netnography” (Fragoso, Recuero & Amaral, 2011), in order to investigate the redifferentiation (Braga, 2018) among the groups that navigate the parties, and the identity disputes that feedback between online and offline spaces. During the field research, I came across these visual aids and, ultimately, what I heard and observed with my interlocutors was revealed in these images. Considering the use of a hipermasculine “gender performativity” (Butler, 2015) as an “erotic capital” (Hakim, 2012), I mix between presenting these images and dialoguing with the field data and with theories to analyze the "gay identities" and the universe of dispute that marks the LGBT movement in its contemporaneity. An so, the paper privileges the anthropological themes of sexuality,

gender, social identities and performativity that are produced at an informal context, different than that of the civil rights movement, taking into account the “spectacular-self” (Sibilia, 2016) presented on the internet.

Keywords: Memes; Identities; Gay parties.

“ Ela é incrível, é icônica, é a internet!” [1]. Foi assim que a cantora norte americana Katy Perry definiu Maria Odete Brito de Miranda Marques, a artista brasileira que ficou famosa como “rainha do bumbum” com o nome artístico de Gretchen. A declaração foi um comentário sobre a parceria entre as duas, já que Gretchen foi a escolhida para protagonizar o *lyric video* – videoclipe que apresenta a letra de uma música, geralmente sem a participação do cantor – de “*Swish, Swish*”, que foi lançado pela estrela pop em julho de 2017. O *status* de Gretchen como “rainha dos memes da internet” – as imagens, geralmente acompanhadas de textos humorísticos ou de denúncia/informação que circulam na rede - é um ponto central para o que se propõe este artigo.

Segundo Frago, Recuero e Amaral (2011), a etnografia aplicada à internet considera “conversações, práticas e negociações simbólicas cuja observação sistemática e a investigação interpretativa nos ajudam a decompor e desvendar padrões de comportamento social e cultural” (: 168). Assim, não é de espantar que as técnicas de pesquisa etnográficas sejam aplicáveis ao estudo das culturas e das comunidades agregadas via internet, sejam grupos sociais já existentes ou que são compostos apenas pelas interações *online*. Daí o termo “netnografia”, que demarca as diferenças que o método etnográfico sofre em sua adaptação para o espaço digital. Considerando-se as adaptações e os limites do método em relação à coleta e à análise dos dados, ele é muito utilizado para pesquisas de comportamento de mercado. Entretanto, sua complexidade teórico-epistemológica não é limitada a isso porque o método permite “o entendimento das práticas comunicacionais num sentido mais amplo, e dos aspectos protocolares culturais e comportamentais de cada grupo ou comunidade a serem observados” (: 176).

No campo das Ciências Sociais no Brasil, o recurso visual tem cada vez mais recebido credibilidade. Contudo, isso não exclui o fato de que seja uma arena também de disputa acerca de sua validade quanto a sua potência como ferramenta etnográfica. Essa “tensão”, sobretudo no presente século, foi amplamente discutida em uma edição dos “Cadernos de Antropologia e Imagem”, intitulada “Estratégias da pesquisa com imagem” (2006) – inserem-se como autores expoentes deste campo, Peixoto (1999) e Koury (1999). Por outro lado, as imagens estão presentes no próprio desenvolvimento da Antropologia como disciplina, seja para demonstrar relatos da vida social descrita (MEAD e BATESON, 1942; BATESON, 2008), seja operando como um “frontispício antropológico”, naquilo que Clifford (2014) denominou ser a estratégia adotada por Malinowski para atestar a validade de suas descrições à medida que este se valia das fotografias junto aos Trobriandeses.

Reconhecendo esse potencial, antes visto como recurso à parte, é que podemos situar os memes e as diversas e possíveis nuances que estes revelam sobre os espaços em que a etnografia foi tecida. Em um campo próximo, a partir do recurso de imagens e descrições de perfis *online* em aplicativos de “pegação” para o público gay, Bonfante (2016) demonstrou que as performances “íntimo-espetaculares de si”, performatizam desejos em um efusivo universo semiótico, que possibilita, entre outras coisas, modos de subjetivação na contemporaneidade. Neste sentido, com as discussões feitas através dos memes e os processos de significação das identidades então elucidados, o gênero, o sexo e suas performatividades (BUTLER, 2015) anunciam-se nos convites para as festas, bem como os significados atribuídos a elas por seus frequentadores.

A discussão sobre “identidade sexual” gira em torno de um conjunto de subjetividades e sua classificação em nossa cultura, e também de como essas classificações produzem eixos identitários aos quais os indivíduos sentem pertencer ou não. O papel hegemônico da dita “cultura ocidental” e dos poderes dos saberes biomédico, do direito, da religião e da psicanálise são a via através das quais o desejo passa a ser compreendido como agente definidor de um indivíduo, na construção mais ampla daquilo que foi denominado por “dispositivo da sexualidade” (FOUCAULT, 2014). Não obstante, sabemos que desde o referido conceito a sexualidade é um dos pilares em que se conforma o sujeito moderno. Com o desenvolvimento das sociedades ocidentais, e os regimes modernos capitalistas, o Ocidente excitou o sexo a se manifestar. Opondo-se à hipótese repressiva, Foucault localiza o seu primeiro volume de a “História da Sexualidade”, na chave analítica acerca da discursividade do sexo e da sexualidade. Assim, os “prazeres” e “desejos”, ou seja, a ordem fiscalista e moralmente subjetiva, algo próximo do que Duarte (1999) denominou por “Império dos Sentidos”, opera-se como próprio do indivíduo a partir do regime da “vontade de saber” sobre o sexo [2].

É nesse contexto de uma formulação mais geral do sujeito moderno que os homossexuais podem ser entendidos aqui, também, como uma “comunidade imaginada” (ANDERSON, 2008), o que faz com que os inúmeros dissensos políticos e ideológicos dentro da comunidade sejam invisibilizados. Na busca por uma compreensão da relação entre os hábitos de consumo e a produção e manutenção de fronteiras de diferenciação entre os grupos frequentadores, as festas “open bar” [3] voltadas para o público gay configuraram-se como um campo ideal para a pesquisa. Esta, circunscrita à cidade do Rio de Janeiro, iniciou-se em novembro de 2016 e foi até maio de 2017, e além da observação participante nas festas, expandiu-se para os “eventos” das mesmas, que são suas extensões *online* nas redes sociais. Durante a pesquisa, nas conversas com diversos interlocutores, a importância do “memês” – a linguagem imagética contemporânea da internet – e o acionamento de valores difundidos em sua grande maioria através de redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter* revelaram-se como caminhos fundamentais para o entendimento e análise crítica das relações de disputa que reverberam, ao fim, a heterogeneidade de uma identidade que seria supostamente unificada pela orientação sexual.

Essas “disputas” [4], considerando o “capital erótico” (HAKIM, 2012) da masculinidade em sua construção e valorização através da “performatividade de gênero” (BUTLER, 2015), revelam hierarquias, performances e identidades nas imagens de promoção dos eventos e naquelas trocadas pelos próprios públicos frequentadores. Estes utilizam a imagem não apenas para comunicar alegrias e decepções com os eventos, mas também para reforçar posicionamentos políticos e limites de pertencimento. Desse modo, friso a importância do material imagético como um tipo de possibilidade de recurso narrativo em um texto sócio-antropológico à luz de seu potencial etnográfico (PEIXOTO, 1999). Como se verá, a partir dele uma série de questões identitárias, em suma, de conformação do “eu” [5], bem como da construção dos próprios lugares etnografados, ganham enredos e posições sociais. O artigo estrutura-se em três partes, seguidas de uma consideração final. Primeiro, uma breve descrição do surgimento de festas e ambientes voltados para o público gay no Rio de Janeiro conduz àquelas em que ocorreu a observação participante. Em seguida, o enfoque foi em duas das festas, a *Pipper* e a *The Week*, em análise do material promocional que reflete os “padrões” estabelecidos que, em última instância, contornam-se por tons de raça, comportamento de gênero e classe. Por fim, a análise chega aos memes utilizados pelos frequentadores, seja para anunciar o significado

da bebida, seja para produzir disputas de segmento social existentes em dias ora de superlotação, ora de filas incansáveis na porta da entrada. Analiticamente, o recurso visual é central para os fins deste artigo, uma vez que tanto nos folhetos de divulgação dos eventos quanto nos memes o que está em evidência é o potencial com o qual o recurso imagético está carregado de valores hegemônicos na sociedade, que se configuram e se reconfiguram nas imagens, produzindo pessoas e expressando “padrões” e fronteiras.

1. “Na pista para o negócio”: a boate como espaço de realização da identidade gay

Com a revitalização da zona boêmia da Lapa e a expansão imobiliária da Barra da Tijuca a partir dos anos 1990, o cenário das festas e boates no Rio de Janeiro foi transformado. Espaços tradicionais da Zona Sul carioca fecharam as portas enquanto o Centro da cidade era redescoberto, com festas de rua e a utilização de sobrados antigos como espaços para eventos crescendo. Uma transformação que parece mais fácil de notar em segmentos especiais, como é o LGBT.

A única casa a resistir como uma “boate gay tradicional”, com agenda própria, foi a famosa Le Boy – que fechou as portas em abril de 2016 – em Copacabana. No Centro da cidade proliferaram os espaços de evento, que são alugados para festas de públicos variados e que, portanto, podem abrigar uma festa LGBT em um dia e outra com uma proposta completamente diversa na noite seguinte. Assim, as boates que restaram foram a Papa G e a 1140, nas Zonas Norte e Oeste, respectivamente. Essas boates, com programação fixa, apresentavam shows de *Drag Queens* e promoções de bebidas, bem como a opção *open bar*. Desse modo, esse modelo de entretenimento começou a ser associado a um público consumidor diferente daquele do eixo Centro-Zona Sul, que é geralmente percebido como mais afinado ao “estilo de vida gay” popularizado pela mídia no início dos anos 2000.

Uma representação frequente na mídia do homem homossexual exemplar é um reflexo do pensamento que guiou sua construção: ele é intelectualizado, branco, de classe média ou alta, geralmente sensível à arte, um grande consumidor, de gostos refinados, jovem e de boa aparência. O contrário desta imagem-modelo é personificado por um homem efeminado, não necessariamente jovem, com trejeitos que se aproximam do ridículo, cujas roupas ou delatam seu pouco capital econômico, ou são de mau gosto e com preocupações banais. (DÍAZ-BENÍTEZ, 2008: 135).

O público mais elitizado ganhou um novo espaço em julho de 2007, quando a boate paulistana The Week – então estabelecida como a “a maior boate gay da América Latina” – inaugurou sua filial carioca na Zona Portuária, que começava o processo de revitalização que atingiu o auge nos Jogos Olímpicos de 2016. Com esse novo ponto de referência, as festas *open bar* e com atrações associadas ao “público popular e mais afeminado” espalharam-se pela cidade, com a escolha dos locais sendo determinada pela quantidade de pessoas esperada, e pela popularidade das atrações contratadas.

As boates ganharam importância como espaço de realização da identidade gay, porque enquanto a esfera de debate político dos círculos militantes se restringia aquilo que conhecemos como “movimento LGBT”, os espaços de sociabilidade erótica como saunas, cinemas pornográficos, banheiros públicos e parques permanecem como parte de um “submundo”. Logo, é nas boates e festas que a expressão da

sexualidade como uma identidade “positiva” ganha representação nos contextos urbanos (DIAZ-BENITEZ, 2008). Entretanto, politicamente, cresceu a noção da diferença entre o público LGBT negro, afeminado e periférico e o público LGBT branco, de classe média e, particularmente no caso da *The Week*, hipermasculinizado (FRANÇA, 2012). Esta questão é frequentemente tema de discussão nas redes sociais, o que permite observar sua construção na relação *online/offline* através dos memes que aqui serão analisados.

Para este artigo, foram privilegiados os dados colhidos na *Pipper* – festa *open bar* itinerante que ocorre em espaços alugados – e os da *The Week* – boate com três pistas de dança e ampla infra-estrutura, localizada na Zona Portuária – por sua oposição conceitual. Além disso, como a *Pipper* eventualmente aluga o espaço que a *The Week* ocupava antes da construção da sua sede e que é diretamente em frente à boate hoje, quando a festa acontece por lá essa oposição fica ainda mais evidente, já que apenas a rua separa os dois eventos. Por fim, as imagens do evento de divulgação da festa *Super Mara* – que segue o mesmo modelo e tem o mesmo público da *Pipper* – no Facebook serviram de suporte, já que a falta de organização na edição ocorrida em abril de 2017 gerou reclamações.

Dois comentários foram recorrentes durante o trabalho de campo. O primeiro colocava a bebida liberada como o grande atrativo das festas pesquisadas, já que consumir bebidas alcoólicas nos estabelecimentos que cobram individualmente cada dose é muito caro. O outro foi sobre o *clima positivo* – inclusivo, “pra todo mundo”, onde “se vê de tudo” – dos lugares, quase sempre em comparação com a *The Week* e seu clima “pesado”, com alto consumo de drogas e o público “padrãozinho” – referido como: branco, musculoso, aparentemente de classe média/alta.

Em um livro influente sobre o tema de festas, consumo e subjetividade, a etnógrafa Isadora Lins França (2012) já havia afirmado que “o significado adquirido por um lugar sempre é produzido a partir das relações com outros lugares e com outras pessoas” (: 50). Uma vez que a nossa metodologia e os objetos de pesquisa são semelhantes, cabe destacar o que ela relata sobre a *The Week*:

Produzem-se aparentes *consensos* em torno dos estilos associados aos *gays* e que se materializam nos espaços de lazer noturno (...) articulando também conteúdos relacionados a marcadores de classe social, idade, cor/raça, gênero e sexualidade. Entre os lugares da pesquisa, a *The Week* aparece como a realização desses *consensos*: ali, haveria maior sintonia com as modas associadas aos *gays* e à reprodução de imagens que reforçam certos padrões de consumo. (...) Tanta exposição, além do volume do empreendimento, levou a boate a ser a mais citada em todas as entrevistas, como se houvesse selado um padrão ao qual fosse necessário remeter quando o assunto se referia aos lugares relacionados à homossexualidade, fosse para criticar ou afirmar esse padrão. Assim, os significados associados à *The Week* estavam sempre relacionados a um padrão de excelência no setor de serviços voltado para o público *gay* e à melhor realização do formato de boate de que se tem notícia, por um lado, e à produção de normatividades que geram adesão ou recusa, por outro lado. (FRANÇA, 2012: 60-61).

Braga (2018), falando sobre a cena *gay*, argumenta que “festas e clubes que se dirigem a um público específico (...) seriam exemplos de rediferenciação interna dentro do que se poderia chamar de *noite gay*” (: 16) e também que “festas que enfatizam certo compartilhamento estilístico e de gostos musicais, de moda e de arte, mais do que uma modalidade de interação erótica específica, e em que a diversidade de tais interações é vista como um valor, seriam exemplos de desdiferenciação externa” (: 17). Assim, temos o movimento de diferenciação dentro da própria comunidade *gay* e também uma tensão relacional com o

“mundo hétero”, em que pesem os posicionamentos políticos “acerca dos usos da cidade, do corpo e do prazer, presente no discurso e nas práticas de muitos participantes” (Ibdem).

Durante a pesquisa, na porta da The Week, duas passagens merecem destaque. O relato de Felipe [5] – homem negro, estudante de jornalismo e morador da zona norte –, apresenta a disputa entre “afeminados” e “padrõesinhos” que parece nortear a divisão de público e o abismo ideológico de que trata esse artigo.

A galera fala muito em padrão por causa dos bombados, como se isso fosse opressivo por si só, mas esse estilo *afeminado-empoderado-V de viadão* [6] é o novo padrão. Por que esse pessoal é universitário, zona sul, fala de negros e de periferia, mas não vive isso. Então é diferente do público da Papa G ou da Fênix. Aí se alguém não é como eles, acaba sendo apontado como opressor, mas isso também é uma forma de opressão. Eu venho aqui porque gosto da música, inclusive da parte eletrônica. Nunca fui destrutado pelos caras. (Felipe, material de campo, abril de 2017)

Por outro lado, a fala de Thiago, um jovem branco e musculoso que frequenta as duas festas e, na ocasião, estava indo para a The Week, coloca a categoria *êmica* “padrão” – usada para definir homens brancos, musculosos e de comportamento masculinizado que, portanto, seriam mais atraentes – para discutir o capital erótico da performance masculina e a tensão de classe:

O público (das festas) não se comunica principalmente por causa da questão do padrão. Lá o pessoal é mais feminino, mais solto, aqui eles imprimem mais o hétero, gente muito forte e tal. A diferença total entre a Pipper e a The Week é beleza por causa do padrão. Pipper é como se fosse o Brasil e a The Week é os Estados Unidos. (Thiago, material de campo, maio de 2017).

As duas falas conduzem à discussão da segunda parte deste artigo, mas antes de passar a ela cabe a comparação entre as imagens utilizadas para divulgar a Pipper – carregadas de humor e com ênfase nas bebidas – e as utilizadas pela The Week, destacando DJs e homens musculosos [7]:

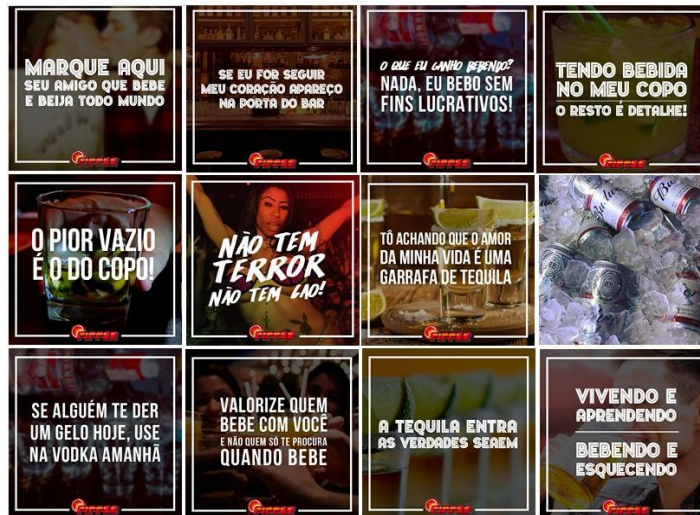


Foto 1: Imagens de divulgação da Piper na página da festa.



Foto 2: Imagens dos eventos da The Week.

2. O custo de ser padrão: performatividade masculina e o mercado erótico

O que significa dizer que aquilo que separa os públicos de duas festas é a “beleza por causa do padrão”? Sem procurar uma relação de causa e efeito, pode-se entender as imagens publicitárias da Piper e as da The Week como ilustrações relacionais do imaginário do público. As imagens servem para vender as festas apelando àquilo que os organizadores desejam e, principalmente, entendem que vai repercutir positivamente com seu alvo. Isso significa que o clima “descontraído e inclusivo” da Piper é parte da sua identidade, da mesma forma que o clima de “exclusividade padrão” é parte da identidade da The Week. E é assim que “padrão” torna-se uma categoria cobiçada ou rejeitada, dependendo de como cada indivíduo está posicionado em relação a esse padrão econômico, racial e de performatividade masculina e como analisa criticamente sua posição. No “microcosmo gay” da rua que separa as duas festas não existem grupos isolados fisicamente, mas a afirmação de que eles “não se comunicam” permite enxergar as tensões de identificação que transformam a faixa de asfalto em um abismo. Metaforicamente, ela é uma fronteira que tem seus trânsitos controlados pela diferenciação.

A cientista social Catherine Hakim criou o conceito de “capital erótico”, complementando a ideia de Bourdieu (1979) de que o sucesso na profissão e na sociedade dependeria de três atributos fundamentais (capital econômico, capital social e capital cultural). Ela o define como:

Uma obscura, embora crucial, combinação de beleza, *sex appeal*, capacidade de apresentação pessoal e habilidades pessoais – uma união de atrativos físicos e sociais que torna homens e mulheres companhias agradáveis e bons colegas, atraentes para todos os membros de sua sociedade e especialmente, para o sexo oposto. (HAKIM, 2012: 7).

É evidente que a ênfase em “tornar-se atraente para o sexo oposto” deve ser compreendida, no caso dos espaços de sociabilidade homossexual, como a potencialidade dos indivíduos em atrair parceiros do mesmo sexo. Contudo, colocar a performatividade de gênero, termo cunhado por Judith Butler (2015) para compreender sujeitos sociais, na narrativa, ilumina os extremos que fazem com que a (esperada) relação de complementaridade entre “masculino” e “feminino” seja transformada numa relação de disputa entre pessoas homossexuais.

Peter Fry (1982) discute as categorias de “homem” e “bicha” em termos de comportamento social e sexual, com a masculinidade e o papel de ativo na penetração sendo atribuído ao homem/bofe e o papel passivo e afeminado à bicha. Em que pese o fato de que muita coisa mudou desde a pesquisa de Fry, e que no espaço categorizado como “padrão” exista uma simetria entre parceiros sexuais que é entendida como uma conquista dos movimentos homossexuais das grandes cidades, a busca por uma categorização dos relacionamentos dentro do modelo “bicha/bofe” ainda aparece através de perguntas como “quem come quem?” ou “quem é a mulher?”. Assim, exercer o papel sexual de passivo pode até não representar uma perda de *status* se o restante do comportamento de gênero for masculino, mas a situacionalidade das classificações e a transitoriedade do desejo – como apontados nos trabalhos de Perlongher (1987) e Braga (2013) – permanece.

Em seu trabalho sobre o Buraco da Lacreia [8], Díaz-Benítez (2008) observa que quanto menos elitizado é um local, mais clientes negros ele possui. A autora argumenta que é em oposição a uma imagem dominante do gay branco que o Buraco, como é comumente chamado, é visto como um lugar “feio” e “trash” porque são gays negros e/ou pobres que frequentam. Entretanto, essa lógica racista do mercado erótico valoriza os homossexuais negros em papéis fetichizados de hipermasculinidade, inclusive no tocante à pobreza. É nesse contexto que homossexuais pobres e afeminados são chamados de “bichinha pão com ovo” e menosprezados – ainda mais se forem negros e/ou gordos – enquanto aqueles que, *apesar* de pobres, se comportam de maneira masculinizada são cobiçados como “mavambo” e “cafuçu”.

Butler (2015) analisa a concepção ocidental de sexo e de gênero partindo da crítica de que o sexo é o meio discursivo/cultural pelo qual a ideia de gênero também é construída, sem representar uma “superfície politicamente neutra *sobre a qual age a cultura*” (: 27). Ela entende que a controvérsia sobre o significado de *construção* transita entre os limites do livre-arbítrio e do determinismo, e que nessa ótica o corpo seria o meio passivo sobre o qual significados culturais são escritos. Entretanto, “o gênero pode ser compreendido como um significado assumido por um corpo (já) diferenciado sexualmente” (: 31) em relação a um *outro* significante. Assim, a discussão sobre uma identidade de gênero e a pressuposição de que as identidades são

idênticas, persistentes ao longo do tempo e internamente coerentes transforma em “inteligíveis” os gêneros que “mantêm relações de coerência e continuidade entre sexo, gênero, prática sexual e desejo” (: 43). Logo, as “práticas reguladoras” de formação e divisão do gênero são também constitutivas da construção e do reconhecimento de identidades.

Ela argumenta ainda que uma “verdade do sexo”, como denominada por Foucault, só “é produzida precisamente pelas práticas reguladoras que geram identidades coerentes por via de uma matriz de normas de gênero coerentes” (: 44).

Para Foucault, o corpo não é *sexuado* em nenhum sentido significativo antes de sua determinação num discurso pelo qual ele é investido de uma *ideia* de sexo natural ou essencial. O corpo só ganha significado no discurso no contexto das relações de poder. A sexualidade é uma organização historicamente específica de poder, do discurso, dos corpos e da afetividade. Como tal, Foucault compreende que a sexualidade produz o *sexo* como um conceito artificial que efetivamente amplia e mascara as relações de poder responsáveis por sua gênese. (BUTLER, 2015: 162).

Em outras palavras, a natureza opressora do discurso que hierarquiza “afeminados” e “boys padrão”, perceptível nas imagens trazidas até aqui, é análoga àquela que marginaliza todas as práticas e vivências “não-hétero” em relação ao modelo ideal da heterossexualidade. “O discurso torna-se opressivo quando exige que, para falar, o sujeito falante participe dos próprios termos dessa opressão” (: 201), Butler ainda discorre. A opressão é internalizada, inscrita nos corpos daqueles cujas subjetividades tornam-se inteligíveis através de uma identidade sexual não heterossexual. A coerência de gênero é desejada e performada através de palavras, atos e gestos, produzindo na superfície do corpo a organização da identidade.

Esses atos, gestos e atuações, entendidos em termos gerais, são *performativos*, no sentido de que a essência ou identidade que por outro lado pretendem expressar são *fabricações* manufaturadas e sustentadas por signos corpóreos e outros meios discursivos. O fato de o corpo gênero ser marcado pelo *performativo* sugere que ele não tem *status* ontológico separado dos vários atos que constituem sua realidade. Isso também sugere que, se a realidade é fabricada como uma essência interna, essa própria interioridade é efeito e função de um discurso decididamente social e público, da regulação pública da fantasia pela política de superfície do corpo, do controle da fronteira do gênero que diferencia interno de externo e, assim, institui a *integridade* do sujeito. (BUTLER, 2015: 235).

O que a autora diz é que se os gêneros são uma fantasia inscrita sobre os corpos, então eles são “efeitos da verdade de um discurso sobre a identidade primária e estável” (: 236). O que conduz à subversão dos limites do modelo expressivo de gênero e da ideia de uma verdadeira identidade de gênero que é representada pela travestilidade, pelas apresentações de *drag queens* e pela estilização sexual das identidades lésbicas (ou gays) de *butch/femme* (masculinizada/feminilizada).

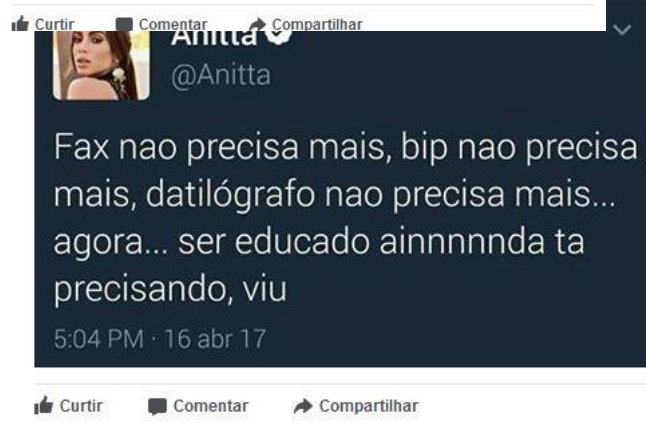
Assim, é possível entender o que Thiago quis dizer com “beleza por causa do padrão” como o valor atribuído a um ideal de masculinidade – e ainda de branquitude e poder econômico – que representa uma alegoria do gênero masculino. Algo que serve de capital erótico para os frequentadores da The Week – ou ainda como um valor anunciado nas propagandas da casa – e que, quando é rejeitado, o é não pela efetiva desvalorização do “padrão”, mas pela percepção da própria inadequação a ele de quem olha criticamente.

3. Memes: o eu-lírico feminino

Plataformas *online*, como o *Facebook*, priorizam o uso de imagens, então a utilização delas permite destacar o que está escrito como legenda, fazendo com que os memes sirvam para dar avisos, fazer denúncias, demarcar posições e ironizar, tanto nas postagens quanto nos comentários. No caso da Pippa e das festas afins, existe grande interação do público nos “eventos do Facebook” – ferramenta da plataforma para organizar e convidar pessoas para eventos –, o que faz do espaço virtual uma extensão do espaço físico das festas. Sendo assim, a postagem de memes vem como resposta às postagens de divulgação e revelam as expectativas do público, além das opiniões sobre a disputa “afeminado x padrão”, comentários sobre o comportamento dos frequentadores e o custo e brincadeiras sobre o ato de beber em grande quantidade.

Embora outras artistas apareçam com frequência, o posto de Gretchen como a “rainha dos memes” pareceu imbatível ao longo da pesquisa. O convite para participar do clipe de Katy Perry veio justamente do fato de que a imagem de Gretchen é tão difundida que ultrapassa a barreira da língua, uma vez que imagens sem texto embutido permitem que qualquer pessoa atribua a legenda que quiser.

Essas figuras também são utilizadas, no que tange às festas, para cobrir o evento em tempo real, já que com os *smartphones* as pessoas conseguem fazer publicações a qualquer hora. Por isso, são comuns os avisos “saindo de casa” e “tô chegando”, assim como alertas sobre o tamanho das filas e problemas na organização. E quando esses problemas são muito grandes as postagens viram denúncias, e entre acusadores e defensores aparecem aqueles que estão ali apenas “para assistir ao barraco” e por isso irão “pegar a pipoca”. É geralmente quando acontece alguma discussão que as questões de classe são acionadas através de textos preconceituosos que atribuem à falta de educação ou a desonestidade a “favelados”, “povinho” ou através da citação de bairros mais distantes do centro da cidade, como Campo Grande e Santa Cruz, na zona oeste. A expressão “falta de educação” foi muito utilizada como categoria acusatória na hora de denunciar atitudes desrespeitosas do público em relação às filas, utilização dos banheiros e disputa pelas bebidas do bar. Entretanto, ainda que essa “falta de educação” possa ser reconhecida, quase sempre as pessoas afirmam que prever esse tipo de problema é parte das funções dos organizadores e que, portanto, culpar o público ou sua classe social não é uma justificativa válida.



Fotos 3, 4, 5, 6, 7 e 8: Imagens publicadas no evento da festa Super Mara (30/04/2017).

Fato curioso é que embora a The Week seja apontada como um universo à parte, aos sábados acontece na casa uma festa de música pop chamada Wallpaper, que apesar de não ser *open bar* e, portanto, ter a barreira do custo, é mais afinada com as referências do universo LGBT e afeminado do qual a casa parece se afastar. Por isso, foi nessa festa que um evento recebeu a Gretchen em setembro de 2016, e a divulgação frisava justamente a popularidade dela como “rainha dos memes”:



Foto 11: Um “universo de memes” com Gretchen na The Week. Edição de 24/09/2016.

A predominância de figuras femininas é evidente, o que reflete tanto uma identificação com o universo *afeminado* quanto a homofobia internalizada e a misoginia frequentemente apontadas como problemáticas no segmento *gay*. Afinal, em eventos frequentados majoritariamente por homens, o lugar da mulher é o desse “eu - lírico” da ironia, do escracho, reforçado também pelo uso de expressões no feminino como “morta”, “passada”, “chocada”, etc. E embora se possa argumentar que o hábito de “beber até cair” é socialmente entendido como *masculino*, as disputas identitárias reveladas pela pesquisa, e evidenciadas aqui, demonstram uma reformulação do modelo *bicha/bofe* (FRY, 1982), já há algum tempo debatido nos estudos de sexualidade, e que hoje assume contornos políticos mais definidos devido à popularização desses debates através das redes sociais e dos recursos imagéticos dos memes.

Braga (2013), em sua pesquisa sobre ambientes virtuais de exercício do homoerotismo, define a literalização do discurso afeminofóbico como um paradoxo:

Ao mesmo tempo em que as barreiras entre os gêneros vêm caindo uma a uma, em velocidades nunca dantes vista, certa *gay culture* masculina aferra-se a sinais clássicos da masculinidade, e não raro, chafurda numa misoginia pouco disfarçada. (BRAGA, 2013: 23).

Um movimento que pode ser observado nas redes sociais da The Week, onde o uso de memes e a identificação com “divas” e expressões afeminadas é inexistente justamente pelo desdém com que seriam recebidos naquele espaço que tem o reforço de normatividades como um significado associado.

Sibilia (2016) comenta a explosão dos blogs – os diários “pessoais” da internet – no século XXI e como o fenômeno da exposição da intimidade foi se radicalizando na rede conforme novas tecnologias, como as câmeras dos telefones celulares, avançavam. Uma transformação que para os jovens que hoje são a maioria nas festas pesquisadas é a praxe, uma vez que eles já nasceram tendo amplo acesso à rede e às interações e códigos praticados dentro dela.

Esse fenômeno dá conta da triunfante junção entre visibilidade e conexão, dois recursos que encarnam de modo exemplar nesses dispositivos conhecidos como “telefones inteligentes”. Não é por acaso que esses aparelhos fizeram um sucesso tão estrondoso na segunda década do século XXI, passando a integrar o equipamento básico de quase toda a população mundial: eles conseguiram dar vazão às peculiares demandas e ambições que articulam as subjetividades contemporâneas, bem como ao tipo de sociabilidade por elas alicerçada. A visibilidade e a conexão sem pausa constituem dois vetores fundamentais para modos de ser e estar no mundo mais sintonizados com os ritmos, os prazeres e as exigências da atualidade, pautando as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo. (SIBILIA, 2016: 21).

Ela segue perguntando como esse processo influi na criação do modo de ser, já que “a subjetividade não é algo vagamente imaterial que reside dentro de cada um” (: 26) e sim uma relação complexa com uma cultura intersubjetiva. Afinal, uma mudança tão significativa nos modos de se relacionar com os outros altera o próprio campo da experiência que constrói cada um como indivíduo e como parte de “todos”, tais como “brasileiros”, “internautas” ou, no caso, “LGBTs”.

Uma vez que a produção de conteúdo na rede estimula uma espetacularização do self, as postagens parecem ter como objetivo a repercussão e a popularidade ao invés de uma preocupação com o conteúdo. É nesse contexto que os memes, as denúncias e os comentários nas páginas das festas da pesquisa ocorrem. Seria leviano chamar as postagens de mentirosas, mas algumas certamente são exageradas de acordo com códigos e moralidades que visam gerar mais impacto, repercutindo em compartilhamentos e curtidas que ditam quais comportamentos e opiniões são consideradas apropriadas para cada grupo.

Em um jogo onde a aceitação social está em disputa, a performance de gênero, a raça e a classe são hierarquizadas de maneiras distintas, fazendo com que seja fácil perceber como ser gordo/negro/afeminado/pobre seria demarcado – até mesmo com o uso do humor – como indesejável. Entretanto, a popularidade das figuras escolhidas para esses memes, suas corporalidades, o gênero predominantemente feminino e seu uso como idioma falam também de uma identificação entre subgrupos que são marginalizados mesmo dentro da própria minoria.

4. Conclusão

Como grupo minoritário, os indivíduos LGBT são compreendidos como parte de uma sigla que apaga individualidades e subjetividades, o que é natural em discussões sociológicas. Entretanto, com o avanço de muitas das pautas historicamente associadas ao movimento político LGBT nas últimas três décadas em grande parte do mundo, as diferenças dentro do grupo parecem mais evidentes. Para melhor ilustrar esse argumento, destaco a passagem abaixo:

Essencialmente, a forma em mudança da homossexualidade e da vida gay no Brasil contemporâneo deve ser compreendida como uma interação complexa entre biografias individuais, estruturas sociais locais e processos globais mais amplos. (...) Tanto no Brasil quanto em outras partes do mundo, o capitalismo e a vida gay têm estado intimamente ligados, embora tenham evoluído de modo distinto a partir de um modelo mais anglo-europeu. É principalmente como resultado dessa interação entre sistemas sociais e culturais locais e forças econômicas e políticas generalizadas ao longo das últimas décadas do século XX que comunidades gays e subculturas homoeróticas diversas e cada vez mais complexas foram estabelecidas nos grandes centros urbanos, como Rio de Janeiro e Fortaleza, bem como em Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Salvador, São Paulo e em várias outras grandes cidades brasileiras. (PARKER, 2002: 294-295).

Se opressões estruturais como a homofobia, o machismo e o racismo servem de medida para uma escala de aceitação e rejeição social, é fácil compreender como os comportamentos considerados “fora do padrão” são construídos como indesejáveis.

“Tanto na internet como fora dela, uma característica da sociedade globalizada do século XXI é que a capacidade de criação costuma ser capturada pelos tentáculos do mercado”. (SIBILIA, 2016: 17) Sendo assim, a afirmação através do consumo é outra forma de visibilizar e de legitimar essas subjetividades, e não por acaso Gretchen – que hoje mora na Europa – acaba de realizar a “*Swish, Swish Tour*”, apresentando-se em boates e festas gays pelo Brasil (incluindo a Pipper). O caso dela é exemplar, assim como o da *drag queen* e fenômeno da música pop Pablo Vittar, e os memes e seus usos estão no centro disso. E ainda que essas festas e esses personagens sejam considerados “populares” em um sentido pejorativo que faz chacota da afeminção e da pobreza, a marca de roupas Reserva anunciou a parceria para a comercialização de camisetas – que a R\$ 99,00 a unidade estão longe de ter preços populares – estampadas com “os memes da rainha”.

Assim, como exercício de fixação do que foi mostrado ao longo deste artigo, conclui-se que as imagens de divulgação e os memes compartilhados nos eventos das festas etnografadas são, eles mesmos, produtos dos mundos sociais dos universos da pesquisa. Como Koury (2006) já havia sugerido, as imagens aqui também aparecem como um espaço fundamental para o texto etnográfico, no sentido de revelar nuances acerca do fenômeno estudado em questão. Dito isso, para além de simples recursos visuais, as imagens trazidas desempenham identidades e fronteiras existentes na vida social e especificamente no segmento gay/LGBT. 🌐

NOTAS

* O autor, à época do envio do artigo, cursava o 8º período do Curso de Ciências Sociais da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) . E-mail: fabulongo@gmail.com

[1] Convenções: Faço uso de aspas para demarcar frases êmicas, ironias, bem como citações de autores. Itálico foi utilizado para demarcar estrangeirismos, bem como obras científicas.

[2] Há aqui uma oposição radical sobre dualidades que formam dicotomias ocidentais. Como, por exemplo, razão x emoção. De um lado, o Ocidente moderno é a era do *Homos Rationalis*, presente em autores como Nietzsche e Kant acerca da formulação das faculdades humanas. Por outro, o *Eros* e a sua manifestação do falar, excitar, agir e sentir como muito bem Fabrício (2016) nos evidencia. Não obstante, não foi a referida obra de Michel Foucault no decorrer do texto que elucida que tudo o quanto é proibido excita, faz falar? Em

outras palavras, há uma relação não tanto coerente, mas paradoxal entre as regras e os excessos. Creio que é neste emaranhado de questão que Foucault definiu o “Dispositivo da Sexualidade”.

[3] São festas nas quais o preço da entrada garante o consumo de bebida alcoólica liberada aos frequentadores.

[4] “Disputas” é a forma como tenho pensado sobre o processo de pertencimento, que constrói fronteiras entre os espaços estudados. Todavia, me apoio nos ensinamentos de Carvalho (2017) sobre o termo “tretas”. Segundo o autor, este designa-se uma categoria juvenil, sobretudo a fim de revelar conflitos, tanto ocorridos em espaços *online* quanto *offline*, ou mesmo na co-presença desses espaços.

[5] Como de praxe em antropologia, todos os nomes foram alterados para preservar o anonimato dos envolvidos.

[6] Ao longo do artigo, estarei articulando os dados da etnografia com teorizações antropológicas mais amplas sobre sexo e gênero, sobretudo apoiando-me em Butler (2015), Foucault (2014) e na etnografia de França (2012). Optei pelo termo “identidade”, assumindo que este é comumente utilizado tanto pelos interlocutores quanto pelo debate político dentro do segmento LGBT. Contudo, acredito que a situacionalidade do “eu”, do “espírito humano”, ou seja, a “noção de pessoa”, como ensinado por Mauss (2015), opera-se como pano de fundo. O próprio autor historicizou a forma como o tema da “pessoa” é desenvolvido em distintas sociais e lugares. Assim, formulações contemporâneas como a de Indivíduo, Sujeito, sentimentos como o *ethos* individualista nas sociedades ocidentais modernas, ou mesmo o termo tal qual optei, “Identidade”, são maneiras de conceber o “espírito humano” social e culturalmente localizado. Friso essa questão, demarcado que as fronteiras identitárias e hierárquicas, expressadas nos discursos e nos memes das festas e dos seus frequentadores, são distintas formas de ser “pessoa” e, por isso, o tema da identidade gay insere-se em teorizações antropológicas mais amplas.

[7] A “V de viadão” é uma festa que começou em Copacabana, na Zona Sul carioca, e hoje tem edições que chegam a ocupar enormes galpões na zona portuária. É uma festa politizada, que cresceu com o discurso de valorização dos oprimidos em um contexto no qual esse debate se popularizava na internet.

[8] As imagens foram retiradas do *Facebook* oficial das festas, para a divulgação destas edições.

[9] Tradicional boate do centro do Rio que apesar do apelo popular alcançou o status de *Cult* por ser frequentada por uma elite artística e econômica.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BATESON, Gregory. **Naven: Um exame dos problemas sugeridos por um retrato compósito da cultura de uma tribo da Nova Guiné, desenhado a partir de três perspectivas**. São Paulo: USP, 2008.

_____; MEAD, Margaret. **Balinese Character: A Photographic Analysis**. New York: The New York Academy of Sciences, 1942.

BONFANTE, Gleiton Matheus. **Erótica dos signos em aplicativos de pegação: performances íntimo-espetaculares de si**. Rio de Janeiro: Multifoco, 2016.

BOURDIEU, Pierre. **O desencantamento do mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

BRAGA, Gibran Teixeira. **“Não Sou nem Curto”: prazer e conflito no universo do homoerotismo virtual**. Rio de Janeiro: UFRJ, IFCS, 2013.

_____. BRAGA, Gibran Teixeira. **“O fervo e a luta”: políticas do corpo e do prazer em festas de São Paulo e Berlim**. 2018. 292f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

CADERNOS DE ANTROPOLOGIA E IMAGEM. **Estratégias da pesquisa com imagem**. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Núcleo de Antropologia e Imagem. Rio de Janeiro: Contra Capa/UERJ, NAI, 2006.

CARVALHO, Mário Felipe de L. Nossa esperança é ciborgue? Subalternidade, reconhecimento e “tretas” na internet. Florianópolis: **Revista de Estudos Feministas**, v.25, n.1, p. 347-367, 2017. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104026X2017000100347&>. Acessado em 06 de fevereiro de 2018.

CLIFFORD, James. Sobre a autoridade etnográfica. In: CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2014.

DÍAZ-BENÍTEZ, Maria E. “Buraco da Lacaia: interação entre raça, classe e gênero”. In: VELHO, Gilberto (Org.) **Rio de Janeiro: cultura, política e conflito**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

DUARTE, Luiz Fernando D. O Império dos Sentidos. In: HEILBORN, Maria Luíza (Org.). **Sexualidade: O olhar das Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

FABRÍCIO, Branca Falabella. Do signo descorporificado ao signo que incita, agita e excita (Prefácio). In: BONFANTE, Gleiton Matheus. **Erótica dos signos em aplicativos de pegação: performances íntimo-espetaculares de si**. Rio de Janeiro: Multifoco, 2016.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade I: a vontade de saber**. Tradução, ALBUQUERQUE, M. T. C.; ALBUQUERQUE, J. A. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

FRAGOSO, Suely. **Métodos de pesquisa para internet/** Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANÇA, Isadora L. **Consumindo lugares, consumindo nos lugares: Homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2012.

FRY, Peter. **Para inglês ver: identidade e política na cultura brasileira**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

HAKIM, Catherine. **Capital erótico: pessoas atraentes são mais bem sucedidas – a ciência garante**. Rio de Janeiro: Best Business, 2012.

KOURY, Mauro Guilherme P. **A imagem nas ciências sociais no Brasil. Um balanço crítico**. BIB. Rio de Janeiro: ANPOCS, n.47, p. 49-63, 1999.

_____. Os pesquisadores frente a um olhar e ao uso da fotografia nas ciências sociais no Brasil.

Rio de Janeiro: **Cadernos de Antropologia e Imagem**, v. 22, n. 1, p. 45-56, 2006.

MAUSS, Marcel. Uma categoria do espírito humano: A noção de pessoa, a de “eu”. In: MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

PARKER, Richard. **Abaixo do equador: Culturas do desejo, homossexualidade masculina e comunidade gay no Brasil**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

PEIXOTO, Clarisse. **Antropologia e filme etnográfico: Um travelling no cenário literário da antropologia visual**. BIB. Rio de Janeiro: ANPOCS, n. 48, p. 91-116, 1999.

PERLONGHER, Néstor Osvaldo. **O negócio do michê: prostituição viril em São Paulo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: A intimidade como espetáculo**, Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

Recebido: 31/10/2017

Aprovado: 15/10/2018