

# DO UNIVERSO PERFEITO AO CINEMÃO: HOMOSSEXUALIDADE MASCULINA, DESLOCAMENTO E DESEJO NA CIDADE DE SÃO PAULO

**Isadora Lins França\***

Néstor Perlongher, escrevendo nos anos 1980 a respeito do “gueto gay paulistano”, remete a um contexto em que “processos de diferenciação social entre as populações homossexuais” não estavam imediatamente relacionados a uma “lógica do consumo” (PERLONGHER, 1987, p. 117). Mais de 20 anos depois, retomando um olhar para lugares de encontro de homens que se relacionam afetivo-sexualmente com outros homens em São Paulo, dificilmente seria possível compreender tais processos de diferenciação sem considerar os desenvolvimentos de um mercado ao qual Perlongher teve acesso em período mais incipiente. O processo de diferenciação dos estabelecimentos e de direcionamento do seu público, que tem se mostrado cada vez mais intenso nas últimas décadas, parece ter um impacto considerável nos padrões de frequência aos lugares: há uma tendência à identificação de certos lugares a determinados públicos, relacionada a uma ideia de pertencimento e de adequação ao ambiente, bem como uma sempre crescente diversidade de lugares direcionados a públicos diferentes.

Considero o âmbito do consumo como um meio privilegiado na direção de evidenciar a crescente complexificação de categorias classificatórias e identificações que marca a experiência de homens que se relacionam afetivo/sexualmente com outros homens numa grande cidade como São Paulo e que se traduz na própria segmentação desse mercado. Arrisco dizer que esse processo de segmentação é produzido: 1) pelas diferenciações sociais entre homens que se relacionam afetivo/sexualmente com outros em termos de estilo e gosto e pela diversificação de lugares possíveis pelos quais essas pessoas

---

\* Mestre em Antropologia Social pela USP e doutora em Ciências Sociais pela UNICAMP. Pesquisadora de pós-doutorado do Núcleo de Estudos de Gênero Pagu/Unicamp e autora de diversos artigos nas áreas de gênero e sexualidade, consumo e política. Endereço eletrônico: isa.linsf@gmail.com

podem se reconhecer como participantes de uma “comunidade imaginada” (ANDERSON, 2008); 2) pelos cortes relacionados a classe social, gênero, sexualidade, geração e cor/raça na produção do desejo 3) por fim, responde a dinâmicas próprias do mercado, que acompanham diferenciações sociais já existentes e ao mesmo tempo ajudam a cristalizar e a aprofundá-las.

Entretanto, se observar os processos de segmentação também nos permite entender categorias, usos e sentidos atribuídos aos espaços e práticas, todo esse processo torna ainda mais interessante e significativo se perguntar como se dão os trânsitos e transgressões de fronteiras simbólicas e espaciais – ainda que porosas – entre os homens que frequentam lugares de consumo nesse contexto. Tal interesse é ponto de partida para este artigo e nasce da circulação entre diferentes lugares e áreas da cidade, observadas durante pesquisa de doutorado<sup>1</sup> que é fonte de parte dos resultados aqui analisados (FRANÇA, 2010). No decorrer da referida pesquisa, pude perceber que um dos principais vetores de deslocamento seguia a atração que os *cafuçus* – *cafuçu* é a denominação de um tipo masculino marcado pelo “rústico”, pela “virilidade” e pelo pertencimento a classes populares – despertavam em homens de maior poder aquisitivo e padrões de consumo mais elevados. A busca pela efetivação dessa fantasia, ou mesmo do próprio desejo de “transgressão”, como notava Perlongher, fazia com que sáíssem momentaneamente de cena boates, restaurantes e bares voltados para “gays” de classe média, tidos como consumidores sofisticados, e entrassem saunas, cinemões e hotéis de estadia curta, localizados em áreas deterioradas do Centro da cidade. O desejo erótico, compreendido na sua dimensão social, no seu cruzamento com deslocamentos espaciais de dimensões locais e regionais, ganha centralidade nesta reflexão.

A outra fonte de resultados analisados aqui é decorrente de pesquisa em que me dedico justamente a compreender deslocamentos locais, regionais e transnacionais de homens *gays*<sup>2</sup> de classe média a partir da cidade de São Paulo<sup>3</sup>, considerando as possíveis ambivalências que carregam em relação a itinerários e motivações e como essas pessoas lidam com convenções relacionadas a marcadores sociais da diferença como classe social, cor/raça, gênero e sexualidade em meio aos deslocamentos que produzem. Neste artigo, trago reflexões ainda preliminares a partir dos resultados das mencionadas investigações e que se referem especialmente à circulação em contexto local.

Apresento, inicialmente, notas etnográficas sobre uma das maiores boates da cena paulistana, abordando brevemente o perfil de seus frequentadores e a produção de distinções e de sujeitos tidos como mais ou menos desejáveis naquele contexto, para passar a explorar, ainda que de modo bastante preliminar, os deslocamentos espaciais e simbólicos produzidos pelos seus frequentadores na sua articulação com o desejo.

### **Na boate: universo perfeito**

Um ponto importante a se considerar, quando pensamos em como diferentes lugares estão imersos em relações de poder, diz respeito aos fluxos de informação que os atravessam e à capacidade de seus frequentadores e proprietários de manejar e fazer circular informações sobre o lugar e sobre si mesmos, bem como de produzir espaços que sejam vistos como “representativos” de ideias relacionadas à “homossexualidade”. Há um intenso fluxo de informações que passa por cidades como Nova York, Londres, Berlim, Barcelona, entre outras, e que contribui para a fabricação de aparentes “consensos” em torno dos estilos associados aos “gays”, materializados nos espaços de lazer noturno, incluindo desde o consumo de determinadas roupas até os tipos de psicoativos. Em certo sentido, no decorrer da pesquisa, a *The Week* apareceu 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. Um fator fundamental é a visibilidade adquirida pelo estabelecimento: é quase obrigatória a sua presença nos principais guias e roteiros de lazer da cidade, sejam eles da mídia segmentada ou não. Na *internet* é visibilizada por muitos *sites* e blogs como a mais importante boate *gay* do país, além de ser a maior delas. Sua visibilidade é aumentada, ainda, pelas filiais no Rio de Janeiro e da *The Week* Floripa e pelos projetos internacionais, em que sua marca é responsável pela promoção de festas na Europa.

Tanta exposição, além do volume do empreendimento, faz com que a boate tenha sido a mais citada em todas as entrevistas da minha pesquisa de doutorado, como se houvesse selado um padrão ao qual fosse necessário remeter quando o assunto se refere aos lugares relacionados à homossexualidade, seja para criticar ou para afirmar esse padrão. Assim, os significados associados à *The Week* estavam sempre relacionados a um padrão de excelência no setor de serviços voltados 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.

*Universo perfeito* foi, durante um tempo, o *slogan* da boate<sup>4</sup>, referida daqui em diante como *TW*, como é mencionada. O *universo perfeito* remete à construção paulatina do espaço da boate, além de sugerir uma desejável e eficiente previsibilidade no que refere ao seu funcionamento, ao público frequentador e às interações que ali se dão. Na inauguração, conta-se, a boate era um galpão pintado de branco, com sistema de som alugado e, segundo um entrevistado, uma iluminação *mais ou menos*. Hoje, o espaço tem duas pistas de dança, área aberta com jardim e piscina, camarote, área VIP<sup>5</sup> e estacionamento. Essa estrutura física, junto com o equipamento de som e iluminação, concorre para a criação de um ambiente articulado para estimular os sentidos de forma singular.

Na primeira vez em que fui à *TW* como pesquisadora, comemorava-se o seu quarto aniversário. Naquele sábado, o *DJ* convidado vinha do exterior, como é comum em muitas ocasiões, e o valor do ingresso, para mulheres (sempre mais caro) era de R\$ 60,00 – o que correspondia a 13,15% do valor do salário mínimo na época [ano?]. Quando cheguei, pouco antes da uma hora da madrugada, ainda era cedo para que o público tomasse todos os espaços. Fui à boate imaginando que não teria muita empatia com a música. Após duas horas ininterruptas dançando perto das caixas de som, com os olhos fustigados pela iluminação e uma massa de pessoas ao meu redor, percebi que, por mais que mantivesse o foco em observar as características do lugar, meu corpo mexia-se involuntariamente. Para minha surpresa, depois de um tempo, aquela sensação de dançar quase que automaticamente tornava-se também prazerosa.

A música eletrônica havia apenas cumprido seu papel: fazer dançar continuamente. Uma vez que nos dispomos a estar ali continuamente, os efeitos da música e das luzes se impõem sobre o corpo. Minhas sensações eram amplificadas por estar sozinha e não ter ninguém ao meu lado com quem pudesse trocar impressões. Esse, aliás, é um dos “mandamentos” da pista de dança: não se deve falar com as pessoas exceto por pequenas frases, para não atrapalhar o andar das sensações esperadas<sup>6</sup>. Esse aspecto faz parte de uma série de convenções que devem ser seguidas pelos apreciadores de música eletrônica. As performances dos *DJs* são intensamente reverberadas na *internet*; alguns deles são esperados com ansiedade por parte dos frequentadores e é sinal de prestígio ter *ouvido eletrônico*, termo utilizado por um entrevistado.

Fundamentalmente, a música eletrônica de pista é feita para dançar, como afirma Ferreira (2006). Segundo o autor, é uma combinação entre intensidade, frequência e velocidade que induz o corpo a se movimentar no que chama de “transe maquínico”. Esse conjunto faria o corpo vibrar junto com a intensidade, ser atravessado pela frequência de graves e agitar-se na velocidade das batidas<sup>7</sup>. Esse conjunto de parâmetros acionado em proporções pouco usuais em nossas experiências cotidianas fora da pista de dança combina-se para criar efeitos específicos e depende de um sistema de som capaz de atingir volume e frequência incomuns. Os sons subgraves, especialmente, não são exatamente audíveis: deles se espera que produzam um deslocamento de ar na caixa torácica capaz de transmitir uma sensação de “preenchimento do corpo” (COUTINHO, 2004). A iluminação completa esse sistema, articulando-se ao som na produção de sensações: na *TW*, percebi diferentes tipos de iluminação, com fachos de laser verde que dançavam conforme a música; canhões de luz que giravam em muitos sentidos e liberavam cores diferentes; e refletores que piscavam em determinados momentos.

Imersa no coletivo dançante é mais difícil perceber o efeito de conjunto produzido na pista. Do mezanino da boate, vendo as pessoas do alto, é possível perceber seu movimento, ao qual deve estar atento o *DJ*, que deve manter as pessoas dançando e conduzir seus movimentos, sendo também conduzido pela reação coletiva. De cima, as pessoas pareciam movimentar-se como moléculas que se fundiam e se separavam, formando compostos móveis. A maior parte das pessoas dançava sozinha, num espaço individual restrito pela aglomeração. Havia também os que dançavam em grupos de três, abraçados uns aos outros. Com as mãos, aquele que estava na ponta abraçava o da frente, que era abraçado por alguém que estava atrás, que esticava os braços para acariciar o da ponta. Alguns se entretinham em longos beijos, na boca, ombros e pescoço. Tudo isso era feito enquanto os corpos se moviam no ritmo da música e esses indivíduos, pares, trios e quartetos podiam eventualmente sair de cena ou se engajar em novas combinações. As aproximações entre as pessoas eram recebidas com delicadeza, no ritmo da música, criando uma impressão agradável de fluidez entre corpos, música e luz. Em alguns momentos, a música ganhava interrupções rítmicas ou trazia um refrão conhecido, o que era marcado pela iluminação, que poderia se acender ou escurecer totalmente por um segundo. Nesses intervalos, a interação entre pequenos grupos podia ser quebrada, gerando reações mais massivas, como o levantar coletivo dos braços.

## Categorias, hierarquias, distinções

A pista de dança, entretanto, não é apenas o lugar do prazer e da multiplicação de sensações físicas, mas compreende também um universo de significados e relações. A maneira como os diferentes grupos se distribuíam nesse espaço e as autorizações explícitas e implícitas para que cada um se posicionasse marcavam círculos de prestígio e afinidade. Do meio para o fim da pista de dança ou na pista menor da *TW*, pude notar os mais novos, os que tinham corpos menos condizentes com o padrão valorizado dos fortes e musculosos, os de apresentação mais imediatamente reconhecida como feminina, os que usavam menos roupas de marcas valorizadas no momento ou que aparentavam menor poder aquisitivo, os negros, os mais velhos, as poucas travestis, um número razoável de mulheres, os *heteros* com namoradas ou homens à procura de mulheres.

Conforme nos movimentamos pela pista em direção ao *DJ*, o cenário modificava-se suavemente. Blázquez (2009), em sua pesquisa num clube argentino, nota que a pista de dança é orientada para a cabine do *DJ*, o ponto mais visível do lugar, destacado por recursos cenográficos e de iluminação. Na *TW* não era diferente: a proximidade do *DJ* também definia os espaços mais ou menos prestigiados. Logo atrás do palco do *DJ* estava a área VIP e, nas laterais, pequenos camarotes pagos pelos clientes. O *DJ*, em cima do palco (clientes especiais ou o dono da boate eventualmente podem dançar ao seu lado), podia ver toda a pista. Seu espaço mais nobre é em frente ao palco e dá a dimensão dos padrões valorizados em termos de apresentação pessoal: ao redor das caixas de som concentravam-se os mais musculosos, com corpos que lhes “permitiam” tirar a camisa; tatuagens, cabelos bem cortados, calça *jeans* de alguma marca valorizada no momento, cuecas com o cós aparente mostrando a marca, óculos escuros, dentre outros. São os *bombados*<sup>8</sup>, *barbies*<sup>9</sup> ou *bunitas*<sup>10</sup>.

Uma boate na proporção da *TW* atraía um público bastante diversificado, mesmo considerando os impeditivos relacionados ao preço do ingresso. Se o seu público alvo parecia ser as pessoas que ficavam mais próximas do *DJ*, os outros também eram necessários para manter a casa funcionando, mesmo que houvesse referências a quem está lá *apenas para encher a pista*. Para o dono da casa, a diversificação do público era importante. A *TW* não atraía exatamente todos os tipos, mas não se pode negar a existência de uma relativa diversidade. Mesmo o esquadrinhamento de como se organizavam os espaços do lugar pressupõe constante trânsito de frequentadores pela boate.

Além disso, havia também os que não podiam ser alocados em nenhuma das categorias aqui mencionadas.

Cabe também notar que não há uma relação direta entre classe social e poder de consumo *in loco*, pois não eram necessariamente os de maior poder aquisitivo que consumiam mais na boate. Bill, por exemplo, é um rapaz que se qualificou espontaneamente como de *classe média baixa*, tinha 22 anos, *branco, gay*, trabalhava durante o dia e estudava no período noturno numa faculdade particular. Filho de policial militar e mãe funcionária pública (sobre ambos, dizia que *nem meu pai, nem minha mãe são formados*), residia com os pais na Zona Leste da cidade. Empregava boa parte dos seus rendimentos mensais no lazer e, quando descrevia como são as noites em que ia para a *balada*, especialmente para a *TW*, afirmava: “a gente vai sempre pra balada, tipo assim, a *The Week*, a gente pega o ônibus, entra, me acabo lá de tanto beber. Aquele dia que você me encontrou lá, minha comanda fechou em 170 paus! Só tomei sabe o quê? Só *cosmopolitan*.”

As associações do *cosmopolitan*<sup>11</sup> com o *glamour*, o bom gosto e um estilo de vida que envolve elevado poder aquisitivo, além da ligação com figuras femininas que chamavam muito a atenção da mídia segmentada e dos homens *gays* que se interessavam pelos temas dos seriados e música *pop*, fizeram da bebida um sucesso entre os *gays* – e também entre pessoas com gosto informado por essas referências e que frequentavam lugares capazes de suprir esses desejos de consumo. Não é descabido pensar que Bill revelasse um desejo de participar desse universo de consumo, agregando significados à sua imagem pessoal. Entretanto, essa estratégia distintiva nem sempre é a mais eficiente, podendo, inclusive, significar uma necessidade de distinção recorrente entre os que têm menos prestígio.

Maurício, arquiteto, 31 anos, *gay, pardo*, filho de empresário e dona de casa, que residia sozinho na região central de São Paulo e que poderia ser classificado como alguém de classe média alta – não só pelo poder aquisitivo, mas pelo acesso e manejo de informações sobre arte, cultura em geral, *design*, por exemplo –, observava que, quando ia à *TW*, não chegava a gastar 100 reais numa noite, adicionando que *a noite não vale mais do que isso e que, quem gastava, não eram os tops*: “conheço um menino aqui do centro e já fui com ele à *The Week* algumas vezes. E ele gosta de gastar quando vai. Eles sabem que quem paga a boate é a pessoa que vai ali porque quer algo para além dela. As tops não pagam entrada. E não vão ficar ali bebendo.” Embora o entrevistado

note uma tendência importante de isolamento entre os diferentes grupos que identificava, afirma que, na *TW*, ainda é possível ver “*um cara que faz filme pornô e um cara que é herdeiro de um grupo financeiro importante em São Paulo, e vê mesmo. Está ali no meio de três mil pessoas.*”

Tendo a pensar que essa heterogeneidade de pessoas de diferentes classes sociais gera uma grande ansiedade por diferenciação e distinção. Tais processos não necessariamente envolviam um corpo musculoso e depilado, alto poder aquisitivo e o consumo de determinados itens ou a quantidade e manejo adequado de certas informações (sobre moda, arte, cultura em geral, atualidades, cinema, por exemplo), mas estavam na intersecção entre esses predicados. Esse desejo de distinção não abarcava todos os frequentadores, mas marcava o lugar e seus sistemas de produção de diferenças, categorias e hierarquias, materializando-se nos corpos e estilos e orientando também a dinâmica dos desejos.

### **Norma e transgressão na dinâmica dos desejos**

A produção de quem é desejável na boate também passa pelos mecanismos de prestígio e afinidades. Alguns traços, porém, aparecem de forma mais incisiva quando se considera a dimensão do desejo. Entrevistados foram enfáticos ao afirmar que a primeira característica a ser observada num possível parceiro é o corpo. Durante a pesquisa, observei em revistas, *sites*, *blogs* e propagandas<sup>12</sup> incontáveis exemplos do *corpão*. Necessariamente, o *corpão* deve apresentar músculos definidos e desenvolvidos, especialmente no peito, barriga e membros superiores, que, junto com costas e ombros, devem ser depilados ou pelo menos ter pelos cuidadosamente aparados. Embora uma aparência corporal *fitness* (ou seja, de músculos bem definidos e pouca gordura corporal, mas não hipertrofiados) tenha ganhado espaço nos últimos anos, ainda era muito presente o modelo dos músculos superdesenvolvidos.

Nenhum dos dois modelos é facilmente atingível. Ambos dependem de muitas horas de musculação e ginástica e, em certa medida, de substâncias capazes de *fazer crescer* os músculos. É difícil alcançar o corpo almejado sem o uso dessas substâncias, considerando a rotina dos frequentadores da boate: segundo um entrevistado, só é possível ter os músculos desejados se a pessoa enfrentar uma *rotina espartana de esportista* ou tiver uma *genética africana abençoada*. O corpo desejado – para si e nos outros – é sabidamente produzido

a partir de substâncias artificiais, o que não é em nada depreciativo<sup>13</sup>. Como diz Igor, *gay*, advogado, branco e residente num bairro de classe média alta:

(...) tem que ter um corpo malhado, se possível, com uso de anabolizante, porque você está falando de um nível de definição muscular e de quantidade de gordura que é quase antinatural (...); quem cresce natural é planta! Pra você ter o corpo da caixinha de cueca, ou você tem uma genética africana, abençoada, que pouca gente tem, que malha e só toma cremogema e fica lindo, ou você tem que bombar. E não é bombar uma vez. Quem tem corpão mesmo, daquele que sobe no queijo da boate, faz ciclos periódicos (entrevista com Igor, 30 anos, em dezembro de 2008).

Não sou capaz de dizer se a *genética africana* é privilegiada em termos de obtenção de massa muscular e de diminuição de gordura, mas a referência parece remeter a uma ideia de natureza associada ao corpo negro, em oposição ao branco, produzido artificialmente. São pouquíssimos os exemplos de homens negros alçados a esse padrão de beleza nos veículos de mídia voltados para *gays*<sup>14</sup> consumidos pelas pessoas com quem conversei. Na boate, também eram poucos os corpos de homens negros que se encaixavam nesse padrão, o que se deve também à menor presença de negros, em comparação com homens brancos. Dyer (2002) demonstra como o corpo do homem *malhado*, produzido em academias ou por meio da administração de substâncias anabólicas, é constituído de forma racializada, apresentado em filmes norte-americanos e revistas para praticantes de fisiculturismo como restrito a homens brancos. Os corpos de homens negros, quando próximos desse ideal de definição e crescimento muscular, são identificados como naturais, sendo obliterados seus processos de produção<sup>15</sup>.

As motivações que envolvem *bombar* ou *malhar* – ou ambos – estão relacionadas à exibição do corpo, ao prestígio e ao “sentir-se desejado”. Também envolvem a movimentação das pessoas pelos lugares: há um estabelecido itinerário que compreende as opções possíveis para parte dos frequentadores da *TW*, formado pelas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Florianópolis – as mesmas cidades onde há filiais da boate<sup>16</sup>. A circulação pelas diferentes cidades também causa um impacto nos padrões de beleza e desejo sedimentados por esses homens. As pessoas com quem tive mais contato, frequentadoras da boate, já haviam visitado pelo menos o Rio de Janeiro, cidade tida como a *meca* dos homens *bombados* e *depilados*, onde

“mesmo os *heteros* são assim”. Na minha passagem pela *TW Rio de Janeiro*, percebi que o tamanho dos corpos e a presença de *bombados* e *depilados* eram maiores do que em São Paulo. Naquela ocasião, um entrevistado que encontrei na *TW RJ* me disse que, lá, a *ditadura do corpo* era muito maior, que “*era inacreditável o tamanho de alguns caras*”, e que ele se sentia *muito pior* por não ser *bombado*. Afirmava que, no Rio, seu *sofrimento* era *até maior*.

A ida ao Rio de Janeiro influenciou a decisão de Lin e de seus amigos:

Quando primeira vez passei reveillon no Rio de Janeiro, eu era magrinho. Aí foi na praia, estava uma turma todas magros e passava muitas pessoas tipo fortão. Aí eu senti como sou uma pessoa transparente. Porque pessoa ninguém olha, né? Eu voltei e pensei ‘que está acontecendo?’, e meus amigos ‘ah, é porque somos magros e Rio é corpo’. E eu voltei, meus 4 amigos, começaram todo mundo a malhar. Aí um que tomou bomba primeiro e eu fui o segundo que toma bomba na turma. Aí, ano seguinte, volta pra Rio de novo, com outro perfil. Pronto! Brasileiro, americano, francês, todo mundo olhava (entrevista com Lin<sup>17</sup>, 29 anos, em janeiro de 2009).

O posicionamento no mercado afetivo/sexual e o papel importante do corpo musculoso na boate eram fontes, portanto, de ansiedades e expectativas. Igor, apesar de ter frequentado academias e feito exercícios regularmente por metade de sua vida, não considerava ter atingido o corpo que deseja para si e para os possíveis parceiros. Seus excelentes predicados são, diz ele, *pra casar* e não para *a hora de rasgar a roupa*:

Eu sou um fofo, querido, pra casar, mas na hora de rasgar a roupa não é minha roupa que vão rasgar. Não é que não me valorizo. Sei as virtudes que tenho. A questão é que essas virtudes não são moedas de troca no mundo gay. E o que eu preciso na hora do ‘vamos ver’ é moeda de troca. Eu sei que eu sou inteligente, sensível, fofo, bom partido, mas eu sei que na hora do ‘vamos ver’, na *The Week*, não é isso que vai me garantir. E eu não posso fechar demais nos bombados, mas estou de olho neles. Eu preciso investir no meu corpo pra dar uma contrapartida. Porque quem se sacrificou por isso, vai querer que o outro se sacrifique também. Eu mesmo quando estiver com o corpo lindo, vou ser mais exigente do que sou hoje. Porque tudo isso é uma escala numérica. Teu capital sexual,

no mundo gay, vem muito do corpo. É quase como ter um corpo é ter dinheiro no banco, sabe? Você ganha e perde dinheirinhos, pontinhos, de acordo com o nível do corpo. Impressionante, porque em nenhum outro meio isso é tão pronunciado como no meio gay (entrevista com Igor, 30 anos, em dezembro de 2009).

A necessidade do *corpão* é tão urgente e imediata quanto o são as negociações nesse mercado afetivo/sexual. A comparação do entrevistado com uma espécie de bolsa de valores ou com ter *dinheiro no banco* ou um *capital sexual* soa exata. Entretanto, o corpo não é o único atributo a ser considerado e, se é tão importante como *dinheiro no banco* e *capital sexual*, não podem ser menosprezados os efeitos positivos trazidos pelo dinheiro no banco e pelo capital – econômico ou cultural – em si na organização das parcerias.

As questões relacionadas à classe social em que se inserem os possíveis parceiros surgiram a partir de dois aspectos: o primeiro envolve a possibilidade do compartilhamento de determinadas experiências entre parceiros, quando se confundem um acúmulo em termos financeiros ou profissionais – que pode ser traduzido como “carreira bem-sucedida” – e o que comumente se chama de “nível cultural”, ou seja, o domínio de informações muitas vezes relacionado também à classe social. Essas características ganhavam relevância no terreno dos relacionamentos afetivos:

Acho importante a pessoa ter um certo nível de educação. Não me vejo me apaixonando por um pedreiro, por mais lindo que seja. É a pessoa ter uma certa estabilidade financeira, ou uma carreira profissional definida. Meus namorados foram muito da mesma classe social. Mas não era por preconceito; mas os lugares que eu ia, as pessoas que eu conhecia. Essa coisa do amor entre ricos e pobres já vi acontecer na vida real, mas é muito mais raro do que nas novelas. Tem uma coisa de bagagem, de assunto. Você pode achar a coisa mais esnobe do mundo, mas eu não me vejo namorando com alguém que não fale inglês. Se estou com alguém, quero trazer essa pessoa para esse mundo. E se eu for viajar e quiser ir ao teatro e for em inglês e essa pessoa não puder ir? (entrevista com Pedro, 47 anos, em novembro de 2008).

Pedro conta que, quando conheceu seu atual namorado, demonstrar pertencer à mesma classe social foi fundamental: “*o pai dele dizia que eu era o partido ideal, porque eu era de boa família, bem educado, freqüentava o mesmo*

*clube; o único detalhe era que eu era um homem. Mas tirando isso, eu sabia usar os talheres certos.”*

O segundo aspecto em que a classe social parece ter importância está relacionado a portar determinados objetos de consumo:

Porque eu acho que esse mundo gay, pessoa chama muito atenção física, que é o corpo, rosto, que tem bonito, e a finança. Então, sempre parti pra essa parte. Então, na boate, também vê pessoa assim. Se a pessoa meio moreno, com cara de interior, se vestir roupa moderno, ‘alguém está bancando’. Então, a pessoa procura ser uma aparência, bem vestido, financeiro, tem muitas pessoas se forçam a isso. Por isso a pessoa fala sempre onde eu viajei, qual marca estou usando, sempre fala isso na primeira. Então, falei, então tá, todo mundo falando, tenho que ter também. Então, começa a usar muito roupa, comprar coisa cara (entrevista com Lin, 29 anos, em janeiro de 2009).

Usar as roupas certas, falar de viagens e deixar que soubessem qual marca se estava usando era como que um texto ideal a ser reproduzido, nas falas e no estilo. Esse texto, porém, não era acessível a todos: as roupas *modernas* não apagavam a *cara do interior* e ser *meio moreno*, por exemplo – aqui, classe social claramente mistura-se com cor/raça e procedência. Atravessar fronteiras relacionadas a classe social e cor/raça a partir do estabelecimento de parcerias adicionava sempre ao relacionamento a pecha negativa de uma parceria transacional. As transgressões que envolviam diferenças sociais são bastante reguladas no universo da boate e da vida social e familiar desses homens de classe média alta. Isso não significa que não lhes restasse lugar algum. Pelo contrário, o desejo por homens das classes populares, *heteros*, “*viris*” e de pele mais escura apareceu como recorrente entre homens de classe média alta durante a pesquisa.

### **Outros itinerários do desejo**

O lugar desse desejo pela diferença não era o da boate, nem envolvia negociações com a rede social ou familiar. Um dos expedientes para a realização de determinados desejos pressupunha romper com o círculo social de amigos e familiares – para se proteger da desaprovação, mas também porque esse círculo era bastante restrito no que concerne à classe social. A

categoria do *cafuçu* emergiu nesse contexto<sup>18</sup>, constituída no entrecruzamento entre classe, cor/raça, regionalidade, gênero e sexualidade.

Os *cafuçus* são eventualmente descritos – num tom carregado de exotismo – como “um tipo bem brasileiro”, capaz de encarnar convenções sobre cor/raça, gênero e sexualidade que compõem uma determinada ideia de nação. Estamos tratando aqui, é preciso esclarecer, de uma categoria êmica, que não é descritiva de sujeitos de carne e osso, mas que sugere algo sobre o desejo do outro e remete a determinada experiência social. Não se trata de uma categoria de autoclassificação, mas de categoria utilizada como linguagem para expressar distinções, hierarquias e, também, desejo. Roberto Marques (2011) analisa essa categoria no contexto das festas de forró eletrônico da região do Cariri, no Nordeste, e explora bem o modo como se trata de categoria relacional e, no caso em questão, eminentemente acusatória. Isso porque o *cafuçu* é sempre o “outro”, que se arruma ou se comporta de modo inadequado à ocasião, que é desprovido de poder de consumo e de beleza. Embora na pesquisa de Marques o termo tenha aparecido especialmente a partir de seus conteúdos pejorativos, com uma breve menção à interdição referente ao contato erótico com *cafuçus*, em algumas situações a mesma categoria que se presta a movimentos de estigmatização revela, simultaneamente, possibilidades de erotização.

O termo *cafuçu* é bastante conhecido no Nordeste do Brasil e parece ter sido transportado para o universo de meus interlocutores por homens *gays* em trânsito entre Recife e Sudeste. No Recife, o termo passou a ser utilizado por jovens relacionados às festas identificadas com um público “alternativo” e, também, é título de bloco carnavalesco: o *I love Cafusú* sai nas ruas de Olinda e promove baile pré-Carnaval anual, movimentando parte do público jovem que lota também festas de frequência mista da vida noturna da cidade, que reúnem nos mesmos espaços homens e mulheres, *gays* e *heteros*. As definições como “roceiro bronco”, “mal-ajambrado”, “indivíduo sem qualquer qualificação” ou “preguiçoso e inútil” continuam compondo o rol de significados pejorativos associados ao termo. Entretanto, esses significados são manejados por parte das mulheres, que conferem positividade e erotizam o *cafuçu* e suas características socialmente desvalorizadas, mesmo que na qualidade de “homem-objeto”. Assim, em alguns contextos, o termo pode indicar o “homem rústico”, trabalhador braçal, pouco instruído, mas que “tem a pegada”, ou seja, representa um apetite sexual mais intenso e tido como viril.

É nessa tensão entre erotização e demarcação de diferenças e hierarquias que se dá a transposição do termo para o contexto dos meus interlocutores *gays* paulistanos. Procurando explorar essa intersecção, centrarei a análise deste item nas falas de Igor e Maurício, que tive oportunidade de conhecer por ocasião do doutorado. Ambos eram frequentadores da *The Week* e de outras boates sofisticadas da cidade e circulavam com facilidade pelos códigos desses lugares, tendo acesso a informações e bens culturais e a bens de consumo bastante valorizados ali. Igor é advogado, contava com 30 anos à época da entrevista, e Maurício é arquiteto, tinha 31. Ambos eram formados por universidades públicas de prestígio. O primeiro classificou-se como branco e o segundo como *pardo*, embora mencionasse que comumente era visto e tratado como *branco*, e que isso não tinha muita importância em sua vida. Os dois classificavam-se como *gays* e compartilhavam do desejo pelo *cafuçu*.

Maurício assinala dois pontos na atração pelos *cafuçus*: o primeiro está relacionado à diferença e à possibilidade de *coisificar* e tornar o outro um objeto; o segundo, trata de uma *estética*<sup>19</sup> que não está associada ao *gay*. Vejamos:

P – Essa figura do *cafuçu*. O que é? O que te atrai?

R – Primeiro, é a questão do diferente. Tem a coisa do objeto. Acho que o *cafuçu* é alguém que se coloca como objeto. O *gay* tradicional, que você conhece num bar, vai querer se apresentar, dizer o quanto ele é legal, é bacana. Então, ele já não é um objeto. *Cafuçu* já chega quieto, ele já te obedece, ele já aceita. (...) Agora, tem questões estéticas no *cafuçu*. A mão do *cafuçu*, é dura, é áspera, não é assim lisinha. É aquele dedão largo, que você pega assim e fala “ai”. Então, tem uma coisa de extrema masculinidade também, mas não é tão isso, para mim e para outras pessoas com quem converso, é a coisa da *coisificação*. Não que seja ruim, é ali naquele momento. Implica alguém que aparentemente é mais ignorante, menos articulado, visualmente é um cara que trabalha com as mãos, que tem um trabalho braçal, que não tem apuro estético nenhum, que tem coisas muito marcadas do mundo heterossexual mais classes D e E. Uma camiseta larga demais, uma calça meio estranha, um tênis daqueles de skatista, uma corrente daquelas largas; é um perfil, um estereótipo não-gay, mais humilde, que é mais fácil; você consegue projetar coisas nele; é quase uma tela em branco, não existe muito contato, é um universo quase fora do seu universo (entrevista com Maurício, 32 anos, em julho de 2009).

Desse modo, o *cafuçu* incorporaria uma fantasia erótica. Como lembra Marques (2011, p. 206), em sendo categoria em certo sentido vazia, “cada um pode escolher seu *cafuçu*”: significa que as operações que produzem diferenciação, e hierarquias, são relacionais e a categoria fala acerca do classificador e de processos de diferenciação. Traduzindo para o nosso contexto, temos uma categoria que serve mais à expressão da articulação entre diferença e desejo<sup>20</sup> na fala do classificador do que a uma suposta real transformação do sujeito com quem nosso interlocutor se relaciona num *objeto sexual*. A partir dessas considerações, quero dizer que, embora Maurício defina o *cafuçu* como alguém que se coloca, ou é colocado, como *objeto*, isso não significa que, a partir da perspectiva do parceiro, haja de fato a impossibilidade de agência no jogo erótico.

Assim, de acordo com determinada fantasia erótica, o *cafuçu* deve ser um tipo *masculino*, mas não necessariamente isso envolve posições de *ativo/passivo* pré-definidas ou correspondentes ao par *dominador/dominado*. Esses fatores parecem importar no que diz respeito à efetivação da fantasia tacitamente encenada no intercurso sexual, quando são acionados na composição da cena erótica. É possível, portanto, que o *cafuçu* seja visto como o *dominador* para uns e que incorpore o *dominado* para outros; que mesmo quando incorpora o papel de *ativo* não esteja no comando da *cena erótica*, como me descreveu um entrevistado; ou que também seja *passivo* em outras situações. Externamente, o *cafuçu* deve incorporar a imagem do *heterossexual, dominador e ativo*.

Posto isso, é preciso ressaltar que, embora estejamos no terreno das fantasias eróticas, ao mesmo tempo estamos tratando de jogos complexos, que falam também de desigualdades sociais<sup>21</sup>. Parece imprescindível, assim, que o *cafuçu* seja, ou aparente ser, de outra classe social e frequentemente de outra cor/raça. As marcas do trabalho devem ser visíveis – por isso a ênfase nas mãos e nos dedos, que além de evidenciarem essas marcas podem ser instrumentos centrais no intercurso sexual<sup>22</sup>. Como já indicamos anteriormente neste item, o corpo *forte* e *musculoso* continua sendo importante, mas no caso do *cafuçu* não se pressupõe que tenha sido produzido pela administração de substâncias ou pela *malhação* na academia, mas pelo trabalho. Aspectos relacionados ao estilo, evidenciando um pertencimento às *classes D e E* e um estilo associado ao *hetero* fazem do *cafuçu* um objeto de desejo.

Por conta mesmo do desejo entre pessoas de posições tão diferentes e da forte regulação social, a continuidade de um relacionamento com um *cafuçu*

parece quase impossível. Primeiro, porque um relacionamento minaria o processo de fetichização representado no *cafuçu* ou forçosamente envolveria outro tipo de negociação. Segundo, por conta da própria tensão entre as diferenças que anima o desejo desses rapazes. Se Maurício encarna o sexo com rapazes diferentes como essencialmente eventual e afirma não ter nenhuma expectativa de relacionamentos duradouros com esses rapazes ou com outros, Igor, também afeito aos *cafuçus*, incomoda-se com as dificuldades de concatenação do desejo com a necessidade de um relacionamento constituído pelo compartilhamento de experiências e afinidades:

Eu não gosto de loiro, não gosto de cabelo comprido, não gosto de japonês. O cara tem que ter um corpo legal. Às vezes, o cara nem malha, tem muito hetero assim, naturalmente gostoso, aquela mão cheia de veia, mão de nordestino... Aliás, baianos e pernambucanos são excelentes. Gosto de tipos brasileiros e tipos latinos. Mas eu gosto de cafajeste. Não sei se todo mundo gosta do que eu gosto, mas eu sou o baby face, eu sou o anjinho, eu sou branquinho, eu sou carinhosinho. Outro igual a mim, vou fazer palavra cruzada? Eu quero cafajeste, quero cafuçu, e isso é recorrente. E, por dentro, na prática, ele tem que ter uma afinidade. Pra eu encantar alguém e dar certo, a pessoa vai ter que gostar das coisas que eu falo. Não tem dado certo. Eu tenho ficado com gente que não tem nada a ver comigo, que o sexo esgota em muito pouco tempo. Essa questão do desencontro do corpo com o intelecto, tinha uma época que eu pensei ‘tem que achar um meio termo, senão vou morrer sozinho’ (entrevista com Igor, 30 anos, em dezembro de 2008).

Os discursos sobre cor/raça, se pouco frequentes no decorrer das entrevistas, afloravam quando o assunto dizia respeito ao desejo. Igor é taxativo: não gosta de *loiros*, não gosta de *japonês*. Contrapõe-se, ele mesmo, ao *cafajeste*, equalizando ser *branquinho*, no diminutivo, a ser *carinhosinho*, *anjinho* e *babyface*. Os tipos mais *morenos* ou *latinos* atuariam como contraponto. Os *loiros* e *japoneses* talvez estivessem mais associados a uma ideia de feminilidade e delicadeza que não o atrai.

Ao mesmo tempo, se a diferença é significada aqui em termos raciais, também é expressa a partir de uma alusão a diferentes universos, que não se encontram num contexto de segmentação de mercado e carregado de hierarquias e distinções, atravessado por importante desigualdade social

e de acesso a bens (inclusive bens culturais) e serviços. Igor, como na fala anterior, explora no trecho seguinte a possibilidade de ter um relacionamento mais duradouro com um rapaz que considerasse *cafuçu*, imaginando duas possibilidades, entre o fechamento do casal em si mesmo e a tentativa incerta de fazer comunicar “dois mundos”:

Quando você inicia o relacionamento, tem aquele momento de levar o par pro seu círculo e submeter à aprovação alheia. Eu não tive que fazer isso. Talvez isso viesse a ser um problema se eu tivesse um relacionamento longo com um *cafuçu*, porque uma hora ou eu ia ter que abdicar do meu mundo, deixar de andar com as pessoas que eu ando pra me fechar num iglu com ele, ou então ia ter que forçá-lo, aos trancos e barrancos, a entrar no mundo do outro; eu ir no pagodão com ele e ele ir comigo na The Week, e ter aquelas adaptações. Amigos meus fizeram isso. Pegou um cara de 18 anos, que nunca tinha beijado, nunca tinha se drogado, aí moldou o cara, cobriu o cara de roupa, cobriu o cara de droga, cobriu o cara de bomba e aí o cara virou mais um. Eu nunca tive que passar por isso. Mas também acho que a gente arruma namorado pra gente, não pros outros. No mundo ideal, isso não deveria ter a menor importância (entrevista com Igor, 30 anos, em dezembro de 2008).

Cabe notar, ainda, na fala de Igor, uma tendência a que se molde o parceiro *cafuçu* para que compartilhe de gostos e estilos associados aos seus parceiros *gays* de classe média, o que sinaliza um pouco a desigualdade que permeia os relacionamentos e a convenção de que é mais fácil e desejável aderir ao estilo relacionado a esses jovens de classe média do que o contrário. De certo modo, essa adesão também é vista como ascensão social e tem mão única: o contrário, ou seja, o parceiro aderir ao estilo de vida do *cafuçu* não se coloca como possibilidade[???]. Evidentemente, não se trata apenas de estilos de vida, mas de oportunidade de acesso a bens e serviços. Por outro lado, não se pode deixar de considerar que o modo como se “produz” classe social como marcador, nesse universo de homens *gays* que frequentam a *noite*, também está relacionado à adesão de determinado estilo tido como *moderno* e *globalizado*, marcado por um modelo de classificação “igualitário”, para trazer os termos de Fry (1982) ao debate. Assim, o relacionamento mais duradouro com o *cafuçu*, levando em consideração convenções correntes no universo da boate, tenderia a pressupor um relativo apagamento das diferenças<sup>23</sup>.

Facchini (2008), em sua pesquisa com mulheres que gostam de outras mulheres, observou como diferenças eram agenciadas a partir da ideia de preferência erótica quando relacionadas a gênero e sexualidade, não significando a recusa ao modelo igualitário em outros âmbitos da relação entre duas mulheres. Se havia, portanto, uma diferença em termos de gênero, isso não se desdobrava, necessariamente, em uma relação hierárquica, mas marcada pela troca e pela divisão de tarefas do casal. Trata-se, porém, de contexto diferente do que analiso aqui: não estou me referindo a relações estáveis, mas a relações fugidias, em que diferenças – não só em relação a gênero e sexualidade – são motor de um desejo que, talvez, encontrem barreiras muito fortes no âmbito de parcerias mais duradouras.

Para meus interlocutores, esse contexto complexo, de manejo de hierarquias, diferenças e desigualdades, não raro se resolve no trânsito e na deriva que se realiza passando por lugares pouco valorizados no contexto do mercado de lazer noturno e mesmo sobre os quais recai a pecha de marginalidade e clandestinidade (FRANÇA, 2006). As preferências eróticas aqui descritas e os contextos em que se desenrolam, da mesma forma que fixam padrões rígidos de apresentação corporal, também conduzem, muitas vezes, a uma transposição momentânea de fronteiras que separam os homens que se podem encontrar no *universo perfeito* da boate dos outros, que se podem encontrar nos *cinemões* ou mesmo em outros estados do país, numa espécie de ‘descontrole controlado’ (FEATHERSTONE, 1995) e administração do risco envolvido na efetivação do desejo pelo “diferente” ou de um “desejo de transgressão” (PERLONGHER, 2008, p. 168)<sup>24</sup>.

Em um de nossos encontros, Igor escolheu um restaurante listado nos guias como uma boa opção gastronômica da cidade, para onde foi após ter resolvido questões burocráticas de negócios da família no Centro. Como já estivesse no centro da cidade, aproveitou para passar no cinemão, onde esteve com um rapaz mineiro que fazia turismo em São Paulo (com quem combinou um posterior encontro num hotel da cidade para terminar o serviço, já que queria evitar que o rapaz tivesse uma má impressão da cidade), com um rapaz negro (conforme me relatou, enfatizando essa qualidade, que fazia com que não pudesse deixá-lo passar, ou seja, não pudesse perder a oportunidade de envolver-se com ele) e com outro que era o típico cafunu, descrito como pedreiro, que, como já havia me dito, era seu tipo. Perguntei-lhe porque havia escolhido o referido cinema, já que havia outro descrito

como mais limpo e seguro, de padrão internacional, segundo referência na internet, próximo àquele. Disse-me que não existe cinemão limpo de verdade, que todos têm uma estrutura mais ou menos e que gostava do referido cinema porque, no outro, havia muitas bichas espalhafatosas que não o atraíam e que procuravam encenar uma performance masculina que não o convencia. Relatou-me que no cinema que havia visitado – assim como em outros – havia de tudo, indicando uma frequência bastante variada, do pedreiro ao turista. Ao mesmo tempo em que Igor enfatizava seu desejo por cafuçus também dizia não estar limitado a isso: em suas palavras, Gilberto Freyre já morreu faz tempo. Indicava, assim, uma pluralidade do seu desejo e ao mesmo tempo sugeria a adesão a um “sistema igualitário moderno”, de relações não-hierárquicas.

Maurício descreve a ambivalência dos seus itinerários, da *champagne* no bar Ritz (localizado numa das áreas mais nobres da cidade) aos *cinemões* do Centro. Enfatiza uma “experiência humana” e um universo e sociabilidade que parecem estar sendo aos poucos deixado para trás:

A vida é bonita como um todo, é bonita quando você está no Ritz tomando champagne com os amigos, mas é muito interessante também no cinemão. É muito interessante, porque ali tem uma experiência humana que está acabando, estão fechando. A tendência é que acabem. Quando sento para conversar com pessoas de mais idade, eles falam... O que me disse que frequenta há mais tempo foi há 20 anos. Acho que foi na década de 1980, quando eles pararam de passar filme comum (entrevista com Maurício, 32 anos, em julho de 2009).

A sensação de nostalgia antecipada não é sem razão: ao mesmo tempo em que o fechamento dos *cinemões* (aos quais há menções desde pelo menos o início da década de 1980) vem se registrando de modo muito intenso na cidade – de acordo com políticas de higienização e reorganização urbana levadas a cabo por seguidas administrações municipais –, os *clubes de sexo*, mais homogêneos em termos de público e em que as interações são mais claramente reguladas, vão se firmando como um segmento relevante no mercado do sexo relacionado à homossexualidade, produzindo novas subjetividades e sociabilidades (BRAZ, 2010). Uma das diferenças mais importantes entre os dois contextos é o fato de que, nos *clubes*, parece haver um direcionamento mais claro para homens *gays*, mesmo que na versão *macho*, descrita por Braz

(*idem*), enquanto os cinemas não parecem tão marcados nesse sentido<sup>25</sup>. De todo modo, os *cinemões* distinguem-se não só dos *clubes de sexo*, mas dos cinemas que exibem filmes não-pornográficos: são lugares em que a performance na tela é acompanhada por uma performance material que se dá entre a plateia, conforme nota Vale (2010). É, assim, nos interstícios entre a fantasia da tela, a fantasia erótica e as trocas sexuais na plateia que se produz a interação nos *cinemões* (VALE, 2010).

Ao mesmo tempo em que os cinemas parecem dar acesso a uma *outra experiência humana* para Maurício – o que também está relacionado a mudanças no que concerne à homossexualidade como lugar social no Brasil (CARRARA, 2005) –, são também a possibilidade de adentrar um universo considerado como muito distante. Para este interlocutor, o universo em que se podem encontrar os *cafuçus* é um *universo quase fora do seu universo*, que muitos rapazes de classe média gostariam de acessar, se conseguissem transpor determinados limites: *morrem de vontade de ir ao cinemão, mas é um rompimento muito difícil com o que eles se colocaram como limites e valores*. Segundo o entrevistado, a diferença que marca as cores dos capacetes num canteiro de construção civil – área em que trabalha – é *brutal e intransponível*, representando as próprias desigualdades sociais e hierarquias ocupacionais. No âmbito do desejo e da deriva entre lugares de encontro de homens que se relacionam afetivo-sexualmente com outros homens, porém, a diferença pode ser resignificada em termos de desejo erótico – embora isso não a torne mais ou menos *intransponível* do que no ambiente de trabalho. Enquanto para o entrevistado as boates do centro da cidade parecem apenas emular sem muito sucesso as boates *gays* mais sofisticadas, como a *TW*, o cinema oferece uma experiência de lugar original e a possibilidade da alteridade com ares de aventura e decadência: *se é pra meter o pé na lama, vamos ao cinemão, vamos a um lugar mais pesado, assim. Gosto de uns bares aqui no Centro também*.

Se fizemos um esforço para deslocar nossa perspectiva tendo como ponto de referência a posição dos *michês*, contudo, notamos que a deriva de que tratam meus entrevistados expõe desigualdades que permeiam esse universo, e que estão relacionadas às próprias posições de sujeito, para além das intencionalidades dos rapazes com quem falei. Tais desigualdades reaparecem ao contrastarmos a mobilidade dos rapazes de classe média, que podem se *aventurar* nos cinemas a partir da assunção de um risco controlado, com a rotina vivida pelos garotos de programa que ali também se encontram:

Gosto de conversar com eles [garotos de programa] e é um mundo muito louco, um mundo muito extremo. Um mundo tão extremo quanto o das gays que estão drogadas na The Week. Eu diria até mais, porque as gays a qualquer momento vestem a camisa e fingem que não são gays e saem daquele mundo e têm um lugar para respirar. Os meninos que estão no cinema não saem desse mundo. Eu gosto porque me sinto como alguém que está fazendo um passeio, depois vou sair e voltar pra um universo paralelo. Não sei, acho que diversão, atração pelo inusitado, atração pelo diferente, pelo perigo, tenho um pouco de atração pelo perigo, perigo calculado, risco. (...) A gente faz as coisas porque está numa estrutura social que nos permite determinadas aventuras. Um menino, extremamente pobre, filho de mãe solteira, que não tem tio, tem um monte de irmão que está preso... Se sair da linha um pouquinho, não volta nunca mais. E eu vejo esses meninos. Eles estão fora. Eles não têm emprego, não vão ter. Perdeu, acabou. Existe esse lado da certeza de que eu vou e eu saio (entrevista com Maurício, 32 anos, em julho de 2009).

Seria inútil interpretar ao pé-da-letra a fala de Maurício: se a possibilidade de trânsito dos rapazes de classe média e suas estratégias de controle do risco parecem de fato ter mais amplitude em relação às possibilidades disponíveis para os rapazes que *fazem michê* nos cinemas, que possivelmente sentem os efeitos da desigualdade social a partir de uma posição de desvantagem, é preciso pontuar que tanto há limites para os rapazes de classe média, como há agência e possibilidade de manejo em relação a posição social no caso dos rapazes dos cinemas. Não por acaso, durante as entrevistas, Maurício e Igor destacam um equilíbrio sutil a manter sua posição social: um menor controle do uso de psicoativos ou mesmo o envolvimento com garotos de programa ou de outra classe social pode acarretar perdas financeiras importantes, desprestígio ou situações de violência. Ao mesmo tempo, embora os rapazes que estejam nos cinemas ou saunas e outros que se envolvem em relações transacionais ou pagas não sejam o foco desta pesquisa, é possível também pontuar que não estão “presos” a determinado contexto. Outras pesquisas (MOUTINHO, 2006; FRANÇA, 2010) sinalizam, inclusive, maior mobilidade de homens de classes populares que gostam de outros homens em relação aos seus pares “heterossexuais”.

Não podemos perder de vista, entretanto, desigualdades e hierarquias ao trabalharmos com contextos que envolvem relações entre pessoas de posições sociais diferentes entre si. Maurício, por exemplo, relata longamente uma situação em que um garoto de programa apaixonou-se por ele, escrevendo longas cartas de amor – cheias de erros de português – e o quão inusitada e deslocada aquela situação lhe parecia: para ele, era óbvio que o garoto ultrapassava limites não-ditos, mas evidentes. Tais limites fizeram com que Maurício afastasse o rapaz. Recordo essa passagem porque acredito que nos ajuda a pensar se as expressões saíram da linha ou estão fora, pelas quais o entrevistado remete ao envolvimento com atividades ilícitas e com a marginalidade no trecho de entrevista anteriormente citado, não sugeririam, também, as hierarquias e desigualdades que atravessam relações entre homens de posição social diferente e os limites que tal contexto impõe a cada um dos polos da relação.

\*\*\*

À guisa de considerações finais, gostaria de chamar a atenção novamente para a ambivalência do desejo no contexto analisado. Se a boate produz e/ou reforça padrões de desejo que envolvem o *corpão bombado*, determinada apresentação pessoal e o consumo dos objetos adequados (notadamente no que se refere ao vestuário) e a busca por parcerias homogênicas, simultaneamente, entre seus frequentadores, surge de modo meio clandestino o desejo pela diferença, pelos homens de classes populares, mais *rústicos* e *viris*, com menor acesso a bens de consumo. Ao mesmo tempo, é possível transitar entre o *universo perfeito* da boate e o ambiente *pesado* dos *cinemões* ou outros lugares em que se pode encontrar o *cafuçu*.

Diferentes marcadores sociais são mobilizados na produção de sujeitos desejáveis e na constituição das preferências eróticas no contexto abordado. A articulação entre marcadores também atua na produção de estilos e de uma mobilidade que permite aos rapazes entrevistados ir à boate aos finais de semana ou à *pegação* em outros estados ou no centro da cidade e ao mesmo tempo passar despercebidos em outros âmbitos da vida social, como quaisquer jovens de classe média alta. Estamos tratando de situações em que o “socialmente aceitável” e o seu oposto, aludindo ao prefácio de Peter Fry para o livro de Nestor Perlongher, podem surgir nas “melhores famílias” e com “a mesma simultaneidade no mesmo indivíduo”, no “centro” e “nas margens” (FRY, 2008, p. 42). Margens e Centro, aqui, aparecem não só como lugares

que podem coexistir, do ponto de vista da produção de subjetividades, mas também como lugares relacionais e em constante movimento, como propõe Paiva (2009).

O lugar do desejo parece se mover junto com interdições, pressupondo certa deriva entre convenções e transgressões, que também se revela nos itinerários que alguns homens de classe média realizam na busca pela efetivação de fantasias eróticas. Num contexto de segmentação que envolve o mercado de lazer noturno, mas também o mercado erótico e o mercado composto por estabelecimentos comerciais voltado para as trocas sexuais frequentados por homens (GREGORI, 2010; BRAZ, 2010)<sup>26</sup>, tais transposições de fronteiras espaciais e simbólicas constituem questão especialmente inquietante. Aparentemente, estamos num terreno arenoso, em que as diferenças e as próprias posições de sujeito podem encetar relações de poder e desigualdades capazes de suscitar contextos de risco, mas também animam desejos de transgressão situados no campo do prazer. Podemos dizer, de acordo com Gregori (2010), que tais desejos e práticas, e as tensões entre prazer e perigo, exploram os “limites da sexualidade”, ampliando ou reposicionando fronteiras.

---

## Notas

1 Em minha pesquisa de doutorado, realizada entre 2006 e 2010, pelo programa de Doutorado em Ciências Sociais da UNICAMP e orientada por Júlio Assis Simões, debrucei-me sobre a produção de subjetividades, categorias identitárias e estilos relacionados à homossexualidade num contexto de segmentação de mercado, a partir de um recorte no conjunto de espaços de sociabilidade e consumo frequentados por homens que se relacionam afetivo-sexualmente com outros homens na cidade de São Paulo.

2 Adotei como convenção neste trabalho grafar em itálico categorias êmicas, nomes de lugares e palavras de línguas estrangeiras, bem como trechos de falas de meus interlocutores. Utilizo homens gays por ser a categoria de autoidentificação dominante entre os meus interlocutores nesta pesquisa. Quando me reporto a contextos mais gerais, utilizo o termo “homens que se relacionam afetivo/sexualmente com outros homens”.

3 A pesquisa de pós-doutorado teve início em 2011 e está sendo desenvolvida no Núcleo de Estudos de Gênero Pagu/UNICAMP, sob supervisão de Maria Filomena Gregori e com apoio financeiro da FAPESP.

4 Embora, no *site*, a denominação utilizada para o lugar seja clube, optei pela utilização de boate por ser esta a palavra adotada pela maioria das pessoas que encontrei em campo, ao se referirem ao lugar.

5 Áreas destinadas às Very Important Person (VIPS), escolhidas segundo critérios da casa.

6 “Pista é para dançar!” Era uma das poucas regras referidas à pista de dança num guia de boas maneiras para freqüentadores da noite, o Manual da Pista Chic, lançado por Ricardo Oliveros, que produziu festas do clube D-Edge. Essa regra, bem como o tipo de experiência sensorial buscada na pista, dificultava muito meu trabalho como pesquisadora na tentativa de estabelecer contatos e redes, já que era difícil me aproximar das pessoas usando palavras nesse contexto. André Almada, proprietário da The Week, também anunciou o lançamento de um guia de boas maneiras para freqüentadores da noite. Em entrevista para a revista DOM, afirma: “como empresário e promotor, vejo que algumas pessoas acabam sendo inconvenientes. (...) Noite não é para ficar de conversinha, por exemplo. Você vai a uma balada, com música alta, não vai lá para ficar conversando, vai para se divertir, dançar, beber, para estar junto dos amigos”. Fontes: <http://forademoda.wordpress.com/2008/05/15/pista-chic-para-todos> e TARQUINI, Jorge. “André Almada: uma conversa para lá de franca com o dono da The Week”. Revista DOM. São Paulo, Editora Peixes, abr/mai 2008, p. 39.

7 O volume de som de uma pista de música eletrônica pode chegar a 130 decibéis – maior que o dos picos de uma orquestra, que atinge 100 decibéis – e o maior efeito desse volume é fazer vibrar o corpo, de modo que a música se faça sentir, mais do que ouvir. Os graves e subgraves são as freqüências fundamentais para a música eletrônica, provendo o seu “pano de fundo”. Trata-se de uma faixa de freqüências reproduzida basicamente por fenômenos meteorológicos e naturais, difícil de ser reproduzida artificialmente até o século XX, quando se criam condições tecnológicas para isso. Essa faixa cria a sensação de imersão e são necessários sistemas de som adequados para reproduzi-la: ter um sistema de som capaz de atingir essa freqüência é fundamental para um lugar de música eletrônica. As velocidades da música, que na variação de música eletrônica mais presente na The Week situam-se entre 120 e 150 bpm, têm o efeito de predispor o corpo à repetição de movimentos com intervalos definidos. A decodificação dos efeitos da música eletrônica que se ouve nas pistas de dança em termos técnicos encontra-se em Ferreira (2006).

8 Os bombados são os muito musculosos, que fizeram uso de esteróides para ganhar massa corporal.

9 A *barbie*, segundo um dos meus interlocutores, é um padrão cultural importado dos Estados Unidos, de Miami, e que chegou ao Brasil pelo Rio de Janeiro, no final dos anos 1990, pela festa conhecida como X-Demente, que montou esse paradigma de uma festa barbie, com queijo no meio, as pessoas sem camisa, tomando drogas, etc, e exportou pro Brasil. Na sua acepção mais positiva, a categoria é utilizada para designar rapazes muito musculosos ou bombados. Muitas vezes, o termo ganha também tons pejorativos designando homens que participariam de uma cultura alienada, fútil e consumista, que reúne pessoas imediatistas, sem conteúdo e drogados. Raramente é aplicado em autorreferência e, hoje, está um pouco em desuso, sendo mais utilizado para definir um tipo de freqüentador emblemático da TW a partir de um olhar externo. Para Igor, ainda, os que poderiam se identificar como barbies não pensam muito nisso, são as “bunitas”.

10 *Bunita* é um termo um tanto irônico que apareceu bastante durante a pesquisa e, de modo não pejorativo; indica homens dentro dos padrões de aparência e consumo que se supõem mais valorizados em lugares como a TW. Adoto a grafia com “u”, mantendo-me, assim, fiel às referências à categoria em *blogs* e *sites*.

11 O *Cosmopolitan* é uma bebida à base de vodka, cointreau, suco de cranberry e suco de limão. Ganhou grande popularidade quando a cantora Madonna foi fotografada, em 1996, bebendo um “cosmo”. A fama da bebida aumentou por causa das referências no seriado *Sex and the City*, veiculado pela TV a cabo brasileira e que traz a história de quatro mulheres solteiras e glamourosas que vivem em Manhattan, Nova York. A bebida é a preferida da personagem Carrie, um tipo feminino atraente, que se veste com as roupas, sapatos e acessórios dos estilistas e *designers* mais conceituados da moda.

12 Destacam-se aqui as peças publicitárias de cuecas e roupas de banho (ou *underwear* e *swimwear*, como são também referidas nas revistas, *sites* e *blogs*), sempre exibindo corpos com os músculos muito definidos, especialmente os do abdome.

13 Como poderia ser em campeonatos de fisiculturismo ou em outras atividades esportivas, em que se pressupõem corpos “naturais” e o uso dessas substâncias é visto como *doping* e trapaça.

14 Durante todo o tempo em que acompanhei as revistas brasileiras comentadas pelos rapazes com quem tive contato, registrei apenas um homem negro na capa da revista e em lugar de destaque nos editoriais de moda: trata-se do modelo internacional Oraine Barrett.

15 Mais adiante, veremos como esse corpo tonificado aparece como objeto de desejo em outra versão, produzido pelo cotidiano do trabalho braçal e envolvendo homens mais pobres e/ou de pele mais escura.

16 Essa rede de cidades não foi estabelecida pela implantação das boates, posto que, anteriormente, já eram destinos relacionados para homens gays que freqüentam determinadas festas de música eletrônica; mas, a implantação das filiais certamente segue, ao mesmo tempo que reforça, esses destinos.

17 Lin está há 10 anos no Brasil e tem muitas dificuldades com a língua. É chinês, tendo residido por algum tempo nos Estados Unidos. Reproduzo a fala de Lin, procurando manter as dificuldades de comunicação em língua portuguesa, sentidas durante a entrevista e mencionadas pelo entrevistado como uma dificuldade na comunicação com outras pessoas, inclusive potenciais parceiros. Também optei por manter a fala dessa maneira porque tive receio de, em revisando-as, alterar-lhe o sentido.

18 Segundo o dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa: Cafuçu. Acepções: substantivo masculino. 1. Regionalismo: Nordeste do Brasil. o diabo. 2. Regionalismo: Nordeste do Brasil. indivíduo sem qualquer qualificação. 3. Regionalismo: Nordeste do Brasil. sujeito preguiçoso, inútil. 4. Regionalismo: Rio Grande do Norte. tipo deselegante, mal-ajambrado, que é atarracado ou tem algum defeito físico. 5. Regionalismo: Goiás. roceiro bronco, que vive e trabalha isolado e em condições precárias. Etimologia: orig. contrv., segundo Nei Lopes, de prov. orig. banta (cp. cafute) ou talvez cafuzo, a primeira acp. derivando as segg. Sinônimos: ver sinonímia de diabo. Fonte: <http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=cafu%E7u&x=0&y=0&stype=k>. Acesso em 26 dez 2009.

Segundo Nei Lopes (2003), a origem provável do termo cafuçu vem do banto “cafute”, sinônimo para “diabo”; ou de palavras que indicam cor/raça nas suas versões aportuguesadas: kafusu equivale no quimbundo a “mulato”, dando origem ao “cafuzo”. “Cafuzo” pode ser também uma versão reduzida de “carafuso”, que se origina de “cara fusca” no português, termo pejorativo para indicar mestiços como “impuros”. Embora a etimologia do termo seja

controversa, há uma imediata identificação com o cafuzo, que na sua aceção mais conhecida remete ao mito fundador da nação no cruzamento de três “raças”, dando origem a três tipos raciais: o mameluco ou caboclo (índio + branco), o cafuzo (índio + negro) e o mulato (branco + negro). Atualmente, outras categorias substituem ou disputam legitimidade com essas como referentes à mestiçagem. No manual do recenseador do IBGE, essas categorias são agrupadas sob o termo “pardo”, por exemplo. Pretendo explorar melhor a categoria “cafuçu” em trabalhos futuros.

19 Estética, para o entrevistado, assume o sentido de composição visual, mas também de um certo modo de ser.

20 Perlongher (2008) refere-se a “tensores libidinais” para indicar processos em que diferenças se entrecruzam na produção do desejo erótico e de transgressões associadas a esse desejo. Gregori define a relação entre as noções de “tensores libidinais” e “fugas desejanter”: “fugas desejanter seriam os efeitos transgressivos às normatividades sexuais, em experiências guiadas pelo desejo, a partir de um processo de produção de intensidades libidinais, provocadas pela operação de tensores. Para o autor, os tensores são de atribuição de valor e de distribuição no código categorial que, no que se refere ao negócio do michê, seriam basicamente três: gênero, classe, idade e um oculto, raça” (GREGORI, 2010, p. 77).

21 Gregori expressa bem a rentabilidade de se olhar para fantasias e desejos eróticos nas ciências sociais: “ao lidar com a sexualidade nas suas expressões eróticas, estamos diante de experiências que mobilizam fantasias e fantasmas: situações, referências, imagens, fragmentos de memória e sensações que, mesmo sendo gestados em torno e no campo das normatividades, apontam para além delas. As fantasias não são o oposto da realidade. Elas nos interessam porque (...) em vista delas estamos diante dos limites da realidade ou daquilo que implica o seu ‘exterior constitutivo’” (GREGORI, 2008, p. 588).

22 Impossível deixar de lembrar aqui o fetichismo das mãos no período vitoriano, que exibiam a marca do trabalho doméstico sistematicamente apagado, e da importância que esse fetichismo tinha na relação de Arthur Munby e Hanna Cullwick, quando esta última exibia as mãos enegrecidas e masculinizadas pelo trabalho como modo de negociar seu lugar na cena erótica e afirmar uma posição oposta à de vítima na sua condição de trabalhadora braçal, expressando a força desordeira dessa posição. Essa análise, que explicita a dificuldade de se estabelecerem lugares fáceis de dominador e dominado, em relações envolvendo o fetichismo, e que conecta o fetichismo a processos sociais mais amplos, é construída por Anne McClintock (2010).

23 Considerando estilo como operador de diferenças (FACCHINI, 2011), vale ressaltar que não se trata apenas da composição de objetos e adoção de determinados hábitos: estilos mobilizam marcadores de diferença social numa composição mais ou menos coerente, embora de trama aberta. Possibilitam, portanto, o agenciamento de determinadas convenções, mas cujo sucesso, ao olhar alheio, nem sempre é certo e previsível (FRANÇA, 2007): como Lin afirma, se a pessoa é morena ou tem cara de interior, usar roupas modernas apenas atrai a pecha de que se está sendo bancado, evidenciando desigualdades e hierarquias que se procura manejar por meio do estilo.

24 O sexo com outros homens que preencham as características do tipo *cafuçu* pode ser pago em dinheiro, ou não. Não explorei este aspecto a fundo, mas me pareceu possível pagar algumas dezenas de reais para um rapaz ou alguma bebida ou psicoativos como recurso; e também há as situações em que isso não se faz necessário no jogo do flerte.

25 Apenas um dos cinemas da cidade, que se apresenta como uma versão mais *clean* e sofisticada para os frequentadores, está claramente voltado para o público gay. Outros não estabelecem esse direcionamento de modo tão evidente e há mesmo os que recebem especificamente travestis e clientes. Os filmes projetados também raramente são de sexo entre homens, mas de sexo “heterossexual”. Agradeço essas informações, bem como outras a respeito de como o ambiente dos cinemas se organiza de modo geral, a Ricardo Gambôa, meu parceiro de campo no projeto SampaCentro, realizado pela Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de São Paulo e pelo Centro de Referência e Treinamento em DST/Aids-SP, com apoio da FAPESP. Juntos, e com a colaboração de Regina Facchini, mapeamos lugares de sociabilidade, lazer e trocas sexuais frequentados por homens que se relacionam afetivo/sexualmente com outros homens no centro da cidade. Como mulheres não podem entrar nos cinemões (pude entrar em apenas um, que está situado numa boate do Centro), as informações são de grande valia.

26 Gregori define de forma concisa e precisa “mercado erótico” como a “produção, circulação e consumo de bens eróticos” (GREGORI, 2010, p. 7), para se referir ao conjunto de *sex shops*, clubes de sadomasoquismo e outros estabelecimentos voltados para a fruição erótica que analisa em sua tese de livre docência. Braz (2010) refere-se a um “mercado de lazer sexual” ou “mercado de clubes de sexo”, a depender do caso que se apresenta, ou, simplesmente, a “Locais Comerciais para Encontros Sexuais” para indicar os clubes de sexo em que realizou sua pesquisa para a tese de doutorado. Tenho utilizado a expressão “mercado de lazer noturno frequentado por homens que se relacionam afetivo/sexualmente com outros homens” ou simplesmente “mercado de lazer noturno” para indicar os lugares relacionados à minha pesquisa. Ainda, a expressão “mercado do sexo” aparece em trabalhos que se reportam à prostituição. Ao mesmo tempo, há outra acepção do termo “mercado” comum nos estudos de gênero e sexualidade, que se apresenta nas expressões “mercado afetivo” ou “mercado do afeto e do sexo”. Tal polissemia traz um desafio no sentido de problematizar os usos que se tem feito dessa noção, questão que pretendo abordar na pesquisa de pós-doutorado.

## Referências bibliográficas

BLÁZQUEZ, Gustavo. Bailo, luego existo. La pista electrónica y la formación de subjetividades juveniles. In *RAM – VIII Reunión de Antropología del Mercosur*, Buenos Aires, 2009. (mimeo).

BRAZ, Camilo Albuquerque de. À meia-luz... Uma etnografia imprópria sobre clubes de sexo masculinos. Tese de doutorado (Ciências Sociais). Campinas, IFCH-Unicamp, 2010.

CARRARA, S. O Centro Latino-Americano em Sexualidade e Direitos Humanos e o “lugar” da homossexualidade. In GROSSI, M. P. *et al. Movimentos sociais, educação e sexualidades*. Rio de Janeiro, Garamond, 2005, pp. 17-24.

COUTINHO, Tiago. Os usos do corpo nos festivais de música eletrônica. In *VI Jornada Interna dos alunos do Programa de Pós Graduação em*

**Antropologia Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, 2004.

DYER, Richard. The white man's muscles. In ADAMS, R.; SAVRAN, D. (org.). *The masculinity studies reader*. Oxford: Blackwell, 2002, pp. 262-273.

FACCHINI, Regina. “Não faz mal pensar que não se está só”: estilo, produção cultural e feminismo entre as minas do rock em São Paulo. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 36, 2011.

FACCHINI, Regina. Entre umas e outras: mulheres, (homo)sexualidades e diferenças na cidade de São Paulo. Tese (doutorado em Ciências Sociais). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp, Campinas, 2008.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, Pedro Peixoto. Música eletrônica e xamanismo: técnicas contemporâneas do êxtase. Tese (doutorado em Sociologia). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas – Universidade Estadual de Campinas. 2006.

FRANÇA, Isadora Lins. Cercas e pontes: movimento GLBT e mercado GLS na cidade de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. Dissertação de mestrado. São Paulo. 2006.

FRANÇA, Isadora Lins. “Sobre ‘guetos’ e ‘rótulos’: tensões no mercado GLS na cidade de São Paulo”. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 28, p. 227-255, 2007.

FRANÇA, Isadora Lins. Consumindo lugares, consumindo nos lugares: homossexualidade, consumo e produção de subjetividades na cidade de São Paulo. Tese de doutorado (Ciências Sociais). Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp, 2010.

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

FRY, Peter. Prefácio à primeira edição. In PERLONGHER, Néstor. *O negócio do michê: a prostituição viril em São Paulo*. São Paulo: Perseu Abramo, 2ª edição, 2008.

GREGORI, Maria F. Prazeres perigosos. Erotismo, gênero e limites da sexualidade. Tese de Livre Docência. Campinas, IFCH-UNICAMP, 2010.

LOPES, Nei. *Novo dicionário Banto do Brasil*. Rio de Janeiro: Pallas, 2003.

MARQUES, Roberto. O Cariri do forró eletrônico: festa, gênero e criação no Nordeste contemporâneo. Tese (doutorado em Ciências Humanas – Antropologia). Rio de Janeiro, IFCS-UFRJ, 2011.

MCCLINTOCK, Anne. *Couro imperial: raça, gênero e sexualidade no embate colonial*. Campinas, Editora da Unicamp, 2010.

MOUTINHO, Laura. Negociando com a adversidade: reflexões sobre “raça”, (homos)sexualidade e desigualdade social no Rio de Janeiro. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 103-116, 2006.

PAIVA, Cristian. Corpos/seres que não importam? Sobre homossexuais velhos. Natal, *Bagoas*, v. 04, 2009, p. 191-208.

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

PERLONGHER, Néstor. *O negócio do michê: a prostituição viril em São Paulo*. São Paulo: Perseu Abramo, 2ª. edição, 2008.

PERLONGHER, Néstor. Territórios marginais. In GREEN, James N.; TRINDADE, Ronaldo. *Homossexualismo em São Paulo e outros escritos*. São Paulo: Unesp, 2005, pp. 263-291.

VALE, Alexandre Fleming Câmara. *No escurinho do cinema: cenas de um público implícito*. São Paulo; Fortaleza: Annablume; Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2000.

## Resumo

O artigo aborda os deslocamentos de *gays* de classe média alta no interior do mercado de lazer noturno e de sexo, frequentado por homens que se relacionam afetivo-sexualmente com outros homens na cidade de São Paulo, e os desejos que permeiam tal mobilidade. O desejo ambivalente em torno dos homens cobiçados na “boate” e dos “cafuçus” (homens “rústicos”, de classes populares, “viris”, “negros ou morenos”) é uma das possibilidades de compreensão desses deslocamentos, que procuro entender a partir da intersecção entre marcadores de diferença social tais como classe social, cor/raça, sexualidade e gênero. Esse desejo parece se movimentar junto com as interdições, pressupondo certa deriva entre convenções e transgressões, que também se revela nos itinerários que alguns homens realizam na busca pela efetivação de fantasias eróticas.

**Palavras-chave:** homossexualidade; diferença; desejo; mercado.

**Abstract**

This article approaches mobilities related to gay men of middle classes in the nightlife related to gay men in the city of Sao Paulo in the intersection with erotic desire. The ambiguous desire related to valorized men in the gay club and to “cafuçus” (rude and black men of working classes) is a way of comprehension about these mobilities. The interseccionalities among social markers of differences – as social class, colour/race, sexuality and gender – are considered in the analysis. This erotic desire walks along with interdiction and supposes some deriva between conventions and transgressions which is also present in the itineraries done by this men looking for erotic fantasies.

**Keywords:** homosexuality; difference; desire; market.

Recebido para publicação em janeiro/2013.

Aceito em março/2013.