



ESTILOS DE VIDA E PERFORMANCES MASCULINAS ENTRE HOMENS GAYS EM RECIFE, PERNAMBUCO¹

Tarsila Chiara Albino da Silva Santana²

Resumo

Neste artigo, pretendo analisar os estilos de vida e as visões de mundo de homens que se identificam como gays. Procuro, ainda, analisar os seus discursos a respeito das suas performances masculinas, destacando, particularmente, processos ambíguos e ambivalentes na construção dessas performances. Para tanto, pretendo analisar o jogo intenso e dinâmico que perpassa a constituição das 'identidades gays' construídas através de ativismo político, para, igualmente, analisar como as 'identidades gays' foram reinventadas pelo mercado e transformadas em um bem de consumo, tornando, assim, a 'identidade gay' hegemônica num produto e num único modelo homossexual. Por fim, busco analisar a diversidade das 'identidades gays' e a pluralidade das formas de identificar-se 'homossexual'.

Palavras-chave: Estilo de vida. Performances Masculinas. Homossexualidade Masculina.

MALE LIFESTYLES AND BEHAVIOR AMONG GAY MEN IN RECIFE, PERNAMBUCO

Abstract

In this article I analyze the lifestyles and mindset of men who identify as gay. I also try to examine their speeches regarding their male behavior, highlighting specially the ambiguous and ambivalent processes that produce it's patterns. To this end, I intend to analyze the intense and dynamic game that's part of the establishment of the 'gay identity' constructed of political activism. This analysis aims to investigate how the sense of 'gay identity' has been reinvented by the market and transformed into a commodity in a way that the hegemonic 'gay identity' became a product

¹ Este artigo apresenta resultados parciais da minha pesquisa de mestrado em antropologia, desenvolvida no âmbito institucional do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, sob a orientação da Profa. Dra. Lisabete Coradini e com o financiamento da CAPES (bolsa de mestrado).

² Mestranda em Antropologia Social pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte; Bolsista de mestrado da CAPES; Pesquisadora do NAVIS - Núcleo de Antropologia Urbana e Visual da UFRN. E-mail: tarsila.chiara@gmail.com

and a homosexual single model. Finally, I try to analyze the diversity of 'gay identity' and the plurality of the ways to identify with 'homosexual'.

Keywords: Lifestyle. Male Behavior, Male Homosexuality.

Introdução³

Neste artigo, procuro analisar os estilos de vida e as visões de mundo de homens que se identificam como gays. Procuro analisar, ainda, os seus discursos a respeito das suas performances masculinas, destacando, principalmente os processos ambíguos e ambivalentes na construção dessas performances. Para tanto, pretendo apresentar o jogo intenso e dinâmico que perpassa a constituição das 'identidades gays' construídas através de ativismo político, para, igualmente, analisar como as 'identidades gays' foram reinventadas pelo mercado e transformadas em um bem de consumo, tornando, assim, a 'identidade gay' hegemônica num produto e num único modelo homossexual. Por fim, busco analisar a diversidade das 'identidades gays' e a pluralidade das formas de identificar-se 'homossexual'.

O universo de investigação desta pesquisa procura abarcar homens gays maiores de 18 anos e residentes na cidade de Recife, Pernambuco. O foco da análise recai, assim, sobre as possibilidades de intersecções entre os marcadores sociais e identitários da diferença, com a finalidade de diversificar os estilos de vida e as identidades acessadas, assim como a constituição das redes de relações. Para tanto, o trabalho de campo da referida pesquisa organiza-se a partir de uma abordagem antropológica, e é singularmente orientado sob a ótica de uma etnografia urbana (MAGNANI, 2012).

Nesse sentido, estou realizando um mapeamento dos espaços de sociabilidade urbana direcionados para o público LGBT na cidade de Recife, Pernambuco, com o objetivo de analisar como os atores sociais desta pesquisa desenham o circuito GLS da cidade. A abordagem teórica desta pesquisa, por sua vez, está sendo orientada pelos diálogos possíveis entre a antropologia urbana e os estudos sobre práticas de consumo. Deste modo, a análise que pretendo desenvolver neste artigo ampara-se, especificamente nos estudos sobre homossexualidade masculina, práticas de consumo, estilos de vida e individualidade, no espaço societal urbano. Relevante, ainda, são os

³ A versão preliminar deste artigo foi apresentada (comunicação oral) no Grupo de Trabalho 'Gênero e Sexualidades: dos debates clássicos aos contemporâneos', da XIII Semana de Antropologia da UFRN, Natal, em março de 2015. Meus agradecimentos aos coordenadores do GT, Rozeli Porto (UFRN), Cassia Helena Dantas Sousa (UFRN) e Francisco Cleiton Vieira Silva do Rego (UFRN), pelo aceite, assim como aos debatedores, Felipe Fernandes (UFBA) e Pedro Nascimento (UFPB), pelas sugestões. Agradeço ainda ao Luiz Fernando Dias Duarte (MN/UFRJ) pelos comentários e a Jainara Oliveira (UFSC) pela leitura atenta. Por fim, agradeço aos pareceristas da Revista Café com Sociologia.

diálogos com os estudos de gênero e sexualidade, particularmente as pertinentes análises sobre a construção da masculinidade entre homens gays.

Mapa da pesquisa

Na pesquisa que estou desenvolvendo sobre o consumo da música eletrônica por homens gays, tomo a cidade de Recife como território geográfico da pesquisa, circunstanciadamente os espaços de sociabilidade urbana que são destinados ao público LGBT. Para tanto, a etnografia tem sido o método adotado, portanto tenho procurado utilizar como direcionamento analítico os pressupostos teóricos e metodológicos que colaboram para uma definição da investigação urbana antropológica (MAGNANI, 2012). Assim, procuro articular prática etnográfica e teoria antropológica a partir da descrição das experiências como sistemas de situações localizadas contextualmente, ou seja, busco deslocar meu olhar etnográfico da cidade para as pessoas que fazem a cidade (AGIER, 2011).

Entre os espaços de sociabilidade GLS que fazem parte do mapeamento preliminar que estou realizando, neste artigo, procuro apresentar apenas as interações etnográficas observadas na boate Metrópole. A referida boate fica localizada no centro da cidade de Recife, na Rua das Ninfas.

Na visão dos meus colaboradores, a boate Metrópole, por ter uma localização privilegiada, o centro da cidade de Recife, permite um fácil acesso, o que, por sua vez, possibilita um público consumidor com estilos variados. No entanto, os meus colaboradores disseram-me que preferem esta boate, principalmente, porque, neste espaço eles podem encontrar “caras discretos”, ou seja, possíveis parceiros sexuais e afetivos que “se passam por” héteros (MISKOLCI, 2012, 2014)

De forma contrastante, estes colaboradores comentavam que não costumam ir à boate MKB – localizada em uma região mais marginalizada do bairro Boa Vista, no centro de Recife – porque, neste espaço, transitam travestis e garotos de programas. No circuito GLS, esta boate costuma ser caracterizada como um lugar socialmente estigmatizado, uma vez que os seus consumidores são predominantemente oriundos de camadas populares. Nesse sentido, a partir de uma gramática moral particular, um dos colaboradores relatava que não gostaria de ser visto em um lugar como esse e que não se envolveria com os homens gays que transitam por essa boate.

Deste modo, os meus colaboradores parecem assinalar o processo de individualização e de diferenciação que envolve a relação entre estilos de vida e suas fronteiras simbólicas (OLIVEIRA,

2014). Assim, pode-se aludir, introdutoriamente, à forma como esses colaboradores negociam a visibilidade de suas relações e seus estilos de vida homoeróticos, bem como buscam performatizar suas masculinidades, para, por fim, poder-se explorar o modo como esses colaboradores transitam pelos espaços de sociabilidade GLS e se inserem em redes de relações.

Nesse sentido, a antropóloga Isadora Lins França (2007), em sua análise sobre “guetos e rótulos”, procura descrever o processo de relevância da segmentação do mercado GLS: trata-se de um mercado direcionado prioritariamente para o público homossexual. Nesse sentido, França faz uma análise de como o “gueto” deu espaço ao mercado GLS, um processo fomentado pelas reivindicações do movimento homossexual frente à epidemia do HIV/Aids. Reivindicações essas que contribuíram para o reconhecimento da homossexualidade como identidade política, o que possibilitou a comunicação do movimento homossexual com o Estado. Este, por sua vez, deveria garantir os direitos de LGBT.

Essa ascensão política do movimento homossexual, assim, possibilitou uma visibilidade desses espaços de sociabilidade urbana, para além dos “guetos”. Entretanto, com o passar do tempo, o mercado GLS foi perdendo o seu propósito inicial e foi direcionado para públicos cada vez mais específicos. Esse processo, por sua vez, dá início às crescentes diferenças dentro do universo homossexual. Deste modo, a antiga ideia de mercado GLS – Incluído por gays, lésbicas e simpatizantes que consumiam produtos iguais e estavam associados a uma identidade moderna - foi perdendo espaço para um mercado cada vez mais segmentado, a exemplo de saunas restritas apenas para o consumo de homens gays.

A respeito dessa relação entre mercado GLS e agenciamentos da visibilidade da ‘identidade gay’ para além dos “guetos”, Richard Miskolci (2012, p. 43) afirma que:

Do gueto ao mercado, ascendeu o “meio gay” com sua imprensa comercial, seu circuito de consumo e um movimento social acenando com demandas de assimilação. O altamente lucrativo, este circuito de consumo baseado em um indivíduo foi descrito pela QSoft Consulting em termos muito reveladores: “o típico homem gay de 30 anos tem a renda disponível de um gerente médio de 50 anos e os hábitos de consumo de alguém de 20 [...]” (MOWLACOUS, 2010, p. 87). No presente, esse modelo gay metropolitano faz destes homens privilegiados embaixadores do consumo das novidades e adultos infantilizados, o que o título da revista gay mais popular atualmente no Brasil, *Júnior*, deixa muito evidente.

As análises de Altaf e Troccoli (2011), por sua vez, procuram mostrar como o processo de “saída do armário” está associado ao poder de consumo do público gay, sendo assim, o consumo

de produtos e serviços é determinante para a formação da identidade gay. As autoras defendem que o comportamento do consumo é um elemento indispensável na construção da subjetividade de qualquer pessoa. Nesse sentido, as autoras abordam o significado simbólico do conceito de “eu estendido”: termo que, segundo as autoras, relaciona-se com tudo que consideramos nosso, ou seja, quando um objeto é apropriado por um indivíduo.

Para as autoras, o consumo de roupas de grife famosa, como a marca *CK*, muito usada por homens que se identificam enquanto gays descolados e antenados com o mundo da moda, poderia ser visto como um comportamento que simboliza poder econômico. Entre os meus colaboradores, esta marca pelos cortes e desenhos que modelam o corpo e por está fortemente associado à homossexualidade, é vista como um tipo de roupa que diz: “eu sou gay”. Assim, definindo-se como “gays discretos”, os meus colaboradores preferem usar roupas com uma estética heterossexual, como forma de gerir a discrição da vida íntima e a manutenção de uma heterossexualidade presumida.

Ao partir dessas notas introdutórias e contextuais, no referido trabalho apresento as trajetórias individuais de Gabriel e Luan. Para tanto, na esteira das análises desenvolvidas por Gilberto Velho (2003), busco interpretar como o pertencimento a um estilo de vida e a uma visão de mundo, a partir de um campo de possibilidades e de projetos individuais, pode vir a ser tensionado e negociado no cotidiano das interações sociais. Deste modo, com base nas duas entrevistas informais realizadas, procuro apreender a forma como cada colaborador negocia a visibilidade das suas relações homoeróticas a partir dos seus próprios códigos morais, para, assim, tentar compreender as motivações e as relevâncias que regem as suas relações homoeróticas e as suas performances masculinas.

Trata-se, nesse sentido, de analisar o “armário” como um regime de visibilidade circunscrito historicamente que, produto de um imaginário heterossexista, estrutura a manutenção da heterossexualidade compulsória. Deste modo, busco interpretar a “saída do armário” como um processo histórico que possibilita a construção de novos projetos individuais e coletivos. Assim, nos rastros de Jainara Oliveira (2014, p. 76-77), entendo que:

Analisar o *coming out*, deste modo, figura como postura metodológica privilegiada para analisar como a normatividade, como os discursos de hierarquização e de naturalização da sexualidade, incidem na constituição da identidade sexual dos sujeitos. Do mesmo modo, permite analisar como as estratégias de negociação, de manipulação e de avaliação do risco podem operar de modo a preservar a “identidade deteriorada” [...] e como todas estas estratégias juntas possibilitam uma maior integração desses sujeitos sociais estigmatizados em uma sociabilidade dada.

A respeito do “armário” como parte de uma gramática relacional, Richard Miskolci (2014) analisa como esse regime de visibilidade tem sido regido historicamente pela lógica binária do dentro/fora. Elaborada a partir da hegemonia heterossexual, essa lógica do armário, assim, acaba reforçando sua gramática moral. Em suma, na análise de Miskolci (2012, p. 44-45):

O regime de visibilidade conhecido como armário, pré-aids, era organizado a partir da necessidade de construção de invisibilidade, afinal, havia uma necessidade radical de proteção das punições derivadas do que hoje compreendemos como heterossexualidade compulsória. Daí a mentira e a ocultação serem, naquele contexto, táticas e estratégias necessárias para criar relações em segredo, mesmo porque ilícitas ou consideradas patológicas. No regime de visibilidade atual, a mentira tornou-se apenas a senha para a manutenção de um status de masculinidade, a qual permite circular por relações hetero e homo no topo da pirâmide da atratividade sexual. Trata-se de uma masculinidade muito particular, contemporânea, marcada por convenções de gênero típicas da sociedade brasileira e que, em nossos dias, parece sob ameaça.

Nesse sentido, Jainara Oliveira (2014), ao analisar as disputas morais e os aspectos micropolíticos da cultura emotiva que organiza o regime de visibilidade do armário, destaca os diversos conflitos que a “saída do armário”, com suas ambiguidades e ambivalência, provoca no processo de elaboração subjetiva da ‘identidade gay’. Assim, na sua análise:

O armário, [...], se apresenta como uma gramática e código emocional que articula as emoções medos, vergonha e humilhação, mas que também aponta para as possibilidades de superação destas mesmas emoções que parecem tão somente constranger a agência individual e coletiva. Os medos, [...], são também elementos de transgressão e de aventura, mobilizando os sujeitos sociais para a configuração de novos vínculos sociais e para a construção de novos repertórios simbólicos. (OLIVEIRA, 2014, p. 75).

Em virtude do exposto, ao partir das premissas teóricas aqui elencadas, apresento inicialmente a trajetória individual de Gabriel, para, em seguida, apresentar a de Luan.

Trajetórias individuais

Enquanto estávamos na fila da boate MetrÓpole para comprar as entradas daquela noite de sábado, Gabriel me narrava um pouco da sua trajetória afetivo-sexual. Gabriel tem ensino superior completo, 30 anos, moreno claro “da cor do pecado”, dedica pelo menos duas horas do

seu dia para praticar exercícios físicos na academia. Ele disse que procura ser discreto em relação a sua sexualidade. Nesse sentido, em uma de nossas conversas informais, ele mencionou o quanto foi difícil aceitar uma identidade e um estilo de vida gay.

Na infância, costumava ser alvo de preconceitos devido ao seu jeito “afeminado” e sofria muito com os insultos e as injúrias morais acionados por pessoas em seu universo de interação. Como forma de gerenciar a visibilidade da sua sexualidade, na adolescência, começou a se policiar constantemente em relação aos seus gestos, às suas posturas corporais, aos seus gostos, para, assim, tentar mudar seu jeito “afeminado”. Assim sendo, passou a frequentar academia, passou a comprar roupas mais neutras e a desconstruir seus desejos por outros homens.

Na tentativa de reprimir os seus desejos, então, ele noivou com uma das suas namoradas. Mas, segundo ele, em um determinado momento da sua vida, começou a perceber que não adiantava mais manter essa relação, pois ele achava que não estava sendo sincero nem consigo mesmo, nem com sua noiva. Então, ele decidiu terminar o noivado e, a partir desse momento, passou a se permitir vivenciar experiências homoeróticas, mas sempre de forma discreta. Nesse sentido, seu ciclo de amizade é bem restrito, assim, ele consegue gerir com discrição a visibilidade das suas relações homoeróticas.

A respeito dos seus trânsitos pela boate MetrÓpole, Gabriel contou-me sobre uma das vezes que esteve nesta boate. Nessa situação em particular, ele narrou que um rapaz, em sua opinião, bonito, o flertava. Ele destaca que esse rapaz tinha “aquele jeitão de homem”, característica que Gabriel disse valorizar bastante. Em um determinado momento da festa, então, eles trocaram beijos, mas nada exagerado. Em seguida, esse rapaz convidou Gabriel para sair, com o propósito de “pegar um ar”. Gabriel aceitou o convite: eles foram caminhando pelas proximidades da boate e, em um certo momento, esse rapaz o puxou para um terreno vazio e começou a beijá-lo. Mas, apesar de se sentir atraído pelo rapaz e estar excitado com as trocas de carícias, Gabriel pediu para o rapaz parar de tocá-lo e perguntou “o que é isso cara? Você tá louco? Alguém pode passar e ver a gente, não sou garoto de programa pra fazer em qualquer lugar, comigo é entre quatro paredes, ou não rola”. Dito isto, Gabriel deu um empurrão no rapaz e saiu, pegou um táxi e voltou para casa.

Ainda naquela noite de sábado, Gabriel foi paquerado por vários homens, mas ele sempre procurava manter uma postura discreta, de modo que não beijou ninguém publicamente. Quase no final daquela noite, Gabriel resolveu sair com um rapaz, pegamos um táxi juntos, eu fiquei na

casa de um amigo e eles seguiram para a casa desse rapaz. É importante ressaltar que, entre a nossa saída da boate e a despedida no táxi, eles não demonstraram gestos de afetos.

Luan, por sua vez, branco, ensino superior completo, 31 anos, também dedica pelo menos duas horas do seu dia à academia. Luan nasceu em uma cidade do interior do RN e saiu de casa para morar na capital Pernambucana quando completou 18 anos, “queria minha vida, minha liberdade, fazer o que desejava”. Luan também se considera um homem discreto em relação as suas relações homoeróticas. Em uma das conversas que tivemos, ele falou-me que não gosta de homens afeminados e que em seu ciclo de amizade não existem homens assim. Ele disse que até “suporta” homens afeminados em ambientes como boates GLS, pois “é tudo festa”, mas, na sua rede de amizades e no trabalho, ele não gostaria de ser visto com um homem afeminado ao seu lado.

Nesse sentido, em uma das vezes que fomos juntos para a boate Metrópole, estávamos na pista de dança, quando uma travesti aproximou-se de Luan, ele, rapidamente, procurou distanciar-se da mesma. Em seguida, ele aproximou-se de mim e comentou: “Eu não gosto de travesti, não suporto esse negócio de homem querer ser mulher. Eu gosto de homem e sinto-me homem também. Você viu aquela travesti que se aproximou de mim? Não gostei, por isso logo saí de perto”. Aproveitei esse momento da conversa e perguntei se ele já sentiu atração por algum homem afeminado. Rapidamente, ele respondeu: “Não. Eu gosto de homem com jeito de homem. Se fosse para ficar com alguém afeminado, era melhor ficar com uma mulher”.

Luan disse-me que não tem exigências quanto ao fato de um homem ser musculoso. Nesse sentido, ele ressalta que nem gosta de homens muitos musculosos. Já namorou homens mais velhos e esses não eram musculosos, ele disse que acha até melhor assim, pois “homem musculoso, muito bonito, dá muito trabalho, prefiro os magrinhos, discretos”. Para Luan, as performances masculinas denominadas “*barbie*” diz muito sobre a sexualidade de um homem gay, “dá muito na cara, aquelas roupas coladas no corpo e coloridas, aquelas regatas que deixam o peitoral em exposição. E quando abrem a boca? Nossa, é uma bichona”.

Tanto Gabriel quanto Luan disseram que não gostam de usar roupas coloridas e que marcam o corpo. Em uma das vezes que estive no apartamento de Luan, para, de lá, irmos à boate Metrópole, ele vestiu uma camisa nas cores azul e laranja, uma calça jeans azul clara e um par de tênis cinza com cadarços verdes. Ele disse-me que havia ganhado a camisa do seu chefe - presente de amigo secreto - mas estava sentindo-se desconfortável em usá-la, pois achava que chamava muito atenção. “É muito gay essa camisa, não? Será que meu chefe sabe que sou gay e por isso me deu

essa camisa? O que você acha?”, perguntou Luan. Respondi que ele estava bonito ao se vestir com aquela camisa. Mas Luan continuava demonstrando um certo ar de preocupação: “Certeza que não estar muito gay? Será que sou tão gay assim, para ele dar-me essa camisa? Queria trocá-la, mas fica chato, né?”. Procurando entender o ponto de vista de Luan, respondi: “Luan, sua camisa está linda, bem na moda. Está ótimo, mas, se não está se sentindo bem, vai lá trocar por outra camisa, que eu te espero aqui”. Rapidamente Luan tirou aquela camisa e resolveu vestir uma camisa mais neutra.

Nas análises de Altaf e Troccoli (2011), o mercado GLS criou um padrão gay, este padrão refere-se a homens que usam roupas de marcas famosas, como *CK*. São roupas que costumam ser descoladas, pois modelam todo o corpo, destacando os músculos. Para Luan, esse tipo de roupa acaba dando visibilidade à sexualidade de quem a usa, nesse sentido, ele comenta que: “não preciso sair gritando que sou gay, né? Uma coisa é na boate, entre amigos, outra coisa é no trabalho, no ambiente familiar”.

Como se pode assinalar, a partir das duas trajetórias individuais aqui apresentadas, Gabriel e Luan têm em comum o fato de serem discretos quanto a sua sexualidade. “Ninguém precisa saber da minha vida pessoal”, comenta Luan. Nesse sentido, cada um encontra sua forma particular de negociar a visibilidade de suas relações homoeróticas. Deste modo, “sou gay, mas não preciso dar pinta”, sob o ponto de vista dos meus colaboradores, sintetiza as disposições morais e visões de mundo que regem seus comportamentos em lugares públicos, ou seja, sua performatização pública das suas vidas íntimas e sexuais. Assim, a partir de uma gramática moral – como uma resposta localizada e contextual - ambos compartilham o desejo de “passar-se por” hétero, para tanto, procuram manter uma presumida heterossexualidade no cotidiano dos laços familiares, no ambiente profissional e nos espaços públicos.

Considerações

Neste artigo, a partir de uma abordagem antropológica, procurei analisar como os meus colaboradores elaboram o processo de construção de suas performances masculinas. Para tanto, tentei destacar particularmente os processos ambíguos e ambivalentes que integram esse processo de elaboração individual e coletiva.

Nesse sentido, apresentei os estilos de vida e as visões de mundo dos meus colaboradores, atentando para os seus discursos a respeito de uma ‘identidade gay’ hegemônica – reivindicada pelo mercado e transformada em produto de consumo - com o intuito de apreender a forma

como eles negociam a visibilidade de suas relações homoeróticas e performatizam suas masculinidades.

Deste modo, na visão de mundo dos meus colaboradores, existem formas menos marcadas de identificar-se 'homossexual'. Para estes, assim, é a combinação entre o uso de uma roupa mais discreta e a 'academia com moderação' que produziria a construção de uma estética heterossexual. Estética esta relevante para o processo de negociação da visibilidade de suas vidas íntimas e para a manutenção da discrição, tanto no espaço privado de relações familiares e de amizades, quanto nos espaços públicos e profissionais.

Referências

AGIER, Michel. *Antropologia da cidade: lugares, situações, movimentos*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.

ALTAF, Joyce Gonçalves; TROCCOLI, Irene Raguene. *Esta roupa é a minha cara: gays, luxo e consumo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

FRANÇA, Isadora Lins. *Sobre "guetos" e "rótulos": tensões no mercado GLS na cidade de São Paulo*. *cadernos pagu* (28), janeiro-junho de 2007:227-255.

MAGNANI, José Guilherme. *Da periferia ao centro: trajetórias de pesquisa em antropologia urbana*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2012.

MISKOLCI, Richard. A gramática do Armário: notas sobre segredos e mentiras em relações homoeróticas masculinas mediadas digitalmente. In: Pelúcio, Larissa; Souza, Luis Antonio Francisco de et alli. (Org.). *Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia*. 1ed. Marília: Cultura Acadêmica, 2012, v. 1, p. 35-55.

MISKOLCI, Richard. Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. *Bagoas - Estudos gays: gêneros e sexualidades*, n.11 de 2014: 51-78.

OLIVEIRA, Jainara Gomes de. **Prazer e risco: um estudo antropológico sobre práticas homoeróticas entre mulheres em João Pessoa, PB**. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa. 2014.

VELHO, Gilberto. *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*. 3 ed., Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.