



SAINDO DOS ARMÁRIOS?

Anderson Schirmer¹

Resumo: A Parada do Orgulho LGBT de São Paulo, com mais de 10 anos de existência, mostra-se ser atualmente a maior expressão do Movimento Homossexual Brasileiro. A imagem social da Parada Gay é expressa entre o discurso reivindicatório e o modelo lúdico da celebração, o que tem dividido a opinião pública e os militantes. Buscando as origens e bases da Parada do Orgulho LGBT para responder tal contradição que chegamos as Políticas de Identidade e o conceito de “Sair do Armário”. Mas, saindo do armário podemos cair no fosso do Mercado? Operacionalizando o objeto Parada trazemos a crítica à esta lógica, do ponto de vista da Psicanálise.

Palavras-chave: Parada LGBT de São Paulo, Políticas de Identidade, Psicanálise, Slavoj Žižek.

Introdução

Nos últimos anos, em um dia de Parada do Orgulho de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT) em São Paulo, é possível perceber mudanças na movimentação da metrópole: grupos de jovens com sorriso pronto a se abrir; automóveis que passam tocando música eletrônica em bom e alto volume; nos vagões do metrô, ouvem-se gritos que repetem os jargões das Drags. Uma imensa bandeira simboliza uma onda de “orgulho” oriunda da Avenida Paulista, onde acontece o evento, e reverbera em diversos pontos da cidade em um belo exemplar de cidadania. Autoridades e artistas, timidamente ou não, expressam seu apoio e o discurso político abre e perpassa a folia que marca a data.

Persistente e corrente, o discurso propagado pela Parada é o de direitos iguais, tolerância, diversidade, respeito e outros valores humanitários e democráticos. Haveria um pote de ouro do outro lado do arco-íris? Ou o contrário? O que a Parada como vitrine histórica do “meio gay” pode dizer do Movimento Homossexual como um todo?

¹ Doutorando em Psicologia Social no Núcleo Psicanálise e Sociedade/PUC-SP. andschirmer@yahoo.com.br – Artigo extraído da dissertação de mestrado desenvolvido na mesma instituição: “Saindo dos armários” – A Análise das Políticas de Identidade na formação da Parada GLBT de São Paulo: um contraponto pela Psicanálise. (Schirmer, 2010).

Qual é este discurso? O que ele acusa ou tampona do “pano de fundo” que baseia as estratégias e a política que produziu este evento?

Investigando a origem da idéia da Parada GLBT, chegamos ao percurso do Movimento Homossexual no Brasil (MHB), que começa a se mostrar mais contundente a partir da abertura política nos anos 70: a primeira onda. Os anos 80 foram marcados pelo surgimento da aids e com ele houve um declínio e/ou transformação do Movimento. A terceira onda, nos anos 90, é marcada por um forte reflorescimento. Regina Facchini publica em seu livro “Sopa de Letrinhas? Movimento Homossexual e a Produção de Identidades Coletivas nos anos 1990” a complexa receita da “Sopa”, no sentido de demonstrar o que estas “letrinhas”, que formam diversas denominações de grupos, revelam: “*Processos de construção e reconstrução de identidades coletivas, as implicações que elas têm em termos de inclusão ou exclusão de comportamentos aos indivíduos que poderiam ser alvos da ação do movimento*”. (Facchini 2005:272).

A revisão bibliográfica aponta que não é obvio definir o que é ter uma identidade homossexual. Modelos antiautoritários e anticlassificatórios chegaram a ter uma relevante aparição no final (e em consequência) do término da Ditadura. Ao descrever a história do MHB, Louro (2001:543) nos conta que “*pouco a pouco se constrói a idéia de uma comunidade homossexual*”, e que “*ao final dos anos 70 a política gay e lésbica abandonava o modelo que pretendia a libertação através da transformação do sistema e se encaminhava para um modelo mais ‘étnico’*”.

A autora aponta que “*O dilema entre ‘assumir-se’ ou ‘permanecer enrustido’ (no armário – closet) passa a ser fundamental e um elemento indispensável para a comunidade*” (Louro, 2001:543). Lutar na arena política passou a ser precedido por uma [auto] classificação e postura: identidade e visibilidade. O termo homossexual, que já vigorava historicamente no campo médico, passa a ter também um sentido político.

O mercado segmentado através do inicial selo GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes) aparece na década de 90, como suporte a outro novo “ator social”: empresários interessados em um novo nicho comercial são entendidos como “*aliados potenciais do movimento*” (Facchini, 2005:176).

Definição de Identidade e Mercado, componentes de uma Política de Identidade (P.I). Interpretando a proposta moderna - igualdade, liberdade e fraternidade - como falível e o projeto Iluminista como sendo o responsável pela exclusão do sujeito na construção da Ciência, e pela negligência da mediação social, os pós-modernos, abatidos também com a morte do socialismo real, partiram a se engajar nas lutas pelas

“minorias” e em defesa das “diferenças”. Junto aos destroços do muro de Berlim ficaram também a noção de luta de classes e as demais idéias marxistas.

As Políticas de Identidade formataram o Movimento Homossexual Americano, e este influenciou fortemente o Movimento Homossexual Brasileiro. Trazemos Slavoj Žižek e suas considerações ao que ele localiza nestes movimentos, o que chama de “Multiculturalismo ou A Lógica Cultural do Capitalismo Multinacional” (2005). Žižek constrói um pensamento em que dissecar os invólucros mais amplos que constituem o mundo moderno/globalizado, onde é crucial questionar *“Como reinventar o espaço político nas atuais condições da globalização? A politização da série de lutas particulares que deixa intacto o processo global do capital é insuficiente”*. (Žižek, 2005:39).

O autor aborda o direcionamento que o mal-estar freudiano toma na lógica capitalista, que aparece na dissimulação deste mesmo mal-estar, muitas vezes em uma atitude “politicamente correta”. Desta forma, o pensador apresenta outra arena política, onde o discurso de cada adversário mantém sempre seu duplo - porque confuso, cínico, hipócrita, “sem dolo”. A intolerância ao estigmatizado nunca é desmascarada porque o disfarce desta utiliza-se dos mesmos “valores democráticos” que justificam o discurso do dominador, o que Žižek chama de neofascismo. As Políticas de Identidade reconhecem a possibilidade deste nó? Se sim, como planejam resolvê-lo? A própria noção de Identidade é aqui questionada em seus propósitos: político e comercial?

As identificações a outros modelos e imperativos de gozo demonstram que fundir o sujeito à personagem social é arriscado, e mesmo quando se faz semblante já oferece riscos e não encobre a diferença econômica. No entanto, igualmente não podemos negar as contribuições das P. I.s no aumento da visibilidade das questões LGBTs – por exemplo, através das Paradas - e na criação de órgãos de Governo que assistam à comunidade, o que no mínimo serve para fomentar reflexões. Cabe então perguntar: como salvaguardar o lugar de sujeito nas P.I.s sem falseá-lo em uma Identidade? De que maneira pode-se dar um lugar de importância aos Direitos LGBTs na sociedade sem reduzi-los a políticas que os fixem a subsecretarias, coordenadorias e ‘terceiros setores’ que o representem? É possível sustentar a tensão para que a Parada do Orgulho GLBT não se torne mero evento turístico-folclórico - que responde às exigências de um caráter lúdico-festivo por uma fatia de seu próprio público - mas possa servir também como ponto de identificação e mobilização política?

A construção histórica da Identidade “Gay” no Brasil

Desde os anos 70 que o Movimento Homossexual Brasileiro vem buscando sua Identidade e – titubeante ou não – a formação do personagem gay, sobretudo para positivar a imagem, lutar contra a histórica violência e patologização do desejo. As questões como a definição de uma Identidade, com um grande esforço em desvencilhar-se da Esquerda e a recusa a uma institucionalização qualquer, são o que mais marcam a “primeira onda” do movimento. Construir uma identidade foi preciso, sobretudo para constituição do ator político. Para Gamson (1998 apud Facchini 2005:29): “(...) *as identidades coletivas são necessárias para uma ação coletiva bem-sucedida, mas aparecem, geralmente como um fim em si mesma*”. Trata-se, na visão da militância, de uma possibilidade de desconstrução dos estereótipos “clássicos” nacionais – e do tratamento dado a estes. Buscava-se uma definição mais estanque, pois só de uma Identidade Homossexual surgiria uma Identidade Política; uma maneira possível uma para uma de Política de Identidade.

Na revisão bibliográfica sobre a história do MHB, os anos 80 ficam marcados claramente por duas questões: a diluição entre grupos que se aproximaram definitivamente dos partidos de Esquerda em contraponto com os que se recusaram a tal estratégia e/ou buscaram o formato ONG, e também o surgimento da aids com as suas consequências.

A peste do sexo, a aids, altera todo o panorama do MHB, e acaba sendo entendida por alguns militantes como declínio, e por outros, apenas como transformação do Movimento. Com o surgimento da doença, confirmado em 1983, o MHB toma novos caminhos: “*respondendo às necessidades, inaugurou-se um novo tipo de relacionamento entre homossexuais organizados e órgãos governamentais, o que foi conveniente para ambos*” (Trevisan, 2000:368). A nova epidemia tem um papel muito mais amplo do que somente na esfera política da história da homossexualidade; matou muitos e estigmatizou até hoje os homossexuais como o grupo central ou preferencial de contaminação, porém em contrapartida unificou o MHB e promoveu a visibilidade desejada e nunca antes alcançada pelo mesmo. Aqui nos interessa recortar brevemente como a ligação entre aids e homossexualidade contribuiu para a noção de Política de Identidade que conhecemos hoje: o quanto conseguir uma comunicação com os homossexuais profissionalizou uma militância para informar o Estado sobre tais doentes

potenciais e assim frear a epidemia. Em contrapartida a militância exigiu respostas do Estado, além de recursos, poder e notoriedade.

Nos anos 80, a nova militância não estaria mais interessada em projetos de transformações sociais, mas em questões focais como Direitos Civis. A maneira como os grupos dos anos 70 realizavam suas reuniões, com uma espécie de trocas de experiências pessoais, no estilo “o pessoal é político, o sexo é político” - como ilustra o jargão: “sexo anal derruba o capital” - não é mais central nos grupos dos anos 80, onde o que mais preocupava eram questões como as leis e as intervenções junto às políticas para combate à aids. Nos anos 80, os grupos buscam uma política pragmática e o caráter marginal da homossexualidade deve ser adequado a um perfil mais “cidadão”. Se nos 70 estava sendo constituída a identidade do ativista homossexual, os grupos dos anos 80 já percebiam esta questão como dada e a tentativa era de transformar a imagem social da população homoerótica. O jargão da vez era “é legal ser homossexual”, guardando no duplo sentido da palavra “legal” um orgulho e um direito.

Há avaliações diferentes da situação do MHB realizadas no início dos anos 90. Parte dos grupos considera que, com a questão da Identidade mais bem definida, no sentido de ser cada vez mais adotada; a distribuição dos antirretrovirais e um sistema de saúde para aids que já “caminhava sozinho”; e uma “abertura” política “completa”, com a consolidação da democracia que temos, o Movimento Homossexual chega reflorescido aos anos 90. Sem dúvida, os encontros dos grupos são muito mais numerosos, com periodicidade anual, notórios, e com muito mais participantes, o que demonstra maior crescimento e distribuição por todo país.

Outra parte dos ativistas parece chegar aos anos 90 constatando o que definem ser um saldo melancólico (Trevisan, 2000), sobretudo decepcionado com um público apolítico: *“Ao contrário do que certos setores do ativismo guei ingenuamente sonhavam (e eu entre eles), descobriu-se que a subversão não está embutida na vivência homossexual da mesma forma como os gregos se esconderam no cavalo de Tróia”*. (Trevisan, 2000:365). O autor lamenta a falta de solidariedade até mesmo entre os “sexualmente oprimidos”, e aponta que as reivindicações foram cada vez mais se tornando um discurso de absoluta exclusividade dos grupos ativistas.

Temos então um Movimento cada vez mais pós-moderno e a Parada que surge nos anos 90 vai ilustrá-lo. O que fica de fora é como as diferenças de classe ressuscita sempre barrando a construção de uma Identidade que pudesse unir os LGBTs, certamente por esta união imprescindir de uma ponte pelo Mercado.

Mercado Gay e Movimento LGBT

É possível constatar, que já haviam muitos lugares no Brasil, sobretudo bares e boates que desde muito já eram conhecidos pela frequência de um público homossexual, na época ainda autodenominados por “entendidos” (sinônimo para homossexuais). Mas, é nos anos de 1990 que o Mercado passa definitivamente a enxergar os gays, e isto traz consequências. Na análise de Trevisan (2000): *“A efervescência mercadológica produziu, no Brasil, um novo empresariado homossexual com perfil mais definido e personalizado, que de um modo ou do outro acabou se aproximando das lutas pelos direitos civis dos seus consumidores”* (Trevisan, 2000: 376). A primeira avaliação do ativista é obviamente positiva.

Surge também nesta década de 90, o conceito GLS, imitação à brasileira do *gay friendly* americano, que hoje já se instala sem problemas. Para o autor, este conceito permitiu a expansão do gueto, dando margem a possibilidades mais amplas, porém cabe apontar: tudo no campo da cultura do consumo - estímulo ao acesso a produtos que imprimem o estilo de vida gay - ou cultura de consumo – a saber: produtos culturais, como: peças, filmes, moda e música gay. Na lógica de cidadão pagador de impostos e cumpridor de deveres e, portanto, digno de direitos, entende-se o homossexual como valorizado consumidor, essencial para o capitalismo. Neste sentido, Identidade e lógica econômica e cultural se enamoram, mas mantém-se a exclusão:

Vale ressaltar que a identidade gay parece ser adotada, sobretudo por homossexuais masculinos e brancos de classe média. Este fenômeno se explica pelo fato de que é mais fácil (econômica e socialmente) para estes indivíduos se identificarem e viverem abertamente como homossexuais do que para lésbicas, os negros e os pobres. (Nunan, 2003:118).

Já na visão de Facchini (2005) o mercado ajuda a “elevar a auto-estima” (sic) dos homossexuais, e geralmente os conflitos entre o movimento e empresariado GLS só aparecem quando há interesses divergentes (França, 2006). Para Facchini, pessoas que vivem experiências semelhantes tendem a consumir os mesmos produtos, de modo que, na visão da antropóloga, consumo e construção de identidade se entrelaçam. Público-alvo de consumo ou serviço e cidadão de direito tornam-se muito próximos e parece que condicionados um ao outro.

A maneira como os norte-americanos estruturaram o Movimento Homossexual como Movimento Social e o exportou para o mundo criou a simbiose entre Mercado e Direitos. Trevisan avalia que a relação entre Mercado e o movimento terá “*longa vida no conceituário brasileiro das novas culturas de resistência*” (Trevisan 2000:377). No movimento inaugurado na pequena revolução no *Stonnewall-inn* – ou seja, já dentro de um comércio – pregava-se uma cartilha de dois passos contra a violência: visibilidade e reivindicação, sendo que no intervalo entre uma palavra e outra, está a noção de consumidor-cidadão. Resta saber, entre consumidor e cidadão, a quem o mercado prefere servir... Afinal, falamos de valores democráticos ou valores financeiros?

Enquanto na perspectiva das Teorias de Identidade, a homossexualidade em si não é considerada uma escolha, pode-se dizer que em sentido político, o indivíduo de fato escolhe tornar-se gay - isto é, adotar publicamente uma identidade gay. De acordo com a teoria que embasou o movimento, isto acontece quando o homossexual atravessa o rito de passagem conhecido como *coming out of the closet!*, ou seja: sair do armário!

Podemos perceber que a estratégia na criação e consolidação de uma cultura de consumo gay, e mesmo a utilização desta na construção do ator político não é assumida como via legítima na exigência de igualdades de direitos, e para muitos militantes tal relação poderia ser mais ampla e melhor explorada.

A gama de comércios e serviços segmentados é vasta; uma série de produtos exclusivos ou direcionados dentro de estabelecimentos não exclusivos, mas “simpatizantes” do público gay, vezes como demonstração de sincera indiferenciação, vezes como possível oportunismo. De fato, a história do Movimento Homossexual Brasileiro não é possível de ser retratada, a partir dos anos de 1990, se não em paralelo com a do Mercado Segmentado. Especificamente na cidade de São Paulo, a região e o status de bares e boates, onde estes “tipos” frequentam também dizem de sua Identidade. Basicamente há os que vão a casas com preços mais altos e em bairros de classe média-alta e os que frequentam os lugares com preços populares, que geralmente se localizam no Centro da cidade.

É mais possível dizer de uma comunidade homossexual pela via de uma Identidade de classe - e do estilo de consumo correspondente a esta - do que por uma ligação contra o preconceito e discriminação. Mesmo o sentido qualquer de pertença - às vezes tão destacado pelo discurso de defesa do Mercado como ponto de amarração - segue igual lógica, ou seja, um homossexual frequentador da *The Week* é mais possível que se identifique com um outro homossexual de mesma classe de Nova York ou Paris,

por exemplo, do que com um outro gay frequentador da Rua Viera de Carvalho . O tipo de violência e discriminação a que estes dois personagens estão expostos e sofrem não são iguais, a semelhança entre estes grupos volta ao único comum: a orientação sexual.

Questionamos ainda calcados nos pressupostos desta lógica mercadológica de subjetividade: os sujeitos com menos acesso a bens materiais seriam prejudicados em suas narrativas de vida e na sua Identidade? Quais são as escolhas reais daqueles com pouco ou nenhum acesso a bens? Teriam estes prejuízos na sua “auto identidade”, e, portanto, na sua “identidade sexual”? Apresentariam esses sujeitos maiores dificuldades em reconhecer seus objetos de demanda? Dá pra “Sair do armário” sem que seja para e pelas compras?

Ora, é preciso definir o que é do campo da política - e encarar o Mercado como apoio ou não neste jogo - e o que é do campo do sujeito. Do contrário estaremos fixados na idéia do produto como algo que pode dar conta de todas as esferas da subjetividade, - aqui na concepção da Psicanálise – a saber: da falta ser, da incompletude inerente ao sujeito, sua castração. O “estilo de vida”, tão sagrado nas P.I.s parece querer poder fazer colar o sujeito ao que dele se apresenta ao Outro, como lugar imaginário da verdade. O “Outro” é um complexo conceito de Lacan, que remete ao Social; inerente ao laço em sociedade. O que cobra uma superveniência em troca de uma “segurança”. No entanto, Lacan marca que não existe Outro do Outro, a não ser na ilusão. A lógica do mercado obviamente parece se apropriar de todo sentido nesta ligação.

A Parada do Orgulho GLBT de São Paulo

No Brasil da década de 1990 o mercado segmentado gay já estava bastante desenvolvido. O conceito GLS ampliara em muito o gueto. A Militância Homossexual estava bem melhor articulada, organizada e com um calendário de encontros e debates onde tratava dos próximos passos que deveriam seguir, e fora em um destes encontros que se decidiu fazer a Parada Zero de São Paulo.

Tratou-se de um protesto pelo Centro da cidade que imbuuiu nos ativistas ligados a diversos grupos de militância gay um desejo de expandirem o formato de ação coletiva de visibilidade pública que fosse avesso aos protestos de Esquerda, por isto um formato de “passeata festiva”, ainda que o caráter político fosse bem mais destacável nesta manifestação do que nos anos posteriores.

Se analisarmos sob uma perspectiva histórica do MHB, certamente aquilo que o Grupo Somos nos anos 70 considerava como “mais político”, ou seja, politizar o pessoal, o convívio, o cotidiano, se recusando às institucionalizações e à prática da política formal, é considerado na visão de Silva (2006) como o mais apolítico ou falta de consciência política, pois agora era preciso para ser político se ligar ao grupo de manifestação definido e organizado.

Em 1999 se cria a APOGLBT, de acordo com o seu Estatuto trata-se de uma instituição sem fins lucrativos, “destituída de natureza política partidária ou religiosa” (site: apoglb – estatuto quarta alteração), que tem como objetivos:

Organização, realização e promoção do Mês do Orgulho LGBT de São Paulo; Mobilização social por direitos, legislação e políticas públicas; Reuniões temáticas abertas; Registro de declaração de convivência homoafetiva; Registro de ocorrências de discriminação e violência; Acolhimento e encaminhamento de casos de discriminação e violência; Capacitação de novos ativistas; Intervenções educativas em locais de frequência LGBT; Prevenção primária e secundária às DST/Aids e hepatites; Promoção da saúde integral; Intervenções educativas em universidades, escolas e empresas; Suporte a pesquisadores e estudantes; Estágio supervisionado para universitários; Atividades culturais e incentivo à cultura LGBT”. (site: apoglb – estatuto quarta alteração).

O crescimento da APOGLBT se dá na medida em que o número de participantes aumenta nas Paradas. A atenção dada pelos os órgãos públicos, sobretudo os municipais, também. A criação da Associação para coordenar o evento Parada vai mudar definitivamente daí para frente. O caráter mais político que marcou as duas primeiras manifestações fica atenuado ou nulo, o que vai gerar críticas ao sentido da Parada, que por muitas vezes será chamada de “festa” e “micareta à paulista”, como verificaremos nas edições posteriores. Para alguns, se altera a concepção política do evento (Silva, 2006); para outros, se perde toda a concepção de manifestação ou se confunde de maneira arriscada com o Carnaval (Green apud Mena, FSP: 29/05/05).

Avaliar avanços e entraves, fazer as críticas e apontamentos não é tarefa fácil, e não pode ser feita sem dialética e ponderação. A décima terceira edição da Parada às vezes nos remete à uma imagem onde democracia e respeito às diferenças apresentam-se de forma clara; mas também a diversas fotografias onde há intolerância e a violência máxima estão marcadas em todo o contorno. É tudo muito menos caricatural do que a primeira vista parece ser.

Nos últimos três anos vemos uma política mais presente, mas a politicagem não mais se intimida. Um hiato na relação com o Mercado é agora mais explícito e fica nítido o quanto o comércio GLS está disposto a apoiar o Movimento e como se reconhece no centro dos pontos de amarração entre o estilo de vida, ativismo político e lazer homossexual. O mais importante da pesquisa e na análise da Parada é como esta representa os conflitos internos do Movimento e deste último com a “sociedade em geral”. Nossa pesquisa defende que a Parada é sim, uma via de representação, apresentação e diálogo intra-entre Movimentos e deste com a Sociedade.

A Crítica de Žižek as Políticas de Identidade

Slavoj Žižek, esloveno, professor da Universidade de Liubliana, constrói um pensamento em que disseca os invólucros mais amplos que constituem o mundo moderno/globalizado: a ideologia (mesmo quando mascarada de não-ideológica); a política (mesmo quando discursada como “apolítica”). Enfim, toda uma análise à lógica de retro alicerce do capitalismo.

Neste sentido, questiona-se as Políticas de Identidade, uma vez que tratariam apenas de uma inclusão em um sistema deficiente: “(...) *o velho Capital. Assim, a defesa da perspectiva universalista transforma-se em crítica à falsa universalidade do automatismo do Capital e aos seus produtos, mesmo que eles teimem em esconder o selo de fábrica*”. (Safatle, 2000:6).

Estamos sim, reiteradamente, no campo da luta de classes; trata-se do que não pode ser negligenciado, e que aparece com toda sua força nas relações do Movimento LGBT (intra e extra grupo) disfarçadas em significantes como feios, agressivos, bizarros etc. A Identidade na égide de uma política de equivalências de direitos e respeito às diferenças de posição na Identidade não supera a diferença maior, a econômica, esta mesma que hoje afasta grande parte dos gays que não vão mais a Parada por considerá-la cheia de gente pobre e baderneira.

Afirmar que as lutas particulares é uma estratégia capitalista para desmobilizar a luta de classe, não significa deslegitimar o lugar marginal (e sofrível) das mulheres, dos negros e dos gays. Ao contrário, cabe sim demonstrar os usos dessa manipulação, que além de impossibilitarem transformações radicais, consolidam o lugar duplamente ruim, porque ao mesmo tempo vitimizador e de vitimização, destes sujeitos.

A aparência de harmonia se traveste de tolerância, como um vulto de legítima aceitação. Mas só é aceito aquilo que não contradiz agressivamente o ideário masculino e consumidor, aquele que não revele a diferença sexual intransponível e a diferença econômica indigesta. A tolerância é possível apenas no semblante do padrão, filtrando a essência, como nos aponta o autor:

Em certo nível, esse discurso prega a tolerância universal, mas, se você examinar mais de perto, verá que há um conjunto de condições ocultas, que revela que o indivíduo só é tolerado na medida em que se assemelhe a todos os outros – o discurso determina o que deve ser tolerado. Portanto, na realidade, a cultura atual da tolerância subsiste por meio de uma intolerância radical a qualquer Alteridade verdadeira, a qualquer ameaça real às convenções existentes. (Žižek, 2006:149).

Žižek (2005) identifica uma manobra a transposição do universal para um conteúdo particular. Uma ligação carregada de ideologia - no sentido althusseriano- , de modo a tamponar o que de fato há no real. Para funcionar, a ideologia dominante tem de incorporar uma série de características nas quais a maioria explorada seja capaz de reconhecer suas aspirações autênticas: *“Em outras palavras, cada universalidade hegemônica tem de incorporar pelo menos dois conteúdos particulares – o conteúdo popular autêntico, a sua distorção pelas relações de dominação e exploração”* (2005:33). A personagem conteúdo-particular caberia vir “encarnar” aspectos recalcados do universal. Ao analisarmos os temas da Parada verificamos a insistente convocação exatamente de pontos universais: família, trabalho, educação (escola), justiça, cidadania...

O sub-contexto básico e intrincado é que a população LGBT quer demonstrar, sob a tônica da diversidade de seus membros, seu afeto em público, seu modo “extravagante”, “seu jeito mesclado de se identificar com masculino e feminino”, sua sexualidade “descabida”, e o pior, por vezes a incrível semelhança destas características com os heterossexuais. Neste sentido o intolerável então é a semelhança!

São muitos os temas postos em jogo, que a tolerância não é capaz de abarcar: *“Mas o que se aceita é um aspecto superficial, relativamente insignificante, que não incomoda ninguém. No fim, o que temos é um Outro censurado. O Outro é aceito, mas somente na medida em que for aprovado por nossos padrões”* (Žižek, 2006:152). Seria o caso de mudar de estratégia e manifestar claramente o que de fato se almeja? Desvelar o conteúdo particular autêntico não colocaria em xeque o discurso da aceitação? Não

exigiria um posicionamento franco (e do nível do ato psicanalítico) por parte de todos os envolvidos, simpatizantes ou não à causa?

A Personagem, muitas vezes ao assumir a conotação “simpática” que lhe é atribuída, não percebe que aceita o seu avesso segregador. Para Žižek esta Personagem é cooptada para manutenção da ideologia dominante na medida em que pode ser vitimizada ou condenada, dependendo dos interesses da lógica do poder. De acordo com o autor, a tolerância liberal só pode conceber o “diferente” na medida em que esse é privado de sua substância, e assim possa ser estetizado, folclorizado. Desta maneira a cultura LGBT chega com o “deboche”, “sensibilidade” e outros “qualitativos” aos quais devem ficar aprisionados, para não parecerem e exigirem como os heterossexuais! Respeitar a diferença passa ser na direção do afastamento.

A questão das políticas de Identidade para Žižek é que, para além de tamponar a luta de classes - ainda que não possamos deixar de pontuar que este seja o problema fundamental que ele aponta nas P.I.s. -, o autor identifica uma manobra que mantém a sociedade longe de uma política real, como corrobora um dos seus críticos:

A política da identidade pós-moderna, de estilos de vida particulares (étnicos, sexuais e assim por diante), se encaixa perfeitamente na noção despolitizada de sociedade’, onde ‘cada grupo particular é considerado e tem o seu status específico (de vitimizado) reconhecido através da ação afirmativa ou outras medidas. (Parker, 2005:150).

Neste sentido as P. I.s tornam –se a falência das políticas universais. O tratamento dispensado ao grupo particular é muitas vezes o de desviar sutilmente a atenção da vitimização maior: a pobreza gerada por uma distribuição de renda injusta que se perpetua um sistema de saúde ineficaz, a dificuldade de se educar a população, tanto no que concerne à formação escolar e técnica quanto em relação a noções de cidadania e convivência. Não foi exatamente na eleição do particular em detrimento do universal que se concebeu o ambulatório específico para travestis e transexuais no Estado de São Paulo? Não foi usurpando este pensamento que se passou a discutir – e se criar - escolas, condomínios e asilos específicos para a população LGBT? Não é conveniente que os Estados prefiram contratar meia dúzia de especialistas a treinar todo seu funcionalismo - sobretudo da educação e da saúde - para tratar com respeito um transgênero? Não seria este um cidadão, que tem direito ao respeito como qualquer outro, conforme reza a lei? O trágico da política de afirmação é que ela se nega a

insistir na correção daquilo que não funciona no sistema universal, fazendo semblante de mudança concreta.

Não se trata, portanto, de clamar por tolerância e respeito, como postulam as Políticas de Identidade em defesa dos gays ou das outras populações marginalizadas. O problema é que no debate político – na busca de soluções de conflitos – calcado na Identidade, uma verdade que possa balizar as posições e possibilitar uma negociação é inatingível; configura-se, em última instância, uma arena política em que “cada um é por si”, pois sendo tão subjetiva cada reivindicação, o que sobra é ação e contra-ação. Como nos aponta Žižek (2006):

Acho que o erro fundamental é que a autenticidade suprema fica baseada na idéia de que só a pessoa imediatamente afetada pelas circunstâncias é capaz de contar a história verdadeira de seu sofrimento – digamos, só a negra homossexual é realmente capaz de dizer o que significa ser uma negra homossexual, e assim por diante. Mas, como diz Deleuze em algum lugar, a referência à singularidade da experiência, como base argumentativa, acaba sempre em uma postura reacionária. (Žižek, 2006:175)

Não é esta suprema singularidade que legitima o debate entre conservadores e liberais que entram as questões LGBTs no Brasil e no mundo? Por que um reacionário ou homofóbico deveria abrir mão de seus valores e crenças, cuja importância e verdade só são compreendidas por ele? É na defesa de um ideal de mundo que os LGBTs e seus opositores utilizam a representação política. E é na democracia jocosa que os avanços dos direitos LGBTs parecem impossíveis de se consolidar.

Este é o paradoxo posto nas lutas LGBTs; ainda que o Estado “ceda”, “progrida”, “compreenda melhor ‘os gays’”, ele está também discriminando, como uma categoria inferior “positivada”, como se estivesse a dizer que agora tolera e respeita, e assim mostra como é avançado e bom. Para Žižek não se trata de desconsiderar a exclusão de grupo particular qualquer, mas de buscar a verdade universal encarnada neste grupo. A rejeição sofrida pelo diferente não se refere à necessidade de positivá-lo, mas ao problema de intolerância que precisa ser resolvido na sociedade. Tal repulsa é representativa e “resolvê-la” em utopia virtuosa de harmonia das equivalências negligencia a intolerância que ressurge em formas e nuances sutis, com estrutura similar a de um chiste, um retorno do recalcado, um sintoma: novas formas da homofobia!

Considerações Finais

O maior desafio aqui foi tecer uma crítica que não desconsiderasse o percurso de um Movimento tão novo e importante quanto o MHB, que tem em seu percalço setores ultraconservadores e ainda muito direitos a conquistar. Porém, um ponto que escapa às perspectivas de avanço e estratégias de luta é o risco da adoção de uma Identidade remontar preconceitos de classe. Dizendo de outra maneira, os conflitos no próprio grupo e o preconceito escalonado no eixo das diferenças econômicas não podem ser negligenciados.

A pesquisa sobre a construção social da Personagem política e da própria manifestação Parada do Orgulho GLBT nos revelou a importância da criação da Identidade e sua relação com o Mercado. Hoje podemos afirmar que a visibilidade almejada atinge um dos seus pontos altos. A reflexão agora é sobre como manejá-la em prol do objetivo maior: o respeito às diferenças e semelhanças, considerando o estranhamento que a diversidade sexual provoca, bem como as desigualdades econômicas.

Notamos como o intento de insistir em uma política das diversidades particulares, sempre culmina no universal. Sem considerar este paradoxo, o MHB vai emendar-se à lógica capitalista e repetir, entre os seus, o empenho de buscar direitos a alguns e tentar oferecer algum assistencialismo a outros. Reiteradamente e sob as mais diversas configurações – certamente com cores mais fortes quando se trata de preconceito intra ou extra grupo – a diferença de classes se coloca muitas vezes tentando disfarçar-se em estereótipos, polarizadas em eufemismo como feio e bonito, bicha pão-com-ovo e bicha jardins, consumidor desejável ou condenável e outros tantos opostos. Corroboramos com o pensamento de Žižek (2006) de que a pluralidade de lutas, e por consequência, divisão de forças, é típica da manutenção da blindagem do capital.

Se a Identidade foi a ferramenta que permitiu “positivar” a homossexualidade, cabe redimensioná-la para que não se paralise imersa em comemorações e autoafirmação, enquanto seu propósito primeiro de avançar no campo de direitos esbarra em impossíveis do jogo político atual, composto de regras jocosas, pseudodemocracia, em um país que ainda exhibe índices indecentes de homofobia. Quase 40 anos de visibilidade não foram suficientes para evitar a violência. Não é hora de mudar a estratégia?

Por fim, acreditamos que se recusar a participar da Parada não é a melhor forma de discordar; ao fazê-lo estaríamos respondendo com a mesma imobilidade política que impulsionou as críticas. É preciso, sim, cada vez melhor compreensão e participação efetiva em todo o processo de sua construção. Trata-se de sustentar o universal no particular e vice-versa, esta é uma tática que apontaria para um conhecimento reflexivo e interminável (Žižek, 2005).

Referências Bibliográficas

FACCHINI, Regina. Sopa de Letrinhas? Movimento Homossexual e a Produção de Identidades Coletivas nos anos 1990. Editora Garamond, Rio de Janeiro, 2005.

FRANÇA, Isadora L. Cada Macaco no seu Galho?: Poder, Identidade e segmentação de mercado no movimento homossexual. RBCS Vol. 21 - nº60 - fevereiro/2006.

LOURO, Guacira Lopes. Teoria Queer – Uma Política Pós-Identitária Para a Educação. Estudos Feministas 541 - 2/2001.

MENA, Fernanda. “Parada Pode Virar Carnaval”. Folha de São Paulo, 29/05/2005.

NUNAN, Adriana. Homossexualidade – do preconceito aos padrões de consumo. Editora Caravansarai – Rio de Janeiro – 2003.

PARKER, Ian, et al. A Política – Repetindo Marx. In: Žižek Crítico - Política e Psicanálise na Era do Multiculturalismo. Hackers Editores, São Paulo, 2005

SAFATLE, Vladimir. “Žižek passa a escrever na Folha”. Folha de São Paulo, 2005.

SCHIRMER, A. “Saindo dos armários?” – A análise das Políticas de Identidade na formação da Parada do Orgulho GLBT de São Paulo: um contraponto pela psicanálise. Dissertação de Mestrado. PUC/2010.

SILVA, Alessandro S. Marchando pelo Arco-Íris da Política: A Parada Orgulho LGBT na Construção da Consciência Coletiva do Movimento LGBT no Brasil, Espanha e Portugal. Tese de doutorado em Psicologia Social - PUC/SP – 2006.

TREVISAN, João Silvério. Devassos no Paraíso – A Homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. São Paulo, SP: Editora Record, 2000.

ŽIŽEK, Slavoj. et al. Multiculturalismo ou A Lógica Cultural do Capitalismo Multicultural. In. Žižek Crítico - Política e Psicanálise na Era do Multiculturalismo. Hackers Editores, São Paulo, 2005.

ŽIŽEK, Slavoj. Arriscar o Impossível – Conversas com Žižek/ Slavoj Žižek, Glyn Daly – São Paulo: Martins, 2006 – Coleção Dialética.
