

**Em busca da homocultura perdida.  
A *flânerie* no cenário GLBT em Belo Horizonte<sup>1</sup>**

Daniel Rezende Campos<sup>2</sup>

Professor do Centro Universitário de Belo Horizonte – UNI-BH

**Resumo**

O *flâneur* pode estar em qualquer lugar, basta saber olhar a cidade com os olhos atentos, buscar caminhos e perceber o que outros ainda não viram. As cidades guardam histórias, cenários, personagens e opções para aqueles que procuram algo entre suas avenidas e suas ruas. O Barro Preto, em Belo Horizonte, é o palco de uma vida intensa. Através da publicidade, pode-se alimentar uma memória involuntária.

**Palavras-chave**

*Flâneur*; Turismo; Gays

**Corpo do trabalho**

A lama é escura. Nela se misturam homens e mulheres no dia-a-dia. Cada um pode buscar o que seus desejos mais íntimos sugerem. Outros sublimam. Alguns, apenas, olham a paisagem e contemplam o que não é mais belo. Vagueiam, param e olham pelo pára-brisa do carro em movimento o que acontece lá fora. Alguns são estrangeiros em sua própria terra. Muitos acham que a noite pode ser apenas uma criança e se esquecem do quão perigosa é por trás de uma árvore, no meio de um jardim de uma praça, pelas ruas calçadas ou asfaltadas. Têm nostalgia (melancolia do tempo dos bondes, talvez, porque, da paz, essa quase nunca existiu). O que importa é que esses muitos podem criar seus destinos, traçar seus caminhos da maneira que preferirem, mesmo que esse destino tenha um tempo frugal, como um disparo luminoso de uma câmera fotográfica digital. Seja sentado num balcão de bar entre um trago e outro, numa mesa de canto de um restaurante sem o menor estilo, no escuro de um cinema, diante

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT7 “Turismo e Construções Simbólicas” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

<sup>2</sup> Publicitário (Fafi-BH, em dez/88), diretor de criação/redator. Professor UNI-BH (Redação Publicitária para meios impressos e eletrônicos, Agências Experimentais – Trabalho de Conclusão de Curso); Coordenador da Agência Júnior Da Vinci, de Publicidade e Propaganda, membro do Colegiado do Curso e do Conselho Departamental. Pós-graduado em Comunicação: linguagem, mídias e novas tecnologias, UNI-BH.

das vitrines das lojas, dançando numa boate ou deitado numa cama de um motel barato ou no escuro de uma sauna sem saber com quem. Seus caminhos podem se apresentar através dos *flyers* que permeiam as noites, com suas imagens sedutoras e seus discursos publicitários. Essa é a diáspora que se pode fazer em uma noite, em Belo Horizonte, no bairro do Barro Preto, no melhor estilo de Lash (1997) e Feathersone (2000).

Esse momento é uma evolução reflexiva gerada de outros trabalhos já apresentados nos Intercom 2003<sup>3</sup>, 2004<sup>4</sup> e 2005<sup>5</sup>, como exemplos. No primeiro artigo, “*Os mensageiros alados e seus vôos noturnos: a flânerie no cenário GLBT em Belo Horizonte*”, falamos das diásporas que se podem fazer numa metrópole como Belo Horizonte, ainda mais em se tratando do público GLBT, conhecido por seu nomadismo. Os espaços públicos podem ser utilizados pelos atores da noite, estimulados por mensagens contidas em peças publicitárias como o *flyer*. Aqueles criativos que antes ficavam sentados em suas salas nas agências de propaganda, hoje, passam a observar todas essas movimentações sociais como se fossem *flâneurs*.

No segundo artigo apresentado em 2004, “*Estranhos em noites pontilhadas*”, tratamos de apresentar motivos que levam as pessoas buscarem a suprir suas carências, às vezes, através de viagens. Sobre o disfarce do encontro profissional ou de um fim de semana de lazer, homens que procuram outros homens fazem da peça publicitária *flyer* seus guias e marcadores urbanos e, através deles, tentam encontrar suas satisfações pessoais, realizar suas fantasias (homo)sexuais ou encontrar suas tribos. A *flânerie* contemporânea.

E no último Intercom, na UERJ, o artigo “*G Magazine: do nu à diáspora*“, falamos sobre o sucesso editorial da revista e seus pontos falhos. Através da análise do discurso dos anúncios veiculados em suas edições, tentamos apresentar um guia turístico para aqueles que procuram algum tipo de entretenimento nas principais cidades brasileiras. Não existe ainda, no Brasil, um guia específico para o público GLBT. Por trás dos ensaios fotográficos da revista, apresentam-se anunciantes dos mais variados segmentos de mercado. São através desses anúncios que muitos leitores e muitos

---

<sup>3</sup> CAMPOS, Daniel R. Os mensageiros alados e seus vôos noturnos: a *flânerie* no cenário GLBT em Belo Horizonte. In: INTERCOM., Belo Horizonte, 2003

<sup>4</sup> \_\_\_\_\_. Estranhos em noites pontilhadas. In: INTERCOM., Porto Alegre, 2004.

<sup>5</sup> \_\_\_\_\_. Revista G Magazine: do nu à diáspora turística. In: INTERCOM., Rio de Janeiro, 2005.

viajantes suprem suas satisfações, suas fantasias, seus desejos e viajam na busca de suas realizações pessoais e (homos)sexuais.

Neste trabalho, vamos tentar demarcar as mudanças de comportamento do Barro Preto, desde a sua origem até os dias atuais, ou seja, a partir dos anos 70, em que foi reconhecido como área comercial sujeita a todas as intempéries das transformações causadas pelo desenvolvimento urbano. Além disso, comparar o *flâneur* que perambulava por Paris no século XIX com os habitantes que, hoje, perambulam por esse bairro.

Esses novos *flâneurs* vagam pelas noites com seu nomadismo frenético à procura (e nunca acham) das suas caças, na diáspora do algo que os preencha e sublime suas fantasias e seus prazeres. São homens que procuram homens ou mulheres e são seduzidos e persuadidos pelos *flyers* (peça publicitária de distribuição indiscriminada) dirigidos ao público GLBT na região do Barro Preto. Veremos a possibilidade do traçado de caminhos de busca, conforme a necessidade de cada estrangeiro em sua missão: como turista, como espectador, como alvo desse espetáculo.

O que definiria uma grande cidade? Ser a cidade um espaço limitado que abriga tribos variadas? Um lugar de confrontos, ambições e desejos? Lugares feitos de memórias? O que seria passear por essa grande cidade? Quais segredos ela pode guardar: recantos, uma praça, avenidas e ruas, personagens?

Belo Horizonte é uma cidade que nasceu há pouco mais de um século. Oficialmente, em 17 de dezembro de 1893, foi definida a mudança de Vila Rica (atual Ouro Preto) para a futura capital em volta a Serra do Curral Del'Rey, então, "Cidade de Minas". Somente em 12 de dezembro de 1897 foi inaugurada a nova capital por Bias Fortes, presidente de Minas (1894-98). Vila Rica perdeu seu *status* de primeira cidade do Estado com seu casario barroco, pesado, igrejas, ruas íngremes e escorregadias, com sussurros oriundos de vidas dentro das senzalas e o peso do ouro extraído de suas veias - reminiscências de um Império -, para dar lugar à primeira cidade planejada do Brasil, através das mãos do urbanista Aarão Reis. Até 1906 chamava-se "Cidade de Minas", quando o então Governador Provisório do Estado de Minas Gerais, João Pinheiro da Silva, atendendo ao pedido popular, assinou o decreto que mudou o nome da capital para Belo Horizonte. A nova capital cresceu moderna e dinâmica, planejada e estruturada dentro dos limites da Serra do Curral Del'Rey. No seu planejamento, estava prevista uma cidade com dois setores delimitados pela Avenida do Contorno: um

urbano e outro suburbano, com “Grandes avenidas, ruas largas, quarteirões simétricos, um parque central... Tudo que lembrasse Paris, Washington, e colocasse Belo Horizonte entre as grandes cidades do mundo” (IDAS BRASIL, 2006). No entanto, a cidade passou dos limites pré-estabelecidos e se desenvolveu. Fez jus ao nome de “horizonte” e foi além. Transformou-se num “belo horizonte”, como diria o Papa João Paulo II, em uma de suas visitas à capital, olhando-a da Praça Israel Pinheiro (hoje, Praça do Papa), no alto das Mangabeiras, no final da Avenida Agulhas Negras, admirado com a paisagem aos seus pés<sup>6</sup>.

Dentro dos limites da Avenida do Contorno, colônias e vilas se formaram e ocuparam espaços. O centro comercial também foi tomando forma, o que é chamado hoje de *hypercentro*. Fora da avenida, o mesmo acontecia: as colônias e as vilas começaram a se proliferar e tomar o lugar das fazendas que existiam no início do século. A avenida que margeava o rio e cortava a cidade como um sulco, o Arrudas, começou a povoar. Aí também nasceu a colônia do Barro Preto, que está no limite extremo à zona sul, às margens do rio Arrudas. E é nesse sítio, com sua origem na imigração italiana que veio para a construção da nova capital e aqui ficou, que nosso *flâneur* irá passear.

Ao *flâneur* cabe o direito de impor sua melhor visão do espetáculo que se descortina à sua frente, diante de um cenário e de suas personagens. Ele é capaz de selecionar e editar o filme que roda diante de seus olhos. Para White (2001), o *flâneur* é capaz de converter “as mais artificiais das cidades em algo bucólico”, capaz dar a História à sua história.

Quando Aarão Reis projetou a nova capital com seus traçados, lembrando Paris e Washington, é bem provável que ele não esperasse que sua capital tivesse relações tão fortes, quase cem anos depois, de similitude com a maior cidade do mundo na Idade Moderna até o Renascimento, nem tão pouco que o personagem benjaminiano fosse exercitar seus melhores atributos por aqui. Então, é justo olharmos para a cidade

---

<sup>6</sup> Correioweb - No dia 1º de julho, o papa chega a Belo Horizonte. Mais de 2 milhões de pessoas saíram às ruas para festejar a chegada de João Paulo II à capital mineira. Um dos momentos mais marcantes da visita foi a calorosa saudação do povo: "Viva o Papa, Viva João de Deus". Em resposta, o papa proferiu as seguintes palavras: "Vocês podem olhar as montanhas atrás e dizer belo horizonte. Vocês podem olhar a cidade à frente e dizer belo horizonte. Mas, sobretudo, quando se olhar para vocês, se deve dizer: Que Belo Horizonte!". Após a visita, a praça Israel Pinheiro mudou de nome e passou a se chamar Praça do Papa. Um monumento foi construído no local do altar, onde aconteceu a celebração da missa.

como aquele *flâneur* que perambulava pelas ruas na busca de um detalhe e, assim, verificar a importância do resgate de um momento.

Com frequência o *flâneur* se mostra fatigado por não se lembrar de comer, apesar da miríade de cafés a convidá-lo a uma pausa para relaxar e partilhar de um copo ou um petisco: ‘Qual um bicho ascético, ele erra por regiões ignotas até cair duro, em total exaustão, no quarto frio e estranho que o aguarda’ (BENJAMIN, vol.II, 1985).

Dessa forma, Benjamin mostra que a *flânerie* pode ser feita em qualquer cidade, ainda mais naquelas em que o espírito e a alma de Paris estejam presentes. E Belo Horizonte tem essa alma.

A Praça da Estação pode ser o melhor exemplo de uma *aemulatio*, segundo Foucault (2002), “uma espécie de conveniência, mas que fosse liberada da lei do lugar e atuasse imóvel, na distância”. Essa imitação da construção da réplica da gare parisiense (menor em tamanho, mas cópia arquitetônica semelhante), está no centro da cidade, no início de uma das principais avenidas que cortam a cidade e rasga o limite sul do Barro Preto, a Avenida Amazonas. Esse duplo, entre a matriz e a réplica, destrói a distância criando um “espelho passivo” e cada “coisa” passa a ter sua “própria imagem projetada”. O cenário se assemelha sem nunca ser em si o original. Essa emulação é a melhor forma de “reflexo furtivo, longínquo; percorre em silêncio os espaços do mundo”. E ela acaba-se tornando uma *analogia*, combinando a *convenientia* e *aemulatio*<sup>7</sup>.

O Barro Preto, desde seu surgimento, no início do século XX, por volta das décadas de 10 e 20, abrigou, em suas ruas, personagens e histórias repletas de significados e cheias de emoção. E a história não pára. Ela circula em volta do seu próprio eixo e constrói velhas novas páginas de uma cidade, num perfeito *deja-vú*.

As cidades carregam em seu corpo uma multiplicidade de eventos e espetáculos. Seus marcadores urbanos podem realizar histórias, alegrias, tristeza, vexames e vitórias, apogeu e decadência, *epithumia* e *pudore* – desejo e pudor. E dentro de uma cidade, podemos encontrar em seus sítios outras tantas cidades, no microcosmos de *homilia* e *Koinomia* - “conjunção” e “união” -, uma da outra. Pode até ser que a zona sul não seja tão sul como deveria ser com seus palacetes, lojas de *griffes*, *shoppings centers*, bares e

<sup>7</sup> FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

restaurantes sofisticados. Assim como a norte tenha mais *glamour* que outra qualquer região com outros tantos *shoppings centers*, *playgrounds*, parques e praças e um aconchego comum entre seus moradores: uma questão de similitudes. De qualquer maneira, nas cidades encontramos as residências e as famílias, as prostitutas e os bares, os cafés e os bêbados, restaurantes, hotéis, comércio... Uma cidade abriga uma infinidade de cidades.

No percurso ao Barro Preto, saindo da Praça da Estação e seguindo pela Avenida Amazonas, chegamos a outra Praça: Raul Soares, o portal de entrada oficial do Barro Preto. A praça é um emaranhado de avenidas que se cruzam, formando um jardim desenhado, parecido com os jardins de Versalhes, com uma fonte luminosa ao centro. No seu complexo arquitetônico, podem-se encontrar bares e restaurantes, bem como os destroços provocados por um incêndio do cine Candelária, que teve sua época de *elegance* como um dos maiores cinemas da capital e viveu sua *decadance* como um cine pornô que abrigava todas as espécies de homens. Ainda: o Colégio Rui Barbosa, que tenta manter-se de pé; a 1ª Igreja Batista de Belo Horizonte e o Condomínio do Edifício JK, obra do arquiteto Oscar Neimeyer, iniciada em 1953 e entregue à cidade em 1970. Ele é composto por dois blocos, um de 23 andares e outro de 36, com 1.176 apartamentos, abrigando mais de 5.000 moradores, com infra-estrutura para bares, boates, teatros, lojas, atual Terminal Turístico de Belo Horizonte<sup>8</sup>. A Avenida Augusto de Lima abre o cominho e é considerada o principal corredor ao Barro Preto. Larga, com suas árvores, lojas moveleiras, *shoppings centers* de confecções e pronta-entregas, bares e restaurantes, escritórios, hospitais, fábricas, a sede do Cruzeiro Esporte Clube, o Fórum Milton Campos, a Igreja São Sebastião e termina no Instituto São Raphael para cegos, na esquina com Avenida do Contorno. É nessa avenida larga, com mais de dois quilômetros que a calçada virará cenário: os transeuntes, as personagens e os espetáculos terão glória e decadência.

Se os franceses inventaram a idéia de *luxe*, os belorizontinos barropretenses descobriram as imitações espertas e baratas – as prontas-entregas. A transformação dos magazines em grandes galerias é um mérito dos franceses. No Barro Preto, as pequenas portas das confecções se mostram rendosas e, a partir dos anos 70, o comércio da moda começa a ganhar seu espaço para, no fim dos anos 90, o sítio receber o nome de “Pólo

---

<sup>8</sup> FÉLIX, Idamare. Jornal Hoje em Dia. Caderno Cidades, em 15/06/2000.

da Moda”. Hoje, o “Barro Preto é o principal centro de moda de Minas Gerais, por onde circulam mais cerca de 300 mil pessoas por dia. São mais de 4 mil empresas, sendo cerca de 800 no setor de confecção, e 16 shoppings”, segundo matéria publicada no Jornal “O Tempo”. E, ainda, aponta que a tendência para esse segmento põe o Barro Preto dentro do circuito do turismo de negócios com destaque, inclusive, internacional. A prova está nas placas de sinalização nos principais corredores de acesso ao bairro comercial<sup>9</sup>.

Pela Avenida Augusto de Lima, a vida teve outros marcadores do que a maioria de lojas de moda. Nela, podia-se ir ao cine Roxy, considerada uma das poucas salas de arte remanescentes de um passado glorioso que acabou cedendo seu lugar a uma discoteca (*gay*, diga-se de passagem, a Plumas & Paetês), um rinking de patinação e, hoje em dia, a um shopping de moda. Rita Hayworth, em Gilda, arrastou multidões em suas sessões durante anos em cartaz. Depois de “There never was woman like Gilda”<sup>10</sup>, nunca mais o Barro Preto teria outro cinema. Dentro do cine Roxy, muitas coisas aconteciam além das sessões programadas. Por entre cortinas e nos banheiros, os amantes da sétima arte amavam muito mais que sete outros iguais. E o cine Roxy passou a ser um ponto de encontro de homens que procuravam homens. A “pegação” no cine Roxy e no cine Candelária (praça Raul Soares), deram o tom *demodé* e decadente dos espaços<sup>11</sup>.

Na década de 70-80<sup>12</sup>, a “Avenida Augusto de Lima foi a artéria da pulsação da noturna da cidade”: Cervejaria Rocambole e Free Lanches, Tchê, Bar Bom Despacho e Forno Pizzeria e Restaurante. Desses espaços, o único que sobreviveu ao tempo foi a Porto Pizzeria.

Bem antes disso, nos 20-30, o Barro Preto sofreu uma discriminação muito forte por assumir um rótulo de bairro violento. Já naquela época registrava-se, como narra Benvindo:

---

<sup>9</sup> São quatro placas de fundo marrom, atendendo ao padrão internacional, e são trilingües (português, inglês e espanhol). O texto das placas é: “Barro Preto – Pólo da Moda/ Pólo de la Moda/ Fashion Point”

<sup>10</sup> Slogan do filme Gilda, “Nunca ouve uma mulher como Gilda”. Columbia Pictures, Direção Charles Vidor, 1946.

<sup>11</sup> “Enquanto a palavra “caçar” (*cruise*) faz parte do vocabulário gay, em inglês, sua equivalente francesa, *draguer*, é também heterossexual. Héteros caçam uns aos outros em Paris; ao contrário das americanas, que se sentem ameaçadas ou ofendidas pelos olhares persistentes na rua, as mulheres francesas – e os homens! – consideram *la séduction* uma das artes do viver e um olhar amoroso um dos atributos mais naturais dessa arte.” (grifos do autor. WHITE, p.53, 2001)

<sup>12</sup> Matérias pesquisadas no Arquivo Público da Cidade de Belo Horizonte – Prefeitura de Belo Horizonte - PBH

---

O Barro Preto, apesar de colonizado por pessoas ordeiras e laboriosas, tornou-se depois de certo tempo um dos locais mais turbulentos da cidade e reduto de bêbados, desordeiros e maus elementos, freqüentadores de inúmeros botecos e cortiços que proliferavam no local. O bairro passou a ser temido também por abrigar bandos de pivetes que invadiam o centro e os outros bairros, promovendo toda a espécie de arruaça e atentados contra a ordem. Eram os famosos ‘moleques do Barro Preto’ de triste memória (BENVINDO, p. 81, 1996).

A luxúria e os prazeres exacerbados pareciam tomar conta do Barro Preto. Bordéis e gafieiras, como o clube Elite, pensões e *rendez-vous* marcaram a vida do Barro Preto. “Sodomitas e pederastas (...) encontravam-se regularmente em tavernas malfadadas, alugando quartos no andar de cima para seus encontros sexuais e tratando-se por nomes femininos, além de macaquear os modos aristocráticos.” Isso não é um cenário do Barro Preto, é a descrição de White (p.154,2001) sobre os bordéis de Paris. Toda a similitude não é mera coincidência. A maior diferença é temporal: no Barro Preto, nas décadas de 20 e 30; em Paris, no final do século XVI.

Algumas personagens marcaram as décadas de 20 e 30 em Belo Horizonte, com sua boêmia e seus passeios noturnos. Elas foram temidas e odiadas, foram respeitadas, foram notícias em jornais e viraram celebridades em sua época. Dente elas, Domingos de Paula Lima, o Mingote, era o rei da boêmia. Registros apontam sua vida pela zona de meretrício e pela zona do “Bar do Ponto” (no centro da capital, um bar que foi ponto de encontro da boêmia belorizontina). Ele tinha uma vida desregrada como bêbado e drogado (pelo uso da cocaína, que era um fato raro na época). Outros nomes foram: Manoel das Moças, Apagar das Velas, Jaburu (nome real, Horácio), Muquirana (nome real, Messias) e Chico Bispo (camelô improvisado que já fazia publicidade batendo em uma enxada enquanto andava pelas ruas) (BENVINDO, p.47-49 ,1996).

Em 1913, o assassinato de um soldado da 9ª Companhia do Exército (hoje, o 12º Regimento do Exército, um dos marcadores do Barro Preto), por um guarda civil, provocou a revolta do agrupamento militar e culminou na chacina de onze guardas civis. O fato tomou conta das páginas do principal jornal da época, o Diário de Minas, fundado em 1912.

Em 1930, na ocasião da Revolução de 30, o Barro Preto seria o principal palco da cidade na marcha dos 1º e 5º Batalhões da Força Pública (Santa Efigênia e Santa Teresa) rumo ao 12º Regimento do Exército. A população foi evacuada, muitas mortes aconteceram entre civis durante cinco dias e cinco noites de tiroteios, bloqueios,



enfrentamentos. O Tenente Brito Melo (hoje, nome de uma das ruas que fazem parte do complexo Barro Preto), foi dividido ao meio por metralhadoras na porta do 12º Regimento.

Esse quadro de violência não parece ter mudado muito até então. A Praça Raul Soares, constantemente, é cenário de assassinatos, furtos, prostituição e delinquência. Ele está à vista de qualquer um que passe pela sua calçada desenhada por pedra-vista. Assaltantes disfarçados de profissionais do sexo e outros não tão profissionais assim se misturam pelos jardins. À noite, tudo se torna ainda mais suspeito. As ruas e as praças não mudam seus papéis. Independente de suas localizações, a violência urbana existe e é um quadro que se pinta e não desbota.

Vários quarteirões rodeiam o Fórum Milton Campos, que, hoje, rouba a cena com um prédio de concreto, duro e sem vida. Antes, porém, em estilo *art-déco*, abrigou o 4º Grupo Escolar, a Escola Maternal Mello Viana e depois o Ginásio Mineiro do primeiro Colégio Militar de Belo Horizonte. A presença de homens que procuram outros homens se estende do Fórum Milton Campos, na Avenida Augusto de Lima, entre a sede do Cruzeiro Esporte Clube e a Igreja de São Sebastião, até nos fundos do Hospital São José. É o capricho de Afrodite, sem Eros, para oferecer prazer passageiro e que pode ser comprado. Nas ruas sombrias, repletas de árvores e com o movimento dos automóveis que andam lentamente pelos caminhos, o perigo ainda se torna maior, nesse *drauger* incessante. Talvez um fetiche ou uma fantasia de uma tribo que procura mais que aventuras: o prazer do perigo e o gozo na aventura. A exposição de corpos, vistos pelo pára-brisa dos carros ou mesmo a pé, mostra que o *footing* não acabou, modernizou-se ou “gasolidificou-se”. Quanto mais viril as chances de se conseguir um bom programa, na mesma medida, o perigo aumenta para quem recebe esses rapazes de seus carros. Assassinatos de homens que procuram homens são comuns, talvez pelo câmbio mal feito ou pela desatenção. Afeto, nunca!

O Barro Preto está incrustado no coração da cidade, um bairro cheio de vida (e mortes!), maneirismos, repleto de (a)moralidades, seja dia ou noite. E como em todas as cidades, esse recorte apresenta como um substrato de uma sociedade formada dentro dos preceitos da “tradicional família mineira” com origens italianas.

Outros tantos marcadores compõem o cenário dentro do Barro Preto: os complexos hospitalares Felício Rocho e Vera Cruz, a extinta Casa de Saúde São Sebastião (que atualmente, passa por uma reforma tentando resgatar, pelos seus

proprietários, a arquitetura original); a primeira fábrica da Coca-Cola em Minas Gerais; os refrigerantes Mate-Couro e a fábrica da Souza Cruz, todas desativadas.

Está aos arredores do *boulevard* da Avenida Barbacena, a maior concentração de bares e boates voltados para o público GLBT. Coincidentemente, junto ao complexo dos hospitais, ao 12º Regimento do Exército, ao Fórum Milton Campos e à Igreja de São Sebastião. Talvez, por proteção.

Encontramos registros, a partir de 1978, da boate La Rue, na Avenida do Contorno, nº 9938, uma casa dirigida exclusivamente para o público *gay*. Nesse espaço, tomado nos finais de semana, homens que procuravam homens, mulheres que procuravam mulheres, travestis, profissionais do sexo e curiosos se misturavam e se agrupavam num espaço mínimo ao som do novo embalo das discotecas. Começa aí a revolução homossexual do Barro Preto. Uma nova revolução depois daquela que aconteceu em 30. Os registros de ocorrências policiais e as investidas dentro das boates na época da ditadura foram freqüentes, até parecer que os freqüentadores tenham vencido a batalha e resistido bravamente às “batidas”. A boate funcionou por quase uma década e fechou, provavelmente, devido à forte concorrência e aos múltiplos lugares que foram abrindo no Barro Preto. Veio a Plumas & Paetês, Scape, Fashion, QG, Lurex, Robin Wood, Estação 2000 e Gis Club, casas gigantescas que poderiam abrigar mais de 1.500 pessoas por noite, numa rotatividade imensa, chegando a registrar, segundo a sua proprietária, Gisele Andrade, quase 2.800 numa noite de sexta-feira (principal dia de funcionamento da casa).

Muitos estrangeiros que saem de suas raízes na busca de algo em terra estranha. Recorrem aos *flyers* como seu indicador de oportunidades, pelo convite de suas mensagens. Além da função de comunicar e manter atualizado o público para os eventos de cada casa noturna, os *flyers* trazem em seu conteúdo mensagens sedutoras e persuasivas, características principais do discurso publicitário (CITELLI, p.44-47, 2004). Essas imagens, muitas vezes eróticas e pornográficas (vale a diferença pelo tom ousado que pudemos encontrar em nosso *corpus*), estão cobertas de significados. Elas mexem profundamente com as fantasias de cada um: o encontro de um corpo perfeito, das estéticas perfeitas, dos prazeres embutidos e guardados a sete chaves dentro de cada íntimo; outros, podem ler essas imagens e textos como puro e mero entretenimento, momentos de relaxamento e de descontração, seja numa festa temática com ou sem

*shows de drags queen*, nas suas melhores formas *campi* (LOPES, 2002). São esses os personagens que compõem os espetáculos noturnos.

Pois exatamente do mesmo modo que aquele que maltrata um hóspede peca contra Zeus, protetor dos direitos da hospitalidade, assim como aquele que age injustamente contra um amigo peca contra Zeus, deus da amizade. Assim também que age injustamente contra a própria descendência peca contra seus próprios deuses ancestrais e contra Zeus, protetor da família (FOUCAULT, p.41, 1997).

Como Proust recorre à fotografia, fazendo seus álbuns, como sua memória involuntária, como aponta Brassai (2005) e consegue resgatar, com o autêntico *flâneur* em Paris, suas personagens, trajetórias, construções imaginárias e (des)construções diante a realidade, poderíamos, então, também, criar uma relação análoga entre aquela *flânerie* e um acervo de *flyers*.

Memória involuntária e ‘memória latente’ são fenômenos estreitamente ligados em seu espírito: ao ser atingido por um som, um sabor, com a virtude misteriosa de lhe ressuscitar uma sensação, uma emoção, ele é arrastado a assimilar esse fenômeno ao surgimento da imagem latente sob o efeito de um banho revelador (BRASSAI, p.15, 2005).

Da mesma maneira que a fotografia guardava, para Proust, em seu suporte, a possibilidade da criação daqueles personagens, seus amores nem sempre tão velados por outros homens, um platonismo exacerbado, ou uma idolatria reprimida, elas serviram para registrar na sua memória o algo acontecido. As construções, no requinte dos detalhes, seus personagens caricatos e *campis*, as possibilidades de se caminhar por Paris e saber o que poderia ou não ser encontrado, são ecos desse poder exercido pela fotografia, que é “um espelho que se lembra”, diz Brassai.

Hoje, os *flyers* podem exercer esse mesmo poder de resgate da memória, da forma de sedução e da persuasão. A troca feita por esses mensageiros noturnos, de mão em mão, “a panfletagem”, serve como acervo para uma memória latente e involuntária. O registro do que se pode encontrar, quem pode ser visto, quem aparece e quem chama a atenção estão nessas peças simples, no mesmo suporte de Proust, lá da Paris do século XIX e no Barro Preto do século XXI. São por eles que nossos salva-guardados de Zeus podem traçar suas diásporas e suprir suas necessidades de busca.

O Barro Preto, em sua memória, guarda e apresenta em seu palco, revoluções políticas. Mas as revoluções urbanas não param e todas as noites e dias podem mudar trajetórias.

## Referências bibliográficas

### Bibliográficas

BENJAMIN, W. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: *Magia e técnica, arte e política. Obras escolhidas. Vol. I.* São Paulo: Brasiliense, 1985.

\_\_\_\_\_. Paris século XIX. In: *Magia e técnica, arte e política. Obras escolhidas. Vol. I.* São Paulo: Brasiliense, 1985.

BAUDRILLARD, Jean. *Da Sedução*. Campinas(SP): Papirus, 1992.

BRASSAÏ. Proust e a fotografia; inclui 16 fotografias do autor. Tradução André Talles. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BUCK-MORSS, Susan. *Dialética do olhar: Benjamin e o projeto das passagens*. Belo Horizonte: UFMG; Chapecó/Santa Catarina: Universitária Arcos, 2002.

CARVALHO, Nelly de. *Publicidade a linguagem da sedução*. São Paulo: Ática, 2000.

CARVALHO, Sérgio Lage T. A saturação do olhar e a vertigem dos sentidos. In: *Revista da USP (Dossiê sociedade de massa e identidade)*. no. 32, dez/fev, p. 126-55, 1996.

CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão*. Coleção Princípios. 16ª edição. São Paulo: Ática, 2004.

COUCHOT, Edmond. *Da representação à simulação: a evolução das técnicas e das artes da figuração*. In: PARENTE, André (org). *Imagem – Máquina. A Era das Tecnologias do Virtual*. São Paulo: 34, 1999, p. 37-48.

FEATHERSONE, Mike. O flâneur, a cidade e a vida pública virtual. In: ARANTES, Antonio A (Org.). *O espaço da diferença*. Campinas(SP): Papirus, 2000.

FOUCAULT, Michel. *A mulher/Os rapazes da História da Sexualidade* (extraído da História da Sexualidade v.3). Tradução de Maria Theresa da Costa Albuquerque. 2. ed. Coleção Leitura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

\_\_\_\_\_. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis (RJ):Vozes, 1999.

GREEN, James. *Além do carnaval. A homossexualidade no Brasil do século XX*. São Paulo: UNESP, 2000.

HALL, Stuart. *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: representação da UNESCO no Brasil, 2003.

\_\_\_\_\_. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

KOTHE, Flávio. R. (org.) *Walter Benjamin–Sociologia*. São Paulo: Ática, 1985, p. 65-92.

LASH, Scott. *A reflexividade e seus duplos: estrutura, estéticas, comunidade*. IN: BECK, U., GIDDENS, A., LASH, S. *Modernização Reflexiva – Política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo:UNESP, 1997. p 135-206.

LEFEBVRE, Henri. *A revolução urbana*. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LIMA, Benvindo. *Canteiro de Saudades – Pequena história contemporânea de Belo Horizonte (1910-1950)*. Belo Horizonte: CL Assessoria em Comunicação. 1996.

LOPES, Denílson. *O homem que amava rapazes e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2002.

MAFFESOLI, Michael. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. 3. ed. Rio de Janeiro:Forense Universitária, 2000.

\_\_\_\_\_. *Sobre o nomadismo: vagabundagens e pós-modernas*. Rio de Janeiro:Record, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez. 2002.

\_\_\_\_\_. *Termos-chave da análise do discurso*. Belo Horizonte: UFMG. 1998.

MATOS, Marilise. *Reinvenções do vínculo amoroso: cultura e identidade na modernidade*. Belo Horizonte: UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2000.

PINTO, Júlio. *1,2,3 da semiótica*. Belo Horizonte: UFMG, 1995.

PROUST, Marcel. *Sodoma e Gomorra*. Tradução de Mario Quintana. 16ª. ed. ver. Por Olgária Chaim Feres Matos. São Paulo: Globo, 2005.

SANTAELLA, Lucia & NÖRTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo:Iluminuras, 2001.

SIMMEL, GEORG. *A metrópole e a vida mental*. IN: VELHO, Otávio Guilherme. *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro:Guanabara, 1987.

TRAVISAN, João Silvério. *Devassos no paraíso (a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade)*. Ed. ver. e amp. Rio de Janeiro: Record, 2000.

VELHO, Gilberto (Org.) *Antropologia urbana: cultura e sociedade do Brasil e em Portugal*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1999.

\_\_\_\_\_. *Desvio e divergência: uma crítica da patologia social*. 8. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

---

VELHO, Gilberto e KUSCHNIR, Karina (Org.) *Mediação, cultura e política. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.*

\_\_\_\_\_, *Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 2003.

VESTERGAARD, Torben & SCHRODER, Kim. *A linguagem da propaganda. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.*

### **Eletrônicas**

IDASBRASIL. **De arraial a capital.** Belo Horizonte, s/d. Disponível em:  
<<http://www.idasbrasil.com.br/idasbrasil/cidades/BeloHorizonte/port/historia.asp>>. Acesso em:  
17 abril 2006

PORTAL UAI/ ESTADO DE MINAS. Visitas ao Brasil, s/d. Disponível em:  
< <http://www.correioweb.com.br/hotsites/papa/visitas.htm>> - Acesso em 21 abril 2006.

### **Periódicos**

JORNAL “ESTADO DE MINAS”. Caderno Cidades, 20/02/1989. ROSE, Francis.

JORNAL “HOJE EM DIA”. Caderno Cidades, 15/06/2000. FÉLIX, Idamaries.

JORNAL “O TEMPO”. Caderno Cidades, 22/08/2000, p.2.

JORNAL “O TEMPO”. Caderno Minas, 12/09/2001, p.4-5. Moreno, Viviane.

JORNAL “O TEMPO”. Caderno Negócios, 18/01/2004, p.4.

### **Dedicatória:**

Este artigo é uma homenagem ao amigo Marcus Vinícius Cacique Andrade, que como ninguém, me fez admirar Paris, “eternamente na memória involuntária”.