

CRIATIVIDADE E RESISTÊNCIA: A PARADA DO ORGULHO LGBTI-RIO DE 2017

Diego Santos Vieira de Jesus¹

Resumo: O objetivo é examinar a relevância socioeconômica da Parada LGBTI-Rio para a cidade do Rio de Janeiro e os desafios político-econômicos à realização do evento em 2017. O argumento central aponta que, ainda que não elimine completamente as clivagens existentes entre membros da população LGBTI (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e intersexuais) da cidade, a Parada permite a criação de espaços de identificação entre pessoas que dividem experiências de opressão, além de gerar renda por meio do estímulo dado aos setores da economia criativa carioca. Em 2017, os principais desafios à realização da Parada estavam relacionados ao ajuste fiscal promovido pelo governo municipal e à interferência das posições conservadoras do prefeito nas suas funções administrativas.

Palavras-chave: Parada LGBTI-Rio; Rio de Janeiro; Economia Criativa; Resistência

Introdução

O Rio de Janeiro veio buscando se posicionar, em âmbitos nacional e internacional, como uma “cidade criativa”, um espaço em que atividades sociais e artísticas, setores criativos e governo se articulam visando à promoção de uma efervescência cultural que atrai talentos, robustece o potencial criativo de empresas e instituições e estimula a diversidade social. Um dos eventos mais representativos dessa diversidade é a Parada do Orgulho LGBTI-Rio, organizada pelo Grupo Arco-Íris. Realizada na Orla de Copacabana, a segunda maior parada do orgulho LGBTI no Brasil chegou à sua 22ª edição em 2017 e teve como lema “Resistindo à LGBTIfobia, fundamentalismo, todas as formas de opressão e em defesa do Rio” (JESUS, 2017c).

¹ Doutor em Relações Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e docente e pesquisador do Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (MPGEC) da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM-Rio).


Contudo, tal edição enfrentou dificuldades de financiamento, além da oposição de setores mais conservadores da sociedade carioca e, de acordo com grupos LGBTI, da própria Prefeitura.

O objetivo do artigo é examinar a relevância socioeconômica da Parada LGBTI-Rio para a cidade do Rio de Janeiro e os desafios político-econômicos à realização do evento em 2017. O argumento central aponta que, ainda que não elimine completamente as clivagens existentes entre membros da população LGBTI da cidade, a Parada permite a criação de espaços de identificação entre pessoas que dividem experiências de opressão, além de gerar renda por meio do estímulo dado aos setores da economia criativa carioca. Em 2017, os principais desafios à realização da Parada estavam relacionados ao ajuste fiscal promovido pelo governo municipal e à interferência das posições conservadoras do prefeito nas suas funções administrativas.

Fundamentação teórica

A economia criativa refere-se a um conjunto de atividades, bens e serviços que têm base na criatividade, no talento ou na habilidade individual (MIGUEZ, 2007). Ela engloba setores como publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, *design*, *design* de moda, cinema, *software*, *softwares* interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, TV, museus e galerias, bem como atividades relacionadas às tradições culturais, como a gastronomia (DCMS, 1998; BENDASSOLLI et al., 2009). Em todo o mundo, novas possibilidades de desenvolvimento foram abertas com a economia criativa a partir da mobilização produtiva de especificidades culturais e criativas locais. Além disso, relações complexas foram construídas entre governos e empresas de diferentes tamanhos, territórios e *expertises* ligadas às atividades dessa economia (JESUS; KAMLOT, 2016). Tais transformações deram-se num contexto mais amplo de transição de valores materialistas para pós-materialistas – caracterizados pelo atendimento de necessidades de ordem estética e intelectual – e de emergência da sociedade do conhecimento, em que o capital tem base nos recursos intelectuais do indivíduo, na formação de redes sociais e na troca de conhecimentos (BENDASSOLLI et al., 2009; FLORIDA, 2002; HOWKINS, 2001).

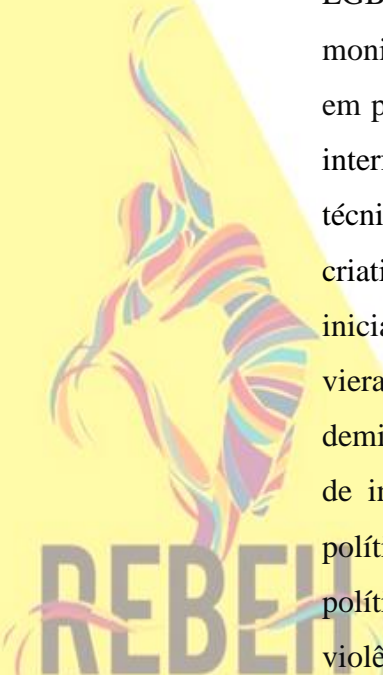
A criatividade configurou-se, no contexto contemporâneo, não apenas como elemento fundamental da competitividade das empresas, mas como item de



diferenciação de lugares que procuram se destacar na competição global por investimentos. Tendo isso em vista, as políticas de desenvolvimento urbano e regional vieram gradativamente assumindo o papel do conhecimento e da criatividade como recursos territoriais que fortalecem competências pela diferenciação e apresentam potencial para a geração de emprego e renda (FIGUEIREDO, 2015). O questionamento de políticas tradicionais de desenvolvimento territorial trouxe consigo uma maior relevância da noção de “territórios criativos”, expressão que se refere a cidades, estados de uma federação, regiões ou polos que tenham potenciais culturais criativos e aliem preservação e promoção de valores culturais e ambientais rumo ao desenvolvimento integral e sustentável.

A globalização e a expansão da economia de serviços, a flexibilização das fronteiras nacionais, os desenvolvimentos em ciência e tecnologia e o consumo de valores simbólicos ampliaram a mobilização de estratégias em torno do conceito de “cidade criativa” para o desenvolvimento territorial e o empoderamento local para o estímulo à abertura mental, à imaginação e à participação pública (TRIP, 2009). O conceito de “cidade criativa” frequentemente é utilizado em referência a cidades nas quais a articulação entre atividades sociais e artísticas, setores criativos e governo atraiu talentos, promoveu a diversidade social e fortaleceu o potencial criativo de empresas e instituições (CCTC, s.d). Porém, para Charles Landry (2011) – um dos principais autores a refletir sobre o conceito –, a criatividade de uma cidade se aplica a múltiplos campos que transcendem os setores criativos: a administração pública deve promover inovações sociais com criatividade em áreas como saúde, educação e segurança pública. Essas cidades reúnem cultura – relacionada à identidade urbana e ao patrimônio –; comunicação – os modelos físicos e tecnológicos de aproximação entre habitantes e a minimização dos conflitos e afastamentos –; e a cooperação, entendida como a interação e o respeito às diferenças.

Entretanto, mudanças procedimentais formais de comportamento de indivíduos em cidades criativas não necessariamente transformam as crenças e as atitudes que perpetuam a discriminação em relação às diferenças (PROCTOR-THOMSON, 2009). A coexistência e a convivência não trazem obrigatoriamente a aceitação ou o reconhecimento pleno da diferença e a valorização na sua especificidade. Nesse sentido, podem manter-se ativos regimes de controle social que marginalizam os outros (MISKOLCI, 2016). No caso do Rio de Janeiro, mesmo havendo leis de proteção aos direitos LGBTI na cidade e iniciativas voltadas à capacitação e à inserção no mercado formal de trabalho de travestis e transgêneros, as



ações políticas voltadas ao combate à discriminação e à violência contra a população LGBTI e à promoção da sua cidadania ainda são limitadas, e a implementação e o monitoramento de políticas públicas para tal população ainda são circunscritos. Isso, em parte, relaciona-se às deficiências no desenvolvimento de meios intelectuais, que interferem diretamente na construção de cidadania, e à priorização do conhecimento técnico em relação à capacidade de reflexão, ao raciocínio crítico e ao estímulo à criatividade no processo educacional dos cidadãos na cidade. Ademais, muitas iniciativas governamentais voltadas para LGBTIs, em âmbitos municipal e estadual, vieram se esvaziando com a ausência de recursos financeiros – que culminou na demissão de funcionários, no atraso de pagamentos, no agravamento dos problemas de infraestrutura e na paralisação dos serviços oferecidos – e com os interesses políticos de grupos conservadores, muitos deles ligados a religiões e a partidos políticos reacionários. A expectativa de impunidade ou de punições brandas pela violência física e simbólica contra LGBTIs fez com que a LGBTIfobia se perpetuasse tanto nas instituições familiares como nos ambientes de trabalho e nos processos de formulação das políticas públicas (JESUS, 2017b). Tal regime de controle da sexualidade incorpora um sistema de normas que fazem do espaço público um ambiente de heterossexualidade e relegam ao privado as relações entre não-heterossexuais (SEDGWICK, 2007), mesmo em uma cidade que se posiciona como “criativa” como o Rio de Janeiro.

Nesse contexto, indivíduos oprimidos podem gradualmente ampliar a consciência política em face de confrontos externos com o Estado e grupos sociais, a partir do quadro de preconceitos mobilizados contra eles. As ações políticas que criam obstáculos a leis e políticas benéficas à população LGBTI, a disseminação de discursos moralizantes por políticos e religiosos e a perpetuação da violência contra LGBTIs podem construir sujeitos que fazem frente, individual e coletivamente, a tais ameaças. Em face de tal conscientização, as Paradas do Orgulho LGBTI buscam a visibilidade desses indivíduos – mostrando a associação entre o comportamento político e a comunicação de massa – e trazem, no seio de suas reivindicações, a manutenção e a conquista de direitos e o combate à LGBTIfobia. No contexto desses eventos, afirmam-se múltiplas identidades presentes nos movimentos sociais LGBTI e se estabelece a comunicação entre suas ações e a relação de parcerias com outros movimentos que lutam por causas sociais, como os movimentos negros e feministas. Ao estarem associadas ao lazer e ao consumo, as Paradas são relevantes para a geração de renda em setores criativos como o turismo, a música, a moda e a

gastronomia; porém, essa possibilidade de incentivo ao crescimento econômico veio ligada à construção de uma consciência política coletiva a partir das subjetividades individuais e pelas conjunturas sociais em que estão imersas (ORTOLANO, 2013).


Considerações metodológicas

Além da pesquisa bibliográfica acerca da relevância socioeconômica e política das Paradas de Orgulho LGBTI para o desenvolvimento humano nas cidades em que são realizadas, foram também executadas no estudo a coleta de informações divulgadas em meios de comunicação acerca da Parada LGBTI-Rio de 2017 e a observação participante dos perfis de redes sociais de artistas que se apresentaram na Parada antes do evento e da própria Parada do Orgulho LGBTI-Rio, em novembro de 2017. Os objetivos de tal observação eram identificar os objetivos das mensagens transmitidas pelos artistas participantes acerca do evento em suas redes sociais e o conteúdo das manifestações de participantes e observadores do evento durante sua realização, na orla de Copacabana.

Resultados

Criada na década de 1990, a Parada do Orgulho LGBTI-Rio é um ato cívico. Seu objetivo, além da visibilidade da população LGBTI, é criar um diálogo com o Estado e a academia na luta por garantias de direitos a essa população. Além disso, ela veio demonstrando um papel fundamental na criação de ações afirmativas de políticas públicas. O Grupo Arco-Íris mobiliza mais de dez instituições entre governo, ONGs e universidades para participarem da Parada, as quais atuam oferecendo serviços e reforçando o diálogo entre a população LGBTI e outros setores da sociedade. Mais do que um evento que atrai turistas do Brasil e do mundo inteiro e injeta recursos na economia da cidade, a Parada do Orgulho LGBTI-Rio traz uma diversidade de atividades e reivindicações relacionadas à população LGBTI (GRUPO ARCO-ÍRIS, 2017).

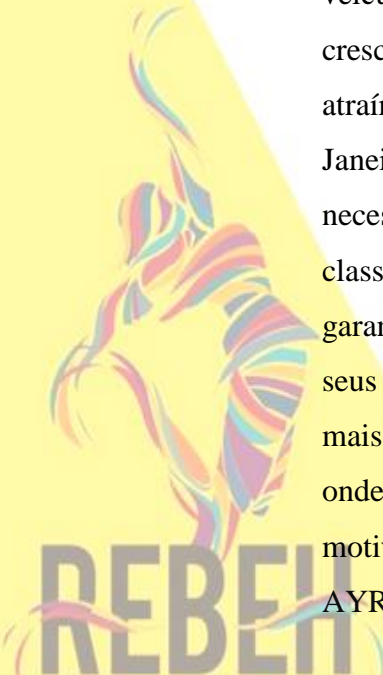
Em termos do desenvolvimento da economia criativa na cidade, a Parada veio se posicionando como o terceiro maior evento cultural da cidade, apenas perdendo para o Carnaval e o Réveillon. Em 2016, milhares de pessoas estiveram na praia de Copacabana prestigiando a 21ª edição do evento. Oito trios elétricos desfilaram com funk e música eletrônica. De acordo com os organizadores, o evento



– que contou com apoio logístico e financeiro do Rio Convention & Visitors Bureau e da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Rio de Janeiro (ABIH-RJ) – contou com a participação de 600 mil pessoas, entre moradores e turistas. A própria ABIH vinha trabalhando com a possibilidade de captar outros eventos de grande porte, como o encontro da International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA) 2018 e os Gay Games 2022. Em face do potencial econômico de eventos como a Parada LGBTI-Rio, o Ministério do Turismo enviou aos principais estabelecimentos turísticos da cidade a cartilha “Dicas para atender bem os turistas LGBT”, a fim de orientá-los sobre como garantir um atendimento qualificado a tais visitantes. Medidas nesse sentido tornam-se necessárias em face do crescimento mundial do turismo LGBTI, em especial no contexto de realização das Paradas do Orgulho em cidades ao redor do mundo. A Organização Mundial do Turismo (OMT) aponta que o público LGBTI representa, na contemporaneidade, cerca de 10% dos viajantes mundiais e movimenta 15% do faturamento do setor. A IGLTA sinaliza que o mercado de viagens LGBTI movimenta US\$ 54 bilhões todo ano (BERNARDES, 2016).

Estimulando a imagem do Rio de Janeiro como destino LGBTI, a Parada contribui para o desenvolvimento das arenas e casas noturnas e dos empreendedores e profissionais envolvidos na gestão e operação desses espaços, o que tem relação direta com o turismo. Isso justifica porque o evento necessita de uma atenção cada vez maior pelo Poder Público e grandes empresas apoiadoras. Ademais, a Parada LGBTI-Rio estimula a geração direta e indireta de divisas para setores criativos como a música, a moda, a gastronomia e a publicidade. A frequência de LGBTIs nas boates, bares e restaurantes e o entretenimento noturno estimulado por ocasião do evento, por exemplo, estimula novos compositores, músicos, intérpretes e DJs e cria renda para uma cadeia produtiva que engloba produtores culturais, gerentes operacionais, administradores, cozinheiros, garçons, técnicos de som e luz, recepcionistas, seguranças, assessores de imprensa, *designers* e outros empregos indiretos (FEIJÓ, 2012; FEIJÓ; WAGNER, 2014).


Entretanto, é importante destacar que grande parte da promoção da imagem do Rio de Janeiro como destino LGBTI – em especial durante a Parada – estimula predominantemente a atração de homens gays de classe média alta, com ocasionais menções às lésbicas e a omissão de bissexuais, travestis e transgêneros. Por exemplo, a campanha “Come to live the Rio Sensation” – desenvolvida pela Coordenadoria Especial da Diversidade Sexual (CEDS) e pela Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (Riotur) – destacou pontos de consumo em regiões nobres e mais caras



da cidade – em especial a Zona Sul – e os padrões estéticos de homens másculos veiculados pela mídia, que reiteram padrões heteronormativos. Apesar da força crescente de manifestações culturais do samba e do funk nas Zonas Norte e Oeste que atraíram LGBTIs, o padrão dominante de estruturação da economia LGBTI no Rio de Janeiro segue os parâmetros excludentes do “capitalismo rosa”, voltado às necessidades estéticas e culturais de homens gays, cisgênero, ocidentais, brancos e de classe média alta. Na constituição desse padrão, a Prefeitura reurbanizou áreas e garantiu segurança em áreas mais valorizadas, enquanto empresários concentraram seus investimentos em áreas frequentadas por um público masculino gay de renda mais alta, na Zona Sul e no Centro da cidade. Os próprios usuários selecionam locais onde podem exercer mais plenamente suas identidades e se proteger da violência motivada pelo preconceito (DÍAZ-BENÍTEZ, 2007; JESUS, 2017a; PEREIRA; AYROSA, 2012).

Mesmo não eliminando as clivagens existentes entre membros da população LGBTI da cidade ou revertendo o padrão desigual de estruturação da economia LGBTI carioca, a Parada LGBTI-Rio tornou-se gradualmente mais organizada em termos econômicos, como um produto comercializável que conta com recursos diversificados de lazer e entretenimento, ao mesmo tempo em que trouxe a visibilidade para a população LGBTI, construiu oportunidades para o questionamento de políticas públicas e trouxe prestação de serviços jurídicos e de saúde para essa população. Ela também se reafirmou, ao longo de suas 22 edições, como espaços de trocas sociais, culturais, emocionais e afetivas (FRYDBERG; EIRAS, 2014), mais especificamente entre indivíduos que dividem experiências de opressão, mesmo diante de suas diferenças sociais, econômicas, culturais ou raciais. Se não soluciona definitivamente as disparidades dentro da população LGBTI no Rio de Janeiro, ela ao menos promove zonas de contato que permitem o compartilhamento de experiências de violência e preconceito entre essas pessoas e a maior coesão em torno da necessidade de se mobilizarem esforços conjuntos na luta contra a LGBTIfobia e na pressão pela revisão de políticas públicas que minam direitos da população LGBTI.

Em 2017, o ajuste fiscal promovido pelo prefeito Marcelo Crivella atingiu as finanças de alguns dos principais eventos culturais no Rio de Janeiro, dentre eles a Parada do Orgulho LGBTI-Rio. Diante de um rombo no orçamento municipal de cerca de R\$ 4 bilhões, Crivella cortou verbas destinadas aos desfiles das escolas de samba, que procuraram o apoio da iniciativa privada para viabilizar o evento. A Parada LGBTI-Rio não recebeu qualquer repasse do governo municipal, e a




Prefeitura cortou completamente o apoio financeiro ao evento, sem negociar qualquer redução proporcional como com outros eventos importantes da cidade. Crivella alegou que mediará a negociação entre os organizadores da Parada e empresas privadas para realizar o evento, o que não se mostrou verdadeiro, segundo o próprio Grupo Arco-Íris (NOGUEIRA, 2017).

O prefeito foi acusado por uma série de grupos LGBTI de deixar que suas convicções religiosas interferissem nas decisões administrativas. Tais grupos alegam que o prefeito estaria sendo motivado pelo “fundamentalismo religioso”, tendo em vista que é bispo licenciado da Igreja Universal, que adota uma posição crítica ao Carnaval e às identidades de gênero e sexualidades que não seguem os parâmetros heteronormativos. Políticos de oposição ao governo afirmam que o prefeito tentou aumentar a burocracia para a realização do evento ao colocar, em seu gabinete, funcionários com posições ideológicas mais conservadoras (JESUS, 2017c). A Prefeitura informou que o município conseguiu acelerar a liberação, via Lei Rouanet, de mais de R\$ 1,7 milhão para a Parada em Copacabana e a outra Parada LGBTI realizada no bairro de Madureira, na Zona Norte. Ela também comunicou que investiu quase R\$ 500 mil no aparato municipal para bloquear a Avenida Atlântica e realizar mudanças no trânsito da região (RODRIGUES; BRUNO, 2017). Entretanto, o apoio direto às atividades culturais, criativas e políticas desenvolvidas durante o evento não existiu, segundo o Grupo Arco-Íris e demais entidades LGBTI.

Sem o apoio do governo municipal, os organizadores da Parada LGBTI-Rio tiveram que recorrer ao financiamento coletivo para arcar com os gastos, além de buscar o patrocínio de empresas privadas como o Uber e a AmBev e o apoio da ABIH-RJ. Artistas como Valesca Popozuda, Daniela Mercury e Pabllo Vittar que aceitaram participar do evento abriram mão de seus cachês em solidariedade às causas LGBTI (JESUS, 2017c). Com cerca de um mês de atraso e sem o aporte da Prefeitura, a 22ª edição da Parada do Orgulho LGBTI-Rio pôde ser realizada em novembro de 2017, com seis trios elétricos que percorreram a Avenida Atlântica. Nomeada pelo Grupo Arco-Íris como a “Parada da Resistência”, o evento contou com cerca de 800 mil pessoas, entre turistas e moradores da cidade (RODRIGUES; BRUNO, 2017).

Como foi possível constatar na observação participante, antes de subirem nos trios elétricos, os artistas que se apresentaram na Parada já davam, em suas contas em redes sociais, os contornos de luta política que marcaram a resistência na Parada. “A parada gay nasceu para curar a homofobia e o preconceito da sociedade.




Se você é gay, derrube todas as paredes, quebre o armário e viva sua felicidade e sua liberdade!”, colocou Daniela Mercury em sua conta no Instagram. Durante o evento, foi possível verificar faixas e cartazes com mensagens como “Bem na sua cara, Crivella” – em referência a uma das músicas de Pablo Vittar com a cantora Anitta – e “Fora Crivella” erguidos pela multidão, bem como mensagens com críticas ao governador do estado, Luiz Fernando Pezão, e ao presidente da República, Michel Temer. Ao mesmo tempo, viu-se também a formação de grupos compostos por lésbicas, gays e travestis participarem juntos do evento, além de muitos observadores à margem da Avenida Atlântica demonstrando apoio e celebrando conjuntamente àqueles que caminhavam, comemoravam e, de forma bem-humorada e pacífica, manifestavam pela orla de Copacabana suas críticas políticas à atual gestão da cidade. Dois casos localizados de indivíduos LGBTIfóbicos que ridicularizavam os participantes foram identificados, mas logo foram rechaçados pelos demais observadores e pelos participantes da Parada.

Discussão e análise

Ao trazerem visibilidade à população LGBTI, eventos como a Parada de Orgulho LGBTI-Rio trazem meios para que crenças e valores sociais estanques sejam superados, além de desnaturalizarem certezas e concepções rigidamente construídas em torno das identidades de gênero e das orientações sexuais. Dentro da própria população LGBTI, eles permitem uma consideração maior das noções de solidariedade e identificação, que viabilizam a revisão de valores cristalizados em cada sujeito e o desenvolvimento da resistência a instituições potencialmente opressoras, que normatizam formas de ser por meio de pressões heterossexistas. Em face disso, tais eventos podem não somente promover a garantia de direitos à população LGBTI, mas também conquistar a adesão de homens e mulheres heterossexuais e contribuir para noções mais inclusivas no processo de educação de seus próprios filhos, a fim de que estes não perpetuem o ódio e o preconceito em relação às diferenças. A ação coletiva viabilizada pelas Paradas de Orgulho LGBTI, como a do Rio de Janeiro, traz consigo o desejo de visibilidade, a conquista de direitos humanos e o reconhecimento das pluralidades componentes do tecido social (ORTOLANO, 2013).

Os propósitos políticos da Parada LGBTI-Rio não necessariamente entram em conflito com seus benefícios econômicos à cidade, uma vez que o evento



movimenta uma série de setores da economia criativa carioca. O Rio de Janeiro procura desenvolver, na constituição de sua identidade de marca territorial, a ideia de *LGBTI-friendly*, de maneira coerente com o discurso de respeito às diferenças que caracteriza uma “cidade criativa” (CCTC, s.d.; LANDRY, 2011). Entretanto, não se deve perder de vista que, apesar de eventos como a Parada do Orgulho LGBTI-Rio trazerem benefícios para cidadãos de todas as áreas da cidade em termos de geração de emprego e renda, os esforços de promoção da marca da cidade – inclusive durante a Parada – têm como foco homens cisgênero, gays, brancos e das classes médias e altas, o perfil de consumidor primordialmente atendido pelos serviços desenvolvidos pela economia criativa LGBTI na cidade (DÍAZ-BENÍTEZ, 2007). Para tais consumidores, bares ou boates, por exemplo, frequentemente são concebidos como extensões de suas subjetividades ao socializarem com pessoas semelhantes a eles a partir de padrões estéticos pré-definidos, como os relacionados à busca de um padrão corporal atlético (PEREIRA; AYROSA, 2012).

Todavia, ainda que as necessidades de nem todos os consumidores LGBTI sejam atendidas por ocasião da Parada LGBTI-Rio e que a estruturação das atividades econômicas reflita desigualdades dentro da própria população LGBTI, é possível dizer que a Parada cria possibilidades de identificação entre pessoas que dividem vivências de violência, preconceitos e repressão, apesar de suas diferenças sociais, econômicas, culturais ou raciais (FRYDBERG; EIRAS, 2014). Essa identificação torna-se fundamental diante de avanços de posturas políticas conservadoras e reacionárias que desarticulam direitos da população LGBTI, o que fez com que a Parada de 2017 trouxesse com ela o símbolo da resistência de forma ainda mais intensa que nas edições anteriores. Nesse sentido, seus organizadores mobilizaram estratégias alternativas a fim de garantir a visibilidade a pessoas que são alvos de múltiplas formas de violência física e simbólica. Além disso, o evento também permitiu agregar artistas, movimentos sociais e a população como um todo em torno das causas (JESUS, 2017c). Se os benefícios econômicos da Parada LGBTI são evidentes para a cidade – ainda que os serviços oferecidos não sejam voltados especificamente para toda a população LGBTI –, seus ganhos em termos políticos e cívicos veem-se em termos de abertura de canais de diálogo e mediação entre diferenças da população LGBTI com os demais setores da sociedade e entre os próprios membros de tal população. Entretanto, tentativas de se esvaziarem tais espaços com a limitação das verbas disponíveis para a realização de um evento da magnitude da Parada LGBTI-Rio criam obstáculos ao funcionamento desses canais,

mostrando a vulnerabilidade de iniciativas de integração social às pressões conservadoras de autoridades e setores mais reacionários.

Considerações finais

É importante destacar que a Parada LGBTI-Rio ainda enfrenta problemas, constatados tanto por moradores da cidade como por turistas, relacionados à falta de segurança, ao atendimento precário oferecido pelos prestadores de serviços durante o evento e às dificuldades no que diz respeito à mobilidade urbana (JESUS, 2017a). Além das dificuldades operacionais já constatadas em outras edições, o evento em 2017 enfrentou constrangimentos de caráter orçamentário e político sem precedentes. Mesmo que ela esteja longe de erradicar as clivagens dentro da própria população LGBTI, seus organizadores se empenharam em realizar o evento com base no entendimento de seu potencial político de contestação dos poderes vigentes e agregador entre LGBTIs no que diz respeito à revisão de políticas públicas, à oferta de serviços e à promoção de espaços de solidariedade para tais pessoas.

Além da resistência, o lema da Parada de 2017 englobou a defesa do Rio de Janeiro. Tal defesa remete à ideia de que a diversidade é um dos elementos mais fundamentais, conectados à identidade da cidade. Pode-se então dizer que, na visão dos organizadores do evento, defender o Rio de Janeiro é respeitar a multiplicidade das suas expressões criativas e artísticas e preservar a visibilidade de todas as diferenças, particularmente às relacionadas às identidades de gênero e sexualidades diversas (JESUS, 2017c).

Referências

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE**, v.49, n.1, p.10-18, 2009.

BERNARDES, Alex. Rio de Janeiro recebe 600 mil pessoas na Parada Gay. **ViaG**, 12 dez. 2016. Disponível em: <<http://revistaviag.com.br/2016/12/12/600-mil-pessoas-na-parada-gay-do-rio-de-janeiro-segundo-organizadores/>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

CCTC. Cidade criativa. **CCTC website**, s.d. Disponível em: <<http://cidadecriativa.org/pt/cidade-criativa>>. Acesso em: 8 set. 2013.

DCMS. **Creative industries mapping document**, 1998. Disponível em: <http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm>. Acesso em: 3 out. 2015.

DÍAZ-BENÍTEZ, Maria Elvira. Buraco da Lacraia: interação entre raça, classe e gênero. In: VELHO, Gilberto. (Org). **Rio de Janeiro: cultura, política e conflito**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007, p.128-155.

FEIJÓ, Leo. Lapa Sustentável – Economia da Noite. **Jalan**, 2012. Disponível em: <http://www.jalan.com.br/eventos/encontropecriativo/downloadDoc.php?d=download&f=Leo_Feijo_-_LAPA_Cluster_Criativo.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2016.

_____.; WAGNER, Marcus. **Rio Cultura da Noite: uma história da noite carioca**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014.

FIGUEIREDO, João Luiz de. Economia criativa, cidade criativa e desenvolvimento. In: TEIXEIRA, Eduardo Ariel de Souza; CORRÊA, Sílvia Borges (Org.). **Economia criativa**. Coleção Contextos e Pesquisas. Rio de Janeiro: E-papers, 2015, p.27-47.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class – and how it's transforming work, leisure, community and everyday life**. Nova York: Basic Books, 2002.

FRYDBERG, Marina Bay; EIRAS, Rebeca Eler de Carvalho. “Eu Quero É Botar Meu Bloco na Rua”: O Carnaval dos Blocos No Rio De Janeiro Entre a Mercantilização e as Práticas Tradicionais. In: VII ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DE CONSUMO. **Anais...**, 2014. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 24-26 set. 2014.

GRUPO ARCO-ÍRIS. Nota oficial do Grupo Arco-Íris sobre a Parada do Orgulho LGBT Rio 2017. **Grupo Arco-Íris website**, 2017. Disponível em: <<http://www.arco-iris.org.br/destaques/nota-oficial-do-grupo-arco-iris-sobre-a-parada-do-orgulho-lgbt-rio-2017/>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

HOWKINS, John. **The Creative Economy: How People Make Money From Ideas**. Londres: Allen Lane, 2001.

JESUS, Diego Santos Vieira de. Só para o moço do corpo dourado do sol de Ipanema: distribuição espacial da economia noturna LGBT na cidade do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, v. 19, n. 2, p. 288-309, 2017a.

_____. “Só macho na encolha”: a heteronormatividade em aplicativos de redes geossociais gays em territórios criativos do Rio de Janeiro. **Revista Ártemis**, v. 23, n.1, p. 63-78, 2017b.

_____. Parada do Orgulho LGBTI é um ato de resistência. **O Globo**, 16 nov. 2017c. Disponível em: <<http://https://oglobo.globo.com/rio/artigo-parada-do-orgulho-lgbti-um-ato-de-resistencia-22075821>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

_____.; KAMLOT, Daniel. **Economia Criativa e Políticas Públicas**. Curitiba: Prismas, 2016.

LANDRY, Charles. Prefácio. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.) **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011, p.7-15.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.) **Teorias e políticas da cultura**: visões multidisciplinares. Salvador: EDUFBA, 2007, p.95-113.

MISKOLCI, Richard. **Teoria Queer**: um aprendizado pelas diferenças. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

NOGUEIRA, Ajuste fiscal de Crivella no Rio atinge desfile de Carnaval e paradas LGBT. **Folha de S. Paulo**, 17 jun. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/06/1893670-ajuste-fiscal-de-crivella-no-rio-atinge-desfiles-de-carnaval-e-paradas-lgbt.shtml>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

ORTOLANO, Fábio. **REU**, v. 39, n.1, p. 105-123, 2013.

PEREIRA, Severino Joaquim Nunes; AYROSA, Eduardo André Teixeira. Between Two Worlds: an Ethnographic Study of Gay Consumer Culture in Rio de Janeiro. **BAR**, v.9, n.2, p.211-228, 2012.

PROCTOR-THOMSON, Sarah Belle. **Creative differences**: the performativity of gender in the digital media sector. Tese – PhD em Gender and Women’s Studies. Centre for Gender and Women’s Studies, Lancaster University, Lancaster, 2009.

RODRIGUES, Matheus; BRUNO, Cássio. Com Valesca, Daniela Mercury e Pablo, Parada LGBTI movimentada orla de Copacabana. **G1 Rio**, 19 nov. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/parada-do-orgulho-lgbti-movimentada-orla-de-copacabana.ghtml>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

SEDGWICK, Eve Kosofsky. Epistemologia do armário. **Cadernos Pagu**, n. 28, p. 19-54, 2007.

TRIP, Jan Jacob. Creative city development in the Lisbon Strategy: evidence from Dutch ERDF allocation. **City Futures '09**: An International Conference Globalism and Urban Change. Madrid, 4-6 jun. 2009.

CREATIVITY AND RESISTANCE:

THE 2017 LGBTI-RIO PARADE

Abstract: The aim is to examine the socio-economic relevance of the the LGBTI-Rio Pride for the city of Rio de Janeiro and the political and economic challenges to the event The central argument points out that, although the LGBTI-Rio Pride does not completely eliminate the existing cleavages between members of the LGBTI population of the city, the event allows the creation of spaces of identification between people who share experiences of oppression, besides generating income through the stimulus given to the sectors of Rio’s creative economy. The main challenges to the event in 2017 were related to the fiscal adjustment promoted by the

municipal government and the interference of conservative positions of the mayor in his administrative functions.

Keywords: LGBTI-Rio Pride; Rio de Janeiro; Creative Economy; Resistance.

Recebido em: 22/05/2018

Aprovado em: 07/06/2018



REBEH

REVISTA BRASILEIRA DE ESTUDOS DA HOMOCULTURA