

Bofes, mariconas e vícios: clientes e masculinidades na prostituição em Campos dos Goytacazes-RJ (2010-2011)

Rafael França Gonçalves dos Santos¹

A gente só sabe quando é homem, quando tá na cama. (Júlia, 31/08/2011)

Resumo

Este artigo é parte da pesquisa realizada durante o mestrado em que abordei algumas vivências da travestilidade em um universo de prostituição em Campos dos Goytacazes. Além de investigar as transformações corporais e os sentidos atribuídos à prostituição, interessava-me compreender como era a relação com os clientes, afinal, sem clientes não há prostituição. Desta maneira, busquei analisar como os valores que gênero e sexualidade eram acionados neste universo, e usados para classificar, hierarquizar e desqualificar homens que buscam travestis em contextos de prostituição. Escapando da curiosidade comum de querer saber quem são os clientes, privilegiei apresentar a multiplicidade de sujeitos e situações que compõem esta realidade, em uma cidade ainda marcada pelo conservadorismo religioso.

Palavras-chave: travestis, prostituição, clientes, masculinidades

Bofes, mariconas e vícios: customers and masculinities in the prostitution in Campos dos Goytacazes-RJ (2010-2011)

Abstract

This article is part of the research conducted during Masters in which I discussed the experience of travestility in a universe of prostitution in Campos dos Goytacazes. Besides investigating the bodily changes and the meanings attributed to prostitution, it was interested to me to understand how the relationship with customers, after all, without customers there is no relationship of prostitution. Thus, I sought to analyze how the values of gender and sexuality were part of this universe, and were used to classify, hierarchize and disqualify men seeking transvestites in contexts of prostitution. Escaping from the common curiosity of wondering who the customers are, I intended to present the multiplicity of subjects and situations that make up this reality in a city still marked by religious conservatism.

Keywords: transvestites, prostitution, customers, masculinities

Introdução: Sobre o (não) contato com os clientes

¹ Professor de História em Campos dos Goytacazes; mestre em Sociologia Política (Universidade Estadual do Norte Fluminense) e doutorando em História (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro). Email: rafael.fgs@hotmail.com

Era o dia 22 de julho de 2011 e passavam poucos minutos das 21 horas na esquina da Avenida 7 de Setembro com a rua dos Andradas. Soraya usava um vestido rosa bem curto, meia calça da cor de sua pele clara, sandália também rosa de salto alto, com uma fita não menos rosa que subia por suas pernas até a altura dos joelhos; seus olhos verdes, obtidos com a ajuda de lentes de contato, eram destacados pela leve maquiagem que aplicara sobre o rosto, emoldurado por seu longo cabelo preto e liso. Notei que um carro vermelho, que protegia seu condutor com uma película de *insulfilm* bem escuro aplicada nos vidros, passou lentamente duas ou três vezes. Minutos depois, aproximou-se um homem que aparentava ter quase 30 anos, moreno, magro, usando óculos de grau e trajando calça jeans e sapato preto, com a camisa da empresa em que trabalha. Aparentemente sereno, ele se dirigiu à Soraya e disse-lhe:

Cliente: Boa Noite.

Soraya: Oi.

Cliente: Está resolvendo com eles? [referindo-se a mim e a um amigo]

Soraya: Não. São minhas amigas; elas trabalham aqui.

Cliente: Quanto é o programa?

Soraya: 50 reais.

Cliente: Atende em algum lugar especial?

Soraya: Tem um hotelzinho ali.

Cliente: Quanto é?

Soraya: 10 reais.

Cliente: Vamos?²

Soraya despediu-se e foi em direção ao carro, acompanhando o cliente. Em seguida o carro deu partida e seguiu para o hotelzinho.

Essa cena do contrato entre a travesti e o cliente, representa apenas uma das muitas

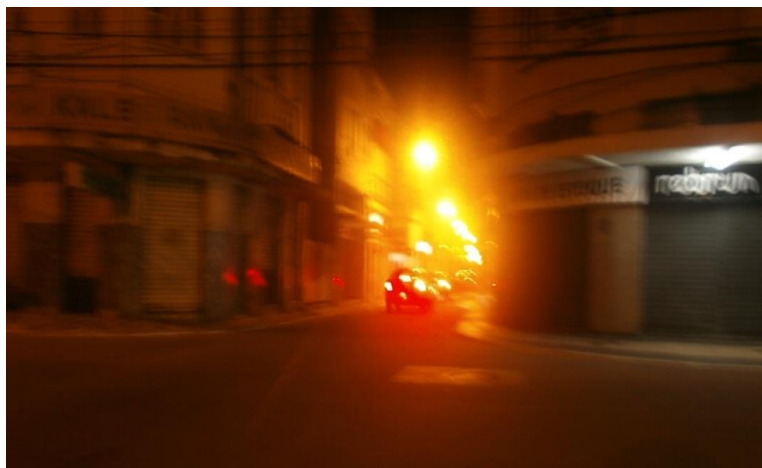


Imagem 1: Rua dos Andradas sendo cortada pela Avenida 7 de Setembro, região central de Campos dos Goytacazes, RJ.

dinâmicas de negociação de um programa. Penso ser importante destacar que esse campo será tomado sob o prisma do poder e da sexualidade, considerados como dimensões de um mesmo processo, que tangenciam as concepções que estes sujeitos têm do que é o gênero que representam e as possibilidades de uso de seus corpos. Tal

² Diário de campo – 22 de julho de 2011.

consideração faz-se relevante, pois são relações estabelecidas entre sujeitos que se envolvem, ou são vistos, como portadores de uma sexualidade marginal – não heterossexual.

Muitas vezes o pesquisador pode ser tentado a desventurar-se por searas que lhe são inacessíveis. Uma questão, por exemplo, seria tentar responder o porque de os homens serem apontados como os maiores agressores das travestis, compreendendo a dinâmica bipolar verificada na realização dos programas, nos quais, em questão de segundos, eles são capazes de transitar entre o tesão e o ódio extremo – como se o tempo da ejaculação instaurasse a mágica do horror. Por certo, grande parte das indagações passíveis de serem feitas, demandariam investigações capazes de acessar, efetivamente, a psique desses sujeitos masculinos, o que não é o objetivo deste escrito. O propósito das reflexões apresentadas está em sintonia com a possibilidade de apreender como uma gramática se forma e integra os desdobramentos sociais desse tipo de ação masculina; o que poderia ser visto como um esquema cultural reproduzido a fim de garantir a perpetuação de um esquema de dominação.

Com isso, não suponho que o campo da psicologia, psicanálise e psiquiatria e a análise do social sejam opostos ou que devam sempre serem tomados separadamente. Porém, considero importante localizar o espaço de onde proponho lançar meu olhar.

Assim, interessa-me perceber como alguns homens, reconhecidos socialmente como heterossexuais, se relacionam afetivamente, sexualmente, comercialmente e fraternalmente com as travestis que atuam no *trottoir* na região central de Campos dos Goytacazes.



Imagem 2: Uma rua, dois momentos: os carros e o comércio; e os passos de Júlia na Rua dos Andradas.

Vale destacar, ainda, que as reflexões apresentadas foram elaboradas a partir dos dados produzidos em dois momentos distintos: por meio da observação direta no campo de pesquisa, em que pude constatar a circulação de vários homens que se relacionam com as travestis; e a partir de 16 entrevistas realizadas com elas. Inicialmente pretendia entrevistar alguns clientes, a fim de dar



Imagem 3: Uma rua, dois momentos: os carros e o comércio; e os passos de Júlia na Rua dos Andradas.

mais visibilidade a estes sujeitos que participam ativamente (às vezes *passivamente*) do universo da prostituição. Entretanto, o contato direto com eles foi impossível, por dois motivos principais: não há, na *pista*, um local específico em que estes clientes fiquem concentrados³, como um bar, hotel ou bordel; eles estão sempre em trânsito, e isso inviabilizou qualquer tipo de aproximação, já que a simples tentativa de interpelá-los no momento em que parassem para negociar algum programa era inviável. Sabendo, de antemão, que encontraria estes obstáculos, supus que conseguiria contato com alguns clientes por meio das travestis que seriam entrevistadas, considerando que muitas delas diziam ter certos clientes que são fixos, procurando-as regularmente. Tal expectativa também foi frustrada. No momento das entrevistas, após falarmos sobre a clientela atendida, eu lhes perguntava se teriam algum cliente que aceitaria falar comigo; e as respostas eram oferecidas com aguda certeza:

Ah, meu filho, você não vai conseguir. Fácil pra você é conseguir michê que sai com as travas, ou um boy, mas cliente mesmo, é muito difícil pra você conseguir; até porque, eles não vão querer revelar pra você que ele sai. Geralmente eles são gente conhecida, e não quer ser reconhecido... e aí tá gravando, alguém vai reconhecer a minha voz... você sabe como é. (Tatiana, 02/03/2011)

Ahhh não... com certeza não! [...]. Ah é... jamais. Se você falar assim: "Ah, vamos fazer uma entrevista?"... nossa! Você quer matar eles é falar uma coisa dessas pra eles... não vão aparecer nunca! [...](risos) Nunca! Nunca, nunca, nunca... [...]. É... e de repente assim,... ficar e o povo ficar sabendo, né?!, que sai com travesti, né?!, que fazem passivo também, aquelas coisas toda, então, nunca que eles fariam uma entrevista! (risos) (Tuany, 21/09/2011)

³ No estudo apresentado por Larissa Pelúcio, *Abjeção e desejo*, a clientela das travestis foi acessada por meio de um bar em que estes homens se encontravam a partir de uma rede de relacionamentos disponível na internet. Já Inlar de Sousa, *O cliente: o outro lado da prostituição*, que pesquisou a clientela de mulheres prostitutas, conseguiu acessar estes homens em um estabelecimento específico, onde elas atuavam.

Com isso, talvez, essa mirada *distante* que será apresentada sobre a clientela das travestis decepcione aqueles que, aguçados por uma curiosidade especulativa, esperavam descobrir com nitidez, quem são os homens que buscam as travestis das ruas de Campos dos Goytacazes. Posso advertir, no entanto, que estes clientes estão muito mais próximos do que se imagina, ou se quer ver; eles são: os amigos da balada, professores, políticos, comerciantes, seguranças diurnos e noturnos, médicos, dentistas, líderes religiosos, pais de família. Como foi constado pelas entrevistadas, esses clientes estão por toda parte:

Eu já entrei em restaurante, e quando eu dei por si era cliente. Eu já entrei na prefeitura da cidade pra resolver alguma coisa, quando notei, era um cliente. (Tatiana, 02/03/2011)

Ah, tem clientes muito variados. Eu falei pra você, na maioria das vezes eles tão entre 30 e 50 anos, entendeu?!; são pessoas de crasse média, não são tão baixas, e é desde assim, empresário, político... até um simples funcionário. [...]. Até um simples auxiliar de serviços gerais, é médico, é dentista. (Roberta. 21/06/2011)

Travestis e Clientes: o jogo das masculinidades e os sentidos da prostituição

Conforme demonstrado em alguns estudos históricos, como os desenvolvidos por Michele Perrot, o espaço público foi construído como um espaço masculino, enquanto que às mulheres caberia *reinar* sobre o mundo privado. Tanto durante o dia, quanto pela noite, a circulação de homens pelas ruas do Centro de Campos é intensa. No período noturno esse trânsito é marcado por uma dinâmica que envolve a busca por aventuras sexuais com outros homens, mulheres e travestis, além da possibilidade de obter drogas, realizar pequenos furtos, ou apenas se divertir com o grupo de amigos.

No espaço da prostituição de travestis no Centro da cidade, a presença masculina é constante. Eles aparecem de carro, a pé, de bicicleta; estão sozinhos, acompanhados por um ou vários amigos; são brancos, negros, pardos; adolescentes, adultos, idosos.

A possibilidade de obter algum tipo de prazer promove interações repletas de códigos compreendidos pelos *sujeitos da noite*⁴. Certa noite⁵, estava sentado na esquina da Rua dos Andradas com a Avenida 7 de Setembro, aguardando a chegada das travestis; percebi que um homem, aparentando de 25 a 30 anos, posicionou-se na outra

⁴ Considero como sujeitos da noite esse grupo de sujeitos que cria uma dinâmica própria no ambiente noturno, estabelecendo códigos de conduta e contato. No espaço da prostituição observa-se a presença das travestis, dos clientes (os pagantes e os *vícios*), homens homossexuais *caçando* e transeuntes a caminho de casa ou do trabalho.

⁵ Diário de campo – 10 de dezembro de 2010.

esquina, buscando, com o olhar, estabelecer algum contato comigo, a fim de que pudéssemos firmar um contrato (que poderia envolver relação sexual ou compra/venda de drogas); discretamente ele segurou seu órgão sexual e fixou o olhar em mim. Interessava-me compreender como se arquiteta essa dinâmica de interação promovida com olhares e insinuações e, quem sabe, até mesmo conseguir conversar com ele para uma possível entrevista informal, ali mesmo. Todavia, tive receio de continuar no espaço, já que estava só e o risco seria grande. Como não correspondi à sua investida, ele se afastou. Minutos mais tarde, avistei-o sentado à mesa de um bar localizado na Rua Formosa, por certo esperando a possibilidade de outro contato.

Um grupo de sujeitos muito presente na *pista* são os adolescentes. Esses jovens rapazes quase nunca estão sozinhos e buscam não pagar pela realização do programa. A interação entre eles e as travestis da *pista* pode ser amistosa, conflituosa e interessante para ambos, visto que em alguns casos os programas são efetivados. Não foram raras as vezes em que grupos de adolescentes chegaram de bicicleta, e circularam incessantemente. Eventualmente eles paravam para conversar com alguma travesti que lhe parecia mais interessante, do ponto de vista do capital corporal, ou que lhe fosse mais acessível, aquelas que eles sabiam que sairiam gratuitamente para transar. Nesses diálogos, às vezes com tom de voz bem elevando, eles se gabavam de terem a *mala boa*⁶, e por vezes permitiam que a travesti comprovasse a afirmativa, tocando-lhes. Esse momento era experimentado com grande euforia por estes rapazes que estavam acompanhados por seus amigos. Em momento algum sua masculinidade era questionada pelo fato de se envolverem com uma travesti, tendo em vista que, tacitamente, já se compreendia que eles, como ativos da relação, não seriam os *veados*; pois o estigma recai sobre o sujeito que assumiria o papel de passivo, a travesti⁷. Além disso, quando estão acompanhados dos amigos, não se admite que a travesti fique com apenas um deles, ou seja, todos devem participar da *aventura*, de maneira que tenham no segredo do grupo a garantia de que *ninguém fique sabendo* do ocorrido.

A noite de 23 de junho de 2010 demonstrou-me o quão democrático é o acesso dos clientes à *pista*. Em quase cinco horas de observação presenciei a chegada de um

⁶ Termo êmico utilizado para se referir ao pênis; uma *boa mala* deve ser preferencialmente grande e grossa.

⁷ Annick Prieur indica o caso dos *mayates*, na Cidade do México. São homens masculinos que transam com outros homens, mas que não assumem-se como homossexuais e tampouco se permitem alguma atitude considerada feminina. Cf. PRIEUR, Annick. **Mesma's House, Mexico City: on travestites, queens and machos.** University of Chicago, 1998. p. 179

rapaz de bicicleta, que procurava Luciana, a fim de fazer o vício; em seguida um carro, com dois jovens rapazes brancos, que já circulara pela *pista* várias vezes, parou para falar com Dayane; quase que simultaneamente, um homem em uma motocicleta chamou Luciana e solicitou que ela fizesse o programa fiado; além disso, alguns rapazes transitaram a pé. Todos que têm algum interesse podem chegar à *pista*. E, nem sempre, aquele que está com um veículo mais novo e caro, é o melhor cliente para o programa. Segundo Judite, os clientes que passam de *carrão* são os piores, pois nunca querem pagar o preço certo do programa, sempre pedem algum tipo de abatimento; enquanto que os homens que param em carros *ferrados*, pagam o preço que for estipulado. Enquanto fazia esta observação, Judite avistou um de seus clientes, um senhor de mais de 50 anos, que vinha em uma Brasília azul e que, segundo ela, pagava o preço combinado, embora fosse muito chato, por gostar de beijá-la, querer muito carinho e demorar para ejacular.⁸

A relação das travestis com seus clientes é sempre descrita por elas como sendo envolta por momentos de tensão e é apresentada como se ambos fossem cúmplices de um ato ilícito. Por mais que elas dissessem, de uma maneira ou de outra, detalhes dos programas, a identidade dos clientes não foi revelada em momento algum. Esse segredo é parte de um contrato celebrado entre eles; ao mesmo tempo em que pode ser usado pela travesti durante o programa, se houver algum conflito, como quando o cliente se recusar a pagar pelo programa, ela pode ameaçá-lo com um escândalo. Tudo vai depender do local em que o programa for realizado, bem como do porte físico da travesti e do cliente. Como observa Tatiana:

Às vezes você se sente um objeto. Não ao ponto que o cliente grite comigo: “Estou pagando”, porque se ele gritar, eu saio do quarto. Ele está me pagando, mas eu que estou vendendo. Eu que sou a vendedora, a comerciante sou eu, eu comercializo meu corpo; então eu falo o que eu faço, e o que eu não faço. Homem não diz a mim o que eu tenho que fazer. [...]. Lógico, eles têm que aceitar. *São 1,83 de altura; e eu não levo desaforo pra casa, tudo que me dão, eu devolvo.* (Tatiana, 02/03/2011) (grifo meu)

Outro importante aspecto que compõe essa relação é o gênero. As entrevistas confirmaram a hipótese de que a tradicional noção de masculino e feminino é acionada tanto pelas travestis quanto pelos clientes; e a sexualidade também é compreendida a partir de uma matriz heteronormativa, ainda que as vivências, experimentações e possibilidades, superem o padrão heterossexual. A performance de gênero identificada é compreendida como o definidor primordial da sexualidade a ser desempenhada: o

⁸ Diário de campo – 11 de fevereiro de 2011.

feminino da travesti deve, portanto, oferecer o sexo (ser passiva), enquanto que o masculino do cliente é o próprio sexo (ativo). Nesse jogo está expressa a compreensão de que: “A libido-como-masculino é a fonte de que brota, presumivelmente, toda sexualidade possível.” (BUTLER, 2003, p. 86); fazendo com que se reflita sobre a importância conferida à materialização do prazer, do gozo; o gozo masculino, associado à substância obtida no momento da ejaculação é visto como superior ao feminino, já que o orgasmo não passaria de um conjunto de sensações, cuja materialidade pode não ser tão óbvia.

Em fina sintonia com o discurso da norma heterossexual, as travestis compreendem como normal a ideia de que elas devem ser passivas e seus clientes ativos. Isso não significa que na prática, essa ideia se efetive. E é justamente neste jogo que os clientes são classificados pelas travestis, basicamente em três grupos: os *bofes*, as *mariconas* e os *vícios*⁹.

Os homens vistos como *bofes* são aqueles que, além de representarem as características tipicamente reconhecidas como masculinas¹⁰, assumem o papel de *ativos* (penetradores) na relação sexual, e usam o corpo das travestis a partir de seus atributos femininos: seios, cabelos longos, nádegas; o que implica o não-toque ou estímulo direto do pênis delas. O fato de possuir um pênis não necessariamente masculiniza a travesti, mesmo quando elas assumem um papel sexual associado à masculinidade verdadeira, ou seja, ser ativa na relação sexual. Em estudo sobre as travestis argentinas, Josefina Fernández observa que: “Las travestis tienen cuerpo de varón y de mujer y su sexo y su género no son algo que pueda ser definido según categorías pré-estabelecidas.” (FERNÁNDEZ, 2004, p. 114). Por isso, a relação entre travestis e clientes supera a dimensão econômica, bem como a dicotomização entre ativos e passivos. Como também destacado por Fernández: “Travestis y clientes se encuentran en un territorio erótico común del que están excluidas las mujeres en prostitución, un *habitus* generizado reúne a ambos en el mercado de los cuerpos y de los deseos.” (FERNÁNDEZ, 2004, p. 114)

Nesse mercado de corpos e desejos, as travestis classificam como *mariconas*, aqueles clientes que buscam no corpo delas, o órgão masculino, e assumem na relação

⁹ Ainda que a categoria vício possa ser vista como um não-cliente, optei por considerá-lo no grupo dos clientes, já que em determinadas circunstâncias os *bofes* podem se tornar um vício.

¹⁰ Ser viril, provedor, macho. Cf. WELZER-LANG, Daniel. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. In: **Estudos Feministas**. Florianópolis: UFSC, Vol. 09, nº 2, 2001.

sexual o papel de passivos. Essa diferenciação entre *bofes* e *mariconas* sustenta um repertório de escolhas efetuado pelas travestis, e indica quem são os melhores e os piores clientes para cada tipo de programa. A percepção que se tem acerca do que é o corpo e os usos legítimos que podem ser feitos dele, é o que respalda as classificações produzidas pelas travestis sobre seus clientes; e é a partir deste sistema classificatório, não estático, que elas escolhem os homens com quem podem fazer sexo gratuitamente – os *vícios*. De acordo com as entrevistas e as observações no campo, para que um homem seja escolhido pela travesti, sua performance de gênero deve se aproximar ao máximo da noção do *homem de verdade* (BADINTER, 1993). Nesses casos em que a travesti se permite realizar o programa e não cobrar pelo mesmo, diz-se que ela fez *vício*.

Nesse repertório, em que os homens são classificados de acordo com a sexualidade que eles se permitem experimentar, aqueles que não correspondem à norma: masculino = ativo, são menosprezados pelas travestis. Elas reconhecem como demérito o fato de um *homem de verdade* se permitir ser penetrado por outro homem, ainda que este outro seja uma travesti, vista como uma mulher de pênis e não um homem de peito.

Para as entrevistadas, o *bofe* é diferente da *maricona* porque:

Ah, os bofes são aqueles caras que curte, né?!, travesti, essas coisas toda; que fazem o papel do ativo. Já as mariconas, são aqueles caras que curtem também os travestis, sendo que eles fazem os dois lados: ativo e passivo. Aí, por isso são chamada as mariconas! (risos) (Tuany, 21/09/2011)

Porque o cliente bofe ele, ele só é ativo.[...]. É só ativo. Entendeu?! Ele tá ali porque ele quer matar um desejo dele. Bofe é assim. Agora tem as maricona, que a gente fala que é os dois, mais passivo. (Stéfany, 22/07/2011)

(...) quando é cliente que é maricona, trata a gente com mais respeito e carinho; quando são os bofes, que faz ativo, é mais aquilo: eu quero fazer isso, quero gozar umas três vezes, que eu tô pagando... é mais aquela coisa... dura! (Júlia, 31/08/2011)

Em alguns conflitos entre travestis e clientes, que foram vistos durante a pesquisa de campo, observei que elas, quando queriam ofender um cliente, diziam que ele era “uma *maricona*.”¹¹

Se por um lado as travestis indicam que ser *maricona* é um demérito, por outro, elas reconhecem que as *mariconas* são os melhores clientes quando se trata do retorno financeiro:

É porque os bofes são os ativos mesmo, os homens mesmo; as *mariconas* são as bichas encubada, que procuram as travesti pra fazer o que elas gostam, o que elas mais escondem; mas *são as mariconas que pagam bem*. (Andressa,

¹¹ Diário de campo – 06 de agosto de 2010.

01/09/2011)

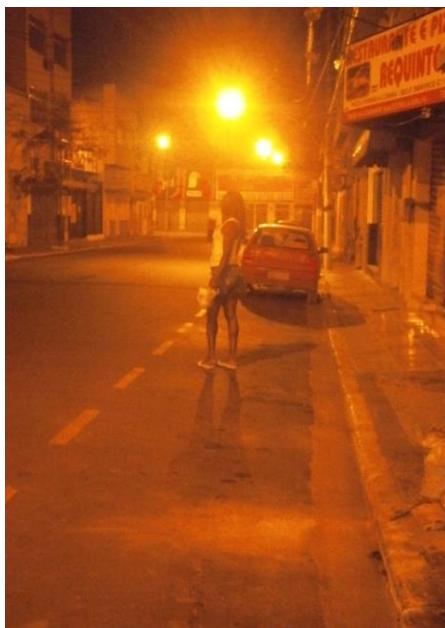
Este comentário de Andressa corrobora a compreensão apresentada pelas travestis sobre os clientes. Diferentemente dos *vícios*, com quem se faz o programa de graça, os *mariconas* devem pagar mais caro pelo programa, já que serão *passivas* na relação sexual. Esta compreensão ilustra a ideia de que o papel de passivo é um processo de rebaixamento da masculinidade deste homem, e por isso ele deve pagar mais caro para que a travesti o penetre.

Oral é 25 pra cima, no meu caso, né?!, Querida! 25 pra cima... oral e anal 50 pra cima também; e pra ser ativa eu cobro mais caro, 70 mais ou menos, porque a *maricona* tem dinheiro, né?! Ela paga. (Andressa, 01/09/2011)

10

As *mariconas*, em geral, não dispõem de capital corporal, tampouco de masculinidade, para negociar um desconto ou mesmo a gratuidade do programa. Enquanto que os *bofes* têm como capital seu corpo e sua masculinidade, o único capital disponível para os *mariconas* é o financeiro. Tanto as travestis quanto os clientes partilham de valores semelhantes, quando se trata da percepção acerca do corpo e da idade. Segundo a avaliação de Brenda, os clientes mais novos nunca querem pagar pelo programa:

Os novos, eles quer mesmo só se divertir e não pagar; são aqueles rapazes bonitos, gostosos, às vezes a gente acaba, por tentação, fazendo eles de graça, entendeu?! Eu já fiz muito de graça ali na 21 mesmo! Porque eu gosto mesmo... aqueles rapazes bonitos, quando vem pro meu lado, querendo... eu não consigo dizer não. Porque eu gosto... eu faço mesmo. Entendeu?! Às vezes, até a maioria fica de implicância comigo por isso, entendeu?! Às vezes, tem dia, os rapazes que queria, entendeu?!, de graça, eu fazia mesmo. (16/03/2011)



O corpo é um capital do qual dispõem tanto as travestis, que oferecem os serviços sexuais, quanto os clientes que buscam tais serviços. Da mesma maneira que uma travesti com muitos atributos considerados femininos (seios, cabelo, vestimentas) possui muito capital para negociar o valor de seu programa, um cliente bofe, com aparência e atitude representativa do padrão de masculinidade verdadeira, tem para negociar abatimentos e até mesmo a gratuidade do serviço requerido. Isso fica patente no caso de rapazes jovens, cujos corpos esculpados em academias de

Imagem 4: Júlia fazendo pose na Rua dos Andradas.

musculação, correspondem ao ideal masculino veiculado pelas mídias, e desejado pelas travestis. Em várias situações esse tipo de homem foi visto circulando pela *pista*.

Na noite de 11 de fevereiro de 2011, três rapazes, aparentando de 18 a 25 anos se aproximaram de Soraya, uma das travestis consideradas belíssimas na *pista*. Um deles era branco, de cabelo comprido, um moreno e o outro negro. Ela conversou longamente com eles, enquanto os três olhavam fixamente para seus enormes seios, que estavam quase totalmente à mostra. Ela se aproximou do rapaz branco e, com uma das mãos, avaliou o tamanho de seu pênis. Eles tinham uma fala carregada por um sotaque que Soraya identificou como nordestino, e supôs que eles, provavelmente, estivessem trabalhando em alguma empreiteira na cidade. O rapaz negro disse que tinha os 50 reais que ela cobrara pelo programa, mas ela se interessou pelo branco. Por fim não houve negociação, e ela acabou saindo com outro cliente que passava de carro. Esses três rapazes estavam visivelmente alcoolizados; o moreno, em maior grau, se gabara de ter um pênis enorme, causando animosidade em outra travesti, que se aproximara do grupo, e interessou-se em ver. Logo depois passou Pedro; já conhecido das travestis da *pista*, ele é um homem pardo, malhado, aparenta cerca de 30 anos, tem tatuagem no braço e sempre sai com alguma travesti; como dispõe de capital corporal e atributos reconhecidos como masculinos, ele nunca paga pelo programa e até mesmo consegue dinheiro com a travesti que sai com ele.¹²

Até o momento, busquei demonstrar o quão diverso é o universo da clientela das travestis, e algumas formas de negociação estabelecida entre elas e os clientes. Vale notar que estes clientes não demandam apenas serviços sexuais, muitas vezes querem uma companhia, uma aventura. As travestis entrevistadas avaliaram o que possivelmente faria com que os homens as procurassem:

Por exemplo, na Europa eu era travesti, então o homem já saía comigo sabendo que eu era travesti; então quando você sai com um travesti, você sabe que ali vai ter um órgão genital masculino; então alguma coisa ele quer diferente naquela relação; não significa que ele vai ser passivo, entendeu?! Mas ele quer ver uma coisa diferente; ele sabe que tem alguma coisa diferente. É o fascínio da cabeça do homem em ver assim: gente, é uma mulher com órgão genital masculino, e isso vem na mente dele. No Rio de Janeiro, é a mesma coisa; lá é diferente, onde ficam as mulheres, ficam as mulheres; aonde ficam os homens; [onde] ficam os travestis, ficam os travestis. (Soraya, 15/03/2011)

A travesti é compreendida como um ser exótico. Seu pênis lhe confere um status diferenciado, mesmo que não seja utilizado para a penetração do cliente. Ainda que não

¹² Diário de campo – 11 de fevereiro de 2011.

fique totalmente ereto, ou seja, manuseado pelo cliente, a presença do pênis em uma performance de gênero feminina, define uma dinâmica própria da relação entre clientes e travestis. Na medida em que a travesti é compreendida como uma mulher de pênis, e não um homem de peito, os homens que se relacionam com elas não são necessariamente *veados*; o pênis torna-se um acessório que perde seu potencial representativo frente à construção de uma feminilidade. Isso não significa que seu valor seja menosprezado, mesmo porque, quando requerido pelo cliente, ele pode funcionar e contribuir para o enquadramento do cliente como *maricona*. Todavia, quando não acionado pelo cliente, o pênis da travesti deixa de representar a virilidade masculina e passa a ser um *plus* do seu feminino.

Mesmo que, tecnicamente, a relação entre as travestis e seus clientes possa ser descrita como homossexual, os clientes *bofes* e os *vícios* não podem ser identificados como gays ou veados, visto que o papel desempenhado por eles, na relação sexual, não macula sua masculinidade, como ocorre com as *mariconas*. Além do mais, muitas vezes, essas relações fazem parte da construção ou reafirmação de uma masculinidade, principalmente entre rapazes jovens de estratos sociais menos abastados, que circulam pela *pista* em grupos. Em 1º de novembro de 2010, perto da Avenida 7 de Setembro, observei que seis rapazes, de bicicleta, tentavam negociar um programa com duas travestis jovens. Uma delas foi conversar com eles e logo voltou indignada, pois ouvira que uma *puta* eles pagariam, mas *veado* eles *comem* de graça.¹³ Essa foi apenas uma de muitas situações em que grupos de adolescentes foram vistos na *pista* a procura de *fazer vício*.

Seria possível explicar por que os clientes procuram a travesti na prostituição? Como não pude ouvir deles mesmos, investi na percepção que as travestis têm dessa situação, a partir das justificativas que eles apresentam para elas. Elas dizem que o exotismo é o que atrai o cliente; misturar signos do feminino em uma anatomia dita masculina é algo que desperta a curiosidade. Para Kyara e Roberta, respectivamente:

É... um brinquedinho diferente, né?! Então eles querem o que? É isso. Porque se eles quisessem... Eu acho que um homem que paga um travesti, ele não quer o travesti como se fosse a mulé, ele quer o travesti, mas com a coisinha aqui na frente; se não ele pegava uma mulé! (28/07/2011)

De vez em quando pergunta... será que é operada?!, muitos não querem. Engraçado, eles querem uma figura feminina de pênis; vai entender a cabeça do homem, né?! É, engraçado. Fala assim: “Ah, eu gosto de você, tem um jeito feminino, você tem corpo, um jeito de mulher, aquela coisa toda... fica pelada pra mim, fica, fica peladinha... Fica de costas não, de frente”; E aí?!

¹³ Diário de campo – 13 de novembro de 2010.

Eles querem... uma figura feminina, mas sem ser operada. (21/06/2011)

Segundo as travestis, os clientes usam diversas justificativas para dizerem porque estão buscando uma travesti e não uma mulher. Muitos argumentam que elas oferecem um sexo mais liberal do que aquele que é conseguido com a esposa, noiva ou namorada, em casa. Há ainda os que dizem ser movidos por uma curiosidade pelo *diferente*, além de considerarem que elas são mais habilidosas para satisfazê-los, com o sexo oral e anal, do que *suas* mulheres.

É... muitos falam... na maioria das vezes dizem, é assim: que as mulher deles não gostam de sexo oral, sexo anal; muitos dizem que mesmo a mulher fazendo, não fazem do jeito que eles gostam, que faz uma coisa meio, tipo com nojo... que faz pra agradar a ele, porque na verdade ela não gosta de fazer; ou muitos dizem que elas não fazem mesmo; ou, muitos dizem que elas fazem tudo isso, mas mesmo assim, eles procuram. Mas assim... tem clientes mais novo, que assim... mais na fase da adolescência... entre 18, assim... 18, 20, 21 anos... é meninos... tem a namorada, mas às vezes a namorada ainda não faz sexo com eles, e que eles querem fazer... ou por curiosidade mesmo, muitos por curiosidade, porque nunca tinha feito isso, e queria ver como que era. Mas muitos dizem também que nunca tinha feito, mas já fizeram 50 vezes. “Ah, é minha primeira vez, não liga não... É minha primeira vez... nunca fiz isso,” aquela coisa toda... mas, na verdade já fez. (Roberta, 21/06/2011)

Os clientes querem, desejam, buscam essa figura feminina que tenha um pênis. Com o dinheiro, eles compram muito mais do que um simples sexo, ou um gozo aventureiro e diferente. Instaure-se, como em qualquer relação sexual, um jogo de poder, dominação e muita adrenalina. Não é em qualquer lugar que se pode encontrar um feminino com pênis e dispor dele ora como homem, ora como mulher. Muitas vezes, o dinheiro é que conduz a possibilidade de efetivação dos desejos dos clientes. Quanto mais dinheiro tem o cliente, maiores são as exigências que ele pode fazer:

Quando me paga bem. Independente, pode ser lindo, belíssimo, um deus grego, não vai me pagar?, ou pagar mixaria... pra mim, o cliente é aquele que paga bem... pode exigir muito de mim, mas porém que ele pague... o que ele exigir de mim, entendeu?!, pague bem pra isso. Porque às vezes você decepciona muito, às vezes pára um cliente com um carrão, imenso, carro do ano, zerado, sem placa... e vem com mixaria; e quando não fala assim: “Entra aí, vamos dar uma volta. Você acha, eu, bonito desse jeito, novo, gostoso... tem coragem de me cobrar?”, eu tô trabalhando, ele fala “Eu sei, e o lazer?!”; lazer eu faço, dia de domingo na minha casa, vou passear, como pizza, vou ao cinema, meu lazer é esse... aqui é trabalho; eu falo: “É trabalho”. (Roberta, 21/06/2011)

Duas falas recorrentes no senso comum são ponderadas por Roberta, em uma avaliação bastante sóbria: a de que a maior parte dos clientes das travestis são homens casados e que quase todos os clientes são passivos. Segundo Roberta:

Não!... não é. É uma coisa, às vezes... eu tenho 70%, às vezes assim, clientes... tem uma média de 90 a 70%... muitos é aquela curiosidade de saber, muitos é assim, olha... pergunta... tá fazendo sexo... eu sou muito tímida, eu sento, eu deito, eu boto uma almofada na minha frente, boto alguma coisa... muito falam: “Não, fica a vontade... pode tirar... eu sei que

“você não é mulher”, e num sei o que; muitos já chegam e mete a mão; muitos perguntam o que é... muitos já chegam descarado e perguntam: “Você é ativa??? Eu quero ser sua mulher hoje...”, então, é aquela coisa que, assim, que você se surpreende; não tem uma assim... uma média... dizer que todo mundo faz isso... Não. Eu tenho clientes que são heteros mesmo. Por mais que dizem que é, porque transou com o mesmo sexo e não seja mais hetero, mas uns clientes, assim, que sejam ativos mesmo, em nenhum momento, se tentar encostar a mão numa parte do corpo dele que seje... eles dão tapa, dão uma porrada, bota pra trás e aí...

Cara... eles diz, uns diz que olha na rua... “Pow... você tem um corpão... tem um bundão... e a maioria das mulher não tem isso... eu gosto de bundão”, aquela coisa toda. Às vezes eu passo pelo tamanho da bunda... “Ah, porque sua bunda é muito grande...”, que num sei o que, aquela coisa toda... “e eu quero fazer isso; você tem cara de safada, tem cara de fazer isso, aquilo...”. Que muitos, às vezes são assim... eu já ouvi uns relatos que são assim: que às vezes você não tem o costume de fazer uma coisa com sua namorada, que se namorada no começo você não faz, depois de casado você não faz mais. Casou... depois de casado, você não faz mais. Não tem aquela... Teve um cliente que falou comigo: “Eu tentei amaciar a minha esposa, levando filme pra ela assistir, de troca de casais, levando filmes que tinham mulheres com sexo oral e anal, mas minha esposa fazia cara de nojo...”, entendeu?!, e não fazia. Então, é muito relativo. Muitos são muitas coisas, se eu falar pra você... uns falam que gosta mesmo, que tem preferência por travesti, outros já acham que pra curiosidade de saber como que é transar com um travesti; outros já diz que, que sei lá, porque não tinha nada o que fazer, e quis sair... são muitos relatos... diferentes, entendeu?! (21/06/2011)

Isso não significa que muitos dos clientes não sejam casados. Porém, tomar essa afirmativa como verdadeira sem a possibilidade de confirmação, é corroborar um discurso das travestis, que é proferido em um contexto de disputas por poder, status e reconhecimento.

Judite é uma travesti que vai pouco à *pista*, no máximo duas vezes por semana; pois também atende clientes por telefone. Em uma de suas idas, explicou-me como é sua atuação na prostituição, que é sua única fonte de renda. Ela alegou que tem alguns clientes que são fixos e saem com ela há mais de 8 anos, desde que começou na prostituição; como costuma ir apenas em alguns finais de semana, muitos programas com esses clientes são agendados por telefone. Esses programas agendados podem ser realizados durante a noite, quando o homem sai de casa para ir à farmácia, por exemplo, passa para busca-la e saem para uma *rapidinha*, ou durante o dia, em motéis da cidade. Ela diz que esses homens que saem diurnamente são, na maioria, casados, donos de estabelecimentos comerciais, e dispõem apenas do horário comercial para encontrá-la. Esses clientes já são cativos, e com frequência procuram seus serviços. Esse fato é atribuído a seu desempenho durante os programas, por ela *topar tudo*, não ter frescuras. O preço do programa varia de 50 a 80 reais, podendo ser ativa, passiva ou os dois. Alguns clientes lhe oferecem drogas; às vezes, ao longo de um programa, ela e o cliente

só *cheiram*¹⁴ e na hora do sexo o pênis do cliente não fica ereto; mas ele paga pelo tempo do programa conforme o combinado. Segundo Judite, as drogas funcionam como anestésico, e é a única maneira de aguentar o ritmo da *pista*.¹⁵

O cliente não quer apenas sexo. Judite citou a possibilidade do consumo de drogas. Essa é uma realidade de algumas travestis nos circuitos de prostituição; outras, entretanto, afirmam que não usam qualquer tipo de entorpecente, nem mesmo bebidas alcoólicas e cigarros. Alguns clientes recorrem às travestis para comprarem drogas e/ou consumir com eles. Kyara descreve esse tipo de situação e diz que esses clientes:

(...) são os melhores, né?! Esses que gastam mais, por que? Tão drogado, não querem ficar sozinho, então, vão pagando mais a gente, porque aí vai acabando o nosso tempo, e eles vão pagando pra ficar mais tempo com eles. Se a gente tiver paciente; mas se a gente for uma impaciente, eles deixa a gente aí vai lá e pega outra. Até achar a que eles querem, pra ter paciência... Porque, na verdade, cliente drogado, ele não quer transar, ele quer uma pessoa pra se drogar com ele e pra ouvir ele. Aí, geralmente, eu faço o que?, às vezes eu dou uns tequinhos com eles, e às vezes eu sopro e finjo que cheirei. Se eu não tô afim... (28/07/2011)

Mas, nem só de drogas e sexo são feitos os programas. Muitas vezes, as travestis alegam que seus clientes são carentes e querem conversar com elas, contar seus problemas pessoais. Como elas relatam:

São muitas histórias, aí me contam histórias boas dos filhos; aí eu fico ouvindo; assim, eu acho que é por isso que eles vêm e voltam sempre comigo. Não é nem pela beleza, por nada não, é pela paciência que eu dou a eles. Porque a maioria que, ahhh, vambora, goza logo, acabou, cabou!. Eu não, alguns crientes, eu tenho paciência de conversar e ouvir. (Kyara, 28/07/2011)

Conversam... falam. Muitos te pegam como se fosse psicóloga... conta os problemas... é... é muito engraçado. Às vezes tem gente que sai com você, te juro, te paga duas horas de programa, uma hora e meia ele te conta os problemas, os problemas coma família dele, problemas no escritório, problemas no consultório, conta da vida dele; muitos falam abertamente [...]; são casados... que dizem que gostam de uma aventura, uma coisa diferente... (Roberta, 21/06/2011)

Esse é mais um elemento que corrobora a ideia de que a prostituição não é composta apenas de trocas econômico-sexuais. Mesmo que o dinheiro, como demonstrado pela fala de muitas entrevistadas, seja descrito como algo capaz de inserir a impessoalidade e conferir o caráter de profissionalismo à atuação na prostituição, não se pode reduzir todo esse complexo processo à dimensão financeira. Quando dizem quem são os seus melhores clientes, por exemplo, as entrevistadas citam características masculinas que lhe agradam, como forma de obterem prazer, ou satisfazer algumas de suas vontades. Na opinião de Soraya, já citada como uma das travestis belíssimas da, o

¹⁴ Termo utilizado para se referir ao ato de consumir cocaína.

¹⁵ Diário de campo – 22 de outubro de 2010 e 27 de abril de 2011.

melhor cliente é:

Eu acho que o homem com mais de 30 anos, né?! Com 32, mais a minha idade, né?! É aquele homem que já fez de tudo, e sabe fazer de tudo. É esse! [...] Não; porque o menino de 18 anos, 19, ele só quer gozar, né?! Ele tá com os hormônios fervendo ali no corpo, então, pra ele; ele se satisfaz até com um... qualquer coisa que aparecer na frente dele. E um homem de 30 anos não, né?! ele sabe o que ele quer, ele sabe fazer direitinho; é diferente! Totalmente diferente! (Soraya, 15/03/2011)

Tuany apresenta uma fala de acordo com a exposta por Soraya, e acrescenta:

Porque as pessoas mais velha, ah... eu... hum... se for pra mim fazer a ativa, entendeu?!, com as pessoas mais velhas, vai ser mais difícil pra mim, entendeu?! Porque até então eu me excitar, aquela coisa toda, vai demorar um pouco, então, eu não gosto muito, de sair com pessoas mais velhas. Pra mim, tem que ser assim, meia idade, aí... os mais novos, entendeu?! Porque os mais velhos, pra mim fica mais difícil, eu não consigo. (Tuany, 21/09/2011)

Tanto a fala de Tuany quanto a de Soraya, evidenciam que as relações com os clientes não são estritamente financeiras. Elas demonstram uma predileção por clientes que sejam atraentes, de acordo com o protótipo de masculinidade definido por cada uma das travestis. Assim, mais uma vez, vê-se em cena a possibilidade do prazer, o desejo, a vontade, como fatores que integram o processo de negociação dos programas. O preço cobrado pode ser menor para um cliente que seja identificado como interessante, ou maior para aqueles que não sejam atraentes, como quando tem-se que ser ativa com um *maricona* de mais idade. Inflacionar o valor do programa pode ser uma estratégia para desestimular o cliente a concretizá-lo. Caso esta estratégia não funcione, o preço mais elevado serve como uma espécie de compensação para a travesti, já que realizará um esforço maior: deitar-se com um homem não desejável. Nesse sentido, nota-se que a performance de gênero masculina funciona como um capital acionado pelos clientes na negociação dos programas. Os homens estão cientes disso, e a maior parte deles, particularmente os rapazes mais jovens, buscam abatimentos no valor do programa, pois se consideram, e as travestis legitimam a ideia de que eles são: homens de verdade. Tamara avalia a diferença entre o cliente jovem e o mais velho:

Na hora de fazer o programa os mais novo são melhores; mas, assim, de dinheiro, os mais velhos são melhores ainda! (risos) Aham... por sempre os mais velhos quer... Os mais novinho quer pagar, às vezes a metade do preço que a gente cobra... ou, oitenta... Oitenta! Ou 30% do preço que a gente cobra, assim, entendeu?! [...] Já os outros não; os mais velhos não, tão acostumados já. Já vai... com o dinheiro certinho, pra sair com a gente. (Tamara, 08/06/2011)

Essa não é uma situação particular. Tatiana também descreve um acontecimento em que clientes jovens reivindicam descontos ou até mesmo a gratuidade do programa:

Parou um Astra vinho, eu tinha até que falar a placa, mas não pode né?!, pra destruir; ele parou com dois... tinha quatro amigos dentro do carro, dois novinhos e dois garotões, um desceu e começou a me abraçar, me apertar,, e

eu não gosto que homem fica me abraçando, como eu falei lá atrás, eu não gosto de garotão, nunca fui muito fã. [...]. Porque garotão não paga. Garotão não vai me adquirir nada, não vai mudar meu poder aquisitivo na minha conta bancária. O cliente sim; as mariconas que sai comigo, os homens de mais idade, pagam. [...], e garotão quer brincadeira, então, já não... não tenho afinidade e nem quero ter, não é bom. (Tatiana, 02/03/2011)

Nesse mercado do sexo, desejo e prazeres, a idade tem muita relevância. Ao constatar que os clientes considerados mais velhos já vão com o dinheiro certo para pagá-la, Tamara indica que eles não dispõem de outra forma de capital para negociar o programa, como ocorre com os mais novos. Essa situação reforça a reflexão, já indicada, de que não é apenas a troca financeira que se faz presente. Ainda que por vias sinuosas, o prazer integra a experiência da prostituição e pode indicar, também, a permanência de modelos de dominação e exploração que são redesenhados sob um discurso de autonomia de liberdade.

Em alguns momentos o cliente preferido pode ser de um rapaz jovem, e noutros um homem mais velho, dependendo do interesse da travesti na realização de cada programa. Kyara, por exemplo, é taxativa ao dizer que prefere *os coroas*:

Ah... eles me agradam , me elogiam! Ahhm... me tratam bem , entendeu?! Por isso que eu falo que eu gosto mais dos coroas; os coroas são mais carinhosos. [...]. Olha, eu gosto mais dos coroas, dos mais velhos. Não gosto dos clientes novos, não sei porque! Eu gosto, sabe porque... os velhinhos, além de eles pagar mais, eu consigo ter mais paciência. Se eu quiser sair com eles, e falar assim chega, ah, tá bom... tchau, tchau, entendeu?! Os mais novinhos, os novinhos não; tá ali, ele só sai quando gozar. Os clientes mais velhos não. Eu falo assim: “Cabou!”, cabou, cabou. Eles não arrumam confusão, não faz nada. Se eu falar que cabou, cabou, eu saio do quarto e eles quieto, ficam com medo e vai embora. E... não sei, ah, não sei, não consigo sair com cliente novo. (Kyara, 28/06/2011)

Kyara toca no ponto da dinâmica de negociação com o cliente durante a realização do programa. Mas, e como se dá o contrato para eles saírem para o programa? O que eles querem saber sobre elas? Durante as observações feitas no campo de pesquisa presenciei, à distância, diversas abordagens feitas por clientes: de carro, moto, bicicleta, a pé; homens sozinhos, com amigos; programas que foram realizados na rua, na esquina, no hotel próximo da Rua Formosa, no interior de veículos, na praça da igreja. Além dessa possibilidade de acessar diretamente a travesti na *pista*, muitos clientes recorrem ao telefone, quando já possuem o seu número (apenas uma das dezesseis entrevistadas, disse ter anúncio em jornais e sites da internet, e assim consegue agendar programas mesmo sem ter tido contato prévio com o cliente). Como elas disseram:

É... eu tenho cliente de... desde quando eu comecei, sempre... apesar de eu... parei de ir pra rua mas continuo atendendo por telefone. Tem cliente que me acompanha desde quando eu comecei. Sai comigo até hoje. (Sofia,

20/07/2011)

Ligam! Olha; já tem um que me ligou pra fazer um programa hoje! Um amanhã; tenho um domingo. Tem um segunda; tudo cliente de rua. [...]. Um me pega em casa e os outros me pegam na rua e me leva pro motel; ou marca em algum lugar e vou. (Kyara, 28/07/2011)

E aí quando a gente sai e gosta, pega o número do telefone da gente e liga pra gente. Alguns pede e liga, outros pede, e nem sei pra que...(Brenda, 16/03/2011)

E na *pista*, como é feito esse contrato? Sofia diz que:

Tem cliente que gosta de sair, mas não gosta de ficar rodando muito, pra ninguém observar ele rodando ali naquela região. [...]. Aí, passa uma vez só. Se te viu, sabe que você tá na rua; dá uma rodada só, aí quando ele quer sair mesmo, dá uma volta no quarteirão, te pega sai, e te deixa na rua de novo. Homem casado, principalmente, não gosta de ficar rodando muito tempo; a não ser quando aqueles... alguns enjoados que ficam rodando direto, que a gente sabe que gosta de sair, não adianta! Fica rodando direto, pra ver tipo assim, acha que você tá na rua hoje, aí fica rodando, rodando, rodando, rodando, pra ver se você volta de algum programa, ou pra ver se você vai chegar, aí às vezes acaba não saindo com ninguém. Aí fica atrapalhando até a gente trabalhar. (20/07/2011)

E quando esses clientes param, o repertório de perguntas que eles fazem é basicamente o mesmo:

Ah, o cliente chega na rua, e tipo assim, ele gostou de você, vai parar, vai te chamar, aí tá, vai perguntar quanto que é, né?!, o programa, aí você vai e dá o seu preço e tal, aí vai e tem toda a negociação... “Ah... vai por tanto...!”. Tem uns que negocia antes de ir, entendeu?! [...]. Alguns perguntam, se você é ativa e passiva, outros não perguntam, já... tipo assim, já sai com você, lá na hora é o que der... tipo assim, se você for passiva e ativa, se você for só passiva, ou se você for só ativa, aí o negócio vai ser ali na hora. (Tuany, 21/09/2011)

Eles já perguntam: “O que que você faz?”. Eu falo: “Sou ativa e passiva.” Aí ele... vamos lá então. Eles preferem assim. [...]. Geralmente quando perguntam, chega na hora eles são mais passivos. Quando pergunta isso. (Stéfany, 22/07/2011)

É quando o carro pára; ele para o carro e pergunta: “Quanto que é o programa?”, aí a gente fala. O oral é um preço; o programa no carro é um preço, e o programa no motel é outro preço. Aí ali combina antes, entendeu? [...]. É, o que vai fazer... quando entra no carro, recebe o dinheiro adiantado e faz o que tem que fazer. (Sabrina, 03/07/2011)

Ah, ele pergunta como eu sou e eu vou respondendo o que ele quer ouvir. Aí, tá, ele pergunta: “Local?”, eu falo assim: “Não tenho.” Aí, ele pergunta: “Atende de dia?”, “Sim”; “Faz o que? Ativa, passiva, flex, versátil?”, “Tudo”. Aí pergunta: “Sai com casal?”, “Sim”; “Faz sexo com a mulher?”, “Sim”, e assim vai... eu vou falando os preços, até chegar num acordo com ele; aí, se ele gostar do meu serviço, ele vira meu cliente, entendeu?! (Júlia, 31/08/2011)

“Você é passiva ou ativa?” Eu falei: “Eu sou obediente.” [...]. “Mas, como assim?”, Eu faço tudo que você pedir, ou melhor, mandar. (Roberta, 21/06/2011)

A posição sexual assumida pela travesti é um dos fatores importantes para a concretização ou não do programa. Elas relatam, ainda, que o tamanho do pênis é algo que chama a atenção dos clientes, particularmente daqueles que são vistos como *mariconas*.

Pergunta se você é bem dotada. “Você é bem dotada?”. É, perguntam eles

perguntam! [...]. “Sobe? O negócio é duro?” Aí a gente fala, a gente fala. (Stéfany, 22/07/2011)

Eles já param pra você e perguntam: “Qual o seu dote?”; é a primeira pergunta. “Fica duro?”, são as perguntas. “Qual o seu dote?”, você responde, eles falam: “Fica duro?”; e se chegar no quarto e não ficar, eles querem confusão, eles nem tocam no seu corpo. (Tatiana, 02/03/2011)

Não adianta mentir... tá bom... se eu fosse só passiva, “você é ativa?”; sou ativa... chega na hora, dá confusão. Ele quer... ele quer ser passivo, e aí? Como que eu vou fazer? Tem que muitos... quase muitos deles não aceitam de você levar brinquedinho, você levar é... consolo, muitos não aceitam não. Eu tenho... tenho dois três, de treze a vinte e seis centímetros. Então, o que que acontece, muitas das vezes eles não aceitam, porque eles não querem aquilo. Porque muitas são só passivas, elas usam consolo; em clientes que aceitam, mas tem uns que não aceitam. E, dificilmente você consegue enganar. Tem uns que é adaptado na calcinha... mas eles querem meter a mão, aí acaba vendo... aquela borracha rígida demais, aí é complicado. (Roberta, 21/06/2011)

Roberta, que se diz obediente na hora do programa, vale-se da ideia recorrente que se tem sobre o tamanho do pênis dos sujeitos negros. Como ela é negra, muitos *mariconas* a procuram por suporem que ela, negra, alta e *encorpada*, tem um pênis *avantajado*.

Assim, acontece bastante, eu não digo que não aconteça... acontece bastante, e principalmente assim, por eu ser negra; negra alta, aí aquela fantasia, equivocada deles (risos). [...]. Que você é negra, é bem dotada, aquela coisa toda, então, geralmente... uns chegam e fala na cara, no cara a cara: “Olha, eu quero você. Ah, porque você é negra, negra é bem dotada, aquela coisa toda, negra tem força, tem isso, tem aquilo...”. Eu não digo que não, se eu disser que não ele não sai comigo, né?!; eu só concordo, eu também, eu não minto, eu omito... eu não falei nada que eu tenho... eles falam assim “vamos?”... vamos... várias pessoas fazem isso. (Roberta, 21/06/2011)

E é por isso que ela diz que jamais pretende fazer a cirurgia de transgenitalização, pois seu pênis:

Nossa, tem uma utilidade e tanto. Já pensou, eu acordo e não dou de cara com meu amigo?! Eu dou bom dia pra ele; eu converso com ele, eu falo: “Querido, se você tivesse se alimentado melhor, você teria crescido. Acho que quando você era criança, você não se alimentou direito, não cresceu tanto.”; mas, é o que eu tenho, tô satisfeito com ele. (Roberta, 21/06/2011)

Em algumas situações as aparências enganam, principalmente quando se trata dos clientes. Muitas vezes um cliente que parece ser um homem de verdade, acaba demonstrando, na cama, ser uma *maricona*. Seria possível distinguir *bofes* e *mariconas* fora da cama?

Olha! Os clientes são... hoje em dia tá difícil da gente saber qual homem que é e num é! Porque eu já sai com muitos homens casados, que é pai mesmo, advogado, e chega na hora, em vez de ele me comer, queria que eu comisse ele. Mas comigo não rola esse tipo de programa assim; eu gosto de me sentir mulher, uma verdadeira cachorra ali, entendeu?!; na hora. É difícil, entendeu?!; eles querem aumentar até o preço. Entendeu?!; o valor; quer dobrar o valor que a gente pede. (Brenda, 16/03/2011)

Hoje nós tamos num nivelzinho bem elevado, tem uns garotões que decepcionam. Às vezes para um carro e eu digo: “Nossa Senhora, eu vou tirar a minha barriga da miséria”, e quando chega lá, você tira a roupa, eles já começam me alisando de frente, no meio das pernas. Aí enfraquece a

corrente, né?! (Tatiana, 02/03/2011)

Assim, torna-se anda mais válida a observação feita por Júlia (31/08/2011), de que: “A gente só sabe quando é homem quando tá na cama.” A cama é a arena que determina a marcação do sujeito enquanto homem, gay, bicha. Na fala de Júlia, o gênero perde seu potencial definidor da identidade do sujeito, e a sexualidade é que assume este papel. Ora, para ser homem de verdade não basta ter uma performance de gênero masculina, é preciso ser ativo e viril na relação sexual. E esta delimitação se dá pelo tipo de contato com as partes sexualizadas do corpo: pênis, ânus, nádegas, seios, tanto da travesti quanto do próprio cliente.

20

Pra terminar

Como disse Júlia, a cama é o local certo para definir quem é o homem de verdade e quem é o homem maricona. A partir desta compreensão, vislumbrei um convite à reflexão que foi produzida ao longo deste escrito, sobre o lugar do gênero e da sexualidade na construção das subjetividades travestis e dos clientes. De pronto já se pode identificar um deslocamento, apresentado por Júlia em tom de desapontamento. Fica evidente, em sua fala e nas observações de campo, que ela e a maior parte das interlocutoras desta pesquisa esperavam que o masculino enquanto performance de gênero fosse sinônimo de um desempenho sexual “ativo”, considerando, por conseguinte, que a travesti, enquanto feminina, fosse a “passiva” na relação sexual. Neste jogo de expectativas e negociações, as fraturas na lógica gênero/sexualidade são vigiadas com aguda atenção pelas próprias travestis, que são também as responsáveis por “punir” os deslizes cometidos pelos homens, como guardiãs daquilo que é construído como o normal.

Nas inúmeras situações descritas nas entrevistas e nas observações de campo, evidencia-se um jogo dinâmico e tenso, em que as masculinidades dos clientes e as feminilidades das travestis são tecidas, negociadas e definidas a partir de códigos das performances de gênero, tanto quanto das sexuais; não sendo obrigatório, portanto, o cumprimento dos esquemas normativos estabelecidos, embora estes sejam requeridos pelos próprios sujeitos. Papéis de gênero e sexuais, masculinidades e feminilidades podem até ser vividas a partir de um repertório normativo, mas a realidade destas experiências aponta para a construção de uma gramática sexual e de gênero que escapa destes mesmos esquemas que pretendem reiterar.

Fontes das imagens

1. Rafael França G. dos Santos, 26 de julho de 2011.
2. Rafael França G. dos Santos, 21 de setembro de 2011.
3. Rafael França G. dos Santos, 21 de setembro de 2011.
4. Rafael França G. dos Santos, 21 de setembro de 2011.

Referências bibliográficas

- BADINTER, Elizabeth. **XY**: sobre a identidade masculina. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.
- BERNSTEIN, Elizabeth. O significado da compra: desejo, demanda e o comércio do sexo. **Cadernos Pagu** (31), julho-dezembro de 2008, p. 315-362.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2003.
- BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero**: feminismo e a subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p. 86
- FERNÁNDEZ, Josefina. **Cuerpos desobedientes**: travestismo e identidad de género. Buenos Aires: Edhasa, 2004. p. 114
- FRY, Peter e MACRAE, Edward. **O que é homossexualidade**. São Paulo: Abril Cultural – Brasiliense, 1985.
- FRY, Peter. **Pra inglês ver**: identidade e política na cultura brasileira. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- KULICK, Don. **Travesti**: prostituição, sexo, gênero e cultura no Brasil. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2009.
- PELÚCIO, Larissa M. Na noite nem todos os gatos são pardos: notas sobre a prostituição travesti. **Cadernos Pagu** (25), julho-dezembro de 2005, p. 217-48.
- _____. **Abjeção e desejo**: uma etnografia travesti sobre o modelo preventivo de AIDS. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2009.
- PERLONGHER, NÉSTOR. **O negócio do michê**: a prostituição viril em São Paulo. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2008.
- PRIEUR, Annick. **Mesma's House, Mexico City**: on travestites, queens and machos. University of Chicago, 1998. p. 179
- SILVA, Fagno Pereira da. **Ordem tensa na pista**: as rotinas da prostituição travesti na cidade de Campos dos Goytacazes. Monografia UFF / Serviço Social – Campos dos Goytacazes, 2009. (mimeo)
- SOUSA, Ilnar de. **O cliente**: o outro lado da prostituição. 2. ed., São Paulo/Fortaleza: Annablume/Secretaria de Cultura e Desporto, 1998.
- WELZER-LANG, Daniel. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. In: **Estudos Feministas**. Florianópolis: UFSC, Vol. 09, nº 2, 2001.
- WELZER-LANG, Daniel. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. In: **Estudos Feministas**. Florianópolis: UFSC, Vol. 09, nº 2, 2001.
- _____. Os homens e o masculino numa perspectiva de relações sociais de sexo. In: SCHPUN, Mônica Raisa (org). **Masculinidades**. São Paulo: Boitempo; Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004.
- ZELIZER, Viviana A. Dinheiro, poder e sexo. **Cadernos Pagu** (32), janeiro-junho de 2009, p. 135-157.

Entrevistas:

- Entrevista concedida por Sabrina em 03 de julho de 2011 na Rua dos Andradas.
- Entrevista concedida por Soraya em 15 de março de 2011 em sua residência
- Entrevista concedida por Sofia em 20 de julho de 2011 em sua residência.

Entrevista concedida por Kyara em 28 de julho de 2011 em sua residência.

Entrevista concedida por Júlia em 31 de agosto de 2011 em sua residência.

Entrevista concedida por Tuany em 21 de setembro de 2011 na residência de uma amiga.

Entrevista concedida por Roberta em 21 de junho de 2011 em sua residência.

Entrevista concedida por Tamara em 08 de junho de 2011 em sua residência.

Entrevista concedida por Tatiana em 02 de março de 2011.

Entrevista concedida por Stéfany em 22 de julho de 2011 na Praça Tiradentes, na Avenida 7 de setembro.

Entrevista concedida por Andressa em 01 de setembro de 2011 na Praça Tiradentes, na Avenida 7 de setembro.

Entrevista concedida por Brenda em 16 de março de 2011 nas proximidades da Câmara Municipal

