Universidade de São Paulo
Faculdade de Saúde Pública

**Segredos de corpos nus: masculinidades, corpolatria e
significados da prostituição entre garotos de programa de
luxo**

Renato Caio Silva Santos

**Tese apresentada ao Programa de Pós
Graduação em Saúde Pública da Universidade
de São Paulo para obtenção do título de Doutor
em Ciências**

**Linha de pesquisa: Saúde, ciclos de vida e
sociedade**

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Néia Schor

São Paulo

2019

Segredos de corpos nus: masculinidades, corpolatria e significados da prostituição entre garotos de programa de luxo

Renato Caio Silva Santos

Tese apresentada ao Programa de Pós Graduação em Saúde Pública da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Doutor em Ciências

Linha de pesquisa: Saúde, ciclos de vida e sociedade

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Néia Schor

São Paulo

2019

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo da Publicação

Ficha elaborada pelo Sistema de Geração Automática a partir de dados fornecidos pelo(a) autor(a)
Bibliotecária da FSP/USP: Maria do Carmo Alvarez - CRB-8/4359

Santos, Renato Caio Silva

Segredos de corpos nus : masculinidades, corpolatria e significados da prostituição entre garotos de programa de luxo / Renato Caio Silva Santos; orientadora Neia Schor.
-- São Paulo, 2019.

226 p.

Tese (Doutorado) -- Faculdade de Saúde Pública da
Universidade de São Paulo, 2019.

1. Gênero. 2. Corpo. 3. Masculinidades. 4.
Masculinidade hegemônica. 5. Prostituição masculina. I.
Schor, Neia , orient. II. Título.

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

AGRADECIMENTOS

Neste momento em que encerro meu doutorado, é preciso agradecer às pessoas que tornaram este processo em uma imensa fonte de aprendizagem e que, por muitas vezes, foram minhas âncoras de inspiração, calma e sabedoria. Escrever esta sessão é reviver todo um processo que envolve gratidão, recordações e projetos concretizados. Inúmeros agradecimentos são devidos:

À **professora Néia Schor**, que orientou esta tese, compartilhando seus conhecimentos e enriquecendo minha trajetória como professor e pesquisador. Agradeço à professora, sobretudo, pela compreensão que teve em diversos momentos, mas também pelas conversas, pelos conselhos, pelo afeto, pela confiança e por me incentivar a acreditar no meu potencial. Tenho certeza de que este é somente um passo de uma longa jornada.

Às professoras **Augusta Alvarenga**, **Rosane Mantilla** e **Régia Oliveira**, que de forma tão gentil e atenciosa colaboraram com grandes reflexões e apontamentos, engrandecendo e lapidando este trabalho. Graças à contribuição de vocês, este é hoje o meu diamante mais precioso.

À **Patricia Montanare**, minha irmã acadêmica, pela leitura, pelas contribuições e pela humanidade em seus atos. Agradeço imensamente pelo tempo desprendido e pela preocupação com a minha pesquisa, pois esse tempo e esse apoio que me deram confiança no material que tenho em mãos.

À **Marcela**, não só pela leitura e pelas contribuições e correções, mas também pela amizade, sincera e inabalável, regada a comida japonesa e cinema, que me faz lembrar que tenho uma base segura e um ombro pra todas as horas.

À **Gabi**, por ter aceitado o desafio de fazer a revisão deste trabalho, pelas conversas calmantes e pelas idas em bares e restaurantes que me mostraram que existe vida (e pessoas) fora do meu escritório.

À **Mariana**, ao **João** e à **Cristal**, obrigado pela paciência, pelas festas, pelos desabafos e, principalmente, pelo ombro amigo e pelo amor incondicional.

Aos **funcionários** do Programa de Pós-Graduação em Saúde Pública, em especial à **Carmen**, secretária do Departamento de Saúde, ciclos de vida e sociedade, pela inestimável

colaboração de ordem burocrática e acadêmica, que permitiu a minha sobrevivência institucional.

Aos **participantes**, pela abertura em relatar suas experiências de vida, suas trajetórias e cotidianos, contribuindo de maneira inestimável para a realização desta pesquisa. Obrigado pelo acolhimento e por darem asas à minha curiosidade.

Aos meus **mestres**, os quais me fizeram amar o estudar, o pesquisar e o questionar. Em especial à professora **Flavia Hime**, por ter me acolhido ainda na graduação e plantado a semente do interesse pelos estudos de gênero (jamais me esquecerei do dia em que, após a apresentação do seminário, você disse que eu deveria investir na área acadêmica); e à professora **Nicolina Lieber** pela oportunidade de fazer o estágio PAE em sua disciplina, pelos conselhos e pelas conversas no metrô, que tanto contribuíram para minha realização profissional. Esta tese, em vários pontos, teve influência direta das aulas e dos seus ensinamentos de vocês.

Aos colegas e professores da Universidade Metodista: **Adriana, Alacir, Angélica e Juliana**, por compartilharem as dificuldades e alegrias no dia a dia com os alunos, pelas conversas na sala dos professores, pelas leituras e correções deste trabalho (e de tantos outros) e pelo apoio que não se restringe ao ambiente acadêmico.

Aos meus **alunos**, meus eternos pudins, pela compreensão, pelas risadas e por me motivarem a cada dia a ser um professor melhor, me inspirando e conduzindo na busca do novo. Hoje sei que minha paixão profissional é lecionar, me levando a trocar horas de consultório e hospital pelas salas de aula, pois esta experiência tem sido intensa, prazerosa e desafiante. Vocês são minha realização diária.

Ao CNPq, pela bolsa concedida que permitiu a dedicação necessária para a realização desta pesquisa.

Finalmente, a tantas outras pessoas que, por motivos claros de limite de folhas e espaço, não pude agradecer aqui, mas que, de alguma forma, contribuíram para esta realização.

A todos, mais uma vez, muito obrigado.

“A Lagarta e Alice olharam-se por algum tempo em silêncio. Por fim, a Lagarta tirou o narguilé da boca e dirigiu-se a Alice com uma voz lânguida e sonolenta. ‘Quem é você?’, perguntou a Lagarta. Não era uma maneira encorajadora de iniciar uma conversa. Alice retrucou, bastante timidamente: ‘Eu... eu... no momento não sei muito bem, minha senhora... no presente momento. Pelo menos eu sei quem eu era quando levantei esta manhã, mas acho que tenho mudado muitas vezes desde então.’”

(Lewis Carroll - Alice no País das Maravilhas)

“As palavras são grátis, costumava dizer, e apropriava-se delas, eram todas suas. Semeou em minha cabeça a ideia de que a realidade não é apenas como percebida na superfície, possuindo também uma dimensão mágica e, tendo-se vontade, é legítimo dar-lhe cor, para que a passagem por esta vida não se torne tão tediosa. As personagens que evocava no encantamento de seus contos são as únicas recordações nítidas que conservo, porque o resto pereceu envolto em uma névoa (...)”

(Isabel Allende – Eva Luna)

RESUMO

Santos, R.S.S. Segredos de corpos nus: masculinidade, corpolatria e os significados da prostituição entre garotos de programa de luxo. 2019. Tese [Doutorado em Ciências]. Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2019.

Introdução – O corpo, em diferentes perspectivas, é concebido como uma fonte de transmissão de mensagens, de maneira que, mais do que enaltecer a matéria, é prestigiado o teor implícito nela, o qual pode ser interconectado com a natureza e a personalidade de seu transmissor. No campo da prostituição, no qual o corpo vale como mercadoria, os garotos de programa filtram, incorporam e reproduzem os desejos dos clientes para então construir personagens e desenvolverem o prisma teatral da prostituição. A prostituição de luxo é manifestada como um fenômeno ainda pouco explorado em pesquisas e no meio acadêmico, o que lhe confere um caráter emblemático nos estudos de gênero e sexualidade. **Objetivo** - Compreender os sentidos atribuídos à masculinidade, ao uso do corpo e à prostituição entre garotos de programa de luxo da cidade de São Paulo. **Método** – Pesquisa qualitativa, mediante entrevistas com 8 garotos de programa de luxo. Foi utilizado um roteiro temático norteador para o levantamento do perfil socioeconômico dos participantes, assim como de relatos acerca da prática profissional e das concepções de masculinidade no campo da prostituição de luxo. Os dados foram transcritos, organizados e analisados por meio de uma aproximação com a análise de conteúdo. **Resultados** – Os garotos de programa, para se inserirem no mercado erótico de alto padrão, assumem um comportamento no qual encarnam aspectos caricaturais e marcantes da masculinidade hegemônica. Pode-se considerar que é no corpo e pelo corpo que eles demarcam e tornam visíveis aspectos ligados à masculinidade, à virilidade e à potência sexual. Corpos musculosos carregam os aspectos simbólicos inerentes e necessários à esta ocupação e é justamente esse reforço das normas e da *performance* de gênero que garante, entre outros aspectos, um lugar no mercado de luxo. Para tanto, o uso de anabolizantes é um dos principais recursos para a conquista do corpo considerado como ideal e valorizado economicamente. Observa-se que, dentre os entrevistados, a prostituição é legitimada como fonte de renda e que eles escolheram a entrada no ramo, realizando diferentes tipos de investimentos estéticos para permanecerem, já que consideram que o ganho financeiro obtido dificilmente seria possível por meio de outros empregos do mercado formal. **Conclusão** – A apropriação de estereótipos ligados à hegemonia pode ser interpretada como uma repetição de normas relacionadas à ideia da dominação masculina. Na busca por esses traços, clientes e profissionais do sexo tendem a reproduzir como ideais, para si mesmos e seus parceiros, os mesmos padrões excludentes aos quais foram submetidos, como uma possível fuga da feminização e de aspectos considerados desvirtuados.

Palavras chave: Gênero, Corpo, Masculinidade hegemônica, Prostituição masculina.

ABSTRACT

Santos, R.S.S. Secrets of naked bodies: masculinity, corpolatry and the meanings of prostitution among luxury male prostitutes. 2019. Thesis [Doctorate in Sciences]. School of Public Health, University of São Paulo. São Paulo, 2019.

Introduction – The body, in different perspectives, is conceived as a source of message transmission, so that, more than praising the matter, the content implicit in it is honored, which can be interconnected with the nature and the personality of its transmitter. In the prostitution field, where the body counts as merchandise, the male prostitutes filter, incorporate, and reproduce the clients' desires for them to build characters and develop the theatrical prism of prostitution. Luxury prostitution is manifested as a phenomenon still little explored in research and academic environment, which provides an emblematic character in gender and sexuality studies. **Purpose** – To understand the meanings attributed to masculinity, the use of the body, and the prostitution among luxury male prostitutes in the city of São Paulo. **Method** – Qualitative research made by interviews with 8 male prostitutes of high standard. For such, a thematic guide was used to guide and collect data on socioeconomic and cultural profiles of the participants, reports regarding the professional practice, and aspects regarding the purpose. The data were transcribed, organized and analyzed by approximation with the content analysis. **Results** – In order to be inserted in the high standard erotic market, the male prostitutes assume a behavior in which they embody caricature like and relevant aspects from the hegemonic masculinity. It can be considered that it is in the body and for the body that they mark and make visible aspects related to masculinity, virility and sexual potency. Muscled bodies carry the symbolic aspects inherent and necessary to this occupation and it is precisely this reinforcement of rules and gender performance that guarantees, among other factors, a place in the luxury market. For such, the use of anabolic is one of the main resources for the achievement of the body considered as ideal and economically valued. It is observed that, among the interviewees, the prostitution is legitimized as a source of income and that they chose to enter the industry, performing different types of aesthetic investments to remain in the industry, provided they consider that the financial gain obtained would hardly be possible through other jobs in the formal market. **Conclusion** – The appropriation of stereotypes linked to hegemony can be interpreted as a repetition of rules related to the idea of male domination. In the search for these features, clients and sex professionals tend to reproduce as ideals, for themselves and their partners, the same excluding patterns to which they have been subjected, as a possible escape from feminization and aspects considered to be distorted.

Key words: Gender, Body, Hegemonic Masculinity, Male prostitution.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	11
2.	HOMENS E MASCULINIDADES.....	18
2.1.	Sobre “Gênero”	19
2.2.	Masculinidades	23
2.3.	Tornar-se Homem	28
2.4.	Saúde Masculina	31
3.	PENSANDO OS CORPOS.....	36
3.1.	A construção cultural do corpo	37
3.2.	Pós modernidade: Le Breton e Corpolatria	40
3.3.	Musculosidade e a produção farmacológica de si	46
4.	PROSTITUIÇÃO MASCULINA.....	53
4.1.	Desejos à venda	54
4.2.	<i>Internet</i> e luxo	59
5.	OBJETIVOS.....	64
6.	PASSOS METODOLÓGICOS.....	66
6.1.	Abordagem do estudo	67
6.2.	Seleção dos participantes	68
6.3.	Coleta dos dados	69
6.4.	Análise dos dados	71
6.5.	Aspectos éticos	72
7.	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	73
7.1.	Retratos 3x4	74
7.1.1.	Zeus	75
7.1.2.	Eros	78
7.1.3.	Apolo	80
7.1.4.	Morfeu	82
7.1.5	Hermes	84
7.1.6	Adônis	87
7.1.7	Cronos	90
7.1.8	Dionísio	93
7.2	Caracterização dos participantes	96

7.3.	Eixos temáticos	101
7.4.	Eixo I: Prostituição de luxo	102
7.4.1.	Profissionais do sexo	102
7.4.2	A captação de clientes – anúncios	111
7.4.3.	A descrição dos perfis	114
7.4.3.1	Fotos e vídeos	125
7.4.3.2	Locais hierárquicos	132
7.4.3.3.	Os clientes	136
7.5.	Eixo II: Corpos nus	143
7.5.1.	Corpos e masculinidades	143
7.5.2.	Negros, mulatos, morenos e bronzeados	152
7.5.3.	Esteroides Anabolizantes Sintéticos	156
7.5.4.	Estimulantes sexuais	167
7.5.5.	Prevenção e HIV/AIDS	174
7.6	Eixo III: Questões pessoais	183
7.6.1.	Relacionamentos íntimos	183
7.6.2	Planos e futuro profissional	188
8.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	202
	REFERÊNCIAS	221
	ANEXO I – Roteiro temático norteador	222
	ANEXO II – Termo de consentimento livre esclarecido (TCLE)	223
	ANEXO III – Currículo Lattes do estudante	225
	ANEXO IV - Currículo Lattes da orientadora	226

LISTA DE TABELAS

TABELA 1. Dados sócio demográficos	100
---	------------

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Boris Cyrulnik, neuropsiquiatra francês, todas as experiências, memórias, aprendizagens e medos de uma pessoa entrelaçam-se em sua existência formando uma espécie de quimera: animal místico, o qual possui o ventre de um touro, as asas de uma águia e as patas de um leão. Tudo é verdadeiro, pois são momentos vividos e interpretados pelo sujeito, no entanto, o animal em sua realidade não existe, afinal, seu caráter singular não o deixa ser partilhado e visível. Como todo animal, a quimera evolui, desenvolve e adota diferentes formas segundo os momentos, as pessoas e os contextos culturais pelos quais vagueia. “Os homens sem quimeras têm uma alma dispersa” (CYRULNIK, 2009, p. 13).

Este estudo, em todas as suas etapas e com todas as suas características, demarca mais um passo na construção da minha quimera.

Sendo esta tese parte de um projeto maior, construído ao longo de minha jornada acadêmica e marcado pela tentativa de compreender questões relacionadas à masculinidade, ao comportamento sexual e às infecções sexualmente transmissíveis, o interesse por este campo teve início durante minha formação em Psicologia na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) quando fui introduzido às obras de Michael Kimmel e Raewyn Connell e, conseqüentemente, aos estudos de gênero e sexualidade.

O anseio por este assunto fez com que, após a graduação, eu prestasse o Programa de Aprimoramento Profissional (PAP) do Instituto de Infectologia Emílio Ribas (IIER) onde, numa perspectiva do desenvolvimento humano integral (incluindo questões sociais, culturais e de gênero no processo saúde-doença), debruicei-me no estudo e no atendimento psicológico às pessoas vivendo com HIV/AIDS. Mais tarde, referido desvelo resultou em minha especialização em Sexualidade Humana pelo Instituto de Psiquiatria da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (IPQ-USP) e em minha dissertação de mestrado intitulada “Na escuridão do arco-íris: A vivência das relações afetivo sexuais de jovens *gays* após o diagnóstico de HIV”, realizada na Faculdade de Saúde Pública da USP (FSP-USP).

Durante a realização desta primeira pesquisa, observou-se que os corpos funcionavam, entre os entrevistados, como importantes marcadores identitários e coletivos, já que a decisão de aderir ou não à medicação antirretroviral muitas vezes era influenciada diretamente pelas transformações e mudanças corporais que esta poderia causar a curto e longo prazo, como a lipodistrofia e a lipoatrofia. Passei, então, a não somente observar as diferentes práticas e características corporais, mas também a tentar compreender como, nas distintas culturas e

grupos, essas tomam um papel fundamental na interação entre os sujeitos e nas mensagens transmitidas. Construiu-se um caminho que foi pavimentado nos anos seguintes.

Apesar da leitura de textos e de pesquisas acadêmicas, foi principalmente por meio da consulta de *sites*, páginas do *Facebook*, perfis no *Instagram* e revistas especializadas nas áreas de saúde e bem estar, que ficaram explícitos os exemplos sobre a importância e o papel das diferentes construções corporais nos ambientes coletivos e sociais, permitindo alocar na realidade e no cotidiano o conteúdo das diversas teorias. Nesses meios, reportagens, dietas e tratamentos voltados para a obtenção de um padrão considerado “ideal” ou “saúdável” dividem espaço com textos sobre transtornos alimentares, uso de anabolizantes e inúmeras propagandas de academias de ginástica, *cross fit*, suplementos alimentares, clínicas de estética, estúdios de tatuagens e colocação de *piercings*. Ainda em menor quantidade, mas crescendo a cada dia, páginas destinadas ao público *plus size* e negro ganham espaço na tentativa de expor que nem todos os corpos são ou precisam ser iguais, estimulando diferentes visibilidades.

Como apresentam Cecchetto (2008) e Le Breton (2013), esse conteúdo é uma mostra parcial de um discurso que enuncia prioritariamente corpos ideais, construindo diversas séries de exclusão e mantendo o corpo em um estado de permanente construção e modificação, a partir do desejo individual para um possível ajuste a um padrão coletivo e temporal. Cirurgias plásticas, procedimentos estéticos, manipulação hormonal, dietas e drogas inibidoras de apetite são apenas algumas das possibilidades e formas de intervenções corporais.

Nesse sentido, conforme Goldenberg (2015)¹, a corpolatria, ou seja, a tendência de culto ao corpo enquanto objeto simbólico, ganha destaque por ser constituída num meio que valoriza e coloca a matéria (corpo) como fonte de transmissão de mensagens, de maneira que, mais do que enaltecer a forma, é prestigiado o teor implícito nela. Mais do que o externo e visível, o conteúdo interpretável e valorativo advindo dessas mensagens ganha destaque no ideal corpólatra, o qual pode ser interconectado com a natureza e a personalidade de seu transmissor.

A ênfase, portanto, não se dá em se o formato do corpo é magro, muscular, gordo, se este apresenta tatuagens, tipos específicos de cortes de cabelo ou ainda se veste roupas ou acessórios de determinadas marcas, mas sim nas mensagens transmitidas por meio dessas

¹ Na concepção apresentada pela autora, o conceito de corpolatria extrapola a busca pela perfeição física e narcisista, sentido comum atribuído ao termo, e aborda a concepção da pluralidade de mensagens e teores, incluindo a da perfeição e da beleza, que podem ser transmitidas por meio do corpo.

inscrições e das possíveis interferências sociais, raciais e de gênero advindas delas. Conforme Sabino (2002), e conforme será aprofundado no decorrer deste trabalho, o indivíduo corpólatra que usa das modificações corporais com o objetivo de adequação a um padrão, deseja a integração a uma cultura. Isso posto, associa-se a teoria de Connell (1995) sobre gênero e masculinidade, a qual apresenta, entre outros pontos, que a valorização social do corpo muscular como um ícone de masculinidade mostra-se vinculada a um padrão hegemônico estruturado no pensamento de que os maiores em tamanho e força teriam mais chances e possibilidades de resolverem conflitos, serem dominantes e de vencerem ou intimidarem os outros. Concebe-se, assim, o corpo como um vetor de características desejáveis e que a busca de um padrão corporal definidor da masculinidade hegemônica confere para muitos homens, independente da orientação sexual, a possibilidade de proteção da exposição, da humilhação e de raramente serem associados à condição feminina (e frágil), tida como inferior nas noções de masculinidade (CONNELL, 1995; KIMMEL, 2000).

Referida concepção é abordada e aprofundada nos estudos de Taywadeitep (2001), Filiault e Drummond (2008), Santos (2007) e Lanzieri e Hildebrandt (2011), entre outros autores que serão citados, os quais apontam a busca pelos padrões corporais, estéticos e comportamentais da masculinidade hegemônica por homens *gays* e heterossexuais em diferentes populações. Como apontam, muitas vezes, a normatividade garante a segurança física, emocional e social dentro de históricos pessoais de violência e preconceito. Nesse sentido, as pesquisas abordam que, principalmente homens *gays*, adotam princípios da hipermasculinidade, virilidade e musculosidade como ideais e buscam características semelhantes em seus parceiros e em suas comunidades, reproduzindo, por vezes, os mesmos padrões excludentes aos quais foram submetidos (CONNELL, 1995).

Segundo Miskolci e Pelucio (2008), o paradoxo de um desejo homo orientado, mas com o objeto tendo que parecer másculo, heterossexual e enquadrado nos conceitos da masculinidade hegemônica, principalmente por meio do corpo e do comportamento, é um dos pilares estruturantes, e que marca o sucesso, do negócio da prostituição masculina². Como aponta Perlongher (1987), os *michês* incorporam um padrão rentável sendo que esse pode variar de acordo com o período histórico e da sociedade no qual estão inseridos; se o homem de verdade é ativo, marcado pela virilidade muscular e que se diga ‘fora do meio’, é a esse modelo

² Nesta pesquisa, serão utilizados os termos “profissional do sexo”, “garoto de programa”, “*boy*” e “*michê*” como sinônimos e com o objetivo de descrever aqueles que utilizam do próprio corpo e da prática de atividades sexuais como forma de trabalho.

que os garotos de programa terão que se encaixar com o propósito de lucro. “O negócio do sexo, pelo menos em terras brasileiras, torna até mesmo os homo orientados em pessoas quase sempre homofóbicas – diferindo-se pelo grau dessa recusa – que não se dirige à homossexualidade, mas antes à sua visibilidade” (MISKOLCI e PELUCIO, 2008).

Não se nega a existência de outros corpos e formações na prostituição masculina, que abrange e corresponde a uma incontável gama de sujeitos, desejos e fetiches; contudo, cabe destacar que esta (muscular e hipervirilizada), estimulada por construções e estereótipos atuais se mostra dominante já que é fomentada por um ideal corporal e de beleza (VIANA, 2010; BARRETO, 2017).

A escolha por realizar este estudo com homens profissionais do sexo, portanto, não é algo a esmo, mas sim com base no conceito de hierarquia de credibilidade (BECKER, 1977), o qual considera que o poder do discurso atribuído a certas pessoas varia de acordo com o tema colocado em questão. Parte-se do princípio de que o corpo vale como mercadoria, e que esses profissionais, como defende Perlongher (1987), filtram, incorporam e reproduzem os desejos dos clientes (em seu amplo aspecto social) para então construir personagens e desenvolver o prisma teatral da prostituição (o que possibilita uma dupla visão e uma análise que não restringe aos *boys*). Nesse ramo, na grande maioria das vezes, não se vendem apenas corpos ou atos sexuais, mas também corpos e *performances* marcados pela masculinidade nos moldes hegemônicos e que devem ser sustentados por seus atores (MISKOLCI e PELUCIO, 2008).

No panorama apresentado, a prostituição de luxo é manifestada como um fenômeno ainda pouco explorado em pesquisas e no meio acadêmico, o que lhe confere um caráter obscuro e emblemático nos estudos de gênero e sexualidade. Decorrente da virtualização das experiências sexuais e relacionais e desenvolvida com o intuito do distanciamento das ruas e da imagem cotidiana da prostituição, a prostituição de alto padrão ocorre na segurança de *flats*, onde acompanhantes criam marcas *premium* (BARTH, 1996) e transformam-se em produtos diferenciados daqueles amplamente disponíveis (MISKOLCI, 2014; OLIVEIRA, 2017). Nessa ramificação da prostituição, o dinheiro está para além do argumento da necessidade de sobrevivência, e o alto investimento em nível corporal, intelectual e na privacidade justifica o emprego financeiro realizado pelos clientes (VIANA, 2010).

Justifica-se a realização desta pesquisa na necessidade de compreensão de assuntos pouco explorados entre o público masculino, principalmente no que concerne aos estudos sobre corpo e sua associação com a masculinidade, já que esses, em sua maioria, e com base em

revisão de literatura publicada e disponível em diferentes bases de dados, abrangem e vinculam temas caros à população e ao corpo feminino. Assim sendo, almeja-se estimular reflexões sobre os estereótipos que recaem sobre o masculino, levando em consideração a construção não natural do corpo (por meio do uso de esteroides anabolizantes) e o uso de estimulantes sexuais como mecanismo de resposta aos estereótipos de virilidade.

Para atingir os objetivos do presente trabalho, este será dividido em três capítulos teóricos. O primeiro deles (capítulo II) abrangerá os estudos de gênero e masculinidade, apresentando um panorama da teoria proposta por Connell (1995, 2009, 2015 e 2016) complementada por autores pertinentes, e das implicações dessa concepção na área da saúde. No capítulo seguinte (capítulo III), serão apresentadas as bases teóricas para a compreensão da temática corpo, oportunas ao contexto estudado, focando nos estudos de Mauss (2003), Bourdieu (1989, 1999 e 2001) e Le Breton (2012/2013) para, por fim, realizar uma aproximação desses com o contexto da masculinidade e do uso de esteroides anabolizantes. Um panorama sobre a prostituição masculina e a prostituição de luxo será apresentado no capítulo IV, introduzindo e aprofundando a compreensão no grupo foco deste estudo.

Em seguida, serão retomados os objetivos (capítulo V) e apresentados os Procedimentos Metodológicos (capítulo VI) adotados para a realização do trabalho. Então, será apresentada a Análise e Discussão dos Resultados (capítulo VII), na qual serão primeiramente expostos os “Retratos 3x4” de cada participante, elaborados com base nas entrevistas e no contato do pesquisador com cada garoto de programa, seguidos da caracterização e do quadro sócio demográfico dos entrevistados. Em continuidade, ainda na discussão, serão apresentadas as categorias temáticas, resultantes da análise do material coletado, divididas em três eixos: (I) Prostituição de luxo, na qual serão abordadas questões referentes ao mercado do sexo, entrada na prostituição, *marketing* e clientela; (II) Corpos nus, na qual serão discutidos temas referentes ao corpo, masculinidade, uso de anabolizantes, estimulantes sexuais e modos de prevenção ao HIV/AIDS; e (III) Questões pessoais, com temáticas que surgiram em paralelo, como relacionamentos interpessoais e futuro profissional. Nas Considerações Finais (capítulo VIII), serão sintetizadas as diferentes teorias, produtos e reflexões advindos das entrevistas, para, em conclusão, apresentar um panorama sobre a realização da pesquisa, das dificuldades e dos cuidados impostos a esta.

Por fim, desenvolvo este projeto na Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, por acreditar que o campo de conhecimento interdisciplinar da Saúde Pública oferece um espaço estratégico para trabalhar e estudar essa temática, pois visa a reflexão sobre os

diferentes aspectos envolvidos nos conceitos de saúde, sexualidade, gênero, corpo e padrões de pertencimento e exclusão social.

2. HOMENS E MASCULINIDADES

2.1. Sobre ‘Gênero’

Discussões sobre sexualidade e papéis sexuais nem sempre partiram dos mesmos pressupostos ou tiveram as mesmas interpretações socioculturais. Processos como a inserção das mulheres no mercado de trabalho, a luta pelos direitos de *gays* e lésbicas e a pandemia da AIDS incidiram em transformações no cotidiano dos sujeitos, nas esferas individuais e sociais e, principalmente, na vivência da sexualidade e do corpo (VILLELA e ARILHA, 2003). Isso levou a fluxos culturais, políticos e econômicos que produziram novas demandas e exigiram a reestruturação das dinâmicas socioculturais.

Isso posto, pondera-se que discorrer sobre os papéis sexuais dos indivíduos dentro de uma sociedade remete ao fato de que as práticas corporais e o que é considerado por sexualidade e seus significados dialoga com aspectos culturais e com momentos históricos (MAUSS, 2003).

Em uma das perspectivas de pensamento a respeito, o Construcionismo Social, surgido na década de 1970, leva em consideração a diversidade de padrões sexuais nas diversas culturas, apresentando como pressuposto teórico o não essencialismo, ou seja, a recusa da metafísica da substância e de quaisquer referenciais fixos e imutáveis³ (MONTEIRO, 2002; SILVA, 2010).

Essa estratégia de compreensão das dimensões da realidade humana e social está presente na formulação do conceito de gênero, que muito deve à crítica feminista. Assim sendo, ao considerar a subordinação da mulher como um produto de formas de organização e funcionamento das sociedades, o objeto de estudo foi ampliado, incluindo não somente as mulheres, mas também diferentes níveis relacionais, como as relações entre homens e mulheres, entre mulheres e mulheres e entre homens e homens (SCOTT, 1990; HEILBORN, 1997).

Como apresenta Connell (2015), o termo gênero foi emprestado da gramática, advindo de um radical que significa, em língua inglesa, produzir (*generate*/gerar) e que deu origem a uma série de palavras que significam tipo ou classe em diversas línguas. Na gramática, o gênero se tornou uma referência “à distinção específica entre classes de substantivos que correspondem mais ou menos a distinções de sexo (e ausência de sexo) nos objetos de que se trata” (CONNELL, 2015, p. 45).

³ Os pressupostos teóricos possuíam como base preponderante filósofos como Foucault e Nietzsche.

Scott (1990), em seu artigo ‘Gênero: uma categoria útil para a análise histórica’, expõe o gênero como uma categoria que se apresenta como um dos principais elementos constitutivos das relações sociais. Assim, após vasta explanação teórica, define-o na correspondência entre duas proposições: “o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas e construídas entre os sexos, e (...) é uma forma primeira de significar as relações de poder (SCOTT, 1990, p. 11)”. Embora admita que gênero não seja a única forma de poder, Scott propõe que ele é constituído num meio costumeiro e recorrente em tornar convincente o significado de poder no ocidente. Em síntese, as mudanças na organização das relações sociais correspondem sempre às mudanças nas relações de poder.

Como explica Maciel Junior (2013), o artigo de Scott apresenta justamente o intuito de ultrapassar os usos descritivos de gênero e formular uma proposta que permita utilizá-lo como uma categoria de análise, uma vez que o uso descritivo não possui força de investigação suficiente para questionar e reformular paradigmas históricos.

Com base nesses pressupostos, Heilborn (1997) define gênero como um conceito que se refere à construção social do sexo. Significa dizer que a palavra sexo designa tão somente a caracterização anatomofisiológica dos seres humanos e a atividade sexual propriamente dita. O conceito de gênero existe, portanto, para distinguir a dimensão biológica da dimensão social. O raciocínio que apoia essa distinção tem fundamentação na ideia de que há machos e fêmeas na espécie humana, mas a qualidade de ser homem e ser mulher é realizada pela cultura. Sintetizando, nas palavras de Simone de Beauvoir: “Não se nasce mulher, torna-se mulher.” (1980, p. 1).

Em consonância, e também influenciada pela perspectiva analítica apresentada por Scott, Connell (1995, 2003, 2009, 2015, 2016), apresenta que gênero é o resultado das práticas sociais, sendo configurado no contínuo entrelaçamento entre a estrutura social e a vida pessoal, além dos processos biológicos, históricos e relacionais. Como defende a autora, a chave para os estudos de gênero “é mudar o foco, parando de focar diferenças rumo a um enfoque nas relações. Acima de tudo, o gênero é uma questão de relações sociais dentro das quais indivíduos e grupos atuam” (CONNELL, 2015, p. 47).

Segundo a autora, a teoria social chama comumente de estrutura a manutenção de padrões amplamente difundidos entre relações sociais. Nesse sentido, defende que gênero deve ser entendido como uma estrutura social. Não é uma expressão da biologia nem uma dicotomia

fixa na vida ou no caráter humano, é um padrão em nossos arranjos sociais, e as atividades do cotidiano são formatadas por esse padrão (CONNELL, 2009, 2015).

De acordo com Connell (2015), o que está errado com a definição do senso comum não é a atenção exagerada aos corpos nem a preocupação com a reprodução sexual, mas a tentativa de inserir a complexidade biológica e sua adaptabilidade numa dicotomia rígida, e a ideia de que os padrões apenas expressariam diferenças culturais. Contudo, é possível inserir gênero de forma a resolver paradoxos sobre a diferença. Assim, o gênero é a estrutura de relações sociais que se centra sobre a arena reprodutiva e o conjunto de práticas que trazem as distinções reprodutivas sobre os corpos para o centro dos processos sociais (CONNELL, 2009).

Essa definição produz importantes consequências. Entre elas: o gênero, como outras estruturas sociais, é multidimensional. Não diz respeito apenas à identidade, nem apenas ao trabalho, nem apenas ao poder, nem apenas à sexualidade, mas a tudo isso ao mesmo tempo. Padrões de gênero podem ser radicalmente diferentes entre contextos culturais distintos, e há certamente muita variedade entre as maneiras de pensá-los, mas ainda é possível pensar (e agir) entre culturas em relação ao gênero. O poder das estruturas na formação da ação individual faz com que o gênero quase sempre pareça não se transformar. No entanto, os arranjos de gênero estão sempre mudando, conforme as práticas humanas criam novas situações e as estruturas se desenvolvem tendendo a crises (CONNELL, 2015, p. 49).

Dessa forma, como é observado na obra da autora, é importante ressaltar que o gênero é mais do que uma marca individual vinculada a uma diferença corporal e é necessário entender que as pessoas enfrentam uma prática social ordenada, categórica e com poder, por meio da qual a vida cotidiana está organizada em relação à possibilidade de reprodução, de procriação, ou seja, da generatividade. Raça, gênero, cultura e classe se imbricam, num contínuo escrutínio, operando relações entre si (CONNELL, 2003, 2009).

Conforme o exposto até aqui, parte do mistério dos estudos de gênero, segundo Connell (1995, 2015), está justamente em como um padrão que parece ser tão rígido e nítido na superfície pode ser tão complexo e incerto em profundidade. Não se pode pensar em ser mulher ou homem como experiências fixadas pela natureza, assim como não se pode pensá-las tão somente como uma imposição externa realizada por normas sociais ou pela pressão de uma

autoridade. As pessoas constroem a si mesmas como masculinas e femininas e reivindicam um lugar na ordem de gênero, respondendo ao lugar que é dado na estrutura.

A maioria das pessoas faz isso de própria nução e, muitas vezes, se deleita com a polaridade de gênero e seus benefícios. Contudo, ambiguidades não são raras. Há mulheres masculinas e homens femininos. Há mulheres que se apaixonam por outras mulheres e homens que se apaixonam por outros homens. Pesquisas da área da Psicologia do Desenvolvimento sugerem que a grande maioria dos indivíduos combina características masculinas e femininas, com base em suas identificações e projeções, em proporções variadas, em vez de estarem focados em um só polo. Assim, o desenvolvimento da chamada ‘identidade de gênero’, com todas as discussões acerca do termo, muitas vezes, resulta em um padrão intermediário, misturado ou nitidamente contraditório, para os quais se utilizam termos como afeminado, afetado, *queer* e transgênero (CONNELL, 2015).

Logo, gênero não trata apenas de fronteiras, mas também das desigualdades instauradas na estrutura social. Exemplificando, a maioria das igrejas e mesquitas é gerida exclusivamente por homens; a maioria da riqueza corporativa mundial também está em mãos de homens; nas mudanças e reformas nos locais de trabalho para promoção de oportunidades igualitárias alguns homens fazem recusa de submissão à autoridade de uma mulher; da mesma forma, há categorias inteiras com piadas sobre loiras, mulheres dirigindo e sogras – baseadas na suposta trivialidade e estupidez das mulheres.

Em geral, apesar de homens e mulheres terem benefícios com as desvantagens internas da ordem de gênero, esse benefício não ocorre de maneira uniforme. De fato, muitos pagam um preço considerável. Por exemplo, meninos e homens que desafiam as noções dominantes sobre masculinidade por serem *gays*, afeminados ou considerados fracos são alvos de violência. Diferenças entre classes sociais e raciais também afetam os benefícios concedidos aos diferentes grupos de homens (CONNELL, 2016).

As relações de gêneros são, portanto, construídas dialeticamente, e refletem as crenças e contradições dos indivíduos – homens e mulheres – que compõe uma sociedade. As experiências de homens e mulheres, enquanto distintas, se relacionam e complementam, de forma que o intercâmbio do poder não passa isoladamente pelo campo do Direito, da mídia ou das instituições sociais, sendo as desigualdades sustentadas por práticas cotidianas que produzem identidades e modelam comportamentos (LIMA, 2018).

Ao mesmo tempo, tais relações são fontes de prazer, reconhecimento e identidade, mas, também, fontes de injustiça e danos e é essa opressão e desigualdade que tem levado repetidamente a uma demanda por reformas. Isso significa que o gênero é político, mas também significa pensar que essa política é complexa e difícil.

2.2. Masculinidades

Quando Michael Pollak utilizou a frase “*Not all the boys dream of being a marine*”, símbolo das reivindicações pelos direitos homossexuais nos Estados Unidos, na introdução de um de seus artigos, expressou a diversidade que se revelava entre os homens do final da década de 1970.

Cecchetto (2008) concede aos estudos feministas o estatuto de modelo paradigmático que forneceu as bases do que veio a ser considerado posteriormente como estudos masculinos. Dessa forma, com o foco voltado para a dinâmica das relações de gênero por teóricos feministas, a condição masculina também passou a ser visível, possibilitando o questionamento sobre a posição dos homens e suas relações. Oliveira (2009) afirma que isso é devido à relação entre a noção de masculinidade na sociedade ocidental e sua história de dominação sobre outros grupos sociais.

Segundo Parker (2000), a entrada dos homens no campo de estudos de gênero teria ocorrido, de maneira mais consistente, somente com os estudos sobre a homossexualidade que levantaram a importância de estudar as formas como são construídas as identidades sexuais e ao rebaterem o argumento de que essas seriam definidas a partir dos comportamentos sexuais e biológicos.

Para outros autores, como Nolasco (1995), Monteiro (2002) e Kimmel (2008) os estudos sobre masculinidade foram também impulsionados pelas transformações econômicas e geopolíticas que se abateram sobre os EUA no início do século XX. Como consequência, houve a quebra da unidade tradicional do conceito de masculinidade, que guiou para novas possibilidades existenciais de ser homem. O fardo da virilidade e o afastamento da maioria dos homens do padrão original percebido e legitimado são considerados os motores da chamada “crise da masculinidade”.

Diante dos processos de fragmentação social vividos pelas sociedades pós-industriais, o masculino deixa de agregar valor ao que o indivíduo experimenta, servindo apenas como recurso de linguagem para referir-se à experiência. Para alguns homens, a denominação macho é restritiva, e faz com que eles recorram a outro campo de representação (feminino) para nomear vivências que valorizam no cotidiano. Novas possibilidades de engajamento surgem para homens e mulheres, o que gera um esforço para encontrarem um correspondente subjetivo para ações diárias (NOLASCO, 1995, p. 19).

Nesse contexto, Michael Kaufman organizou, em 1987, a primeira coletânea de artigos, a partir do processo reflexivo, intitulado *Beyond the Patriarchy: essays by men on pleasure, power and change*. Nessa obra, tanto homens heterossexuais quanto homossexuais refletem sobre o sistema patriarcal e apontam o poder e a interiorização de estruturas sociais de opressão como questões centrais deste fenômeno (MACIEL JUNIOR, 2013).

Apesar do autor não negar a dominação masculina, considera que os homens também são marcados e brutalizados pelo mesmo sistema que lhes oferece poderes e privilégios, sendo uma experiência pessoal de dor e alienação, principalmente pela possibilidade de não estarem dentro dos padrões esperados. Nomeou esse fenômeno como experiência contraditória do poder masculino (MACIEL JUNIOR, 2013).

Com base no enfoque conceitual, Connell (1995, 2016), define masculinidade como um espaço simbólico que serve para estruturar a identidade de ser homem, modelando atitudes, comportamentos e emoções a serem adotados. Aqueles que seguem referidos modelos não só recebem o atestado de homem como também não são questionados pelos outros que compartilham desses símbolos. Assim, a masculinidade representa um conjunto de atributos, valores, funções e condutas que se espera que um homem tenha em uma determinada cultura. Dessa forma, “é uma significação social, um ideal culturalmente elaborado ou sistema relacional que aponta para uma ordem de comportamentos socialmente sancionados” (ECCEL e ALCADIPANI, 2012, p. 54).

Considerando-se a abordagem de Connell (1995), que prefere falar em masculinidades, por tratar de um fenômeno que deve ser encarado como uma configuração ao redor da posição dos homens na estrutura das relações de gênero, havendo mais de uma configuração possível nas sociedades, as masculinidades são, portanto, como defendidas pela autora, ativamente produzidas com base nos recursos e nas estratégias disponíveis em determinada cultura e época, ou seja, alguns comportamentos podem ser valorizados ou extintos de acordo com as significações recebidas.

Em relação ao exposto, cabe salientar a tese defendida por Kimmel (2000), na qual apesar das pluralidades internas da concepção de masculinidade (orientadas pelas diferentes idades, classes, etnias ou orientações sexuais), todas implicam em não apresentar características consideradas femininas, instaurando os denominados “*manhood acts*”⁴. Essa regra conduz a conduta masculina adequada e estabelece uma incerteza constante sobre a identidade de gênero que precisa ser reafirmada perante outros homens. Situa-se, portanto, a homofobia como o princípio organizador da virilidade.

Esse pensamento frisa uma primazia que ocorre na representação do masculino, e que não é acessível a todos os homens. Torna como modelo o homem branco, burguês, ocidental e heterossexual. Abre-se, portanto, espaço para diversos modelos de masculinidade, alguns mais valorizados em detrimento de outros. Aquele que é mais valorizado apresenta maior legitimidade e se apropria de outros modelos, tornando-se o *modelo hegemônico* (CECCHETTO, 2008).

Segundo Connell (1995) o conceito de hegemonia foi inicialmente utilizado por Antônio Gramsci para compreender a análise de relações de classe e fazia referência à dinâmica cultural entre diferentes grupos, no qual um reivindica e sustenta a posição de liderança na vida social. O conceito é dinâmico e a cada situação, momento, processo social específico de cada grupo, uma forma de masculinidade pode ser culturalmente mais exaltada do que outra.

A masculinidade hegemônica é, portanto, definida como uma configuração de gênero que engendra a atitude e o comportamento esperados como corretos, mantendo e legitimando o patriarcado, e garante – ou tem a finalidade de garantir – a posição dominante do homem e a subordinação da mulher (CONNELL, 1995, p. 77).

Para Kimmel, “o maior ganho que os homens que se enquadram no padrão hegemônico têm é o da subordinação das mulheres”, e sobre outros grupos de homens, como os brancos

⁴ Contudo, Marcos et. al (2013) aponta que os “*manhood acts*” não somente implicam na aceitação em um grupo privilegiado como também se encontram na etiologia de danos à saúde masculina. Segundo os autores, um dos principais fatores ligado aos altos índices de morbidade e mortalidade entre homens está relacionado à baixa aderência aos tratamentos e à frágil conexão destes com os serviços de saúde. Pesquisas epidemiológicas indicam que homens, de todas as idades e classes sociais, procuram com menor intensidade serviços de saúde em comparação com mulheres (EMSLIE & HUNT, 2008; FARRIMOND, 2011). De mesma forma, estão menos envolvidos em programas de prevenção e promoção de saúde (NOONE & STEPHERNS, 2008). Como apontam Schofield et. al (2000), esse comportamento tem como base a concepção de que a busca por serviços de saúde seria uma demonstração de vulnerabilidade e fragilidade, questionando diretamente a masculinidade desses homens.

sobre os negros, “os heterossexuais sobre os homossexuais, com um feroz ataque homofóbico” (KIMMEL, 2000, p. 78).

Desse modo, como aponta Lima (2018), a homofobia é mais do que o medo ou o ódio aos homossexuais, sendo que, para os homens, há também o medo de ser desmascarado como uma fraude e visto como afeminado, não masculino ou *gay*; em suma, não hegemônico. Esse medo traz consigo a vergonha e o silêncio em face dos comportamentos condenáveis de outros homens no tratamento de mulheres, minorias, *gays* e lésbicas. Não é incomum que homens heterossexuais gastem muito tempo e energia demonstrando masculinidade para que ninguém fique com uma impressão errada a seu respeito; as mulheres costumam se preocupar menos com isso. Os comportamentos compensatórios geralmente envolvem performances estereotipadas, com os indivíduos agindo de formas exageradamente masculinizada ou afeminada (KIMMEL, 2000).

Segundo Maciel Junior (2013), a relação de hegemonia deve ser entendida como uma dinâmica cultural pela qual um grupo reclama e sustenta uma posição superior na vida social, sendo que se relaciona com a dominação cultural na sociedade. Conforme ressaltado pelo autor, “é importante entender que a masculinidade hegemônica não corresponde necessariamente às características dos homens concretamente mais poderosos. Ela diz respeito àquilo que sustenta o seu poder e àquilo que muitos homens são motivados a apoiar” (p. 67). Assim, a visão dominante do que é ser masculino varia de sociedade para sociedade e de contexto social para contexto social (ao longo do tempo, e, de acordo com contextos sociais e individuais).

Na sociedade moderna, esse conceito está atrelado ao modelo de família nuclear centralizado na figura do homem provedor, ao mesmo tempo em que comportamentos sexuais e cotidianos ganharam destaque, como a multiplicidade de parceiras, a potência sexual, a forma de vestir, a entonação de voz, a musculatura, o vigor físico e, por fim, as qualidades psicológicas como agilidade, heroísmo, bravura e agressividade, as quais são vistas como sinais de virilidade e superioridade (CONNELL, 1995; SILVA, 2010).

Para Edwards (2005), a masculinidade hegemônica ajuda a determinar e foi influenciada pelo que é considerado como o padrão normativo da moral e do comportamento e representa não somente a classe média, mas também os padrões da aristocracia e da classe trabalhadora. Os estereótipos masculinos resultantes da evolução social culminam com o padrão normativo; não se fala somente de um determinado tipo de masculinidade, mas dos estereótipos do

masculino. Assim, os estereótipos se fortalecem na medida em que o modelo do que é negativo para o masculino projeta o que é o oposto ao masculino.

Destarte, para todo ‘homem de verdade’ existem muitos outros que não o são. “O macho e a bicha, o bem sucedido e o fracassado, o forte e o fraco, o público e o doméstico são polaridades que servem para demarcar uma noção de masculinidade problemática” (NOLASCO, 1995, p. 24).

Kimmel (2008), aponta que são exatamente esses homens cuja masculinidade é considerada ‘desviante’, que servem de pano de fundo para a construção da hegemonia, em oposição à subalternidade ou à marginalidade. “Na tentativa de se conferir uma masculinidade socialmente valorizada, certos grupos masculinos negam outras versões de homem, transformando-as em duvidosas e desprezíveis” (MACIEL JUNIOR, 2013, p. 56).

Torrão Filho (2005) aponta que esta relação de subordinação e marginalização se torna socialmente visível, sobretudo, pela relação com o feminino. Homens *gays* são definidos, quase que inteiramente, em termos de sua masculinidade, ou melhor, da ausência dela. “A maior ansiedade com relação à homossexualidade, para os homens, está na identificação com o feminino, com o ser dominado por outro homem como se fora uma mulher” (p. 144).

Além da hegemonia, existem, portanto, nas relações entre as masculinidades, diferentes posições possíveis: a cumplicidade, caracterizada por aqueles que não se ajustam aos modelos hegemônicos, mas o defendem e praticam, com intenção de desfrutar das vantagens da dominação sobre as mulheres; a subordinação, produzida por meio da definição da norma política heterocentrada e homofóbica, a qual indica o que é um homem “normal” e “verdadeiro” e o que não o é – representada principalmente pelos homens homossexuais que sofrem opressão material, exclusão social e política; e, por fim, a marginalização, relativa a uma posição de autoridade que a masculinidade hegemônica exerce sobre classes ou etnias dominadas, que podem compartilhar características com a masculinidade hegemônica, mas que são socialmente desautorizadas (CONNELL, 2003).

Assim, com base na luta contra esses padrões, homens de classes consideradas subordinadas, principalmente homossexuais, declararam que “o real problema era a definição rígida de masculinidade: o que deveria mudar era a sociedade, e não eles” (CECCHETTO, 2008, p. 68).

Como aponta Moris (2008), a busca pela masculinidade hegemônica é ter que provar a sua masculinidade de diferentes modos, pois falhar nessas tentativas pode ser uma ameaça, o que relega a uma posição de grupo minoritário na ordem social. Como aponta Connell (2005), não existe homem hegemônico em sua concretude, por mais que este seja um ideal, um mito desejado. Esse conceito é introduzido nas discussões da masculinidade para tratar de assuntos relacionais e, o mais importante, das conexões entre as diferenças e as hierarquias entre homens e das relações entre homens e mulheres.

2.3. Tornar-se Homem

Como ilustra Maciel Junior (2013), algumas expressões utilizadas popularmente demonstram como é a árdua a tarefa de meninos na transformação para homens. Frases como “se comporte como um homem”, “ande como um homem”, “fale como homem”, “brinque com coisas de homem” e “seja homem” transmitem significados culturalmente partilhados e que servem a propósitos específicos. A mensagem dessas frases é tão evidente que não é necessário especificar com detalhes as condutas e características masculinas valorizadas socialmente. Trata-se da reprodução de estereótipos que dignificam ou idealizam um dos gêneros à custa do outro: agir como um homem significa não agir, não se comportar e ter atividades diferenciadas de uma menina.

Assim, com a perspectiva de gênero e masculinidade, conforme apresentada por Connell (2015), tem-se que a masculinidade é um nível de padrão da conduta e da vida pessoal, mas que também existe em outros níveis: de forma impessoal, nas comunidades, na cultura e nas instituições. Desse modo, a autora propõe o entendimento de o “corpo como agente e, ao mesmo tempo, objeto da prática social” (p. 74). Os corpos masculinos são, nessa concepção, lugares sobre os quais as masculinidades estão inscritas, mas isso não quer dizer que essa inscrição seja feita de modo previsível ou linear, uma vez que “não existem corpos fora das condições de sua materialização” (WHITEHEAD, 2002, p. 194)

É possível, portanto, postular que a corporalização da masculinidade hegemônica está associada à força, resistência, dureza e competência física: ela sugere um modo de definir e ocupar o espaço, uma habilidade de exercer controle sobre ele e um preparo para colocar o corpo em risco visando atingir essas expectativas. Além disso, cabe destacar, conforme escrito e reafirmado pela autora (CONNELL 1995, 2005, 2015) em diversas obras, que as práticas de

gênero envolvem também controle e relações de *cathexis*: que moldam e concretizam o desejo, orientando sobre as formas de sentir e a quem o afeto deve ser destinado.

Nesse ponto, na teoria de Connell (2016) é apresentado que a constituição da masculinidade (assim como da feminilidade) envolve não somente as relações sociais como também uma condição de subjetivação, na qual o conjunto da prática social está encaminhado para a construção e internalização desses projetos de gênero.

A este respeito, cita-se o estudo clássico de DaMatta (1997), no qual é apresentada a importância de certos jogos infantis que envolviam os corpos dos meninos das décadas de 1950 e 1960. O antropólogo relata uma brincadeira da época que envolvia um garoto que se encarregava de apalpar o traseiro de outro, sempre na presença de um grupo maior de rapazes, seguido pela pergunta “tem pente aí?”. A reação da vítima, como explica DaMatta, era quase sempre a de dar um pulo para frente, proteger as nádegas com as mãos e reagir violentamente. Contudo, o autor demonstra que nada disso era tão simples, uma vez que havia toda uma regulamentação em torno dessa expressão, que não poderia ser muito violenta nem tampouco demorada, o que poderia denotar alta sensibilidade numa “parte sagrada do corpo masculino”.

Ser homem não era apenas ter um corpo de homem, mas mostrar-se masculino e macho em todos os momentos (...). Um dos preços da masculinidade, portanto, era uma eterna vigilância das emoções, dos gestos e do próprio corpo (DAMATTA, 1997, p. 37).

Tal fato é denominado por Bourdieu (2001) de “fronteiras simbólicas”, já que instaura demarcações de zonas proibidas. Dessa forma, não só o toque em determinadas partes do corpo deve ser evitado, como também determinados gestos e comportamentos não autorizados devem ser excluídos da expressão daqueles que desejam aparentar ser masculinos.

Parker (2000) defende que o uso da categoria “homem”, na sociedade ocidental, estaria intimamente relacionado ao aspecto de ser “ativo ou passivo”, “penetrar ou ser penetrado”. A virilidade parece como um dado inscrito no corpo, tornando-se uma espécie de mercadoria representada principalmente pelo pênis, de maneira que muitos homens tentam viver sua sexualidade e sua masculinidade em relação ao seu órgão genital (VIGARELLO, 2013). Nessa ótica, emergem os “homens e as bichas”. Homens são idealmente percebidos como ativos e, portanto, não homossexuais. As bichas são alvo de perseguição e representadas por meio de modelos de submissão e passividade, instaurando uma relação hierárquica.

Logo, é possível exemplificar o apresentado por Connell e pensar que, de fato, a materialidade do corpo nunca é apagada e permanece fundamental para qualquer entendimento que se procure desenvolver sobre masculinidade ou feminilidade. Novamente, temos o “corpo como agente e, ao mesmo tempo, objeto da prática social.” (CONNELL, 2005, p. 74)

Louro (2010) destaca o papel das instituições de ensino, dos esportes e dos militares no processo de produção e perpetuação dos sentidos de masculinidade, demonstrando o papel desses na pedagogia da sexualidade e no disciplinamento de corpos. Nesses ambientes, os meninos são transformados em homens por meio de esportes e condutas com o objetivo de deter uma possível efeminação. Consentida e ensinada, a homofobia é expressa pela imposição de regras tidas como masculinas, originando um *apartheid* sexual, articulando as identidades de gênero ‘normais’ a um único modelo sexual: a identidade heterossexual.

Com a cautela que deve cercar todas as afirmações gerais, é possível dizer que essa masculinidade forjada almeja um homem controlado e capaz de evitar manifestações impulsivas e arrebatadoras de sentimentos. O homem de verdade, nesse caso, deve ser ponderado, contido na expressão de seus sentimentos. Consequentemente, podemos supor que a expressão de emoções e o arrebatamento seriam considerados, em contraponto, características femininas (LOURO, 2010).

Kimmel (2000) aponta, em sua pesquisa que encontrou na literatura americana, modelos de aquisição da masculinidade dominados por ideias estoicas: homens e meninos que fugiram ou eram levados em direção à natureza, para aprenderem a ‘ser homens’. Isso era feito por meio da fuga para as florestas ou para o mar, longe da influência da civilização, visto como algo feminilizante. Dito de outra maneira, a masculinidade seria demonstrada por meio do autocontrole, fazendo com que o corpo se tornasse instrumento e expressão de dominação.

Cecchetto (2008) explica que na literatura, antropológica ou não, existem inúmeros relatos sobre a infância e adolescência de meninos “transformados” em homens pelos jogos ou esportes viris. “O esporte é tido como uma espécie de antídoto para a feminilização, um *locus* propício para a construção da masculinidade, porque apresenta aspectos de competição, violência e combate” (CECCHETTO, 2008, p. 77).

Em consonância, Courtine (2013) apresenta que a prática esportiva sempre foi tida como um mecanismo privilegiado na socialização de crianças, principalmente de garotos, associada à construção de uma consciência sobre o corpo e suas possibilidades representativas, uma vez

que essas práticas eram pensadas de forma a ensinar os garotos a serem os tipos apropriados de homens.

Se os garotos apenas se tornassem homens, os esforços descritos para ensiná-los como serem homens seriam redundantes. Podemos sugerir, então, que ‘tornar-se homem’ é algo que os meninos (especialmente adolescentes) trabalham para conquistar. Também podemos sugerir, no entanto, que apesar deste trabalho se desenrolar num contexto de pressões consideráveis de adultos e também de seus pares, uma maneira particular de ser homem irá surgir do corpo e do desenho de cada garoto (WHITSON, 1990, p. 22).

Assim, como proposto por Connell (2005), parte da tomada de consciência de uma identidade masculina se dá no nível do contato com o próprio corpo, tanto na intimidade quanto na socialização. Esse argumento sugere que, em um contexto sócio histórico em que são valorizados elementos definidores de um patriarcado contemporâneo, aprender a ser homem também é aprender a projetar uma presença física que remeta a um poder latente. Para Whitson (1990), a visão de Connell mostra que:

(...) o esporte é empoderador para vários homens jovens precisamente porque nos ensina como usar nossos próprios corpos para produzir efeitos e porque nos ensina a alcançar o poder através de práticas que combinam força e habilidade (WHITSON, 1990, p. 23).

Essa declaração leva a crer, mais uma vez, que ser masculino quer dizer incorporar a força e competência para sustentar também ideologicamente uma sociedade ainda organizada mediante o privilégio masculino. Como Connell (2005) coloca, o senso de ‘quem sou eu?’ está fortemente enraizado nas experiências corporificadas, então é razoável pensar que também as relações de gênero que permeiam essa experiência estão fortemente conectadas às práticas corporais e à pedagogia nas quais estão inseridas.

2.4. Saúde masculina

Como explica Gomes (2008), não é possível dizer que os homens estiveram invisíveis na pauta da saúde pública, apesar de sua frágil participação, pois eles sempre estiveram presentes no âmbito dos serviços e nos meios acadêmicos relacionados a essa área. Contudo, as atuais considerações acerca de gênero e masculinidades devem ser consideradas no cenário dos estudos sobre saúde masculina.

Rondinelli (2013) aponta que, apesar do início das políticas para a saúde da mulher remeter aos anos 1980 com o Programa de Assistência Integral à Saúde da Mulher (PAISM), aos homens houve uma ausência de cuidados e planejamento de programas específicos de saúde, uma vez que a fragilidade é uma característica tida como oposta à concepção de masculinidade. “Ao homem não se precisaria formular programas de saúde pensando em suas necessidades porque, teoricamente, ele não teria quaisquer necessidades” (RONDINELLI, 2013, p. 70). De mesma forma, Santos, Almeida, Maravilha e Oliveira (2011), na análise do escopo das políticas brasileiras para a saúde do homem e da mulher, pontuam que a prática higienista adotada pelas políticas de Estado, ao dar visibilidade às mulheres e produzir sua medicalização, acabou por invisibilizar os homens. Para as autoras, referido fenômeno teve base num estereótipo de gênero a partir do qual as doenças, ao revelarem sinal de fragilidade, não seriam inerentes à condição biológica masculina.

Foi somente a partir dos anos 1990 que as relações ‘homem-saúde’ foram abordadas com um enfoque diferenciado: atravessado pelas discussões voltadas principalmente para a distribuição desigual do poder entre os gêneros e para as suas singularidades da saúde e da doença entre os segmentos de homens (GOMES, 2008). Assim, o estudo da saúde dos homens deve “examiná-los, descentrando-os da situação inicial do território hegemônico, para fazê-los regressar a sua condição de seres genéricos e relacionais” (GOMES, 2008, p. 30). Para o autor, os estudos sobre as masculinidades e suas interfaces com a saúde podem: a) fazer com que as políticas focalizem mais as inter-relações de gênero; b) trazer novas temáticas para o debate da saúde da mulher, impondo novas perspectivas de gênero; e c) ressaltar as imbricações entre saúde, cidadania e direitos humanos.

Por sua vez, o autor apresenta que a Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda que os “homens” e a “saúde masculina” sejam considerados nos estudos sobre gênero. Três obras da organização destacam esse sentido. Na primeira (WHO, 2000), o foco fica sobre os homens adolescentes, com base nos seguintes argumentos: a) o comportamento dos homens adolescentes em relação à saúde tem efeitos na idade adulta; b) a saúde e o comportamento dos homens influenciam diretamente na saúde das mulheres adolescentes; c) a desconsideração das especificidades da saúde dos homens adolescentes pode trazer custos para a sociedade – a pandemia do HIV, em grande parte, está relacionada com o comportamento sexual de adolescentes homens e adultos e ao conceito de hegemonia; e d) a melhoria e a proteção da saúde masculina é uma questão de direitos humanos. Na segunda (WHO, 2001), há preocupação

em promover o desenvolvimento de políticas e estratégias voltadas para os homens defendendo a pertinência das abordagens específicas de gênero, revelando as desigualdades em relação ao ser mulher nas diferentes sociedades. Por outro lado, também é defendida a necessidade de investigar as especificidades do *status* de ser homem e das relações entre homens. Na terceira (WHO, 2007), há a análise de estudos que procuram envolver homens e jovens nas esferas da saúde sexual e reprodutiva, paternidade, violência baseada no gênero, maternidade, saúde da criança e socialização sexual. É destacada a ideia de que os diferentes programas para a inserção e o engajamento de homens nas mudanças da iniquidade de gênero, no campo da saúde, apresentam-se como pertinentes para melhores resultados de saúde para os homens, seus parceiros e suas famílias.

Em face dessa realidade, a Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem (PNAISH), instituída em 27 de agosto de 2009, por meio da Portaria GM/MS de nº 1944, orientou a formulação de diretrizes e ações voltadas fundamentalmente para a atenção integral, com foco na prevenção e promoção da saúde, na qualidade de vida e na educação como dispositivos estratégicos de incentivo às mudanças comportamentais (BRASIL, 2009). Adicionalmente, a promoção da saúde e a prevenção de agravos têm sido focalizadas como eixos prioritários na Estratégia Saúde da Família (ESF).

A PNAISH apresenta como objetivo facilitar e ampliar o acesso com qualidade da população masculina às ações e aos serviços de assistência integral à saúde da Rede SUS, mediante o enfrentamento racional dos fatores de risco e a atuação nos aspectos socioculturais, sob a perspectiva de gênero, contribuindo de modo efetivo para a redução da morbidade e da mortalidade e com a melhoria das condições de saúde (BRASIL, 2009).

Em contraponto às resoluções apresentadas, na literatura nacional e internacional, são recorrentes as considerações sobre o fato de homens utilizarem menos os serviços públicos de saúde do que as mulheres, o que pode trazer prejuízos para a cura de doenças que, se diagnosticadas a tempo, poderiam ser tratadas ou controladas.

Connell (2015) expõe que homens que estão de acordo com as definições dominantes de masculinidade também podem pagar um alto preço por isso. Segundo ela, nos Estados Unidos, uma pesquisa sobre a saúde dos homens mostra que, como grupo, eles sofrem mais acidentes de trabalho do que as mulheres na indústria, apresentam taxas mais altas de mortes violentas, tendem a ter uma alimentação pior e a consumir mais álcool e sofrem mais acidentes

ao praticarem esportes. Em 2013, a expectativa de vida dos homens nos EUA era estimada em 76 anos *versus* 81 anos das mulheres.

Especificamente no Brasil, Leite et. al. (2016), em pesquisa realizada com homens na cidade de Natal – Rio Grande do Norte, apontam que a busca pelos serviços de saúde em nível de atenção básica é limitada, fato que segue a tendência de que os homens buscam os serviços de saúde já quando encontram níveis de demanda por atenção especializada. Segundo as autoras, esteve evidente nos discursos dos entrevistados o forte vínculo entre a saúde e a responsabilidade de provedor da família. Perder a saúde estava estritamente relacionado com o fato de prejudicar toda a família, uma vez que comprometeria a função do homem no sustento do lar tendo em vista o seu lugar historicamente atribuído enquanto sujeito do trabalho e guardião do ambiente doméstico. Assim, a procura pelo serviço ocorreria perante a preocupação com o estado de saúde no sentido de que sem ela não é possível o indivíduo prosseguir no trabalho, de maneira a se sentir improdutivo.

Gomes, Nascimento e Araújo (2007), em pesquisa qualitativa realizada na cidade do Rio de Janeiro, junto a dois grupos: I- dez homens com idades entre 45 e 57 anos, com baixa ou nenhuma escolaridade e, II- oito homens com idades entre 40 e 64 anos, com ensino superior, demonstraram que o grupo I, supostamente por ter o menor poder aquisitivo, quando comparado ao grupo II, tem menor preocupação com as questões relativas aos cuidados de saúde, dedicando maior atenção para o trabalho e para o sustento da casa e da família. Esse comportamento reflete na busca pelos serviços de saúde, pois os homens desse grupo referiram dificuldade de acesso aos serviços assistenciais, relataram que enfrentam filas para conseguir consultas e que suas demandas, possivelmente, não seriam resolvidas no mesmo dia, o que prejudicaria o desempenho no trabalho.

Da mesma forma, os autores identificaram que homens, diante de algum problema de saúde, procuram medidas de tratamento alternativas, desde o uso de chás até a automedicação, buscando orientação de algum farmacêutico, quando possível. Resultados semelhantes são apresentados por Pinheiro et al. (2002) que apontaram a maior incidência masculina na procura de serviços emergenciais, como farmácias, o que sugere que os homens preferem respostas mais objetivas às suas demandas, considerando que nesses espaços os homens seriam atendidos mais rapidamente e conseguiriam expor seus problemas com maior facilidade.

Contudo, para Gomes (2008), é preciso ir além da constatação de que traços da masculinidade hegemônica têm importante papel no fato de os homens não procurarem por serviços de saúde (fato já reiterado nas diversas pesquisas aqui apresentadas, e em tantas outras produzidas, nas mais variadas populações). É preciso que, além dessa apuração, sejam identificadas formas eficazes de acolhimento e atendimento dessa parcela populacional, que estejam em consonância com suas realidades e que haja maiores investimentos em estudos acerca das múltiplas masculinidades, incluindo os que são marginalizados e estejam em desvantagem por conta do predomínio de identidades masculinas estereotipadas.

3. PENSANDO OS CORPOS

3.1. A construção cultural do corpo

Um corpo não é apenas um corpo, é também um entorno; mais do que um conjunto de músculos, ossos, vísceras, reflexos e sensações, o corpo é também estruturado pelas intervenções que nele são operadas; a imagem que dele é produzida e os sentidos que nele são incorporados. Pensar o corpo como um produto da cultura é mutuamente um desafio e uma necessidade (MAUSS, 2003)

Como argumenta Sant’Anna (2000), cada cultura tem seu corpo, assim como cada cultura tem sua língua. O corpo é, então, algo provisório, mutável e mutante, suscetível a intervenções (tecnológicas e culturais) e sujeito a códigos morais e representações.

Contudo, enquanto “objeto” de conhecimento, o corpo recebeu atenção secundária no campo da Sociologia e da Antropologia (LE BRETON, 2012; RONDINELLI, 2013). Os movimentos dos ritos, as pinturas e os adornos corporais são apontados e analisados nos estudos clássicos exclusivamente como coadjuvantes no estudo das instituições fundamentais nos grupos sociais. Como discorre Rondinelli (2013), o conjunto de hábitos, costumes, crenças e tradições que caracteriza uma cultura também se refere ao corpo: há uma construção social e cultural, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade.

Mauss (2003) em seu clássico ensaio *As técnicas corporais*, destaca “o corpo como o primeiro e mais natural instrumento do homem” (p. 217).

Dessa forma, entende que todas as ações realizadas pelo homem só passam a ser possíveis por meio do movimento corporal. Segundo Mauss, as técnicas corporais são “as maneiras como os homens, sociedade por sociedade e de maneira tradicional, sabem servir-se de seus corpos” (MAUSS, 2003, p. 213).

Para basear-se nessa análise sobre o corpo e as técnicas que se cavam nesse, Mauss (2003) defende que não se pode ter uma visão única e clara de todos os fenômenos; é preciso uma tríplice consideração, na qual se invocam tanto questões físicas/anatômicas quanto psicológicas e sociológicas, resultando no ‘homem total’. Nesse fundamento sociológico, as técnicas corporais são envolvidas por dois elementos essenciais: a tradição e a eficácia.

A tradição corresponde ao modo de transmissão pela qual a técnica é realizada – a imitação prestigiosa. Fato que explica a causa de algumas ações essenciais, como o caso do andar, serem executadas com leves diferenças entre os grupos sociais. “A criança, como o

adulto, imita atos que obtiveram êxito e que ela viu serem bem-sucedidos em pessoas em quem confia e que têm autoridade sobre ela. O ato impõe-se fora, do alto. Ainda que seja um ato exclusivamente biológico e concernente ao corpo” (MAUSS, 2013, p. 215). Dessa forma, o indivíduo pega emprestado do meio uma série de movimentos de que se compõe o ato executado à sua frente.

Indo mais além, o autor conclui que é precisamente nesta noção de prestígio da pessoa imitada que torna o ato ordenado, autorizado e aprovado do imitador um ato social. No ato imitado que segue são encontrados os elementos psicológicos e biológicos.

As mulheres indígenas adotam um certo *gait*, ou seja, um balanceamento destacado e, não obstante, articulado das ancas que nos parece desgracioso, mas que é extremamente admirado pelos maori. As mães adestravam as filhas nesta maneira de fazer o que se chama de ‘onioi’. Ouvi mães dizerem às filhas: ‘Tu não fazes o onioi’, quando uma menina esquecia de fazer esse balanceamento’ Era uma maneira adquirida, e não uma maneira natural de andar. Em suma, talvez não exista ‘maneira natural’ no adulto (MAUSS, 2003, p. 216).

A eficácia, por outro lado, responde à evolução do movimento, calcado em um treinamento, com o intuito de atingir maior rendimento. Como aponta Mauss (2003), as técnicas são as normas humanas do treinamento. “Os processos que aplicamos aos animais foram aplicados pelos homens voluntariamente a si mesmos e a seus filhos. Estes foram os primeiros seres que foram treinados, que foi preciso primeiro domesticar, antes de todos os animais” (MAUSS, 2003, p. 220). Coloca-se, portanto, a noção de destreza e habilidade, o que remete a uma adaptação de movimentos bem coordenados aos fins.

A técnica corporal é, portanto, necessariamente um ato tradicional eficaz (não diferindo do ato religioso e simbólico). Não há técnica, eficácia ou transmissão se não há tradição. Pontua-se que as técnicas podem variar entre os sexos: o que implica que a forma como uma mulher anda, come ou senta a distingue de um homem em qualquer grupo social (indicando a variabilidade de tradição e eficácia). Assim sendo, a adaptação constante a um fim físico, mecânico ou químico (por exemplo, beber) é rodeada de atos montados não somente pelo indivíduo, mas por toda a sua educação e sociedade da qual ele faz parte, no lugar e tempo que ocupa.

Nessa construção teórica, se, como já apresentado, as técnicas corporais são envolvidas pela tradição e pela eficácia, Mauss (2003) lança mão do termo *habitus* para explicar como

essas técnicas são incorporadas, conceito que seria mais tarde explorado no trabalho teórico de Bourdieu (2001).

Assim, conceitua que esses *habitus* variam não simplesmente com os indivíduos e suas imitações, mas, sobretudo, com as sociedades, as educações, as conveniências e as modas. “É preciso ver técnicas e a obra da razão prática coletiva e individual, ali onde de ordinário veem-se apenas a alma e suas faculdades de repetição” (MAUSS, 2003, p. 214).

Bourdieu (2001) ressalta a questão do *habitus* como uma forma pré-reflexiva do corpo introjetar padrões culturais e a experiência do mundo, transmutando-se em uma política corporificada. Demonstra, em sua teoria, como nas formas de socialização mais cotidianas (na educação e no aprendizado), ocorre a incorporação das estruturas objetivas na construção da subjetividade, consolidando-se tanto nas categorias mentais quanto nas posturas corporais que Bourdieu denomina *hexis*.

O autor desenvolve então a ideia da construção corporificada de diferenças sociais entre os sexos. Como aponta Cecchetto (2008), esse esquema de percepção, expresso na organização do espaço, do tempo e na divisão social do trabalho, está de acordo com a ordem subjetiva, fazendo parecer que a diferença está inscrita na natureza das coisas. Isso se aplica ao próprio corpo, cujas diferenças encontram-se inscritas nos movimentos, gestos e posturas. Essa concordância entre estruturas sociais e cognitivas é, segundo Bourdieu (2001), invisível e não questionada.

Nesse sentido, a força simbólica é uma forma de poder que se exerce diretamente sobre os corpos. Essa força consolida-se como que por magia, sem qualquer coação física violenta. Este poder está relacionado com predisposições socialmente depositadas na zona mais profunda dos corpos pelo trabalho invisível e insidioso de incorporação das hierarquias sociais que naturalizam o cultural (re)produzindo as estruturas de dominação e a violência simbólica das relações sociais (CECCHETTO, 2008).

Uma prática fundamental para o trabalho de construção de corpos sexuados, de acordo com Bourdieu (1999), é a dos ritos que marcam a separação entre homens e mulheres, por ele chamados de ritos de instituição, os quais desempenhariam um importante papel na socialização por gêneros, principalmente na somatização progressiva que ele denominará dominação masculina. O corpo segue assim, sendo o *locus* dessa dominação, uma forma de violência simbólica.

Criam-se, desta forma, corpos distintivos, que operam como espécies de capital (econômico, cultural, social, político, simbólico, físico, entre outros). Capital, na perspectiva de Bourdieu (2001), são os poderes que definem as probabilidades de ganho num campo determinado. A cada campo corresponde uma (ou mais de uma) espécie de capital particular.

Baseada nesta teoria, Goldenberg (2015) cria o conceito de corpo como capital. Como defende a antropóloga, em determinadas culturas, como na brasileira, determinado modelo de corpo é uma riqueza, talvez uma das mais desejadas pelos indivíduos das camadas médias urbanas e também das camadas mais pobres, que percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social. Nesse sentido, “além de capital físico, o corpo é, também, um capital simbólico, um capital econômico e um capital social” (p. 9). O que para Bourdieu seria um corpo distintivo, é também um capital: um corpo jovem, magro, em boa forma, *sexy*. É um corpo que distingue como superior aquele que o possui: um corpo conquistado por meio de muito investimento financeiro, trabalho e sacrifício.

Com o exposto, considera-se que a incorporação da dimensão cultural simbólica ao estudo do corpo pode ampliar os horizontes para entender o ser humano como construído e construtor de uma cultura relacionada aos aspectos corporais, na medida em que o próprio comportamento é uma ação simbólica composta por um conjunto de sentidos e significados (MATTOS, 2012).

3.2. Pós modernidade: Le Breton e Corpolatria

Em seus estudos sobre o corpo na contemporaneidade, Le Breton (2013) define o corpo do homem moderno como fator de individuação e uma construção simbólica, não uma realidade em si⁵. Como argumenta, “o corpo não é uma natureza. Ele não existe. Nunca vimos um corpo: o que vemos são homens, mulheres” (p. 13) que estão ali, trabalham, movimentam-se e comunicam-se.

O autor destaca os anos 1960 como marco de um novo imaginário do corpo, onde esse, agora mais exposto, assume novo posicionamento social com contribuição direta das mídias,

⁵ Para aprofundamento consultar: DURKHEIN, E. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes. 1996.

que, segundo ele, reverberou um novo imaginário do corpo por conta da crise de identidade causada pelo feminismo, pela revolução sexual e pela *body-art*.

O corpo ocidental é o lugar da censura, o recinto objetivo da soberania do ego. Ele é a parte insecável do sujeito, o ‘fator de individuação’ em coletividades nas quais a divisão social é admitida. [...] Em nossas sociedades ocidentais, o corpo é, portanto, o signo do indivíduo, o lugar de sua diferença, de sua distinção; e, ao mesmo tempo, paradoxalmente, está frequentemente dissociado dele, devido à herança dualista que pesa sempre sobre sua caracterização ocidental (LE BRETON, 2013, p. 9).

O referido autor afirma que em nossa sociedade contemporânea o corpo ganhou *status* de acessório, um objeto totalmente maleável.

O homem ocidental descobre-se um corpo, e a novidade segue seu curso, drenando discursos e práticas revestidos da aura das mídias. O dualismo contemporâneo opõe o homem ao seu corpo. As aventuras modernas do homem e de seu duplo fizeram do corpo uma espécie de alter ego. Lugar privilegiado do bem-estar, (a forma), do bem-parecer (as formas, *body-building*, cosméticos, dietéticas etc.), paixão pelo esforço (maratona, *jogging*, *windsurf*) ou pelo risco (escalada, “a aventura” etc.). A preocupação do homem moderno com o corpo no seio de nossa “humanidade sentada” é um indutor incansável de imaginário e de práticas (LE BRETON, 2013, p. 10).

Nessa prática, o corpo é um sinal. É um cartão de visitas de carne e osso, escrito com roupas e formas que se tornam uma série de sinais distintivos. É uma verdadeira apresentação de si próprio por meio da aparência. Torna-se um “espelho, um outro eu (...) quase um parceiro” (LE BRETON, 2012, p. 13).

Como fator de individuação (LE BRETON, 2013) faz a passagem do corpo objeto para o corpo sujeito. O corpo pode ser modelado para atingir sua máxima capacidade, externalizando simbolismos pessoais e sociais. “O indivíduo torna-se sua própria cópia, seu simulacro, pela mediação do código genético presente em cada célula” (LE BRETON, 2013, p. 249). O corpo destaca-se do sujeito e, no limite, pode produzir e reproduzir sozinho sua aventura pessoal, uma vez que, estabelecido como outro homem, reúne todas suas características, qualidades e imperfeições pessoais.

Com essa percepção, Le Breton (2013) aponta o corpo cada vez mais transformado em uma espécie de máquina, imune à doença, à deficiência física e até mesmo à morte.

Ao dissertar sobre a obra de Le Breton, Frugoli (2007) aponta que, atualmente, o “corpo não é mais um lugar de destino”, reconhecendo que o homem contemporâneo, em face de

inúmeras técnicas disponíveis, pode alterar, modificar, modelar e transformar as características e as estruturas de seu corpo (tanto por questões de gosto pessoal quanto de necessidade), logo, de sua vida. O corpo transformado deve substituir o velho corpo biológico e, como aponta Frugoli (2007), esse discurso sobre o escopo do corpo não se inscreve mais na metafísica e sim no conceito da existência, dada a possibilidade de alterações na corporeidade.

Somando a esta discussão, Sabino (2004) argumenta que em uma cultura na qual o entretenimento, o consumismo e a publicidade tornam-se pilares existenciais, a espetacularização passa a constituir o cotidiano dos indivíduos preocupados com seu *marketing* pessoal. O corpo, além de representar a verdade desse indivíduo, é também sua vitrine. A imagem por ele exposta apresenta-se como suposta via para o sucesso ou o fracasso individual e de suas ações.

A corporeidade assume, dessa forma, um importante papel no que Leach (1983), apoiado em Bourdieu, chama de comportamento simbólico. Nessa concepção, o corpo simbólico não só diz alguma coisa, como também desperta emoções e, conseqüentemente, faz alguma coisa. Para o autor, “a essência do comportamento simbólico público é que ele é um meio de uma comunicação; o ator e sua plateia compartilham uma linguagem comum, uma linguagem simbólica” (1983, p. 141)

Considera-se que a hipervalorização da construção corporal, seja por meio de musculação, cirurgias estéticas ou dietas, ganhou um espaço privilegiado e de destaque na cultura ocidental na era pós-industrial. Como aponta Baudrillard (1995), o culto higiênico, dietético e terapêutico com que se rodeia o culto ao corpo e à beleza, a obsessão pela juventude, pela elegância, pela virilidade ou pela feminilidade, os regimes e as práticas sacrificiais, testemunham que o corpo passou a ser um objeto de investimento para a salvação. “O corpo substitui literalmente a alma, nessa função moral e ideológica” (BAUDRILLARD, 1995, p. 157).

O corpo investido com toda determinação passa a ser lugar dos mais alentados investimentos narcísicos, realizados de acordo com uma lógica inteiramente fetichista e espetacular (...) um objeto mais polido, mais perfeito e funcional (BAUDRILLARD, 1995, p. 159).

Goldenberg e Ramos (2007) apontam que, no Brasil, sob a moral da boa forma, o corpo trabalhado, cuidado, sem marcas indesejáveis (rugos, estrias, celulites e manchas) e sem excessos (gordura e flacidez), recuperando e se aproximando do padrão de beleza dos deuses

greco romanos, é o único que mesmo sem roupas, está decentemente vestido. “Um corpo de homem, se é musculoso, não está jamais verdadeiramente nu (COURTINE, 1995, p. 96).

Pode-se pensar que o corpo pode ser muito mais importante do que a roupa por ser a verdadeira roupa. É o corpo que deve ser moldado, exibido e manipulado, trabalhado e costurado, enfeitado, produzido e imitado. Como defende Goldenberg (2015), “é o corpo que entra e sai de moda. A roupa é apenas um acessório para a valorização e a exposição desse corpo da moda (p. 47)”. Constrói-se, assim, o conceito de corpolatria, ou seja, a tendência, ou paradigma, de culto ao corpo enquanto objeto de consumo simbólico.

Criou-se um corpo distintivo, aprisionado e domesticado para atingir a “boa forma”, um corpo que distingue como superior àquele que o possui, um corpo conquistado por meio de muito investimento, sacrifício e trabalho (GOLDENBERG, 2015). Multiplicam-se os casos das chamadas doenças da beleza, dos distúrbios alimentares e das cirurgias plásticas, numa tentativa incansável dos indivíduos de se livrarem da indignidade corporal.

É interessante ponderar a relação entre o corpo ‘sarado’ (cujo termo, associado à doença, é utilizado para que aquele que está curado ou que sarou de algum mal) e o corpo ‘saudável’. O horror à gordura pode ser relacionado ao temor da doença. A busca do corpo ‘sarado’ funciona, para os adeptos do atual culto à beleza e à boa forma, como uma luta contra a morte simbólica imposta àqueles que não se disciplinaram para enquadrar seus corpos aos padrões exigidos (GOLDENBERG E RAMOS, 2007).

O mito da magreza, da boa forma e do corpo ideal é o Graal moderno das sociedades ocidentais e o motor da anorexia, da bulimia e da ortorexia na medida em que essas patologias devem ser vistas como doenças sociais. Nas considerações de Marzano - Parisoli (2002), a anoréxica e a bulímica não são simplesmente pessoas doentes, mas nos dão também esclarecimentos muito importantes e, ao mesmo tempo, muito dramáticos sobre a cultura e as sociedades contemporâneas. “De fato, parece que são elas que melhor aprenderam as regras culturais buscando construir-se pela domesticação de seu corpo segundo as regras corporais, como comprovam as práticas de algumas agências de manequins que chegariam a utilizar as clínicas especializadas no tratamento da anorexia para recrutar seus futuros manequins” (p. 61). A anorexia e a bulimia são uma expressão da assimilação das regras contemporâneas (acompanhadas de outras patologias da beleza e do dismórfico) e também a manifestação mais radical da falência do modelo contemporâneo.

Pesquisas da Organização das Nações Unidas mostram que o Brasil tem o maior consumo mundial *per capita* de remédios para emagrecer, sendo o país líder no consumo de moderadores de apetite. O consumo diário de inibidores de apetite é de 12,5 por mil habitantes; nos Estados Unidos é de 4,8. Ainda nessa reflexão, pesquisas mundiais da Unilever (Dove) indicaram que 63% das brasileiras querem fazer cirurgia plástica (maior índice mundial da pesquisa), enquanto que 89% das brasileiras querem mudar algo no corpo (GOLDENBERG, 2015).

Como no caso da religião, Malysse (2002) considera que a corpolatria reúne semelhantes que se devotam a um mesmo culto. Ao construir o próprio corpo graças à incorporação de modas estéticas, o corpólatra adquire um novo papel social; sua aparência corporal parece ter um papel determinante nos processos de aquisição de identidade e de socialização, perpassando por *status* social, poder físico e até mesmo considerações sexuais.

Nesse processo de responsabilização do indivíduo pelo seu corpo, a partir da autoconstrução, a mídia e, especialmente, a publicidade têm um papel fundamental. O corpo virou o maior objeto de consumo, vendendo aquilo que Bourdieu (1989) chama de ilusões bem fundamentadas, as quais tomam como referência o discurso científico de especialistas e prometem perfeição estética, desde que sejam cumpridas, rigorosamente, todas as suas orientações (GOLDENBERG E RAMOS, 2007). Isso posto, considera-se que a corpolatria brasileira vem em sobreposição ao significante “corpo”, modificando ativamente a aparência física dos atores sociais, para que ela não forneça apenas informações espontâneas e imprevisíveis como também informações intencionais, fabricadas e artificiais. As representações das aparências nas cenas sociais mostram que a semiótica da aparência muscular tornou-se hoje, no Brasil, quase mais significativa, tanto econômica quanto socialmente, do que as da cor e as do gênero (MALYSSE, 2002).

Elias (1990), em *O processo civilizador*, fornece uma pista para pensar a paradoxal instauração dessa ‘moral estética’ discorrida acima. Para defender a tese de que, no curso do processo civilizador dos costumes, os momentos de suposto relaxamento moral ocorrem dentro de contextos quando um alto grau de controle é esperado dentro de um padrão ‘civilizado’ particular do comportamento, o autor utiliza como exemplo o uso dos trajes de banho: os corpos mais expostos exigiram por parte de homens e mulheres um maior autocontrole, no que diz respeito às suas pulsões, do que quando o pudor os mantinha escondidos.

Nessa proposição, a aparente liberação dos corpos, sugerida por sua atual onipresença na publicidade, na mídia e nas interações cotidianas, tem por trás um processo civilizador que se legitima por meio dela. A exposição do corpo, atualmente, não exige dos indivíduos apenas o controle de suas pulsões como também o autocontrole de sua aparência física.

Lipovetsky (2000) traz grandes contribuições a essa discussão analisando como “a febre da beleza e eterna juventude” exerce uma tirania implacável sobre os corpos. Assim, aponta a cultura do consumo como incentivadora de indivíduos voltados a si e critica as proporções que a moda adquiriu na pós-modernidade como um dos principais organizadores sociais, em suas palavras “pedra angular que enaltece o efêmero”.

A obsessão da magreza, a multiplicação dos regimes e das atividades de modelagem do corpo, os pedidos de redução de culotes e de modelagem até dos narizinhos arrebitados testemunham o poder normalizador dos modelos, um desejo maior de conformidade estética que se choca frontalmente com o ideal individualista e suas exigências de personalização dos sujeitos.” (LIPOVETSKY, 2000, p. 143)

Considerando a moda como extensão do corpo, o autor observa que os instrumentos usados pela publicidade apelam pela égide do desejo, unindo mercadorias a estilos de vida e estimulando o consumo por motivações simbólicas e não exclusivamente funcionais. “Necessidade e desejo são trabalhados pela indústria da publicidade a fim de induzir a compra ‘Você merece’, ‘Você precisa’. Aludindo assim, produtos a estilos de vida onde compra-se o sonho, o simbólico” (LIPOVETSKY, 2009, p. 122). Como trabalha em sua obra, Lipovetsky (2000) expõe que se criam corpos de consumo e para o consumo.

A normalização feminina, por exemplo, fica clara da seguinte maneira: o padrão ‘aceitável’ para a moda tradicional vai até o 44, a partir disso, há fabricação de roupas e *marketing* especificamente para esse público. Como aponta o autor, de forma contraditória, quanto mais é imposto um ideal de autonomia individual, mais aumenta a exigência de conformidade aos modelos sociais de corpo.

Por conseguinte, postula-se, com base na literatura apresentada, que, no Brasil, o desenvolvimento do individualismo e a intensificação das pressões sociais das normas do corpo caminham juntos. O *habitus* ao qual se inserem os corpos e as práticas corporais destinadas a esses visa um fim em comum: um fim de pertencimento a um padrão maior. Vive-se, então, em um equilíbrio de antagonismos: um dos momentos de maior independência individual para a

tomada de decisões a nível sexual, profissional e relacional, mas também aquele em que um alto grau de controle é imposto em relação aos corpos (GOLDENBERG, 2015).

3.3. Musculosidade e a produção farmacológica de si

Connell (2016) apresenta o conceito de *embodiment* (ou corporificação) para explicar o processo de absorção corporal das normas e práticas sociais ligadas ao gênero sobre o corpo e seu uso. Para além do conceito de *habitus*, apresentado por Bourdieu, a autora expõe que o *embodiment* é fundamental na aquisição das normas gendrificadas, “com o fator agravante de ser o corpo a principal arena de incidência das dinâmicas de gênero” (p. 22).

No caso específico dos corpos masculinos, estabeleceu-se uma hierarquia baseada no conceito de masculinidade hegemônica (CONNELL, 1995) e nos *manhood acts* (KIMMEL, 2008), em que a agressividade e a homossexualidade encontram-se em polos (e em corpos) opostos.

Como assinala Kimmel (2008), a hipervirilização do corpo associa-se diretamente à construção de um ideal de masculinidade hegemônica. Autores como Klein (1993), Courtine (1995), Pope, Phillips e Olivardia (2000) e Le Breton (2012) veem na hipervirilização uma resposta à ameaça que representa um sentimento de perda da potência viril na redefinição dos papéis de gênero. A carapaça de músculos refletiria, portanto, a insegurança em um mundo no qual as relações de gênero estão em rápida transformação e o papel masculino tradicional é cada vez mais questionado.

De acordo com Cechetto (2008), as imagens dos corpos masculinos remetem à reflexão da musculatura, estando associadas ao desenvolvimento de funções duras. De fato, os músculos são também o símbolo do trabalho manual e da condição proletária, sendo durante séculos associados à brutalidade, à rudeza e à grosseria.

Como apresenta Sabino (2004), o desenvolvimento das práticas de musculação e fisiculturismo, tais quais conhecidas hoje, aconteceu com Friederich Wilhelm Muller, nascido na Prússia, em 1867, o qual apresentava seu corpo muscular em *freak shows* na Europa. Nos anos seguintes, devido à sua exposição e ao desenvolvimento de técnicas para ganho muscular, e com a prática cada vez mais comuns nesses circos, homens fortes, gigantes e exóticos para a

época, apresentavam seu tamanho e força descomuns para plateias ávidas por novidades “bizarras”.

Foi somente no período pós Segunda Guerra, na década de 1940, em Santa Mônica, Califórnia, quando adeptos da musculação e fisiculturismo realizavam exercícios ao ar livre, que essa prática se aproximou do discurso da saúde e da masculinidade. Na *Muscle Beach*, como era chamado o reduto dos fisiculturistas, teve início a distinção do físico entre aqueles que praticavam o fisiculturismo do de outros esportistas, exaltando a funcionalidade de exercícios com peso para o aperfeiçoamento muscular. A partir deste período, cada vez mais, a musculatura dos fisiculturistas tornava-se referência devido à baixa porcentagem de adiposidade e grande volume, ocasionado pelo aprimoramento de exercícios e dietas (SABINO, 2004).

Desde a década de 1980, referida ideologia tem sido influenciada pela popularização do *body building*, que teve como um dos principais precursores o ator austríaco, naturalizado americano, Arnold Schwarzenegger. Nesse conceito, a repercussão externa da imagem corporal projetada passa a ser extremamente valorizada pelos fisiculturistas, que se percebem como possuidores de um corpo modelo, símbolo de masculinidade, admirado e invejado por outros homens. O aumento dos músculos e a sua manutenção tornam-se uma obsessão para esses indivíduos, que competem entre si, comparando suas medidas de braços e pernas, passando a não poupar esforços para atingir um corpo ideal (PEREIRA, DA MATA e BISPO, 2013).

Segundo Courtine (2013), essa prática repousa na construção da virilidade e superioridade, sendo produzida e organizada em um mercado e disseminada em um conjunto de práticas culturais. O marombeiro, por exemplo, “não anda; ele conduz seu corpo exibindo-o como objeto imponente” (COURTINE, 1995. p.82).

Nas palavras do autor,

O corpo do *body builder* procura extrair todo benefício do peso no campo do olhar. Impor e pesar sobre o olhar do outro pela ação combinada de um efeito de massa e de um deslocamento mecânico. O corpo sinaliza. Ele é um dos modos privilegiados de visibilidade do corpo masculino no anonimato urbano das fisionomias, a própria assinatura do hábito viril na multidão (COURTINE, 2013, p. 559).

Nesse preceito, e adaptando a forma ao tempo, as academias de musculação surgem como usinas de produção da forma, fabricando corpos para serem consumidos pela lógica de mercado. Indicando, a mais perfeita junção entre os conceitos *habitus* e as técnicas corporais.

As academias de ginástica, portanto, correspondem à categoria de campo, apresentada por Bourdieu (1986), como os espaços em que se manifestam as relações de poder simbólico. O campo se organiza a partir da distribuição desigual de capitais, sendo que a quantidade de capitais que um indivíduo detém determina sua posição na hierarquia deste campo (SABINO, 2002).

Essas formas musculosas, construídas em academias, apresentam-se como espécies de totens midiáticos, pois a publicidade exalta tais modelos, contribuindo para a construção da identidade de tribos urbanas que se identificam com o paradigma apresentado (SABINO, 2002).

Para além do corpo atlético, Marzano - Parisoli (2002) reflete que a imagem contemporânea da beleza ideal também inclui o corpo minimalista dos manequins. Seriam, assim, dois ideais unidos contra um único inimigo: a obesidade, a gordura e a moleza. Na domesticação do corpo moderno, ser magro e esbelto não basta. “A carne não deve mexer-se. (p. 35)” Contudo, o corpo magro masculino corre o risco de ser considerado andrógono, o que seria um risco para a virilidade de seu possuinte.

Desse modo, a equivalência entre corpo masculino musculoso e sucesso social, sexual e pessoal tende a ser apresentada como o comportamento correto: é o corpo musculoso que dá a prova mais importante da capacidade que se tem de dominar os vários âmbitos da própria vida⁶. Contrapondo-se a um corpo gordo, o qual seria a indicação de um homem que não cuida de si mesmo e certamente é desprovido de força de caráter.

São feitas pesquisas estáticas sobre o poder dos “homens musculosos” e entrevistas apresentam homens conhecidos que declaram que tiveram acesso ao sucesso e ao amor graças ao cuidado extremo que tomam com seu corpo. Treinar e fazer exercício físico não é uma simples atividade entre outras.

⁶ Gomes (2008), na análise do material presente na revista *Men's Health Brasil*, publicação destinada à saúde masculina, observa que os corpos dos homens veiculados, todos eles brancos e altos, refletindo um padrão euro-americano, exibem músculos torneados, enfatizando sua eroticidade. Os corpos expressam um padrão estético e de força, componentes que se aliam e são apresentados como fundamentais para o sucesso no trabalho, na sociedade e, principalmente, sexual. Aliados a esses, as chamadas que mais aparecem nas capas são relacionadas a exercícios e à nutrição, estimulando os homens a seguirem determinadas prescrições para atingirem um único conceito de boa forma corporal.

Torna-se a atividade que mais convém aos homens de poder: ela exprime a força de caráter, o poder, a energia, assim como uma capacidade de controle dos instintos de base. (MARZANO - PARISOLI, 2002, p. 37).

O julgamento moral das pessoas passa, portanto, em primeiro lugar pela avaliação de seu corpo e o corpo musculoso do *bodybuilder* ou do marombeiro⁷ representa, para alguns homens, um meio ao qual podem referir-se para saber o que a sociedade exige deles. Não é apenas um ideal estético, mas o modelo em relação ao qual cada homem pode e deve julgar e corrigir a si mesmo.

De forma mais geral, essa apropriação do corpo como *locus* simbólico de uma construção da apresentação de si para outrem está em muitas práticas e representações, como a valorização, particularmente no caso feminino, da cirurgia plástica e introdução de substâncias, como toxina botulínica, fios de ouro e silicone, para fins estéticos. Marzano – Parisoli (2002), por exemplo, salienta a semelhança entre as motivações da paciente de cirurgia plástica e as dos marombeiros, no sentido de serem baseadas na aceitação e perpetuação dos padrões.

Cecchetto, Morais e Farias (2012) explicam que o corpo musculoso poderá ser construído e realçado por meio de esteroides, malhação e suplementos próprios para a transformação, caracterizando o que Le Breton (2013) chama de um modo de produção farmacológica de si. Nesse movimento, o uso de anabolizantes, ou drogas apolíneas⁸, apresenta-se, para muitos, como um meio concretizador das estratégias instrumentais de manutenção do corpo.

Segundo Pope, Phillips e Olivardia (2000) e Pereira, Da Mata e Bispo (2013), os esteroides anabólico androgênicos (EAAs), comumente chamados de anabolizantes, são substâncias sintetizadas em laboratórios, relacionadas aos hormônios masculinos. Essas

⁷ O termo *Marombeiro* será utilizado neste trabalho com o mesmo sentido apresentado por Sabino (2002), o qual define fisiculturistas e/ou praticantes veteranos de musculação e que ostentam forma física com musculatura visivelmente acima da média. A origem do termo advém da palavra maromba, que é o nome dado aos pequenos halteres caseiros, que eram feitos com duas latas, normalmente usadas para embalar tinta, cheias de areia e fincadas nas extremidades de uma vara curta de madeira.

⁸ O nome droga apolínea é referendado por Sabino (2002) para denominar os esteroides anabólico androgênicos (EAA), em clara conotação ao deus grego Apolo, considerado, no panteão dos deuses gregos, o deus da beleza. O objetivo do uso dessas drogas, seria portanto, alcançar a máxima beleza e forma física, inatingível a homens comuns.

substâncias aumentam a síntese proteica, a oxigenação e o armazenamento de energia muscular, resultando no incremento da massa magra e de sua capacidade de trabalho.

Como apresenta Sabino (2002), a história dos anabolizantes começou quando em 1889, Charles Edouard Brown Séquard, médico e cientista francês, anunciou à Sociedade de Biologia de Paris que estava experimentando, em si mesmo, injeções de líquidos tirados dos testículos de cachorros e de porcos da guiné. Essas injeções, segundo seu relato, haviam aumentado sua força física e sua energia intelectual. Após esses experimentos, uma corrida em busca do isolamento de hormônios tomou conta do cenário científico, quando em 1931, o cientista alemão Adolf Butenandt conseguiu isolar 15 miligramas do hormônio não testicular, o qual denominou de Androsterona, retirando-os de 15.000 litros de urina de homens, e em 1935, Karoly Gyula David e Ernst Laqueur, apresentaram o artigo “Sobre o Hormônio Cristalino Masculino Proveniente dos Testículos – Testosterona”, divulgando o resultado de suas pesquisas e o isolamento da Testosterona.

Desde então, o uso não médico dos anabolizantes (estético) tem sido um tema recorrente em artigos científicos principalmente entre atletas, homens jovens e aqueles que buscam aumentar sua força física e atratividade sexual, constituindo-se em um crescente problema de saúde pública (IRIART e ANDRADE, 2002; PEREIRA, DA MATA e BISPO, 2013)

Apesar dessas drogas terem seu uso recomendado em determinados quadros clínicos, por exemplo, em anemias graves, insuficiências pulmonares e cardíacas, em pacientes com AIDS ou insuficiência renal crônica, para compensar a perda de massa muscular e, claramente, na reposição em casos de deficiência hormonal masculina (HANDELSMAN, 2006; DEMLING, 2009), os danos provocados pelo uso indiscriminado de EAAs são apontados em vários estudos (IRIART e ANDRADE, 2002; SAMAHA, 2008). Como danos desse uso, apresentam-se mais comumente complicações funcionais cardíacas e hepáticas, bem como diversos tipos de câncer, seguidos de alterações psíquicas e comportamentais, envolvendo, em alguns casos, episódios de agressão e violência interpessoal.⁹

⁹ A venda de anabolizantes é regulamentada pela Lei nº 9.965 de 27 de abril de 2000, a qual identifica em seu teor o que são medicamentos anabolizantes. Essa lei é subordinada à Legislação das Infrações Sanitárias, estando o infrator (vendedor) sujeito a processos e penalidades previstos na legislação. Cabe frisar que as penalidades decorrentes de infrações sanitárias não atingem as esferas civis ou penais.

Considera-se o apresentado por Sabino (2002), Iriart, Chaves e Orleans (2009), Cecchetto, Moraes e Farias (2012) e Jesus (2017), de que os ganhos anabólicos que as chamadas bombas¹⁰ promovem, apesar do conhecimento sobre seus riscos, têm sido motivo para a grande difusão do seu uso entre praticantes de malhação.

Neste sentido, em pesquisa realizada na cidade de Porto Alegre, por Pereira, Da Matta e Bispo (2013) com homens frequentadores de academias de ginástica que faziam uso de EAA, 34% relataram que as drogas eram utilizadas por vontade própria, 34% por indicação de outros frequentadores e 19% por indicação de professores. Desse total, 35% experimentaram dependência física e psicológica, sendo que as principais motivações de consumo dessas substâncias foram a “aquisição de força” (42,2%), “aquisição de beleza” (27,3) e “vontade de parecer mais viril” (18,2%).

Na prática esportiva, em alguns segmentos ligados à prática do Jiu-jítsu e do MMA (*Mixed Martial Arts*), o consumo tem sido uma estratégia de maximização da força física visando à subjugação do oponente nas competições. O que se busca nestes casos é apressar o aumento dos músculos num curto período de tempo, dispensando os rigores próprios do treinamento árduo e prolongado que essa prática esportiva milenar requer de seus adeptos. Considera-se que objetivos e efeitos semelhantes estão na gênese do uso de EEAs por atletas de outros esportes, que procuram obter melhores índices e *performances* (CECCHETTO, 2008; CECCHETTO, MORAES e FARIAS, 2012).

Para além dos anabolizantes, inúmeros homens utilizam suplementos alimentares como *whey protein*, maltodextrina, BCAA (proteína), creatina e glutamina a fim de potencializar seu desempenho físico. Esses suplementos, considerados mais seguros que os anabolizantes, são utilizados muitas vezes sem a indicação de um nutricionista ou de um médico, e seu uso excessivo também pode causar efeitos adversos como diarreia e insuficiência renal, diminuição da produção endógena, dores estomacais e elevação da pressão arterial, por exemplo (JESUS, 2017).

¹⁰ Na gíria popular, os anabolizantes são vulgarmente conhecidos pelo nome de “bomba” (em referência ao efeito muscular inchado produzido), e é também comum que fisiculturistas sejam chamados pejorativamente de “bombados”.

Conforme Sabino (2002), os indivíduos que ‘tomam bombas’, têm, em geral, o desejo de integração à cultura dominante. Seu desvio se realiza por intermédio de um processo que se constitui como tentativa de enquadramento no sistema social dominante. A utilização dessas drogas, proibidas no Brasil, não se faz com o objetivo de subversão, mas como tentativa de harmonização com os padrões estéticos e culturais vigentes, possibilitando aquisição de *status*, não somente no interior de um grupo, mas na sociedade geral. “O marombeiro então é um desviante peculiar, pois não é alguém visivelmente estigmatizado que prova de uma situação de interação social angustiada. Ele desvia para se integrar” (SABINO, 2002, p. 165)

Nesse pensamento, o estudo realizado por Sabino e Luz (2007) no Rio de Janeiro, entre praticantes de musculação, indicou que a posse de uma forma física musculosa e hiperviril era vista como um meio de assegurar o sucesso nas interações afetivo-sexuais, pensamento que tem apresentado um expressivo crescimento em várias sociedades pós-industriais, representando um tipo de racionalidade corporal que valoriza a aparência viril como sinônimo de saúde.

Resultados semelhantes são apontados na pesquisa de Iriart, Chaves e Orleans (2009), realizada por meio de entrevistas com 43 frequentadores de academia, que indica que o medo de ser diferente, desvalorizado ou de não obter sucesso junto ao sexo oposto mobiliza os homens, particularmente os mais jovens, à prática da musculação. O sucesso na aquisição de um corpo mais adequado aos padrões vigentes, por outro lado, recompensa aqueles que passam a se destacar pela presença física e conquistar o reconhecimento de seus pares.

Teixeira et al. (2015) relatam, por meio de pesquisa com 646 homens homossexuais, que essa apropriação da musculabilidade se dá inclusive no meio *gay*. Como é relatado pelos autores, além da prática comum de exercícios e dietas, com o objetivo de manter um corpo magro ou torneado, os entrevistados relataram altos índices de insatisfação corporal, tendo como objetivo ideal um corpo muscular, recorrendo, muitas vezes, ao uso de EEs. Isso posto, o desenvolvimento da musculatura e o que isto conota – poder, dominação e pertencimento – conferem aos anabolizantes um papel potencialmente de destaque como uma espécie de elixir que assegura a masculinidade viril. As transformações as quais os corpos são submetidos formam uma estrutura hierárquica, na qual ao corpo bombado é concedido *status*. Dessa forma, o corpo aparece como objeto e instrumento que deve ser aprimorado para atingir objetivos, como uma obra de arte que pode ser trabalhada e retrabalhada de acordo com normas sociais, hierárquicas e de beleza vigentes (SANT’ANNA, 2000).

4. PROSTITUIÇÃO MASCULINA

4.1. Desejos à venda

Como explicam Belém et al. (2018), a prostituição representa um fenômeno abrangente, comumente encontrado em diversas sociedades, cuja gênese data de civilizações antigas. Ainda que a prática continue sendo realizada nos dias atuais, passou a dividir o espaço com diversos serviços sexuais, como os que são encontrados em boates, saunas e centros de massagens, além de ambientes virtuais e midiáticos que, em sua maioria, são marcados pela mercantilização do erótico, mas não se restringem ao ato de prostituição.

Braga e Santos (2015) explicam que o desenvolvimento deste mercado está ligado ao individualismo que emergiu das sociedades de massa do século XX, as quais, em um novo tipo de organização, libertaram as escolhas dos homens fazendo florescer ações individuais antes reprimidas. Nesse sentido, concretizou-se a valorização do prazer próprio, e atividades como a pornografia e a prostituição tornaram-se fontes possíveis, e mais toleradas, de satisfação.

Segundo Cecarelli (2008), a gênese da prostituição ocorre na díade do ato sexual *versus* ganhos financeiros, na qual os indivíduos comercializam os seus corpos para a realização de práticas eróticas e/ou sexuais para outros sujeitos. Nessa prática, o corpo torna-se o principal instrumento de trabalho, sendo moldado ao olhar e desejo do outro.

Utilizar-se-á nesta pesquisa o termo profissional do sexo, com o objetivo de descrever aqueles que utilizam do próprio corpo e da prática de atividades sexuais como forma de trabalho.

A prostituição masculina, a que interessa neste âmbito, caracteriza-se pelo fato de que quem se prostitui é o homem. Torna-se importante destacar isso, pois implica em desfazer uma associação comum e esperada entre a venda de favores corporais e feminilidades, percebendo a inserção do homem no mundo da prostituição não como cliente, mas como objeto.

Contudo, Barreto (2013) aponta, no panorama das pesquisas brasileiras em Ciências Sociais e em Saúde Pública, uma ausência relativa de estudos sobre a relação da masculinidade e da prostituição exercida por homens, pelo menos, em comparação com os existentes sobre prostituição feminina.

Os homens profissionais do sexo, garotos de programas, michês ou *boys*, são compreendidos neste contexto como indivíduos do sexo masculino, adolescentes ou adultos, que comercializam, através da imagem, os atributos de uma identidade reconhecida socialmente

como masculina. Independentemente da identidade ou do desejo que esses jovens possam ter, o que se negocia na relação é o desejo e a virilidade objetificados no corpo ou em partes dele (PERLONGHER, 1987; BARRETO, 2017). Isso posto, como explica Barreto (2017), “o *boy* não existe como pessoa, só existe como fantasia do cliente” (p. 67). Assim, nessa acepção da prostituição como possibilidade da realização do desejo do outro, os símbolos são fundamentais: cria-se aquilo que o público quer ver, comprar e usufruir, concebendo-se imagens e fantasias. Por sua vez, a fantasia, ou o não visível da sexualidade, possibilita a criação de corpos fluidos que, nesse contexto de interação, obtêm seus significados não pelo que são, mas por aquilo que evocam.

Isso é denominado por Perlongher (1987) de caráter teatral¹¹ da prostituição e apresentado por Días Benitez (2017) como a possibilidade da sexualidade ser um universo de negociação e desestabilização de convenções de gênero e corporeidade. Assim, apresenta que a prostituição é “o território existencial em que se ativam os desejos e que atravessa os sujeitos em sua potência criativa para a produção de intensidades” (DÍAS BENITEZ, 2017).

Para tanto, utilizam de objetos, usos do corpo (técnicas corporais) e de raça como dispositivos usados pelos *boys* no ato de produzir o desejo no outro. Nesse espaço, *piercings*, pulseiras, bonés, relógios e marcas corporais como tatuagens, pelos e cicatrizes ajudam na diferenciação dos corpos, fundamental na interação para captação de clientes e que, simultaneamente, informam sobre seu portador. Por exemplo, “o uso de uma aliança pode levar à interpretação de que o sujeito é casado e, portanto, além de ser ‘hétero’ deve ser ‘macho’, potencializando seu capital simbólico nesse universo” (DÍAZ BENITEZ, 2017, p. 18).

Segundo Miskolci e Pelúcio (2008), simbolicamente, o garoto de programa está para o homem, o que a travesti é para a mulher, ou seja, uma intensificação de características. Essa analogia se mostra válida enquanto aponta que não há algo como uma característica feminina ou masculina, mas sim, construções.

Eu acho que os michês incorporaram inconscientemente um padrão rentável para eles. Eles parecem mais másculos que o mais heterossexual dos homens, os michês são quase caricatos na sua masculinidade. Descobriram que sendo assim têm mais chance de se comercializarem. Esse tipo ultram másculo é muito

¹¹ O caráter teatral não se trata de uma essência masculina estável, mas de performá-la ou de acioná-la em situações eróticas, sendo justamente os atributos que possam ser lidos como hipermasculinos ou viris do ponto de vista hegemônico (PERLONGHER, 1987).

apreciado, o michê pode faturar mais sendo desse jeito. (PERLONGHER, 1987, p. 100)

O desejo pelo homem de verdade, ou seja, pelo padrão de masculinidade idealizado no contexto brasileiro, é o que guia a alma do negócio. O homem de verdade é o homem heterossexual. Seu culto, de forma consoante, segundo Miskolci e Pelúcio (2008), demonstra como o desejo por alguém pode ser associado a um conformismo da ordem heterossexual, “às suas normas de gênero, aos seus padrões estéticos e até a gramática das relações sexuais” (p. 12).

Observação semelhante é realizada por Braz (2010) em pesquisa etnográfica realizada em clubes de sexo voltados ao público *gay*. Segundo o autor, nesses clubes, os indivíduos que ali trabalham são todos hipermasculinos. “Quanto mais masculino, menos ‘viado’ ou ‘bicha’, mais sucesso terá” (p. 179). Essa masculinidade é performatizada e controlada. Expressões superlativas, como “muito gordo”, “muito barrigudo” e “muito velho” foram largamente utilizadas pelos participantes da pesquisa, homens profissionais do sexo, para descrever aqueles que não fazem sucesso nesses estabelecimentos. Os corpos são controlados do ponto de vista do gênero; os excessos a serem contidos são os que possam evocar efeminação. Como explica o autor, alguém que é alto e bonito chamará atenção neste ambiente.

Em conformidade com o apresentado, Santos e Pereira (2016), em estudo etnográfico sobre as relações de clientes e garotos de programa em saunas da cidade de São Paulo, apontam:

Não há como olvidar que a homofobia e o sexismo estão igualmente presentes nesses “outros espaços”. A não aceitação da mulher, a rejeição da “bicha afeminada” e o isolamento imposto às travestis redirecionam o olhar e descobrem a reprodução das hierarquias de gênero que rondam as saunas. Nas saunas temos, portanto, a rejeição da representação do feminino, do gênero como performance que aparece nos corpos dos travestis e dos gays mais femininos. É um espaço exclusivo para homens que fazem sexo com homens. Trata-se, enfim, de um espaço ambíguo, com códigos e gestuais minuciosamente estudados, com corpos submetidos a um escrutínio de olhares (SANTOS E PEREIRA, 2016, p. 146).

A esse corpo, acrescentam-se também adereços. Viana (2010) aponta que a própria musculatura é definida e evidenciada pela depilação e, muitas vezes, as tatuagens não servem apenas como adornos, mas também para a “personalização dos corpos que buscam se singularizar dentro de um padrão que regulamenta o perfil dos *boys* de programa” (p. 48). Contudo, considera-se essa tentativa de singularização como fracassada, pois os *boys* terminam mais semelhantes do que diferenciados.

O antagonismo do negócio do sexo entre homens é desfeito quando se entende que o que se compra e o que se vende não é apenas o corpo, mas um corpo marcado pela masculinidade hegemônica e por uma corporeidade específica. “Dorsos fortes, bíceps inchados, membros dilatando e jeans apertados servem de identidades iconográficas em páginas de *sites* de relacionamentos, em que rapazes viris oferecem seus corpos marcados pelo excesso” (MISKOLCI e PELÚCIO, 2008, p. 18).

Evitando considerações generalizantes, Viana (2010) e Barreto (2017) explicam que outros corpos também se inserem no mercado da prostituição masculina. Em menor quantidade do que os *boys* com corpos musculares, há também aqueles que apresentam uma corporeidade pouco trabalhada, comparados a homens comuns, cotidianos, muitos com certa ‘barriguinha’, que configura uma estética intitulada por Viana (2010) de ‘estética do malandro’. Nesses, a questão do cuidado, entretanto, perpassa todas as formas de apresentação. Os recursos vão desde a preocupação com os cabelos, sempre arrumados (ou despretensiosamente desarrumados), até a apresentação de unhas feitas e cortadas e também dos corpos depilados. O que é inato a todos os garotos de programa é a preocupação com o corpo e com a beleza estética, cartão de visitas neste negócio.

De modo geral, como explica Perlongher (1987), o status econômico do programa será traduzido em relação à essa lógica. O preço da prostituição homossexual pode ser pensado, portanto, como a expressão de diferenças: as diferenças de valor sexual entre corpos remetem a um sistema de nomenclaturas. Como explica, para um *michê* é muito importante a roupa, a indumentária, o corpo e, assim, todas as características, visíveis ou não, a serem vendidas ao cliente. “Se ele for uma pessoa mais transada com relação aos demais, ele se destaca. Se ele tiver uma linguagem mais elaborada pode atrair clientes mais corpulentos” (p. 136). O *michê* macho, como denomina Perlongher, teria, assim, o benefício da venda da masculinidade e da virilidade a seus clientes.

Os modelos de atribuição de valor imperantes na sociabilidade expressam diferenças intensivas que dizem respeito diretamente ao plano do desejo. Assim, a tensão adulto/jovem exprimirá em termos categoriais uma relação de desejabilidade do adulto pelo jovem, ou vice versa. O mesmo pode-se dizer da tensão de gênero: neste caso, uma afirmação artificiosa da diferença parodia os rituais da homossexualidade, que funcionam como modelo desejante geral do *status* econômico (PERLONGHER, 1987, p. 255).

Inerente à masculinidade e aos corpos, a potência sexual é uma característica comumente associada à fantasia vendida pelos *boys*. Barreto (2013, 2017) relata que o uso de

remédios aparece como principal técnica para manter a excitação sexual. Comprimidos como Viagra e Pramil são ingeridos tão frequentemente que existe um mercado entre eles: pode-se comprar um comprimido com outro garoto, trocando-o por dinheiro, outro tipo de remédio ou até mesmo drogas. Contudo, os estimulantes sexuais¹² não aparecem apenas como garantia na ereção quando é necessária, mas também como a possibilidade de um melhor desempenho e condições físicas para a realização de um maior número de programas, sendo seu uso diário.

Para além dessa discussão, a prostituição entre homens tende a ser considerada como prostituição homossexual (VIANA, 2010). Contudo, como mostram Perlongher (1987) e Barreto (2013, 2017), um apreciável número de rapazes que se prostituem não são ou não se consideram homossexuais; e essa recusa vai ao encontro com a demanda e o desejo dos clientes.

Nessa lógica, se a prática de intercurso anal ocupa um lugar central para a prática sexual homossexual, esta centralidade é colocada em prova no âmbito da prostituição masculina. Como aponta Perlongher (1987), “a prática exclusiva do papel ativo em transações sexuais com outros homens não atribuiria automaticamente a seu executante o estigma de bicha, já que sua masculinidade encontrar-se-ia resguardada graças a essa preocupação” (p. 220).

De acordo com Santos (2008), não é apenas o sexo, à mostra ou tocado, os orifícios, a “atividade” ou a “passividade” durante o ato sexual que diferenciam inscrições corporais de masculinidade. As roupas, para alguns profissionais, mostram-se importantes instrumentos de diferenciação das zonas sexuais. Por exemplo, nota-se que alguns michês que realizam programas em saunas circulam com um short, tipo bermuda. Essa seria uma indicação para os eventuais clientes quanto às atividades sexuais realizadas, no caso, somente ativo. Ao contrário desses, garotos que utilizam cuecas, sungas ou peças mais marcadas e menores indicam que também são passivos.

Nessa dinâmica, a homofobia permanece nas próprias relações entre cliente e profissional do sexo. Ambos vigiam-se sobre o grau em que revelam que são homorientados. Mesmo aquele que deseja o másculo também está sob a constante avaliação em seus gestos, modo de vestir e maneira de falar. “Não por acaso, os clientes são chamados de mariconas pelos

¹² Os estimulantes sexuais são medicamentos à base de citrato de sildenafila, utilizados para o tratamento de disfunções sexuais. Estes medicamentos atuam na concentração de GMPc, um nucleotídeo cíclico na glândula, nos corpos cavernosos e no corpo esponjoso do pênis, levando a maior relaxamento do músculo liso e consequente ereção. Os efeitos adversos mais descritos na literatura são cefaleia, congestão nasal, rubor facial, dor lombar e alterações visuais transitórias e de intensidade leve a moderada (ABDO, 2010).

boys, forma de depreciar o outro e transferir para ele todo o peso da objeção social” (MISKOLCI e PELÚCIO, 2008, p. 20).

Considerando o exposto, julga-se que os homens profissionais do sexo são amostras representativas daquilo que comumente, salvo exceções, é esperado tanto do corpo quanto do comportamento masculino. Recorre-se ao conceito de Goward Becker (1977) que apresenta a noção de hierarquia de credibilidade para mostrar que o poder de voz atribuído a certas pessoas e grupos varia de acordo com o tema colocado em questão. Assim, já que esses atuam mediante a introjeção de padrões de desejos, fantasias e técnicas corporais, considera-se que incorporam o outro social, para que, posteriormente, possam revender seus corpos e trabalhos mediante uma demanda.

4.2. Internet e luxo

Como aborda Oliveira (2017), os circuitos da prostituição, seja ela feminina ou masculina, conformam uma rede que integra pessoas, práticas e expectativas que compõem um sistema aberto de relações.

Assim, para que se construa uma linha de raciocínio, parte-se dos estudos sobre a construção do espaço urbano e dos escritos de Massey (2012), o qual acredita ser preciso abrir mão de uma visão essencialista do espaço em favor de uma abordagem que inclua os modos pelos quais é construído. Considerar que o “espaço não existe como uma esfera separada e apartada de outras dimensões da vida social, tendo em vista que ele mesmo é também uma construção social” (p. 99) implica, entre outras coisas, evidenciar os modos pelos quais as pessoas se relacionam umas com as outras em termos de suas subjetividades e historicidades.

A partir da junção entre pessoas e lugares (lôcus), é possível dissertar sobre o modo como essas dimensões se relacionam e se produzem mutuamente. No que diz respeito às dinâmicas envolvendo as trocas eróticas, Oliveira (2017) relata que os modos de produção do espaço conformam e estão conformados à participação dos agentes e que estão relacionados à produção de certos estilos e *performances* de gênero, ou seja, ao dirigir-se a um determinado local, o cliente espera encontrar alguém que tenha determinadas características e que se comporte de modo conveniente ao que é esperado do lugar.

Nesse sentido, reitera-se e associa-se o pensamento de Connell (1995), de que a produção da masculinidade está articulada a diversos marcadores sociais da diferença e estabelece formas distintas de entender e relacionar-se com o ambiente. Isso implica que o estatuto da cor, da classe e até mesmo da *performance* desempenhada pelos sujeitos no agenciamento e construção das masculinidades possibilitam diferentes formas de inserção e relação, assim como formas distintas de perceber e ser percebido nos lugares. Esses entrecruzamentos são materiais simbolicamente corporificados, manipulados, refletidos e empregados pelos agentes no sentido de produzir diferenças e com elas negociarem, em diferentes territórios, o desenvolvimento de suas experiências eróticas (OLIVEIRA, 2017).

Sobre a questão da territorialização da prostituição, Perlongher (1987) explica que “a constância de certas populações em agruparem suas perambulações à procura de sexo, diversões, prazeres e outros vícios próximos a ilegalidade mereceu o *status* particular na sociologia urbana de região moral” (p. 69).

Como explica o autor, a noção de região moral repousa na concepção que divide o espaço urbano em círculos concêntricos: uma faixa residencial, outra industrial e o centro, que serve ao mesmo tempo como ponto de concentração administrativa e comercial e como lugar de reunião das populações ambulantes que ali soltam seus impulsos reprimidos pela civilização.

Nessa região moral, não se insere apenas a prostituição de rua, como também todos os ambientes destinados ao mercado do sexo; tais como: clubes de sexo, bordéis, casas noturnas, saunas, clubes de massagem e cinemas pornô.

Contudo, apesar de a prostituição ser mais notável quando ocorre na rua, essa, geralmente, entre os garotos de programa, é avaliada como um tipo de prostituição mais baixa dentro de um sistema de hierarquias. Como argumenta Oliveira (2017), possivelmente a forma mais acurada para pensar os processos de territorialização das atividades de prostituição entre homens seja através do esvaecimento, mas não do desaparecimento total do ambiente ‘rua’.

Nesse sentido, é possível sugerir uma deriva, um movimento de ir em direção não apenas a outros espaços públicos, mas também de assumir posições em espaços comerciais, como as saunas e cinemas pornô, e *sites* de prostituição e aplicativos¹³ de celular destinados ao sexo.

¹³ Aplicativos são programas disponibilizados para aparelhos *smartphones* oferecendo utilidades diversas, desde editores de foto até gerenciamento de informações bancárias, trocas de mensagens ou localização remota de

Nesses, os *boys* da sauna são apresentados e diferenciados como ‘mais profissionais’, inferiores apenas aos *boys* que divulgam seus trabalhos pela *internet* e possuem seus próprios locais para o atendimento de clientes, como apartamentos e *flats*, sendo chamados de *boys* de luxo ou garotos de programa de luxo.

Com a inserção da prostituição na *internet*, credibiliza-se a essa e à portabilidade das mídias digitais, efeitos particulares sobre a relação das pessoas com o meio social envolvente. Como explica Deleuze, “as máquinas são sociais antes de serem técnicas. Ou melhor, há uma tecnologia humana antes de haver uma tecnologia digital” (2005, p. 49)

Essas transformações permitem pensar algumas considerações na forma como as pessoas relacionam-se com sua intimidade, como organizam o espaço a partir de parâmetros, como público e privado, e como virtualizam suas experiências e corpos. Cria-se, assim, uma nova economia do desejo (MISKOLCI, 2014), pela qual a forma como as relações entre afeto, sexo e amor passam a ocorrer em uma nova configuração econômica, de trabalho e de consumo, na qual as relações sociais são mediadas digitalmente. Isso posto, considera-se que, mais forte que o espaço físico, os recursos disponibilizados por *sites* e aplicativos para encontros sexuais possibilitam uma intensa segmentação do desejo por preferências corporais, orientação sexual, idade, raça e localização geográfica, criando o que Pelúcio (2015) chama de redes relacionais seletivas. Conforme a autora, o nicho de *sites* e aplicativos está enraizado na lógica de produção de espaços diferenciados para pessoas diferenciadas.

Nesse contexto, abriu-se espaço para o desenvolvimento, em escala, da chamada prostituição de luxo.

Como aponta Schweriner (2005), o termo luxo refere-se a “um produto melhor, superior, mais duradouro, mais bem-acabado, mais bonito...” (p. 02), o qual Lipovetsky e Roux (2005) consideram ser o traço distintivo do modo de viver. Contudo, para além do sentido primário do destaque social adquirido pelo luxo, é necessário considerar a sua face emocional: ultrapassando a ostentação, voltada para a admiração de um terceiro, para o prazer individual de saber-se diferente. É a transição do luxo ostentatório para o intimista (LIPOVETSKY e ROUX, 2005; LIPOVETSKY, 2009).

espionagem. São disponibilizados em lojas virtuais de modo que se pode ter acesso a aplicativos gratuitos, pagos ou ainda alguns que cobrem por algumas funcionalidades mais avançadas (OLIVEIRA, 2017).

Para além dos corpos marcados e do atendimento diferencial em *flats*, que garantem o sigilo e a segurança requisitados por clientes, o *marketing* realizado nos *sites* de prostituição merece um papel de destaque na prostituição de luxo, pois é por meio desse que os corpos passam a ser objetos de alto padrão. O que não era possível na prostituição de rua, face a face, torna-se um meio na virtual. Como explica Lipovetsky (2009):

A valorização plástica do produto, fotos caprichadas, interior de luxo, refinamento dos cenários, beleza dos corpos e dos rostos, a publicidade poetiza o produto e a marca, idealiza o trivial da mercadoria. (...) Da mesma maneira que a moda, a publicidade se dirige principalmente ao olho, é promessa de beleza, sedução das aparências, ambiência idealizada antes de ser informação (LIPOVETSKY, 2009, p. 78).

Concebe-se, assim, a criação de marcas e não somente de corpos, que devem transmitir uma história, uma genealogia, tradições e um código. Tal qual no mercado da moda, a legitimidade de uma marca/pessoa *premium* fundamenta-se sobre a qualidade intrínseca do produto, seu refinamento e também na confiabilidade associada ao nome (BARTH, 1996). A dimensão imaginária constitui uma parte essencial da marca de luxo e sua personalidade deve ter legitimidade. Por meio dos atributos emocionais, as pessoas deixam de comprar um produto para comprar um comportamento ou uma emoção.

Como explica Castarède (2005), cada indivíduo, na sua particularidade, tem o seu conceito de luxo e, para que algo seja verdadeiramente luxuoso, é preciso que um grupo de pessoas compactue com esta afirmação.

Dessa forma, não exclusivamente na prostituição de luxo, mas em qualquer uma que ocorra por meio da *internet*, manter um perfil nesses *sites*¹⁴ significa produzir para si um corpo sem órgãos, vetorizado e, ainda que virtual, seja cobrado e cobre a partir de referências explícitas e objetivas a respeito de medidas, geometria, proporção e qualidade. É necessário que se crie um perfil desejado, que desperte no outro a noção de necessidade do consumo. Além disso, produz-se uma estratégia de um uso metonímico do corpo a partir da eleição de atributos corporais e pessoais que se pensa como privilegiados e produz-se uma impressão do sujeito como todo, a qual o cliente deve conceber e pagar por estas características diferenciadas (OLIVEIRA, 2017).

¹⁴ Embora alguns *sites* de prostituição masculinos de alto nível tenham acesso liberado, muitos, com o objetivo de se manterem mais seletos e privativos, dependem de um cadastro efetivado mediante pagamento de mensalidade para liberação de usuário e senha que conferem acesso aos perfis e contatos dos garotos de programa.

Nas interações *online*, os estereótipos e elementos são postos em cheque por uma avaliação performática do gênero, estabelecendo efeitos tão perversos quanto os da interação presencial. Julgam-se fotos, roupas, músculos, características físicas e pessoais, mas, sobretudo, a descrição realizada nos diferentes perfis. Ser “discreto”, “fora do meio”, “*brother*” e “de boa” são categorias e recursos linguísticos valorizados nos perfis, por remeterem à possibilidade de performatizar um estereótipo de identidade sexual que não àquela caracterizada pelos seus desejos, aparentando não ser gay (BRAZ, 2010; PELUCIO, 2015).

Contudo, diferente dos *boys* que atuam em saunas ou nas ruas, o garoto de programa de luxo também recebe a denominação de acompanhante, ou seja, além do ato sexual, também acompanha o cliente em eventos, viagens e em saídas esporádicas (como para restaurantes e cinemas). Por isso, como aponta Viana (2010), o desenvolvimento além do corpo (de características culturais e intelectuais) é um diferencial no mercado. Não raro, os garotos destacam em seus perfis que são fluentes em mais de uma língua, que possuem formação universitária ou que entendem de assuntos como política e economia.

Dado o panorama da demarcação da prostituição masculina de luxo, foco deste estudo, é que, por conta da alta valorização da figura a ser vendida, espera-se como retorno um preço diferenciado do programa. É um movimento de mão dupla, pois o cliente que está disposto a pagar um valor acima do mercado por um produto também espera uma diferenciação em relação à qualidade e/ou imagem (LIPOVETSKY, 2000).

Em suma, considera-se, expandindo o conceito de Perlongher (1987), que a *internet* produziu um novo campo de região moral para além da estrutura física dos espaços urbanos. Nessa lógica, *status* e diferentes valores são atribuídos à prostituição exercida em lugares fechados, aos corpos e às técnicas corporais virtualizadas (BARRETO, 2017).

Com base na sugestão de Oliveira (2017), de que há um crescimento de novas formações sociais quando “pessoas se comunicam e organizam a si mesmas via e-mail, *web sites*, telefones celulares e o resto de formas cada vez mais comuns de comunicação” (p. 1), é possível também afirmar que estão emergindo e ficando visíveis outras formas, com diferentes estruturas e hierarquias econômicas e sociais, de relacionar-se afetiva e sexualmente em uma das profissões mais antigas da humanidade.

5. OBJETIVOS

Com base nas argumentações estabelecidas e, tendo em vista os seguintes pressupostos:

- a)** a hipervirilização dos corpos associa-se ao ideal de masculinidade hegemônica (*embodiment*), num processo em que a incorporação de padrões, corporais e comportamentais, assume e garante ao seu detentor um papel social, sexual e identitário diferenciado (corpolatria/corpo como capital simbólico);
- b)** este processo ganha destaque na prostituição masculina de luxo, uma vez que, na construção e transformação dos corpos em mercadorias, diferentes aspectos de gênero são performatizados, intensificados e controlados (caráter teatral), numa distinção valorativa do garoto de programa como profissional e objeto de prazer;

Define-se como objetivo geral desta pesquisa compreender os sentidos atribuídos à masculinidade, ao uso do corpo e os significados da prostituição entre garotos de programa de luxo da cidade de São Paulo.

São apresentados como objetivos específicos:

- a)** Compreender a importância das performances de masculinidade na relação de trabalho desse grupo profissional com seus clientes do sexo masculino;
- b)** Analisar os aspectos envolvidos no uso de drogas anabolizantes e suplementos, sua relação com o conceito de masculinidade e as experiências profissionais dos participantes;
- c)** Identificar os aspectos relacionados ao uso de estimulantes sexuais e preservativos na prática profissional e as implicações para a saúde dos mesmos.

6. PASSOS METODOLÓGICOS

6.1. Abordagem do estudo

Pela natureza do problema desta investigação, a presente pesquisa é circunscrita a uma abordagem qualitativa, como forma de privilegiar os discursos dos sujeitos como fonte de informação. Elucida-se que a pesquisa qualitativa apresenta como foco de interesse as experiências vividas, tendo em vista que essas são repletas de significados atribuídos por quem as vivencia.

Segundo Minayo (2010), a abordagem qualitativa se aplica “ao estudo da história, das relações, das representações, das crenças, das percepções e das opiniões, produtos das interpretações que os humanos fazem a respeito de como vivem, constroem seus artefatos e a si mesmos, sentem e pensam” (p. 57). Isso posto, em seus resultados, descreve processos ao invés de resultados, pois busca o significado das decisões e ações dos indivíduos envolvidos.

De acordo com Osis (2005), neste tipo de pesquisa é possível refletir melhor sobre os comportamentos humanos, considerando seus significados e intenções. A objetividade científica é substituída pela ideia de uma realidade construída, a qual é individualmente cunhada e socialmente legitimada de maneira recursiva entre indivíduo e cultura.

Trata-se de legitimar aquilo que Baptista (1999) considera a característica principal da pesquisa qualitativa, ou seja, a possibilidade da análise dos significados que diferentes sujeitos atribuem às suas ações, adquirindo sentido em função do espaço em que constroem suas vidas e suas relações. Assim, ao investigador cabe a função de compreender o sentido dos atos e das decisões dos sujeitos, relacionando-os não somente com os contextos particulares onde vivem, mas, também, com o contexto social mais amplo em que vivem.

Devido a esse diálogo, Corrêa (2012) considera que as pesquisas qualitativas conseguem ir até onde a pesquisa quantitativa não consegue chegar e, por isso, são comumente utilizadas por pesquisadores dos campos de estudo de gênero e sexualidade, dando mais espaço para vozes e experiências socialmente suprimidas.

Com o objetivo de entender e privilegiar as narrativas e discursos dos sujeitos desta pesquisa, considera-se a abordagem qualitativa bastante pertinente.

6. 2. Seleção dos participantes

A população do estudo é composta por homens, garotos de programa de luxo, maiores de 18 anos.

Como informado na fundamentação teórica, opta-se pelo uso dos termos profissionais do sexo, *michês*, acompanhantes ou *boys* com o objetivo de descrever os sujeitos que utilizem do próprio corpo e da prática de atividades sexuais como instrumento e forma de trabalho.

A seleção dos participantes foi realizada com base na consulta de *sites* destinados à busca de acompanhantes de alto padrão. Os *sites* em questão¹⁵, apresentam um recorte que possibilita a inserção no mercado da prostituição masculina de luxo, pois os acompanhantes cobram valores que variam de R\$ 250,00 a R\$ 600,00 por hora.

Como será analisada posteriormente, essa diferença no valor do programa é decorrente do local de atendimento, do tipo físico, da orientação sexual referida e da realização de fetiches, entre outros fatores. Considerando que os *sites* são voltados para um público exclusivo com alto poder aquisitivo, tanto homossexual quanto heterossexual¹⁶, alguns profissionais optam por também anunciar em outros locais, onde cobram valores mais baixos.

Nos *sites* selecionados, ocorre a exposição de garotos de programa, por meio de fotos e descrições, com o objetivo de atrair clientes, sendo possível limitar a busca por estado e cidade. Todo o conteúdo é criado pelo acompanhante e de sua total responsabilidade. Muitos exibem fotos, realizadas por fotógrafos profissionais, e vídeos, solos e em atos sexuais, em seus perfis. Pelo fato de haver a cobrança mensal de uma taxa para ativar o serviço, ocorre uma variação de perfis disponíveis nos *sites* todos os meses.

Para conhecimento prévio, foi realizado o levantamento dos perfis ativos durante o período de 01/03/2017 a 30/04/2017. Em seguida, a cidade de São Paulo foi selecionada como filtro e, assim, a busca resultou em 64 anúncios. Após esse momento, foi realizado contato por

¹⁵ Os nomes dos *sites* foram omitidos por implicações éticas, já que sua divulgação proporcionaria a identificação dos participantes.

¹⁶ Apesar dos *sites* serem destinados a ambos os públicos, heterossexual e homossexual, os participantes referem que a maior parte dos clientes advindos deste meio é homossexual. Tal fato será abordado na Análise e Discussão dos Resultados.

meio dos telefones disponíveis. Do total, 17 garotos se dispuseram a participar após a apresentação da pesquisa e dos objetivos, entretanto, somente 6 aceitaram após o segundo telefonema, no qual foi agendado dia, hora e local para a entrevista.

O principal motivo para a recusa foi a necessidade da participação voluntária e receios quanto ao sigilo. Uma resposta rotineira ao pedido da entrevista foi que essa poderia ser cedida somente mediante o pagamento do valor do programa, já que uma hora de entrevista significaria um cliente a menos. Não somente por implicações financeiras, mas por também considerar que a referida ação seria uma compra de dados, não garantindo a fidedignidade do material coletado, a solução da problemática se deu por meio de um dos entrevistados, que aceitou enviar mensagens para outros garotos dos *sites*, apresentando a pesquisa e aspectos da entrevista. Após sua intervenção, outros 3 garotos aceitaram a participação na pesquisa.

As entrevistas foram marcadas durante os meses de maio a julho de 2017. Um participante desistiu da colaboração após a realização da entrevista. Ao final, 8 garotos de programa participaram da pesquisa.

Durante este processo, ficou estabelecido que os critérios de exclusão de participantes seriam a não aceitação da participação voluntária (sem contribuição financeira) e a impossibilidade ou a negação da entrevista presencial, já que a interação entre pesquisador e entrevistado, como será abordado adiante, é considerada um processo fundamental da pesquisa e, portanto, não ocorreram entrevistas por telefone ou via internet. O atendimento, ou não, à clientela feminina não foi considerado um critério de exclusão por não fazer parte dos objetivos deste trabalho, o qual tem como foco a interação destes profissionais com seus clientes do sexo masculino.

6.3. Coleta dos dados

Para alcançar os objetivos propostos foi escolhida a técnica da entrevista, por meio de um roteiro temático norteador para o levantamento de dados objetivos sobre o perfil socioeconômico e cultural, como proposto por Turato (2003) e Silva (2010), assim como de narrativas dos sujeitos acerca da prática profissional e das concepções de masculinidade no campo da prostituição de luxo (ANEXO I).

O roteiro temático para a entrevista serve como uma intenção de trajetória, que, de maneira fluida, possibilita verbalizações mais longas e minuciosas por parte dos participantes. Isso proporciona abertura para que o entrevistado possa discorrer, nos limites do interesse da pesquisa, do modo como lhe parecer melhor e sem se prender à indagação formulada (MINAYO, 2010).

Para a construção do roteiro temático, foi utilizada a técnica descrita por Santos (2015), baseada na formulação paulatina do instrumento, onde, a cada entrevista realizada, há uma atualização, acréscimo ou diminuição, dos conteúdos a serem trabalhados no roteiro norteador. Segundo o autor, o referido método contribui para a aproximação e para o melhor entendimento do fenômeno estudado para incluir, de maneira mais ampla, as experiências dos participantes, permitindo comparações e diálogos entre esses.

Nesse contexto, a comunicação entre pesquisador e entrevistado é parte fundamental do referencial metodológico. A conversação se mostra como um processo vivido, onde é propiciado ao entrevistado falar sobre campos significativos de sua experiência pessoal e, conseqüentemente, indicar ao pesquisador diferentes elementos constitutivos do sujeito e de sua subjetividade social. Portanto, é fundamental considerar o pesquisador como parte do processo de coleta e análise dos dados: deve estar envolvido e, ao mesmo tempo, manter certo distanciamento, que lhe permita, posteriormente, pensar sobre o que ouviu; é coparticipante da realidade observada, tendo responsabilidade pelo material produzido (TURATO, 2003).

Em geral, as entrevistas duraram aproximadamente uma hora e meia e foram gravadas com autorização prévia. Todas foram realizadas em locais e horários indicados pelos participantes, mas que resguardassem privacidade e sigilo em relação às informações fornecidas. Ao final, o próprio pesquisador transcreveu integralmente todas as entrevistas (13 horas e 21 minutos) para análise. Trechos das mesmas serão utilizados na discussão dos resultados, com o objetivo de ilustrar, e creditar, as diferentes temáticas e análises¹⁷.

¹⁷ Para tanto, os trechos transcritos serão apresentados entre aspas, caso inseridos no decorrer de um parágrafo, ou, com espaçamento, sem aspas e fonte menor (Arial 11), caso estejam separados dos parágrafos de análise. Nos dois, casos o nome fictício do participante responsável pelo trecho será indicado.

6. 4. Análise dos dados

A exploração e a análise dos dados ocorreram após as transcrições serem finalizadas.

Primeiro, foi realizado o estudo separado e individual de cada participante, de forma a promover uma compreensão de sua história, por meio dos dados obtidos. Foi criado, então, o que Stasevskas (2004) denomina de “Retrato 3x4”¹⁸ de cada participante, retendo algumas de suas especificidades para as posteriores fases de análise.

Esse procedimento é justificado pelo fato de as entrevistas serem constituídas de relatos longos e densos, demandando um norteador de compreensão da pessoa, destacando-se algumas características e traços pessoais de cada entrevistado, conflitos e observações sobre as entrevistas (SANTOS, 2015).

O Retrato 3x4 serve, também, para que ocorra uma maior familiaridade do pesquisador com cada entrevista, de forma que, durante a análise de dados, ele transite entre elas sem perder a referência pessoal de cada discurso (STASEVSKAS, 2004).

Em seguida, todas as informações coletadas e transcritas foram analisadas numa aproximação com a análise de conteúdo referida por Minayo (2010)

Segundo a autora, a análise de conteúdo é a expressão mais frequentemente usada, na área da Saúde, para representar o tratamento de dados de uma pesquisa qualitativa. Segundo a autora, existem várias modalidades de análise de conteúdo e, recorre-se à análise temática por essa “consistir em descobrir os núcleos de sentido que compõem uma comunicação, cuja presença ou frequência signifiquem alguma coisa para o objetivo analítico visado” (MINAYO, 2010, p. 316).

Dessa forma, uma aproximação com a análise de conteúdo aqui referenciada, consiste em analisar as falas dos sujeitos, extraindo delas núcleos estruturadores – ou unidades de significação – a partir da identificação de palavras-chave e expressões, as quais são organizadas em categorias específicas e, em seguida, em categorias gerais.

¹⁸ Tal conceito será aprofundado no próximo capítulo – Análise e Discussão dos Resultados.

6. 5. Aspectos éticos

Essa pesquisa está em conformidade com as normas previstas pelo Conselho Nacional de Saúde (Resolução 466/2012), de Diretrizes e Normas Regulamentadoras de pesquisa com seres humanos, e foi submetida e aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Saúde Pública/USP sob o protocolo de número 50957515.0.0000.5421.

O sigilo profissional pelo comprometimento de não revelar a identidade dos participantes, bem como a utilização dos registros obtidos apenas no âmbito acadêmico, foi garantido com a preocupação de garantir a beneficência e não maleficência.

Os nomes verdadeiros dos participantes foram substituídos por nomes de deuses gregos para preservar a identidade deles nesta pesquisa.

Foram entregues para cada participante da pesquisa dois Termos de Consentimento Livre e Esclarecido (ANEXO II), rubricado em todas as páginas. Após assinatura, uma das vias permaneceu em posse do participante e a outra com o pesquisador, de maneira a autorizar sua participação no estudo e a utilização dos dados em eventos/artigos acadêmico-científicos. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido foi redigido com uma linguagem clara para que fossem compreendidos os compromissos de sigilo, privacidade e possibilidade de interrupção da entrevista a qualquer momento, de forma que não acarretasse em custos ou danos para os participantes.

Foram esclarecidos todos os pontos necessários da pesquisa bem como o fato de apresentar riscos mínimos aos entrevistados, ou seja, que eles poderiam, ou não, sentir desconforto emocional com algumas questões durante a entrevista.

7. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

7.1. Retratos 3x4

Como já explicado nos passos metodológicos, a apresentação de cada entrevistado será realizada por meio de um perfil, no qual, em primeiro lugar será reproduzido o anúncio que constava no *site* quando este foi convidado para participar da pesquisa, seguido pelo “retrato” do participante. Na reprodução dos anúncios foram excluídos os contatos, os nomes dos locais de atendimentos, os nomes próprios e as informações que pudessem comprometer o sigilo dos participantes – a ordem das informações dos anúncios foram alteradas, assim como algumas palavras foram trocadas por sinônimos.

Essa dinâmica de apresentação dos perfis foi baseada no que Stasevskas (2004) denomina de “Retrato 3x4” de cada participante. Esses apresentam como objetivo realizar um breve panorama do sujeito, a partir de observações do pesquisador e de pontos das entrevistas. Dessa forma, propõe-se primeiramente que o pesquisador familiarize-se com cada entrevista realizada e, a partir de sua apresentação, que se estabeleça uma relação de proximidade entre o leitor e os profissionais que serão referidos e terão suas narrativas analisadas. Como explica Stasevskas (2004), na elaboração dos retratos:

Foi capturado o que entendi por aspectos marcantes do discurso personificado, estando aí explícito, e por isto o nome retrato, que são as participantes vistas pela perspectiva da pesquisadora, sem, contudo, deixar de considerar a própria imagem desta, uma vez que é totalmente apoiado nos discursos. (STASEVSKAS, 2004, p. 64)

Considera-se, portanto, que um dos objetivos dos “Retratos 3x4” é apresentar os contextos nos quais os participantes estão inseridos, assim como suas diferenças e similaridades, foco de leitura da pesquisa qualitativa.

A caracterização dos participantes com o quadro sócio demográfico e cultural com as informações coletadas durante a entrevista dos participantes está localizada após a apresentação de todos os perfis (QUADRO 1).

7.1.1. Zeus

Natural do interior de Goiás, Zeus foi muito solícito desde o primeiro contato. Mostrou grande naturalidade e prazer em falar sobre sua vida e sobre sua experiência profissional como garoto de programa. Como requisitado por ele, a entrevista foi realizada no *loft* onde atende seus clientes próximo à Avenida Paulista em São Paulo.

Diferente do anúncio, Zeus tem 36 anos. Conta que durante a adolescência trabalhou como modelo e ganhava presentes de algumas pessoas com quem chegou a sair. “(...) Já tinha ganhado um carro de um pseudo namorado. Era um cara rico lá da região. Mas não tinha chegado a trabalhar pra ele, entende? Outros caras deram outras coisas... Não considero isso como programa sabe, porque tipo... eu tipo não me relacionei com eles pra ganhar isso. Eu de fato nunca transei com nenhum deles.”

Seu primeiro programa foi com 19 anos, quando foi agenciado por sua tia. Conta que na época era virgem e foi uma experiência estranha, principalmente porque toda sua família ficou sabendo do ocorrido. “Eu entrei por ambição de dinheiro mesmo. Eu tinha uma tia e ela agenciava algumas pessoas pra programas. E aí eu precisava pagar a faculdade, queria comprar umas coisas pra mim e ela pegou e falou assim ‘Ah, se você quiser, você pode ir num trabalho né’. Aí ela marcou um trabalho pra mim na casa dela aí esse foi o meu primeiro programa (...).”

Zeus é o terceiro de quatro filhos e diz que foi o único a ser modelo, dando a entender que foi o único que se tornou garoto de programa.

Mudou-se para São Paulo alguns anos depois, aos 21 anos, onde, desde então, vem atuando como garoto de programa, sua principal fonte de renda. Colou grau em Fisioterapia e Educação Física e chegou a trabalhar como *personal trainner* e como vendedor em uma loja de produtos de luxo, mas relata que a prostituição lhe traz um retorno financeiro maior e mais rápido que qualquer outro emprego. Atualmente, também é sócio de uma academia, de um restaurante e de uma clínica de fisioterapia, porém conta que não atende, pois nunca gostou da área. “Sabe quando você termina o curso só pra ter o diploma? Foi isso. Como eu tinha muito dinheiro parado entrei em parceria com uma amiga pra movimentar, mas não pretendo parar de atender meus clientes aqui no *loft*.”

Em seu *loft*, atende até 5 clientes por dia cobrando o valor de R\$ 450,00/hora. Considera-se um “empresário”, e se refere aos seus clientes como “investidores”. Diz que já está acostumado a ser visto como objeto e que prefere assim, pois “não estou vendendo amor.”

Ressalta que não ejacula com nenhum de seus clientes, pois isto impediria de atender outros no mesmo dia.

Deixa claro que não aceita se expor em filmes e que nunca fez ponto na rua ou em saunas, o que considera um trabalho subalterno dentro da prostituição, “por ter que atender qualquer homem que aparecer e sem valorização nenhuma.”

Em vários momentos, fala de outros garotos de programa com um ar de superioridade. Diz, por exemplo, “não sou um veadinho qualquer que faz programas e sim um homem que tem um negócio próprio bem sucedido.” Apresenta seu trabalho numa posição superior justamente pela sua experiência, pelo seu corpo e pela infraestrutura disponibilizada aos seus clientes.

Sua principal forma de anúncio é via *site*. Veicula com exclusividade em um *site* de garotos de programa executivos e, como se disponibiliza para viagens, seu perfil aparece disponível para todo o território nacional e internacional, o que faz com que tenha um maior número de visualizações. Em casos de viagens, seus clientes devem arcar com passagem e hospedagem.

Faz questão de, durante todo o tempo, valorizar e exibir seu corpo. Em vários momentos, fala de si utilizando superlativos em relação à força, vigor e virilidade. Sua fala apresenta uma grande preocupação em relação ao corpo, pois acredita que “é isso que os gays querem.”

Relata ter feito cirurgias plásticas, assim como uso de anabolizantes, dietas e exercícios para ter o corpo que considera ideal. Diversas tatuagens cobrem seu braço esquerdo. Embora não se estenda muito sobre os ciclos de anabolizantes utilizados, explica que eles não têm efeito sem a alimentação e os exercícios adequados.

Pessoalmente, Zeus foi o participante que mais correspondeu com as fotos e com o anúncio publicado no *site*; ele garante que suas fotos não passam por *photoshop* ou outro tipo de tratamento de imagens.

Seu *loft* chama atenção pela quantidade de fotos expostas nas paredes. Em quase todas, está vestido com alguma fantasia que explora um fetiche, como mecânico, bombeiro e algumas com roupa de árabe (sua ascendência é utilizada como fetiche também no anúncio para atrair clientes). Quando questionado, diz que o *loft* é seu ambiente de trabalho, então, as fotos servem para criar e estimular um clima que faça com que seus clientes se sintam mais à vontade e queiram voltar.

Divorciado, diz que se relacionou rapidamente com uma mulher aos 25 anos, a qual era sua cliente; o relacionamento durou apenas dois anos. Considera-se bissexual e conta que nunca se relacionou afetivamente com ninguém que não tivesse conhecido dessa forma.

Atualmente, namora com uma cantora, a qual, também, foi sua cliente. “Nós temos um relacionamento diferente pras pessoas. Tipo assim, mesmo quando a gente não transa ela paga todas as contas. Quando a gente tá junto e até mesmo quando não tá fechamos um valor x. Ela me paga e eu dou exclusividade afetiva pra ela.”

Quando questionado sobre seu futuro profissional, Zeus diz que não poderá permanecer no ramo da prostituição para sempre - “Ninguém quer isso”, mas que tem outras fontes de investimento e que dinheiro não o preocupa. Afetivamente, relata ter um forte desejo de adotar uma criança e casar não faz parte dos planos. Em relação à família que mora em Goiânia, diz ter pouco contato, sendo mantido mais por telefone e com raras visitas.

Durante todo o tempo da entrevista o telefone de Zeus tocou diversas vezes. No total, ele marcou 6 programas para o dia da entrevista e para o dia seguinte. Quase ao final da entrevista, outro garoto de programa entrou no *loft*; era um rapaz que aparentava pouco mais de 20 anos que Zeus disse estar experimentando São Paulo e que, se o rapaz não gostasse, voltaria para o interior. Para tanto, ele estava apresentando alguns clientes e o rapaz alugava o espaço para atender, pagando a taxa pelo espaço e pelos clientes. Assim, a entrevista foi finalizada e nos despedimos.

7.1.2. Eros

Eros é natural de Fortaleza, tem 30 anos e está em São Paulo há um ano. Coloca em seu anúncio que tem 26 anos por aparentar ser mais novo. Extremamente simpático, fala bastante e foi o primeiro a aceitar a participar da entrevista para a pesquisa, indicando outros *sites* para a consulta de anúncios de garotos de programa de luxo.

Loiro, branco e definido, tem corpo e estilo diferentes dos demais garotos entrevistados. Enquanto os outros apresentam um corpo mais malhado ou grande, Eros é definido, não muito magro, mas bem menor em musculatura do que os demais participantes.

A seu pedido, a entrevista aconteceu no seu apartamento na Bela Vista.

Bailarino desde os 10 anos de idade, Eros teve uma longa formação em dança. Fez *ballet* clássico e foi convidado para estudar na Europa na adolescência. Após esse período, mudou para a Rússia, onde dançou profissionalmente por 4 anos. Estudou somente até o final do ensino médio. Com a não renovação do seu contrato, mudou para Lisboa onde trabalhou em shows menores e em escolas de dança. Nesse período, em alguns momentos de dificuldade financeira, chegou a fazer programas nas ruas, mas conta que não se sentia bem, principalmente por ser na rua, algo que lhe trazia uma forte sensação de periculosidade. Relata que grande parte dos garotos de programa de Lisboa são brasileiros e muitos cafetões e policiais controlam os pontos, obrigando-os a pagar taxas abusivas e ameaçando-os de prisão.

Com sua volta ao Brasil, retornou para a casa dos seus pais em Fortaleza e passou a trabalhar com animação de eventos e em escolas de dança. Diz que foi o término de um relacionamento de dois anos, somado à sua situação financeira, que o incentivaram a voltar a fazer programas. “O que me deu mais coragem foi o fim desse relacionamento. Ver que não dá certo dois homens juntos e o negócio é só ganhar dinheiro (...) investir em mim, porque me dedicar assim a uma pessoa e ganhar o que eu tive eu não quero mais não. Eu ganhava pouco e era a chance de ganhar dinheiro. Não passei fome, muito pelo contrário. Não tinha nada a perder.” Após isso, Eros passou a investir na carreira de garoto de programa e a frequentar saunas e festas de sexo com o objetivo de captar clientes. Durante esse período foi convidado a fazer filmes pornográficos por um produtor, passando a ser reconhecido por mais pessoas que o procuravam após assistir seus filmes. Apesar de fazer filmes pelo retorno financeiro, diz que lhe causam desconforto em pensar que sempre estarão disponíveis na internet pra quem quiser, mas “a coisa é imediatismo. As pessoas querem filme novo. Filme velho o povo enjoa, não tem mais *view*. Fica velho.”

Sua mudança para São Paulo ocorreu a convite de uma amiga que é travesti e também se prostitui. Segundo ele, a mudança foi estratégica para ter mais clientes. Atualmente, ambos dividem o mesmo local para atender. Enquanto ela faz ponto em rua e anuncia em um *site*, ele anuncia em dois *sites* e por vezes frequenta uma sauna destinada ao público que procura garotos de programa. Ambos atendem em motéis e hotéis da região, mas o *flat* é exclusivo para o atendimento de clientes oriundos dos *sites*.

Eros cobra R\$ 250,00/hora. Nos meses em que ocorre o lançamento de algum filme diz que esse valor pode subir para até R\$ 400,00/hora. Diferente dos outros garotos, ele é preferencialmente passivo, mas atende a homens, mulheres e casais; os dois últimos com menor frequência. Trabalha de 4 a 5 dias por semana, normalmente não trabalha de segunda ou terça, dias que considera fracos. Nos demais dias, atende cerca de três a cinco clientes e, para tanto, diz que toma sempre metade de um Viagra, ou genérico, pela manhã, para que consiga manter uma ereção adequada com todos os clientes durante o dia.

Apesar de não ter um corpo malhado, diz que já fez ciclo de anabolizantes quando morava em Fortaleza “Parei porque eu fiquei feio e passava muito mal. Ai um dia eu desmaiei. Não combinava comigo. Meu biótipo é outro. Mas eu conseguia cobrar mais. Os caras gostam de bombadão, fortão.”

Conta que não é adepto de realizar os fetiches dos clientes, como dominação ou *pissing*, e que, quando eles pedem, o valor é negociado à parte do programa. Diz que ele próprio não tem fantasias sexuais e, por isso, não se sente à vontade com muitas fantasias que considera “estranhas”. Relata que grande parte dos seus clientes são homens mais velhos e casados.

Sua família conhece a amiga que fez o convite para ele vir morar em São Paulo. Embora eles não tenham conhecimento sobre os filmes, desconfiam que ele seja garoto de programa, pois sabem que ela é garota de programa. Desde que mudou tem pouco contato com eles e diz que não pretende retornar.

Solteiro, considera que esta não é a hora certa de ter envolvimento com alguém. Diz que dificilmente alguém entenderia sua situação, além do fato de seu atual objetivo ser ganhar o máximo de dinheiro para o futuro. Contudo, quando questionado sobre seu futuro e sobre quais são seus planos, Eros não sabe o que responder. Depois de pensar por alguns instantes, responde “Esse ano, ou dentro de alguns anos, se Deus quiser vou entrar numa faculdade, fazer o Enem e ver se eu vou cursar Dança aqui em São Paulo. Pretendo voltar a estudar e cursar alguma coisa aí na minha área de artes sei lá.”

7.1.3. Apolo

Apolo tem 27 anos e é residente da cidade de São Bernardo do Campo, no ABC Paulista. Sua entrevista foi uma das mais simples para ser marcada e realizada, pois desde o contato inicial ele foi extremamente solícito. A seu pedido, a entrevista foi marcada no parque do Ibirapuera, no período da tarde, que é o horário que ele costuma frequentar o local para correr e fazer exercícios.

A primeira vista, chama atenção por seus olhos verdes. Possui inúmeras tatuagens que cobrem completamente seus braços e peitoral; segundo ele, cada uma delas representa um momento importante em sua vida e, por isso, mereceram ser estampadas. Devido à sua beleza, durante a adolescência foi modelo fotográfico, fez campanhas publicitárias e alguns comerciais televisivos. Apesar de ter um corpo atlético e a aparência de uma pessoa que se cuida, não apresenta um perfil exagerado; segundo ele, não faz uso de anabolizantes ou dietas.

É uma pessoa muito comunicativa. Corintiano fanático, gosta muito de contar suas experiências, fazer piadas e fala sem ser preciso fazer muitas perguntas.

Técnico em Logística, conta que seu primeiro programa ocorreu após ficar desempregado aos 24 anos. Apesar de ter recebido propostas aos 18 anos, quando frequentou o Exército, nunca fez programas até realmente ter a necessidade financeira. Contudo, acredita que o que o fez permanecer na profissão foi a liberdade que a prostituição lhe traz. Com uma renda muito maior do que obteria em um trabalho formal, diz que seu maior benefício é poder fazer seu próprio horário e trabalhar como quer, onde quer e com quem quer. “Primeiro que eu sou muito livre, eu sou garoto de programa porque eu gosto de ser livre. Pra alguns livre, pra outros rebelde, mas pra mim livre. Acho que impede um pouco de ficar preso em um trabalho fixo com hora pra entrar e sair. Às vezes eu não quero trabalhar e ponto. Eu posso ter isso agora.”

Cobra R\$ 250,00 a hora e atende preferencialmente em hotéis e motéis. Por dia atende cerca de 3 clientes, com exceção de finais de semana que chega a atender até 5 clientes. Entre todos os entrevistados é o único que não aluga um *flat* ou tem um lugar fixo para atender seus clientes. Por vezes, atende em sua casa. Com seus clientes é exclusivamente ativo. Heterossexual, atende homens, mulheres e casais, mas relata que grande parte dos seus clientes são homens. Apesar de não cobrar a mais por isso, como outros garotos, não ejacula em seus programas.

Apesar de sua orientação sexual, diz que se sente atraído também sexualmente por homens: “Então, isso é complicado porque se fosse pra eu ter um relacionamento eu teria com mulher. Se for pra eu ter um dia eu não me vejo tendo com um homem. Com homem é só sexo mesmo. É carne. Mas não me considero gay.”

Explica que trabalha com muitas pessoas que nunca saíram com outros garotos de programa e que, para isso, precisa ter o que chama de “cuidado adicional.” Ressalta isso em seu anúncio e diz que é um diferencial. Muitas vezes, antes de ir para o motel ou hotel, sai com os clientes para lugares como teatros e bares com o objetivo de que se sintam confortáveis com a ideia de estar com uma companhia que está sendo paga. “Eu fidelizo eles. Depois que vamos pro motel. Eu torno a situação mais natural. É pago. É programa, mas é mais natural pra eles. Principalmente pras mulheres.”

Com o objetivo de também tornar o sexo com os clientes mais natural, Apolo evita usar estimulantes sexuais, apesar de dizer que, às vezes, é necessário para poder satisfazer o cliente. “Eu tomo se precisar, mas aí eu viro o personagem mesmo. Não estou duro porque quero. Estou duro porque o remédio quer. Aí o sexo é mecânico e o cliente sabe quando não é real.”

Solteiro, diz que seu estilo de vida livre interfere nos seus relacionamentos. Apresenta dificuldade de se apegar a alguém e ter um relacionamento mais longo, com compromissos e deveres. “Já tive vontade de casar e ter filhos, mas hoje, agora que eu ‘tô nesse ramo, eu tenho mais vontade de conhecer o mundo. Mais fácil eu botar uma mochila nas costas igual aquele filme ‘Na natureza selvagem’ e sair por aí.”

Atualmente, Apolo mora com o irmão, mas diz que ele viaja muito e, quando está em São Paulo, fica na casa da noiva. Passa grande parte do dia sozinho e isso possibilita que atenda seus clientes em sua casa. Seus pais são aposentados e moram no interior do Estado e sua irmã mora em Madri, onde faz doutorado em Engenharia.

Ainda que acomodado na prostituição, Apolo relata que é impossível ser garoto de programa pra sempre. “Uma hora a beleza acaba e os clientes não querem sair com gente velha.” Considera no futuro fazer faculdade de Turismo, pois acredita que lhe trará um emprego que ajudará a manter sua liberdade.

Apolo iria atender um cliente e, por isso, a entrevista foi encerrada antes de ser esgotada, mas ele colocou-se à disposição caso fosse necessária mais alguma informação.

7.1.4. Morfeu

Morfeu é da zona norte de São Paulo e atende em um *flat* na Bela Vista. Assim como no anúncio, tenta, durante toda a entrevista, distanciar-se da imagem de garoto de programa e apresentar-se como acompanhante, sendo que seu foco com os clientes não está somente no ato sexual, mas também em “passar bons momentos juntos. Eles estão carentes e eu dou o que eles querem. Nem sempre é sexo... às vezes é mais carinho, atenção...”

Moreno e com estatura mediana, Morfeu tem um corpo definido, mas sem exageros. Diz que frequenta a academia todo dia desde a adolescência, mas que não faz uso de hormônios ou anabolizantes atualmente, embora relate já ter usado muitas vezes. Tem 28 anos, embora aparente menos.

A seu pedido, a entrevista foi marcada no seu salão, numa segunda feira, dia em que não há atendimentos.

Atualmente, além de garoto de programa, é dono de um salão de cabeleireiros, onde atua de terça a sábado. Solteiro, foi casado por cinco anos com uma mulher e teve três filhos. “Eu até mesmo casei sabendo da minha orientação sexual, eu só não aceitava. Então eu vivi muito tempo casado, mas eu não era feliz. ‘Tava dentro da igreja, fazia um monte de coisa e ocupava o máximo possível minha cabeça com as coisas relacionadas a igreja. Só que eu fui vendo que todo mundo ‘tava muito bem e eu ‘tava morrendo. Quando eu me separei foi pra me assumir.” Relata ter muito contato com os filhos, vê-los todos os finais de semana, frequentar o ambiente escolar e ser um pai muito presente. Seus filhos, assim como o restante de sua família, sabem de sua orientação sexual e conheceram um ex-namorado.

Conta que começou a fazer programas há quatro anos, após o divórcio e por causa da situação econômica. Estava abrindo o salão e endividado quando uma amiga encaminhou-lhe o primeiro cliente.

Como diz, “sempre achei estranho receber pra fazer sexo, que é uma coisa que eu gosto muito então achava que... Ahhh, achei estranho entendeu?” Cobra R\$ 250,00/hora, mas relata que seus programas normalmente duram muitas horas por envolver o serviço de acompanhante, que incluem jantares, cinemas, idas a teatros e a bares. Todos estes gastos extras são pagos pelos clientes. Atende de três a quatro clientes por semana, sempre no período da noite, após o fechamento do salão “Hoje é uma grana extra. Faço porque gosto e não pelo dinheiro. Tenho meus clientes fixos.”

Segundo Morfeu, o diferencial do garoto de programa pro acompanhante é a capacidade de “vender um sonho. As pessoas que eu saio gostam da dominação, gostam de um cara que mande e elas obedecem entendeu? Uma coisa mais de pegada, segurança, não querem o que elas tem em casa. A dominação que eu falo não é no sentido de bater, é uma pessoa que vai chegar e sabe que vai fazer. Quem me procura geralmente tá se conhecendo, não sabe ainda o que gostam, mas sabe o que precisa. Querem uma boa companhia, alguém que as escute, que abra a porta do carro, que as domine...”

Atende principalmente homens e casais, mas tem algumas clientes mulheres. No caso delas, diz que o aspecto emocional é mais importante que o sexual, pois grande parte é casada e procura mais um companheiro. Independente do cliente, diz que nunca usou nenhum estimulante sexual e que só aceita sair com a pessoa após a troca de fotos e se ficar confortável e atraído sexualmente.

Apesar de não ser adepto de fetiches, diz que caso o cliente queira e peça ele faz, desde que o próprio tenha o material necessário, como cordas e algemas para *bondage* ou vibradores, caso seja o requisitado.

Assim como outros garotos de programa morenos e negros, acredita que sua cor é um diferencial no mercado do sexo. Seu corpo é objetificado e tratado como um fetiche “As pessoas já tem aquela questão que o cara mais moreno tem o pinto grande então elas vêm atrás disso de uma certa forma entendeu? Quando você é moleque e tá na rua é bandido. Quando é adulto é uma benção sexual. Porque é assim... todo mundo fala “negão igual pintão” as pessoas veem dessa forma entendeu?”

Conta que já foi convidado para fazer filmes pornográficos, mas recusou devido à grande repercussão que estes ganham na *internet* e por possuir grande exposição. Contudo, já fez duas vezes ensaios fotográficos para *sites gays*, que considera possuir menor circulação, e é com essas fotos que estampa seu anuncio no *site*.

Futuramente, pensa em retirar seu anuncio do *site* e ficar somente com seus clientes fixos, pois está cansado da rotina de dois empregos. Acredita que tomar essa decisão é mais fácil agora que está estabilizado economicamente e não depende do dinheiro dos programas. Para ele, isso será importante também para poder ficar mais tempo com seus filhos, já que terá as noites livres e evitará que alguém na sua família venha a eventualmente descobrir sobre seu trabalho. “Da mesma forma que comecei com isso vou parar. Já ajudei minha família, já juntei meu dinheiro. Não preciso mais disso. Tenho o salão. Agora tá na hora de ter outros planos.”

7.1.5. Hermes

Com o título do anúncio ‘Novidade em São Paulo’, Hermes tenta chamar a atenção do maior número de clientes possível no menor espaço de tempo. Assim como Zeus, tem uma postura muito empresarial com a prostituição e como ele diz: “Tempo é dinheiro. Sempre tem alguém vendo o anúncio e sempre tem alguém ligando. *Internet* tá no ar o dia inteiro e o povo quer sexo o dia todo.”

Hermes é muito conhecido no meio da prostituição masculina de luxo em São Paulo e foi justamente isso que complicou o agendamento da entrevista. Sempre era preciso desmarcar pois ele atenderia algum cliente no horário (a preferência era sempre dada aos clientes). Como solução, a entrevista foi marcada às 3 da manhã, após Hermes atender um cliente num café próximo ao seu *flat* nos Jardins. O local estava completamente vazio por causa do horário e por ser dia de semana; contudo, seu celular tocou 4 vezes durante o período da entrevista, assim como seu *WhatsApp* não parava de receber mensagens. Foi possível ver que ele marcou cerca de três programas para o dia seguinte.

Mulato, com 1,95 de altura e 27 anos, Hermes chama muita atenção fisicamente. Musculoso, careca e sem barba ou tatuagens, seu tipo físico explica a fama conquistada no meio *gay*. Apresenta uma fala muita calma e é extremamente colaborativo. Sentiu-se muito confortável com a entrevista, mas ficou relutante em assinar o TCLE, com receio de que seu nome verdadeiro aparecesse na pesquisa, já que todos o conhecem por um codinome.

Proveniente de uma família de classe média baixa, evangélico, estudou até o fim do ensino médio. Foi torneiro mecânico e mestre de obras. Atualmente, é o responsável financeiro de sua casa, pois seu pai está desempregado.

Natural de Ribeirão Pires, Grande São Paulo, passa a semana no *flat* onde ele e seu primo atendem os clientes. Como explica, ambos alugam juntos o local e agendam seus clientes em horários distintos. Caso um deles precise no horário em que já esteja reservado para o outro, o programa é marcado em algum hotel da região, o qual é pago pelo cliente.

Explica que começou a fazer programas devido a uma queda em seu padrão de vida e pelas dívidas que se acumularam com o recesso no ramo da construção civil. “Na realidade foi pelo dinheiro mesmo, e porque assim... começou a ficar tudo parado. A construção deu uma parada. Então a gente vivia normal, eu usava o carro do ano, saía e pá. Eu gastava, comia em lugar bom, usava roupa boa... Gastava pra caralho. Aí foi ficando parado, começou a dar aquela

brecada, o carro financiado, aí ‘cê sente né. Caralho eu vou fazer o que? Eu e o meu primo. A gente trabalhava junto, era sócio, e nenhum dos dois queria baixar o estilo.”

Como solução, ambos resolveram colocar anúncios em um *site* de garotos de programa, mas somente com o objetivo de atender mulheres. Os dois são heterossexuais e namoram. Hermes tem um relacionamento há nove anos e diz que a namorada não desconfia de sua atual profissão. Contudo, como somente apareciam homens procurando pelo serviço, decidiu atender também ao público masculino. “Nunca tinha feito com homem, aí fui. Fiz porque meu primo não queria ir e não podia perder mais grana. Na primeira vez que fiz com homem cobreí muito caro. Foi num motel aqui e até então eu olhava pro filme, normal e tal. Tomei Viagra e ficou duro. O cara chupou e gozou. Não precisei transar com ele. Pra mim foi tranquilo, assim de boa. Depois disso comecei a sair com homens.” Relata que atualmente quase todos seus clientes são homens e que seu primo também começou a atender esse público. Ambos fazem somente o papel de ativo. Na mesma época, um conhecido da academia indicou que ele procurasse uma clínica de massagem na região do metrô Ana Rosa onde poderia também fazer programas. “Aí nós fomos e conhecemos um cara que tem uma clínica. A clínica se diz de massagem mas tipo assim, fala que é massagem né, mas rola sexo. Na verdade ninguém lá sabe fazer massagem. O dono gostou do perfil e tranquilo. Às vezes ele chama pra ir lá.”

Atualmente, Hermes dá preferência a atender em seu flat ao invés da clínica, pois na clínica é preciso pagar 30% de seus ganhos. Cobra R\$ 500,00/hora, chegando a atender cerca de cinco clientes por dia; cobra R\$ 1500,00 por pernoite. Em seu anúncio, dá muito destaque para a realização de fetiches e diz que só começou a fazer isso quando percebeu que é o que seu público procura e é um diferencial, já que outros garotos não aceitam fazer certos fetiches como *pissing*, *scat* ou *fisting* e, com isso, pode cobrar mais dos clientes. Ele cobra a mais caso o cliente queira ser beijado.

Evita usar estimulantes sexuais, mesmo em programas com homens. Diz que não gosta dos efeitos colaterais e que tem medo de que eles causem algo mais sério devido aos anabolizantes e hormônios que toma. Contudo, relata que o uso é inevitável, principalmente após o terceiro ou quarto programa no dia e, assim como relatado por outros entrevistados, diz que os clientes notam o uso e que, em maioria, não gostam.

Para permanecer no mercado do sexo, Hermes tem um investimento constante em seu corpo: realiza ciclos de anabolizantes, os quais ele mesmo compra e injeta, pratica *muay thai* e evita o consumo de carboidratos. “O cara quer um corpo que ele nunca vai conseguir conquistar.

Quer um cara daquele ali, mas pra ter ele tem que pagar entendeu? Igual o meu corpo... eu sou bem treinado e tudo, eu treino todo dia mano, eu luto e eu ainda faço academia, e meu corpo é bem treinado. Eu sou grande. Os gays gostam disso. Não é qualquer corpo que ‘cê vê aí. Eu posso cobrar o quanto eu quiser que os caras pagam.”

Acredita que sua cor também está relacionada a um fetiche e a uma fantasia constante de dominação por parte de seus clientes, principalmente os estrangeiros que o procuram. O próprio fato de ser heterossexual é vendido como um fetiche e um diferencial para o público gay. “O *gay* gosta de que? Do cara másculo, do cara hétero. O sonho das bichinhas é pegar o namorado das amigas.” Todos esses fatores mencionados anteriormente estão aplicados sobre seu preço.

Na *internet*, existem vários vídeos de Hermes mantendo relações com seus clientes, disponibilizados pelo próprio como forma de divulgar seu trabalho, mesmo que em nenhum vídeo seja possível ver o seu rosto ou dos seus clientes. Entre todos os garotos de programa entrevistados, ele é o único que faz esse tipo de publicidade; os demais mandam vídeos íntimos apenas para clientes fixos.

Uma coisa que chama atenção em sua entrevista é a forma depreciativa e machista que se refere aos seus clientes, utilizando palavras como ‘veado’, ‘*gayzinho*’ e ‘mulherzinha’.

Em relação ao futuro, gostaria de abrir um comércio em parceria com o primo. Contudo, acredita que agora não seja o momento de investir em outra carreira. Relata que, com a escolaridade que tem, dificilmente ganhará tão bem em outro emprego e que muita gente com graduação não ganha metade do que ele faz em um mês. Para a família, diz que tem um estacionamento próximo à Paulista e que este é o motivo que ganha tão bem. “Enquanto o dinheiro tá vindo ninguém pergunta nada né. Tenho que aproveitar o corpo que tenho e ganhar dinheiro com isso agora que posso.”

7.1.6. Adônis

O mais novo entre todos os participantes, Adônis tem 22 anos e mora em São Paulo. Natural do interior do estado de Mato Grosso, mudou para São Paulo com o objetivo de fazer faculdade e trabalhar. Aceitou participar da pesquisa assim que foi feito contato telefônico porque “um dia também quero fazer doutorado e quero saber como é isso.”

Muito introvertido e sério, demorou para ficar à vontade com a entrevista e dar respostas mais longas às questões feitas. No início, seu desconforto era claro, mas, aos poucos, sua postura corporal foi mudando e ele ficou mais receptivo. Contudo, não se aprofundou em temas mais íntimos, como família.

A entrevista foi realizada em uma sala vazia, no período da tarde, na faculdade onde cursa administração.

Alto e aparentando ser mais jovem do que a idade que tem, chama atenção pela beleza e pelo tipo físico. Loiro, usa franja e óculos, parecendo incorporar o fetiche de estudante universitário que procura vender no anúncio. Apesar de não ter um corpo definido (estereotipado de academia e pelo uso de anabolizantes como os outros garotos entrevistados), Adônis malha e faz esportes desde os 16 anos, o que lhe garantiu um corpo com estrutura forte e ombros largos que, somado com sua altura, são seus atrativos perante os clientes.

Embora não se considere, parece ser extremamente vaidoso; olhava-se na tela do celular e questionava “Eu não estou lindo hoje?”, “Acordei muito perfeito, né?.” Bem vestido, usando somente roupas de marcas caras, deixava a impressão de que a aparência é algo muito importante a ser mantido.

Entre os entrevistados que anunciavam ser estudantes universitários, ele é o único que realmente está cursando faculdade. Mora com mais dois estudantes em uma república próxima da faculdade onde estuda. Em seu anúncio coloca que é recém-chegado da Europa como se tivesse passado por um programa de intercâmbio; quando questionado sobre a informação ri e diz que “é só pra chamar atenção”, insinuando que não é verdade.

Trabalha com programas há aproximadamente um ano, mas intensificou os anúncios e aumentou a quantidade de clientes após sair do estágio em que estava. Considerava que estava ganhando pouco como estagiário e optou por fazer programas, principalmente após a morte da sua avó que morava em Mato Grosso e o ajudava a se manter em São Paulo.

Seu primeiro programa foi em uma festa com amigos: “Acho que ele tinha uns quarenta anos. ‘Tava numa roda cheia de baldes de bebida, tinha vodka, champanhe... Tinha dinheiro pra caramba. Aí ele falou, ‘quanto você quer pra ficar comigo?’ e eu fui e brinquei. Falei ‘quero quinhentos reais’, eu nunca tinha pensado que ele iria aceitar. Ai ele falou ‘Eu te dou mil se você ficar comigo agora e curtir a balada e depois a gente passar a noite juntos’.” Diz que atualmente permanece fazendo programas para manter o padrão de vida conquistado e devido aos presentes que ganha de clientes. “Eu ganhei um relógio que é uma releitura de um Diesel original. Ele vale dois mil reais. Ganhei uma pulseira de ouro com brilhantes e ganhei uma viagem também”.

Adônis cobra por programa, em média, R\$ 400,00/hora, sendo que os gastos com transporte são pagos pelos clientes; pelo pernoite cobra R\$ 1000,00. Ele também atende em um *flat*, na região do Higienópolis, próximo ao centro de São Paulo. Relata que atende cerca de 3 a 4 clientes por semana, porém, em caso de necessidade, essa quantidade pode aumentar. Pelo fato de ser homossexual atende somente homens e, com seus clientes é somente ativo, mas relata que em seus relacionamentos, dependendo do parceiro, é versátil.

No dia da entrevista, relatou que estava em dúvida se aceitava ou não a proposta de um cliente. De acordo com ele: “é juiz, mora em BH mas frequentemente visita São Paulo a trabalho, mas ele é casado. Ele quer alugar um apartamento pra mim, me dar um carro, pagar minha faculdade... Ele tem uns 40 anos. Ele tem filhas. Eu conheci as filhas dele pelo celular, por foto e foi só. Acho que a gente saiu umas cinco vezes e na segunda vez ele já me ofereceu isso. Ele quer que eu vá com ele. Quer que eu fique lá, seja bonitinho e seja dele.”

Conta que é visto como um objeto por grande parte dos clientes, que utilizam da sua idade como um troféu. “É do tipo, ‘eu tenho um menino novo do meu lado, eu posso’ sabe? Sempre, na maioria das vezes no jantar, era isso, o modo como eles me olhavam do tipo ‘eu ‘tô te comprando, ‘tô te levando pra jantar num lugar e as pessoas tão te olhando porque sabem que eu tenho dinheiro’, é isso.”

Assim como é possível notar que ocorre com Morfeu, essa experiência diferencia Adônis dos demais garotos entrevistados; grande parte dos programas envolve, principalmente, o serviço de acompanhante, sendo que o maior interesse é a exposição social e não necessariamente o ato sexual. Contudo, paradoxalmente, relata que seu maior medo é de que alguém em seu círculo social próximo, ou família, descubra que ele faz serviços de acompanhante ou programas.

Solteiro, diz não querer manter um relacionamento sério por atrapalhar sua carreira. Da mesma forma, relata que pararia de se prostituir caso encontrasse algum estágio ou emprego que pague tão bem ou melhor do que os programas que faz.

Em relação à família, diz ser muito apegado e sentir muita falta do pai e dos irmãos. Contudo, “não quero largar a vida que tenho aqui e voltar pra lá. Aqui tenho tudo.”

7.1.7. Cronos

Cronos tem 42 anos, quatro a mais que no perfil; é alto e usa barba. Apesar de ser o entrevistado mais velho de toda a pesquisa, seu biótipo físico impressiona; muito vaidoso e dono de um corpo atlético, aparenta ser mais novo que sua idade real. Como ele mesmo disse no começo na entrevista, “ninguém acredita na idade que tenho.”

Extrovertido, falou muito abertamente de sua experiência. Contudo, aparenta ser uma pessoa séria e não abriu espaço para brincadeiras ou comentários à parte da entrevista. Fala baixo, rápido e tem um português muito correto.

A seu pedido, a entrevista foi feita numa cafeteria próxima a seu trabalho; por possuir uma parte interna reservada, foi possível fazer a entrevista garantindo o sigilo necessário e de forma que ele estivesse confortável para falar.

Residente da cidade de Santo André, no ABC Paulista, mora com os pais atualmente. É graduado em arquitetura e trabalha, em horário comercial, como gerente de uma loja de móveis planejados.

Faz programas há cerca de um ano e meio para conseguir pagar uma dívida derivada de uma neurocirurgia realizada por seu pai. “Meu pai sofreu um acidente de trabalho, ele tinha que fazer uma cirurgia no cérebro e não tinha plano de saúde... A gente não sabia que ele tinha batido a cabeça na firma e ele não falou nada pra ninguém. Isso foi numa quarta-feira. Na quinta-feira ele foi dormir e reclamou de dor de cabeça e a gente achou que era porque ele foi fazer um exame de sangue e ‘tava em jejum. De manhã cedo minha mãe falou que ele estava estranho. Ai ele caiu do nada, só apagou. Eu peguei ele, joguei nas minhas costas e levei no primeiro hospital que encontrei. Ai fizeram a cirurgia, eu nem sabia quanto ia custar isso, nem me preocupei, e no final das contas deu nisso... O que eu ganho na loja não daria pra pagar o que eu devo.”

Segundo ele, fazer programas foi uma sugestão de um amigo que o indicou devido a seu tipo físico. “Foi uma brincadeira... uma brincadeira de um amigo meu que falou assim ‘meu, ‘cê tá precisando de dinheiro põe lá no *site*’; Vamos ser muito claros, eu sou tão bem dotado, mas não tenho corpão dos caras mais novos... Já sou um cara mais velho. Pelo que eu percebi é a procura mais por ativos e caras mais velhos. Eu sou 100% ativo eu não tenho nada de feminino, ai o que aconteceu, fui atrás.”

Relata que durante muitos anos foi *gogo boy* em uma danceteria e recebia propostas para fazer programas e, embora nunca tenha aceitado, diz que “as coisas eram diferentes.”

Cronos atende principalmente em um *flat* no Jardim Paulista, em São Paulo. Contudo, relata que prefere atender em motéis e hotéis da região do ABC, próximo à sua residência e ao seu trabalho formal. Nesses casos, solicita que os clientes paguem esses locais.

Homossexual assumido desde os 16 anos, atende somente homens e só faz papel de ativo. Anuncia a realização de fetiches, como podolatria, sadomasoquismo e *fisting*. Pelo valor de R\$ 380,00/hora, Cronos vende o imaginário do homem mais velho, próximo aos quarenta anos, bonito e bem sucedido. Para tanto, diz que explora essa fantasia de todas as formas possíveis e que sempre encontra seus clientes vestindo roupas sociais, barba rala e muito perfumado. Suas fotos no *site* são em um escritório e, em parte delas, está de terno, em outras, está próximo a um carro esportivo. Varia entre fotos vestido e seminu. Envia vídeos masturbando-se para alguns clientes fixos e, para assinantes do *site*, é possível ver os vídeos que ele publica.

Relata que atende somente um cliente por dia, com o objetivo de manter a qualidade do desempenho sexual. “E assim, é que eu sou muito chato pras coisas, mas se eu quisesse transar três vezes ao dia eu tinha cliente, só que pela minha idade eu não tenho o pique de um carinha de 18.” Ressalta diversas vezes que evita usar Viagra em seus programas e demonstra uma grande preocupação em explicar que, apesar da idade, consegue satisfazer seus clientes.

Apesar de não ser frequente, faz alguns serviços como acompanhante, principalmente para cinemas, bares, restaurantes e festas. Nestes casos, é apresentado como namorado ou amigo de seus clientes.

A preocupação com o corpo é algo que perpassa sua entrevista em vários pontos. Durante os anos em que trabalhou como *gogo boy*, Cronos injetou anabolizantes, contudo, com a alteração de enzimas hepáticas ele parou os ciclos. Atualmente, além da academia faz *crossfit* e uma dieta restrita e controlada. Em algumas de suas falas deixa a entender que ainda faz ciclos metabólicos. Apesar de tudo, mesmo apresentando um corpo musculoso, relata que ainda se sente magro, que está perdendo força e que gostaria de crescer mais. Um ponto interessante de sua entrevista é que ele, por diversas vezes, diz que gosta de fazer programas por se sentir “bonito e desejado”. “Com 42 anos as pessoas pagam e fazem fila pra sair comigo. Minha autoestima vai lá em cima. Eu gosto disso. Gosto de me sentir desejado. Ainda mais que a maioria das pessoas que eu atendo, não são pessoas feias, não é gente gorda ou velha... são

peessoas assim numa faixa etária de trinta e cinco anos, com aparência muito boa, que vai pra academia... só que eles têm essa necessidade.”

Atualmente solteiro, Cronos foi casado por 7 anos. Acredita que após começar a fazer programas seus relacionamentos interpessoais sofreram uma deterioração muito grande, por encontrar muitos clientes em ambientes públicos, e acredita ser difícil voltar a ter um relacionamento com alguém, pelo menos por enquanto. Diz que, por vezes, evita ir a alguns shoppings ou restaurantes quando está acompanhado por receio de encontrar clientes. Relata que já esteve envolvido amorosamente com um dos clientes, mas que o parceiro não conseguiu manter o relacionamento por ciúmes.

Destaca, em vários momentos, que assim que pagar toda a dívida que tem com o hospital pretende parar de se prostituir. Apesar de muitos de seus amigos saberem com o que trabalha, e darem incentivo, diz que não gosta de esconder isso dos pais e que, por vezes, não se sente bem ao ser tratado como um objeto pelos clientes “Nós não temos relação. Eles tem relação com meu pau. Pra muitos deles eu não existo depois que gozo, até que eles queiram transar de novo e me liguem.”

7.1.8. Dionísio

Dionísio tem 28 anos, é natural de São Paulo e faz programas há aproximadamente 4 anos. Moreno, careca e com muitas tatuagens pelo corpo, fala alto e gesticula bastante. Muito extrovertido e brincalhão, sua entrevista durou quase duas horas, grande parte voltada para contação de causos e piadas. Muitas vezes se levantava da cadeira e encenava como se estivesse em uma peça de teatro para contar algo específico.

Sua entrevista aconteceu na clínica de massagens onde atende seus clientes nos Jardins em São Paulo.

Um ponto marcante de sua entrevista foi a espontaneidade ao contar sobre suas experiências. Perguntou se essa seria gravada em vídeo e, com a negativa, aceitou falar livremente. “Eu já ‘tava pronto pra ter a voz distorcida e falar só aparecendo minha sombra como é no Fantástico, sabe?”

Começou contando que trabalhava em um escritório de contabilidade, mas com a crise econômica e a diminuição de seu salário, começou a trabalhar como garoto de programa. Apesar do posto no escritório, nunca fez curso de graduação. Diz que era “acomodado e achava que tinha estabilidade.”

Apesar de dizer que foi atraído pelo dinheiro rápido da prostituição, relata que essa sempre foi uma área pela qual tinha interesse e vontade de trabalhar desde a sua adolescência, mas que nunca o fez por pudor ou porque outras pessoas não permitiram. “Eu até fui fazer o teste pra fazer um filme, mas depois um grande amigo meu falou ‘você vai fazer cinquenta anos de idade e esse filme vai tá passando por aí. Vai tá na *internet*, em qualquer lugar. Você vai ser avô... Não combina, não combina. (...) Um tempo depois encontrei um amigo meu que é garoto de programa e ele falou que uma amiga ia montar uma clínica no Jardins. Perguntou se eu queria fazer parte e foi assim que tudo começou

Foi casado por quase dez anos e tem duas filhas. Seus pais morreram quando era ainda pequeno e, seus avós que o criaram, morreram recentemente. Atualmente, mora sozinho com três *pit bulls*. Segundo ele, trabalhar com sexo é algo natural e muito prazeroso, principalmente por sentir-se muito ativo sexualmente. Relata que perdeu a virgindade aos 12 anos e que o sexo sempre teve uma grande importância na sua vida.

Associa seu trabalho atual com uma libertação após o divórcio. No casamento, Dionísio diz que se sentia preso e traía sua esposa: “não descaradamente, mas assim uma ou duas vezes

na semana eu traia... Sem peso na consciência de verdade. Eu sentia essa necessidade. Agora posso fazer e ainda ganhar dinheiro por isso.” Sua ex-esposa sabe de sua atual profissão.

Apesar de dizer que sente curiosidade por homens, não se considera homossexual. Atende homens e mulheres. “Mulher é a minha preferência sempre, mas a curiosidade e a vontade de ficar com alguns homens eu tenho.” Com seus clientes homens é somente ativo. Contudo, diz que nunca conseguiu fazer um programa com um homem sem tomar Viagra. Relata tomar um todos os dias pela manhã para poder atender durante o dia.

Como uma forma de atrair mais clientes e valorizar seu trabalho, Dionísio fez o curso técnico de Massoterapia. Seus programas variam de R\$ 300,00/90 minutos (sem massagem, somente sexo) até R\$ 700,00/90 minutos (com massagem e sexo). Nesses valores, ele explica que não ejacula; caso o cliente queira que ele ejacule, é cobrado a mais no programa. Na clínica, ele atende em média 4 clientes por dia podendo trabalhar inclusive de madrugada, se for de sua preferência. Relata que seu máximo foi de 8 clientes em um dia (quando precisou tomar 5 doses de Viagra). Como explica, o curso de massoterapia foi um investimento para o futuro e para os dias em que não quer atender nenhum cliente com objetivos sexuais.

Quem comanda sua agenda na clínica em que trabalha é a dona do local; ela fica com 30% do valor dos atendimentos realizados pelos garotos que atendem ali (no total são 7 garotos de programa). Ela é quem decide as fotos que serão divulgadas nos anúncios e também o perfil do anúncio. Dionísio atende alguns de seus clientes em sua própria casa pra fugir da taxaço.

Chama a atenção para seu tipo físico e diz que sua cor, seus trejeitos e seu porte musculoso ajudam no seu trabalho. Define-se como um “fetiche” para seus clientes. “Eles querem a barriga mais sequinha, você todo depilado, eu sou tudo isso e tudo aquilo. Eu sou preto e tenho mão grande. Sou musculoso. Sou careca e sou tatuado. Tenho voz de macho. Não sou carinhoso. Sou o que eles querem. (...) Não dá pra um cara gordo querer fazer programa. Ele tem que ter o corpo cuidado, não precisa ser musculoso, mas tem que ter qualidade. Tem que ter uma barriga definida, uma perna sequinha.”

Como forma de atingir o tipo físico que considera ideal pra si, Dionísio faz ciclos constantes de anabolizantes. Relata que não fez acompanhamento médico anteriormente aos ciclos e que o responsável por injetar e controlar as doses é um médico aposentado que faz esse serviço em sua própria casa. Segue algumas prescrições, como não beber e não comer alimentos gordurosos e oleosos. O próprio Dionizio chama os anabolizantes de “drogas”.

Diz que gosta muito de sair, principalmente para danceterias, bares e *rave* e ser uma pessoa com muitos amigos e que isso está refletido em seu cotidiano. Sabe o nome de todas as festas e promoters da cidade de São Paulo e que é difícil ter vontade de ficar em casa com tantos lugares pra ir.

Atualmente, está solteiro. Relata, para o futuro, querer cursar Educação Física, principalmente por ter vontade de parar de fazer programas e trabalhar somente como massoterapeuta. “Há um tempo eu já não ‘tô querendo mais fazer porque eu sou meio inconstante nas minhas coisas, então isso pra mim já tá dando. Eu fico meio sem paciência às vezes, eu sou muito impaciente, muito hiperativo. Como diz aquela música? Metamorfose ambulante né?”

7.2. Caracterização dos participantes

Com base nos Retratos 3x4 e no Quadro 1, é possível realizar a caracterização dos participantes desta pesquisa. Antecipa-se a explicação que alguns dos assuntos aqui levantados serão aprofundados na análise temática.

Em relação à idade, todos são maiores de 18 anos, com idade máxima de 42 anos. Dos 8 garotos, três são maiores de 30 anos, Zeus, Eros e Cronos. Barreto (2013) relata que, durante a realização de sua etnografia, grande parte dos garotos com quem teve convivência variava entre 18 e 35 anos, e Santos (2013), durante sua pesquisa em saunas, encontrou *boys* com idade entre 18 e 30 anos, indicando ser esta a faixa etária mais representativa entre os garotos de programa.

Todos possuem ensino médio completo, sendo que um está na graduação, dois são graduados no ensino superior e dois são formados no ensino técnico. Todos os participantes realizam programas há mais de um ano; o que está há mais tempo no mercado (Zeus) faz programas há quatorze anos.

Apenas dois entrevistados, Eros e Cronos, relataram dificuldades financeiras como o motivo principal para entrar no mercado da prostituição. Enquanto Cronos cita uma dívida adquirida com uma questão médica familiar, Eros relata que, ao ficar sem emprego e após terminar um relacionamento, viu na prostituição uma forma de conseguir dinheiro. Contudo, a manutenção no ramo, segundo os participantes, é devida ao alto retorno financeiro.

Já tinha tentado isso antes, mas não queria. Agora é o que eu quero. Nunca quis isso. Sempre fui artista, sempre vivi minha vida como bailarino. Agora eu sei que faço porque gosto e porque quero. (Eros)

Quatro entrevistados definem como ocupação atual serem *boys* fixos, enquanto que outros quatro mantêm empregos como cabelereiro, massoterapeuta e empresário. Destaca-se que entre os que relatam outros empregos, estão os que pagam pensão aos filhos de antigos relacionamentos e um que mora com os pais e ajuda diretamente na renda da casa, sendo o principal provedor.

Segundo os discursos, o maior motivo para a saída do mercado do sexo seria o envelhecimento e a perda de beleza física. A esse respeito, Oliveira (2013) associa a idade à diminuição do valor do programa entre mulheres; durante esta pesquisa este dado não foi confirmado, apesar de que os participantes sustentem a ideia de que uma pessoa mais velha teria menos clientes.

É igual assim... tem mulher que é feia de corpo, que não treina e tem um corpo normal, que é mais velha; ela é um preço. Agora tem uma menina, sem barriga, peitão, bundona, tudo empinado, novinha, as perna grossa... com certeza aquela menina é bem mais valorizada que a outra. Porque ela é valorizada? O cara quando ele vai paga, ele não vai querer sair com aquela feiosa. Quando é com homem é igual. Eles querem tudo em cima, tudo duro. Não querem barriga caído e pinto broxa. Querem cara novo, ou que parece ser novo. (Hermes)

Em relação ao valor do programa, os entrevistados cobram valores entre R\$ 250,00/hora até R\$ 500,00/hora e relatam uma renda mensal na abrangência de R\$ 12.000/mês até R\$ 40.000/mês. No questionamento sobre classe social, os participantes se definem como pertencendo à classe média ou classe média alta.

Diferente da prostituição de rua e de sauna, nas quais o valor fixado é avaliado e decidido com base nos clientes, sendo que o tipo de carro, roupa, aparência física, ou até a localização da sauna e a concorrência de outros profissionais influenciam nos valores (VIANA, 2010; TEIXEIRA, 2011), na prostituição de luxo o pagamento é fixo e disponível no *site*, sendo somente variado pelo tempo em que os profissionais ficam com seus clientes. Influenciam na definição desses valores: o corpo e a musculosidade, o local onde o programa será feito, a visibilidade no mercado *gay* (com realização de filmes pornô) e quais serviços são realizados – garotos que são passivos ou que realizam fetiches cobram mais caro¹⁹.

Apesar de residirem na cidade de São Paulo ou no ABC Paulista (São Bernardo do Campo, Santo André e Ribeirão Pires), quatro participantes são naturais de São Paulo, dois do centro oeste (Mato Grosso e Goiás) e dois do nordeste (Pernambuco e Ceará).

Todos os participantes são solteiros ou divorciados e explicam que o estilo de vida atual não combina com um relacionamento. Ciúmes, horário de trabalho variado, quantidade de parceiros sexuais, estigma e preconceito aparecem como motivos para não manterem um relacionamento fixo.

Ah, até tenho uns ficantes, mas sei que não vai pra frente. Como vai explicar pro cara que você tá afim e que você gosta, que você é gp? As pessoas não entendem isso. Tem ciúmes, tem muita falsa moral, tem muita gente que acha que sou um puto e que não tenho valor algum na vida. (Eros)

¹⁹ Tais dados serão abordados e aprofundados na Análise e Discussão dos Resultados.

Quanto à religião, há dois católicos não praticantes, um candomblecista, um umbandista, dois evangélicos (sendo que um afirma ser heterossexual), um kardecista e um agnóstico.

Segundo Torres (2006), a prática homossexual sempre foi mais aceita dentre as religiões de matrizes africanas e espíritas. Ao contrário, o catolicismo e as religiões advindas do movimento protestante apresentam uma visão mais restrita nas normas heteronormativas, valorizando o sexo em prol da reprodução e a condenação de atos homossexuais. Como explica o autor “o significado do termo ‘natureza’ é tão ou mais complexo do que o termo ‘homossexualidade’, mas na moral cristã ele está dentro da cosmogonia do mito fundador, na qual a divindade criou homem e mulher para povoarem a terra” (p. 145). Entre os dois participantes evangélicos, a expiação de uma eventual culpa pelo trabalho na prostituição é realizada por meio da concepção de que na prostituição não estão cometendo crimes.

Por fim, em análise da orientação sexual autorreferida, há um bissexual, três heterossexuais e quatro homossexuais. Perlongher (1987) aponta que o grande escândalo da prostituição repousa justamente sobre as fugas que ela camufla e possibilita: fuga dos códigos sexuais, de raça e de classe. Assim, a monetarização ocorrida na prostituição possibilita que a libido seja convertida e rearranjada com fins de ganho. Concordando, então, com Barreto (2013), o qual argumenta que na prostituição “a orientação sexual dos *boys* é um mero detalhe que pode ser ou não convertido em algum grau de importância, mas que não representa um sinal de uma constituição da subjetividade” (p. 98), pois nessa prática, por meio de técnicas e imagens, é vendida a imagem do homem heterossexual, independente da orientação sexual do *boy*.

Heilborn (1997) explora a distinção de ser/estar homossexual. Em seus resultados, o fato de homens manterem relações sexuais com parceiros do mesmo sexo (HSH)²⁰ não se caracteriza como condição definidora de uma identidade sexual homossexual. Neste sentido, Santos (2011) afirma que, na cultura brasileira, o critério utilizado para determinar a orientação sexual, geralmente, não é o sexo do parceiro, mas a posição assumida pelos corpos durante o ato sexual.

²⁰ Terminologia incorporada a partir do reconhecimento de que não existe necessariamente uma ligação entre a identidade sexual e o comportamento sexual, de forma que homens que fazem sexo com outros homens podem não se identificar como homossexuais. Nesse contexto, a categoria HSH prioriza a prática no lugar da discussão sobre a identidade sexual. Essa sigla é mais comumente utilizada por agências estatais e pesquisas, principalmente nos segmentos relacionados à saúde (BELTRAME, 2002).

Como apresenta Viana (2010), nesse mundo “são apenas homens em busca de prazer com outros homens. Um michê da Sauna Apolo, que se tornou um grande interlocutor durante a pesquisa, disse-me algo esclarecedor sobre esse ponto: ‘uma sauna *gay* não tem *gay*’” (p. 39).

O cara sabe que você não gosta. Você não precisa falar pro cara que você não gosta de homem e isso e aquilo. Tem vez que eu falo que tenho sangue de barata, sabe por quê? O cara tá ali passando a barba em você, mas você vê que o cara tá no orgasmo, ele tá curtindo, tá sentindo seu cheiro tal. Você não quer, mas pro cara... porque de repente se você fala pro cara “não para, deixa” você corta o cara que tá quase gozando entendeu? Então você deixa o cara ali. Ele tá pagando. É seu cliente. Mas você entra na viagem do cara entendeu. (Hermes)

Como explica Oliveira (2009), e como percebido no decorrer desta pesquisa, o questionamento da orientação sexual de garotos de programa não só é uma herança das categorias hegemônicas da sexualidade e gênero, como gera “um apagamento nos discursos e nas práticas observadas, das formas pelas quais os sujeitos percebem suas experiências eróticas e orientam suas condutas” (p. 129).

Procura-se aqui o distanciamento das suspeitas, encontradas vastamente na literatura, de que, na verdade, dada a homofobia que marca a cultura brasileira, esses homens que se denominam heterossexuais, são homossexuais enrustidos que se utilizam do manto do trabalho sexual para viver o que não poderiam experienciar de outra forma (BARRETO, 2017). Afinal, como conseguem ficar excitados na ausência do desejo? Gagnon (2006) explica que no negócio do sexo, as práticas sexuais podem interdependem de um desejo sexual, fundando-se, em muitos casos, em um desejo pelo dinheiro ou, mais amplamente, pelo consumo de bens, que a situação financeira, sem o negócio do sexo, não possibilita. O dinheiro apresenta-se, portanto, como reforçador primário do ato sexual.

(...) trabalhando com isso tem o dinheiro e parece que tem que ter o dinheiro. Com dinheiro é mais gostoso, mais interesse, tem o fetiche. Não importa se é homem ou mulher, a coisa é o dinheiro. Você deixa tudo de lado e vai pro dinheiro. (Dionísio)

Com base nesse panorama, cita-se o escrito de Perlongher (1987), sobre a prostituição apresentar possibilidades distintas de atuação, comportando a existência de diversos “tipos” de atores nesse universo. Apesar de esta pesquisa focar na experiência de garotos de programa de luxo, uma pequena parcela de uma estrutura tão ampla, o cenário apresentado mostra a diversidade de experiências coletadas, as quais serão aprofundadas nas diferentes categorias temáticas.

QUADRO 1 - Dados sócio demográficos

	Idade	Situação conjugal	Religião	Escolaridade	Formação	Ocupação Referida	Orientação sexual referida	Renda Aproximada	Valor do Programa
Zeus	36	Divorciado	Candomblé	Superior completo	Fisioterapeuta	Garoto de Programa / Empresário	Bissexual	R\$ 30.000,00	R\$ 450,00
Eros	30	Solteiro	Católico	Ens. Médio Completo	-----	Garoto de Programa	Homossexual	R\$ 15.000,00	R\$ 250,00
Apolo	27	Solteiro	Agnóstico	Ensino Técnico	Tecnólogo em logística	Garoto de Programa	Heterossexual	R\$ 15.000,00	R\$ 250,00
Morfeu	28	Divorciado	Evangélico	Ens. Médio Completo	-----	Garoto de Programa / Cabelereiro	Homossexual	R\$ 15.000,00	R\$ 250,00
Hermes	27	Solteiro	Evangélico	Ens. Médio Completo	-----	Garoto de Programa	Heterossexual	R\$ 40.000,00	R\$ 500,00
Adônis	22	Solteiro	Católico	Superior cursando	-----	Garoto de Programa	Homossexual	R\$ 15.000,00	R\$ 400,00
Cronos	42	Solteiro	Kardecista	Superior completo	Arquitetura	Garoto de Programa/ Arquiteto	Homossexual	R\$ 12.000,00	R\$ 380,00
Dionísio	28	Divorciado	Umbanda	Ensino Técnico	Massoterapia	Garoto de Programa/ Massoterapeuta	Heterossexual	R\$ 25.000,00	R\$ 300,00

7.3. Eixos temáticos

Com base na leitura das transcrições das entrevistas, foram selecionados núcleos de sentido (MINAYO, 2010) ou, como aqui serão intituladas, categorias temáticas. Essas categorias foram selecionadas com o escopo de além de serem respondidos os objetivos de pesquisa, reter e apontar os lugares dos quais os participantes falam de suas histórias e trajetórias de trabalho.

Destarte, as categorias foram divididas em três eixos: (I) *prostituição de luxo*, eixo no qual serão abordadas questões referentes ao mercado do sexo, entrada dos garotos na prostituição, preconceito, marketing e clientela; (II) *corpos nus*, eixo no qual serão discutidos temas referentes ao uso do corpo, o conceito de masculinidade, o uso de anabolizantes e estimulantes sexuais e modos de prevenção ao HIV/AIDS; e (III) *questões pessoais*, com temáticas que surgiram em paralelo nas entrevistas, mas que não compunham o objetivo do trabalho, abordará os relacionamentos interpessoais e as considerações sobre o futuro profissional entre os participantes.

As discussões dos três eixos serão realizadas na continuidade.

7.4. Eixo I: Prostituição de luxo

7.4.1. Profissionais do sexo

De acordo com Roberts (1998), foi a partir do surgimento dos movimentos sociais de defesa dos direitos de prostitutas que emergiu na década de 1970, o termo “trabalhadores do sexo” ou “profissionais do sexo” para se referir àqueles que exercem a prostituição ou se dedicam ao comércio do sexo. A perspectiva dessas organizações foi justamente calçar a discussão sobre a prostituição no campo da cidadania, e não numa matéria criminal/penal. Esse processo tem requerido uma distinção clara de foco e de posicionamento acerca de questões próximas ao seu campo de atuação e de atividades como o tráfico de pessoas para fins de exploração sexual, e a exploração sexual de crianças e adolescentes – muitas vezes referida como “prostituição infantil” ou “infanto-juvenil” (ALVAREZ; TEIXEIRA RODRIGUES, 2001; RODRIGUES, 2009).

O maior passo na busca da profissionalização do trabalhador sexual aconteceu com a aprovação da nova versão da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), em 2002, sob coordenação do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e, com as discussões relacionadas ao Estatuto do Trabalho Sexual, que culminou no reconhecimento do “profissional do sexo” como trabalhador ²¹ (RODRIGUES, 2009).

O documento elaborado pelo Ministério do Trabalho enfatiza a necessidade dos “profissionais do sexo” em contar com informações sobre saúde sexual e outras que lhes proporcionem condições de exercerem sua atividade com segurança e competência. Na descrição das “características do trabalho”, ao abordar a “formação e experiência”, destaca ainda a importância de terem acesso a alternativas que lhes possibilite outros meios de geração de renda que viabilize o abandono da prostituição se assim o desejarem. (RODRIGUES, 2009). Isso posto, os participantes entrevistados apresentam a prostituição como uma atividade profissional e não somente como um ‘bico’ (algo passageiro). Contudo, relatam que no, futuro,

²¹A partir deste momento, a ocupação de “profissional do sexo”, indexada na CBO com o número 5198-05, faz parte do grupo “Prestador de Serviço” e inclui também as denominações “garota de programa”, “garoto de programa”, “meretriz”, “messalina”, “michê”, “mulher da vida”, “prostituta”, “quenga”, “rapariga”, “trabalhador do sexo”, “transexual” (“profissionais do sexo”), e “travesti” (“profissionais do sexo”). Além da definição, cada ocupação inclui informações referentes à “descrição” da atividade, às “características do trabalho”, às “áreas de atividades”, às “competências pessoais”, aos “recursos de trabalho”, aos “participantes da descrição”, ao “relatório da família”, à “tabela de atividades” e, como inexistia anteriormente, não traz nenhum dado relativo à “conversão” (BRASIL, 2003)

juntamente com o envelhecimento e a desvalorização de seus corpos, serão necessárias outras buscas profissionais, indicando que não há uma construção permanente na carreira de *boy* (BARRETO, 2017).

Segundo Diaz Benitez (2010), essa prática é comum entre trabalhadores do mercado do sexo que, ao procurarem outras ocupações devido ao envelhecimento, indicam um percurso em suas histórias, ou seja, uma não linearidade em suas carreiras, marcada pela mobilidade entre espaços e comportamentos.

Uma vez já discuti com um cliente por conta disso. Ele falou uma coisa e eu não concordei e eu peguei e simplesmente dei as costas. Falei 'se você não vê isso como um trabalho, então você não precisa pagar e eu não preciso fazer' dei as costas e fui embora. Sabe, as pessoas que tem um poder aquisitivo alto acham que podem comprar tudo. Acham inclusive que podem dar algum tipo de lição de moral em você porque acreditam que sabem mais que você, e são mais estudadas que você e esse coisa do tipo entendeu? (Morfeu)

Você tem que nascer, estudar, trabalhar, pagar boleto e morrer. Então no normal as pessoas não veem garotos de programa como uma profissão. Cada um tem uma visão né. Tem lugares no mundo que tão quase legalizando a profissão, mas aqui tá longe disso ainda. É meu trabalho e eu gosto do que faço. (Apolo)

Preciso encontrar algo que pague melhor do que eu ganho hoje... mas sei que é difícil né. Eu sei que uma hora eu vou ter que parar, o corpo vai pedir; enfim uma hora eu vou ter que parar de ser garoto de programa. Dá pra ir até os quarenta eu acho, mas sou bonito agora e eu não pretendo chegar tão longe assim, com 40 anos. Uma hora a beleza acaba e os clientes não querem sair com gente velha. Quero buscar algo na área de turismo, eu gosto de viajar e esse ano eu vou investir um pouco nisso. (Apolo)

Entre os participantes, todos relataram estar nesse ramo por vontade própria e que a percepção e *status* da prostituição como profissão²² ocorre por necessitar de investimentos constantes e conhecimentos específicos para lidar com os clientes.

Tem muita gente que vive disso né?! De uma certa forma, é meio estranho de falar, mas, é uma fonte de renda sim, como qualquer outra né? Tem algumas situações que se você trabalha em uma empresa não vai passar. E tem gente que sai com um monte e nem cobra. A nossa sociedade é hipócrita. É sim uma profissão. Tem que investir pra estar aqui. (Cronos)

Investimentos esses que têm como base, principalmente no nível da corpolatria, tornando um capital distintivo (GOLDENBERG, 2015) na prostituição. Assim, a prática de

²² Com base na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), a prostituição não é classificada como uma profissão, mas como uma ocupação (BRASIL, 2003).

exercícios físicos e o uso de proteínas e anabolizantes, igualmente a todas as transformações corporais subjacentes, como tatuagens, *piercings*, cirurgias plásticas, tratamentos estéticos e até mesmo as roupas utilizadas, são técnicas pelas quais o investimento fica demarcado no corpo e convertido no valor cobrado no programa. Justamente, é esse investimento que marca o campo da prostituição de luxo, pois resulta na criação das marcas/corpos *premium* (BARTH, 1996), ou seja, produtos diferenciados dos que são encontrados no mercado.

Acredita-se que o alto nível de planejamento e investimento acerca da atividade ajuda a diferenciar a prostituição de alto padrão, assim como seus profissionais, de outros contextos subalternos e exploratórios da prostituição, estabelecendo a percepção mais clara de uma transação comercial, na qual o corpo será o instrumento de troca.

De forma contrária aos achados de Perlongher (1987), Andrade e Nunes (2009), Viana (2010), Correa e Holanda (2012), Barreto (2013) e Santos (2013), os participantes desta pesquisa não apresentaram a prostituição como último recurso para a obtenção de dinheiro.

Segundo Perlongher (1987), o mercado da prostituição advém de uma multiplicidade de fatores, sendo que o econômico costuma aparecer manifestadamente como o determinante. Em geral, a miséria e o desemprego criam as condições objetivas para que a prostituição seja encarada como uma estratégia de sobrevivência. Com base em sua etnografia, o autor explica que “os prostitutas constroem uma interpretação ‘social’ de sua atividade, que concebem como uma ‘situação criada’ à qual se veem arrastados como alternativa à delinquência e à miséria” (p. 206).

Em pesquisa realizada por Viana (2010), com garotos de programa de rua e de saunas, a posição de trabalhador do sexo “é uma condição suportável diante da não existência de outras possibilidades de trabalho” (p. 56).

Santos (2013) conclui que o ponto de confluência entre a vida de seus entrevistados é que todos iniciaram as atividades na comercialização das práticas eróticas, pois estavam desempregados e precisavam, para além de garantir a sobrevivência, contribuir com a renda familiar. Como explica o autor, devido à baixa escolaridade dos garotos e das poucas possibilidades disponíveis no mercado, a prostituição na sauna tende a ser encarada como um bico, assim como as ocupações de *motoboy*, vendedor e motorista de aplicativo de celular, estando fora da lógica formal de emprego.

Contudo, o próprio Perlongher (1987) argumenta no decorrer de sua obra que a explicação estritamente econômica para o início do trabalho no mercado do sexo revela-se insuficiente já no próprio plano empírico, pois não abrange aqueles que saem de uma formação familiar de classe média, como todos os entrevistados desta pesquisa, para entrar em um submundo marginalizado. Defende, assim, a teoria que o desejo de deserção dos circuitos oficiais da família e do trabalho assalariado formal pode funcionar como um ponto de partida para linhas de fuga que poderiam também romper outros espaços da vida social. Por consequência, esse impulso de subversão das normas dominantes não resulta somente em quebras no nível econômico e social, mas também no sexual. “Essa linha de fuga é, no caso da prostituição, literalmente desejante, já que vai operar diretamente sobre a venda de prazeres corporais” (p. 204).

Em clara concordância com o apresentado, Apolo relata que sua procura pela prostituição se dá pelo seu estilo de vida, o qual considera “mais solto.” Relata uma “rebeldia assim com a vida... trabalhar, ter horário, tudo isso muito formal, sabe?” Com isso, viu na prostituição uma possibilidade de fuga de um sistema formal e o estabelecimento dos seus próprios parâmetros para o trabalho.

Eu sempre tive a ideia de fazer. Eu servi o exército e antes mesmo de entrar no exército eu já tinha dezesseis pra dezessete anos e já passava pela minha cabeça fazer. Eu enxergava esse mundo como uma coisa que me daria uma liberdade, daria dinheiro e eu viveria anônimo, livre, fazendo meus horários. Não é bem assim mas é perto disso. Se amanhã eu falar que não vou atender, foda-se, amanhã eu não vou atender. Mas de certa forma, claro que a primeira vez com homem não foi tão fácil, eu nunca tinha saído com homem antes disso. (Apolo)

Dois participantes, Hermes e Adônis, relataram que o principal motivo que marcou a entrada na prostituição foi a manutenção de um estilo de vida que pudesse oferecer, para além do pagamento das contas cotidianas, alguns benefícios e luxos.

Porque eu ia sair do banco e não tinha recebido uma proposta que eu achasse boa. Não recebi propostas que me favorecessem e eu ‘tava precisando de grana; eu ‘tava meio que precisando ganhar dinheiro de alguma forma, foi um mês bem punk, acumulou parcela da faculdade, meu cartão de credito. Eu tinha ido pra Búzios com os moleques da faculdade e tinha comprado um celular também. Eu gosto de gastar e eu sei que eu gasto muito... E eu falei ‘meu essa situação não vai dar eu vou ficar sem dinheiro’ e foi por causa disso. Foi só dinheiro mesmo. (risos) Dinheiro rápido. (Adônis)

Na realidade foi pelo dinheiro mesmo, e porque assim... começou a ficar tudo parado. A construção deu uma parada. Então a gente vivia normal, eu usava o

carro do ano, saia e pá. Eu gastava, comia em lugar bom, usava roupa boa... Gastava pra caralho. Aí foi ficando parado, começou a dar aquela brecada, o carro financiado, aí ‘cê sente né. (Hermes)

Da mesma forma, todos os participantes relataram que a prostituição de luxo fornece situação econômica que não seria facilmente obtida no mercado formal, por conta de baixa escolarização ou da situação econômica do país.

Eu penso um dia em parar, mas não agora. Agora não é o momento. Eu ‘tô novão ainda. ‘tô bonito. Nessa crise, nesse lixo que tá o Brasil, não tem fonte melhor de ganhar dinheiro. Assim, a não ser que eu saia roubando alguém, porque ninguém ganha o que eu ganho. Ninguém ganha assim na escolaridade que eu tenho. O que eu ganho ninguém ganha. Pode ser o cara estudado assim, sei lá tem cara que tem três, quatro faculdades nas costas e não ganha o que eu ganho. Se eu trabalhar um mês ruim aí eu faço uns oito, dez mil. Tem cara que tem três, quatro faculdades e não consegue ganhar isso. ‘tô falando um mês ruim meu. Ruim, mas ruim. (Hermes)

Conforme Bruns e Guimarães (2010), a prostituição pode ser uma maneira de ganhar muito dinheiro com rapidez, mais do que se ganharia em qualquer outra ocupação formal, fazendo com que as pessoas que recorrem a este trabalho possam participar ativamente da sociedade de consumo. “Assim, conseguem não somente consumir roupas de grife e perfumes caros, mas também ter sonhos e desejos de estar inseridas num mundo mágico, criado pela mídia e apresentado onde se é feliz” (p. 46). De acordo com Silva (2016), é a forma encontrada para o uso do corpo consciente como forma de melhoria de renda.

Contudo, como expressam as falas que serão apresentadas a seguir, o recurso adquirido possibilita a manutenção de satisfações mercadológicas que, de certa forma, conformam com o padrão do mercado ao qual atendem, fazendo com que o custo de vida também se mantenha cada vez mais alto, gerando um círculo vicioso.

Às vezes eu penso ‘nossa sou mó importante né’. A pessoa paga seiscentos reais o programa. Já aconteceu de pagarem seiscentos reais pra jantar. Tipo eu ir na casa do cara a gente trocar uma ideia, sentar, assistir uma televisão, abrir um vinho e só. Aí eu penso ‘quanto que é um salário mínimo? R\$ 800,00? E nossa ganhei seiscentos pra tomar um vinho e sair pra jantar’. Tipo, o cara me levou pra jantar no Fasano, pagou quatrocentos reais no jantar... é meio incrível sabe? (Dionísio)

Se você tá bem vestido e com um celular bom na mão, ou se você tem uma pele boa, um cabelo bonito eles vão saber que você é diferente e tem uma condição legal. E garota também é assim... se você chega com um saltão, uma roupa de marca e uma bolsa da Chanel, tudo muda. Na maioria das vezes que eu chegava no apartamento do cliente, ou que eu saía pra jantar, a primeira coisa que o pessoal olhava era pro meu tênis, pra como eu ‘tava vestido. Eles

olham pro óculos de sol, pro relógio, carteira... Isso conta mais como valorização pessoal. (Adônis)

Como apontam Correa e Holanda (2012), para continuar no mercado, esses profissionais precisam de diferenciação em seus atributos físicos e sociais. Assim, o mercado do sexo não gira somente em torno de lugares, mas em torno de uma economia maior, a qual, atualmente, financia um grande investimento em clínicas de beleza, consumo de roupas, cosméticos, restaurantes e academias, todo um circuito que também atende ao mercado sexual.

De maneira complementar ao apresentado, Zeus cita uma possível “banalização do sexo” e a concepção de que a prostituição – em suas várias formas - vem se tornando, de forma mais usual, uma opção para indivíduos que desejam retorno financeiro rapidamente.

O sexo tá muito banalizado assim sabe, principalmente entre os homossexuais. Todos os veadinhos já começam a transar pra comprar alguma coisa que quer, entendeu? Todo mundo quer só dinheiro e usa o sexo pra isso. Tem um monte que vem aqui, tipo ‘ah vi tua foto, queria trabalhar’ tipo todos os dias é assim, sabe? ‘Queria saber como funciona’, ‘Queria saber como entrar no mercado’, ‘Vi umas fotos suas e queria começar a me prostituir’. É assim sabe?! (Zeus)

Neste pensamento, citam-se os casos de Morfeu, que relata ter começado na prostituição devido a uma brincadeira, e Dionísio, que diz sempre ter tido vontade de trabalhar no ramo sexual.

Uma ex-namorada minha, sugeriu por brincadeira e foi realmente na brincadeira que eu comecei... Ela falava que eu tinha pinto grande, que eu transava bem... Eu tive um relacionamento com ela de uns 4 ou 5 meses e ficamos amigos. Ela sugeriu e eu achei interessante mas de primeira fui bem resistente. Eu acabei vendo o *site* mas como eu te falei, anunciei lá e deixei quieto e até então não tinha dado nada. Ai essa amiga fez com que eu saísse com um rapaz conhecido dela e as coisas foram acontecendo. Eu gostei muito (risos) Parece que daí os clientes foram surgindo. Na época eu precisava da grana extra então fui fazendo, fui investindo e fui ficando. (Morfau)

Mas a vontade de fazer isso eu sempre tive, sempre gostei. Mas eu não tinha coragem de fazer por conta de ser casado, ter filhas, mas eu me comunicava com minha mulher, ela sabia... Falei que ia ser *gogo boy* e ela não deixou, fiz teste pro filme pornô, passei e não fiz... ai fiquei sendo marido e pai de família. Com a massagem descobri que ia ser a combinação perfeita. Massagem e sexo, combina perfeito. Ele me deu a chance perfeita. Eu ia ficar sem emprego, então precisava. (Dionísio)

Para essa concepção, Perlongher (1987) apresenta o termo legitimação da michetagem, ou seja, a assumpção desta prática pela diversão ou pela busca de prazer entre setores da juventude. Esse fato, que tem relação com a expansão geral da tolerância à homossexualidade

e à prática da prostituição, está relacionado com a existência de um mercado destinado ao sexo que privilegia os mais jovens e se concretiza com as necessidades materiais dos rapazes.

Ressalta-se que, embora alguns dos garotos aludem outras possibilidades profissionais, todos valorizaram o retorno financeiro proporcionado pela prostituição, chegando até mesmo a negar, como no caso de Adônis, algumas oportunidades com carteira assinada devido à queda financeira que teria.

Tiveram dois bancos que me chamaram já. Fiz o processo seletivo e fui lá. Mas nenhum pagava mais do que eu tiro aqui. Não vale a pena largar. Aqui eu pago todas as contas e sobra pra fazer o que quiser. Lá eu ia ter que ficar me controlando, acordar cedo, ter chefe... Que nem antes. Não quero isso agora. Aqui é mais fácil sabe? (risos) (Adônis)

Não se questiona, em nenhuma hipótese, a possibilidade de que garotos de programa de luxo também possam ter entrado – e permanecer – no mercado, por dificuldades financeiras e questões sociais. Entretanto, esse motivo não apareceu como primordial nesta pesquisa, somente como um facilitador para a entrada no ramo e não na sua manutenção.

Como citado na caracterização dos participantes, Eros e Cronos apontaram dificuldades econômicas pontuais para que entrassem no mercado do sexo. No entanto, em suas falas, a opção de permanecer nesse campo após o reestabelecimento econômico é dada pelo retorno financeiro, por exemplo, Eros relatou ter saído do mercado do sexo e retornado à prostituição pelo dinheiro que proporcionado a mais em sua renda, e não por dificuldades econômicas: “Eu ganhava pouco e era a chance de ganhar dinheiro. Não passei fome, muito pelo contrário.”

Sempre trabalhei com arquitetura. Na verdade, eu sou formado em tecnólogo desde 1994 e depois fiz faculdade. De lá pra cá sempre trabalhei com arquitetura e sempre ganhei bem. Só que não dava pra pagar o que devo pro hospital. Comecei pelo dinheiro e quando pagar o hospital talvez eu pare. Mas vou pensar bem, porque é um dinheiro bom pra abrir mão assim... (Cronos)

Contudo, independente da hierarquia no campo da prostituição (seja de luxo ou na rua), em concordância com outras pesquisas (VIANA, 2010; BARRETO, 2013, 2017; SANTOS, 2013), os *boys* entrevistados apresentaram a percepção da michetagem relacionada socialmente a uma prática indigna, um desvio moral, ou à falta de vontade de encontrar um emprego formalizado.

Condiz afirmar que, no caso da prostituição, a atividade é tida como desviante e,

portanto, estigmatizada²³, indicando a tonalidade central que a transforma em uma ocupação diferente de tantas outras. Como aponta Souza Neto (2009), o fato de esse negócio envolver dinheiro pela venda de sexo marca a profissão de forma negativa pois é associada com o mundo da malandragem e do crime.

Não tenho medo de contar, mas as pessoas que eu comento do assunto ou até as pessoas que saem com garotos de programa, que são meus amigos, que não sabem que eu sou, não veem isso como um trabalho entendeu? Não veem isso como uma profissão, elas acham que é mais bonito a pessoa pegar uma enxada e ir trabalhar e coisa do tipo entendeu? Sempre rola esse tipo de rótulo e acha que é vagabundo ou coisa do tipo entendeu? Pelo menos as poucas pessoas que eu converso, elas me passam isso. Então pra evitar alguns tipos de comentários desagradáveis eu prefiro manter assim em sigilo. (Morfeu)

Eu vejo como uma profissão. No momento que você recebe por isso é como outro trabalho qualquer, entendeu? Então não é porque eu sou garoto de programa que eu não tenho integridade. Não significa que eu não tenho princípios, então tem coisas que eu topo fazer e tem coisas que eu não gosto de fazer... tem coisas que eu me sinto bem e tem coisas que não, eu sou muito seletivo com as coisas que eu quero. (Eros)

Assim, os indivíduos que se prostituem passam a ser caracterizados por um possível descrédito moral que se traduz nas suas atividades profissionais, encarnando uma identidade deteriorada, alvo de inúmeros preconceitos. Levando em consideração que o estigma é intrínseco à intolerância, a incapacidade de conviver com a diferença é fruto de sentimentos de discriminação, de preconceitos, de crenças distorcidas e de estereótipos, isto é, de concepções do outro que são fundamentalmente errôneas e equivocadas; e é justamente essa percepção que está na base da violência²⁴ sofrida por esses profissionais. (GUIRALDELLI E SOUZA, 2013)

Guiraldelli e Souza (2013) apontam que as formas de violência vivenciadas no cotidiano dos profissionais do sexo são muito diversas, variando desde violência policial, agressões físicas, roubos até agressões verbais. Essas últimas, como aponta Barros (2005), podem ser mais graves do que a violência física, pois são manifestadas constantemente no olhar e nas duras falas e comportamentos. Incontestavelmente, a literatura aponta que a violência contra

²³ Para aprofundamento consultar: GOFFMAN, E. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1998.

²⁴ Toma-se a definição de violência apresentada por Chauí (2000), na qual entende-se o fenômeno como qualquer relação de forças caracterizada num polo pela dominação e noutro pela coisificação, numa relação de desigualdades que viola o direito da vítima como pessoa. Através dessa relação de poder, onde um mais forte subjuga um mais fraco, o sujeito vitimizado tem os direitos de liberdade e integridade violados.

mulheres e travestis que se prostituem é maior e mais explícita do que a sofrida por homens, protegidos pelo gênero e pela musculabilidade.

Entre os garotos entrevistados, apesar de não serem relatados casos de violência física direta, o preconceito se expressa no cotidiano por meio de julgamentos valorativos por parte de clientes e pessoas próximas. Como estratégia de enfrentamento ao preconceito, os *boys* relataram que mantêm a atividade em sigilo, abstendo-a do convívio familiar e do círculo de amizades.

Namoro mulher tem nove anos. Ela nem sonha. Eu falo que sou dono de um estacionamento e trabalho com uns eventos. Por isso que meus horários são tudo bagunçado, eu saio de madrugada por que eu faço isso, que eu faço aquilo. Eu sou bem fechado pra não dar chance dela descobrir. (Hermes)

Para tanto, como é notado nas falas de Hermes e Cronos, com o objetivo de resguardar suas privacidades e evitar rupturas em geral, os garotos inventam outras ocupações que tenham compatibilidade com seus horários e/ou nível salarial, estabelecendo uma cisão entre suas vidas pessoais e profissionais. A invisibilidade assegura tanto os vínculos afetivos quanto a manutenção da atividade (GUIRALDELLI e SOUZA, 2013).

Eu sou gay assumido desde os 23 anos. Todos sabem da minha condição, sabem da minha situação... Mas essa parte, deles descobrirem, realmente me preocupa, porque o que eu alego lá em casa é que eu peguei uns trabalhos com um amigo meu que ter escritório de arquitetura e que 'tá me passando uns serviços extras pra mim. É isso que eu 'tô fazendo e é com isso que 'tô pagando o dinheiro que a gente deve lá. (Cronos)

No começo eu não contei necessariamente direto. Eu falei que fazia só massagem, mas automaticamente ela deu um Google e apareceu o que? Massagem tantra, um cara encostando no pau do outro, se tocando. Ai ela perguntou e eu contei né?! Ela ficou em choque. Porque o trabalho que eu tinha antes né?! Por mais que eu acho que é, as pessoas não acham que putaria é trabalho. (Dionísio)

Chama atenção que os dois entrevistados mais jovens foram justamente os que relataram maior quantidade de pessoas, no caso amigos, que sabem de seus trabalhos. Esse fato está intimamente ligado ao conceito de legitimação da *michetagem* (PERLONGHER, 1987), citado anteriormente e mostra uma aceitação maior da prostituição como ocupação pela camada mais jovem da população.

Alguns amigos sabem... Quem achou primeiro foi a menina ai ela falou 'nossa sempre fui louca pra te pegar' ai falou 'como seria agora, seria profissionalmente ou seria normal?' ai eu mandei uma interrogação pelo *whats*

ne ai ela foi e mandou o link lá ne? Todos me descobriram pelo *site*. E olha que é um *site* mais restrito, mas um amigo passou pro outro e foi indo. Mas ninguém acha anormal não. Eles acham diferente, mas normal. (Apolo)

É muito tranquilo, alguns colegas da facu sabem. Ninguém julga. Eu tenho uma colega distante, da faculdade que é. Ela é super burguesa e tudo mais, ela é modelo e faz programa. Na faculdade eu sei que tem muito, tem muito. Muita menina faz. Tem muita patricinha andando de Chanel e indo pra balada e faz programa depois pra se manter. (...) Da minha família, não quero que ninguém saiba. Porque não acho que ninguém precisa saber, obvio que não é uma coisa legal. Não é uma profissão bonita vamos dizer assim. (Dionísio)

Como notado, entre os entrevistados, não há a preocupação de buscar um sentido para estarem ali – questão mais intrigante ao público externo - de forma que, para esse, o motivo dado será sempre o mesmo: o dinheiro. Considera-se, contudo, a colocação de Barreto, Silveira e Grossi (2012), de que, com um pouco mais de convívio, talvez as justificativas mudem, ou seu peso se desloque na balança e incorpore também questões de afeto e da política do desejo. Utilizando das palavras de Dionísio, “todo mundo que faz isso gosta de sexo, se acha gostoso e gosta de dinheiro e a combinação tá lá no *site*.”

7.4.2. A captação de clientes – anúncios

Como explica Braga (2004), etimologicamente, os termos luxo e luz têm a mesma origem, ambos vêm do latim *lux*, que significa luz. Essa referência à luz associa-se com conceitos como brilho, esplendor, distinção perceptível ou resplandecente. Na definição dicionarizada do termo (FERREIRA, 1999), aparece sua dimensão mais concreta e cotidiana: suntuosidade, pompa, supérfluo, aparência e poder material.

Luxo relaciona-se com o que é raro, exclusivo, restrito e, conseqüentemente, de custo mais elevado. “Podemos resumir que o luxo é sempre caro e raro. Se for acessível à maioria das pessoas, deixa de ser luxo” (BARTH, 1996, p. 04). Decorre daí outra dimensão importante do termo: a diferenciação, ou melhor, sua simbologia das distinções de classe social; luxo é tudo o que sinaliza privilégio, elite e estilo.

A comunicação dessa diferença, assim como a sua construção, se dá pela imagem. A imagem que vende e constrói um ideal de compra e de estilo de vida. A exposição e o *marketing* tornam-se, portanto, os diferenciais dos produtos de luxo, responsáveis por singularizá-los, por criar conceitos e, acima de tudo, vender o quase inacessível.

Lipovetsky (2007) cita que “nos mercados de grande consumo, em que os produtos são fracamente diferenciados, é o ‘parecer’, a imagem criativa da marca, que faz a diferença, seduz e faz vender” (p. 46). O que é comercializado não é mais o produto, porém uma visão, um conceito, um estilo de vida associado, ou seja, a marca construída por sua propaganda.

Na prostituição de luxo, é justamente essa diferenciação que se torna o objetivo dos profissionais. A resposta para essa problemática se dá na distinção dos atores, ou seja, as pessoas que estão ligadas a esse ramo são mais discretas e não carregam o estereótipo convencionado socialmente do que seria um profissional do sexo (ARAÚJO, BANDEIRA e SILVA, 2015).

Silva (2016) expõe que para um profissional do sexo de luxo, a garantia de ascensão na carreira é o sigilo e a etiqueta.

Qualquer tipo de comportamento descomedido que identifique como ‘puta de esquina’ são fundamentos para o total desatilar da carreira. Para continuar no mercado do luxo e do acompanhamento é preciso aparentar estar na moda, ter uma conversa ilustrada e ter um corpo perfeito, privilégios estes que só pertencem a um tipo de classe e não dialoga com prostitutas pobres de periferia. (SILVA, 2016, s/n)

Seguindo a lógica do mercado, esses saem da marginalização e da escuridão da noite e das ruas e passam a exercer seu trabalho por meio de *sites*, que criam comunidades de seleção (CASTELLS, 2011) e apresentam aos clientes as possibilidades de compra.

Para Lipovetsky e Serroy (2011), esses tipos de *sites* estão em uma posição de destaque em culturas consumistas, pois favorecem o produto pronto para uso imediato. Tudo e todos devem estar disponíveis para o prazer passageiro e a satisfação instantânea sem esforço. É preciso considerar que a esfera mercantil tornou-se onipresente, tentacular e ilimitada.

Ao se inscrever, além do envio de documentos comprobatórios de idade, os profissionais pagam uma taxa mensal para a manutenção e divulgação do trabalho. Essa taxa varia de R\$ 300,00 até R\$ 700,00 por mês, sendo os maiores valores para os garotos que querem aparecer como destaques na página. Essa dinâmica, que quebra o vínculo michê-cafetão, apesar de mantê-lo de outra forma, passa a ser entendida como uma parceria profissional, na qual quem manuseia e controla o *site* também lucra com a atividade desempenhada por estes profissionais (SANTOS et. al., 2013; BARRETO, 2014).

Como apresenta Barreto (2014), os perfis são as melhores vitrines de escolhas. Corpos sarados seminus são expostos de todas as formas e ângulos. “Tem os usuários mais ousados e que vão logo mostrando para o que ‘vieram e estão ali’, detalham em suas fotos do perfil, o seu pênis em sungas brancas ou o seu bumbum empinado em cima de uma cama bem arrumada, um ‘prato feito pronto para ser comido’” (p. 87).

Nos *sites* utilizados para tais fins, inclusive nos selecionados para a realização desta pesquisa, são expostos primeiramente alguns dados dos acompanhantes cadastrados, como idade, altura, peso, tamanho dos pés, cor dos olhos, cor dos cabelos, telefone de contato, nível de escolaridade e disponibilidade para viagem, dentre outros; para, em seguida, serem apresentadas as fotos. Alguns possibilitam, para clientes que paguem taxas mensais, a possibilidade de assistir vídeos de *streak tease* ou de atos sexuais disponibilizados pelos garotos.

Portanto, criar e manter um “nome artístico” ou “nome de guerra” aparece como uma opção viável para a consolidação de uma fama, e manter a separação entre a vida pessoal e a vida profissional (BARRETO, 2017; DIAZ BENITEZ, 2010). Esses nomes de guerra apresentam o uso recorrente de sobrenomes ou apelidos que oferecem informações sobre suas procedências, aspectos físicos, cor de pele ou, ainda, exploram diferentes fetiches²⁵, que funcionam como signos marcadores de diferenças que aumentam o capital simbólico do portador. Assim, apresentam-se “Thiago Gaúcho”, “Lucas 22 cm”, “Ricardo Black”, “Mateus Carioca” e “Marcos Árabe” entre outros personagens.

Após os nomes, seguem as descrições, as fotos e os vídeos dos garotos. Apesar de todos esses elementos se apresentarem juntos, as descrições serão analisadas distintamente das fotos, devido à quantidade de variáveis presentes em ambos.

²⁵ Por fetiche, adota-se o entendimento psicanalítico, no qual os objetos e atos de fetiche simulam atributos de poder, estando associados a uma espécie de dotação fálica do seu possuinte (LAPLANCHE e PONTALIS, 2001). Como apresenta Diaz Benitez (2010), os fetiches são uma forma de tornar a sexualidade exposta ainda que encoberta, contribuindo na constituição dos personagens ou funcionando, eles próprios, como personagens.

7.4.2.1. A descrição dos perfis

Com o exposto, considera-se a colocação de Pelúcio (2015), que avalia que compor um perfil em aplicativos ou em *sites* de prostituição exige que cada pessoa que adere aos serviços opere a partir de uma gramática enxuta ortograficamente e rica iconograficamente, capaz de gerar uma expressão sintética de si a partir de elementos imagéticos que possam dar conta e englobar mais que expressões cuidadosamente modeladas de gênero, orientação sexual e desejos.

Como apresentada pelos entrevistados, a descrição é uma parte fundamental para atrair os clientes. São comumente explorados fetiches e apresentadas características corporais que despertem o desejo daquele que pretende comprar o serviço.

Dentre as instâncias que aparecem nesta primeira parte, se destaca o comprometimento realizado para a construção dos perfis. Serão analisados a seguir os conteúdos edificantes e presentes em todos, como características físicas e emocionais, valores, possibilidades de viagens e limites corporais.

As descrições dos *boys* aqui entrevistados vão ao encontro dos apontamentos realizados por Braz (2007, 2010), que analisa que a maioria dos perfis cadastrados em páginas de busca de parceiros para sexo e/ou relacionamento afetivo supervalorizam atributos e descrições com termos que insinuam uma masculinidade hegemônica; “caras machos”, com postura “masculina”, sem “trejeitos” ou “afetações”, são amplamente destacados. Contribuem com a construção deste ideal outras locuções que invocam práticas associadas à heterossexualidade e virilidade, como “jogador de futebol”, “praticante de *jiu jitsu*”, “faço esportes e academia todo dia”, “barbudo”, “intenso”, “empresário de sucesso” e até mesmo “casado com mulher” ou “pai de família”.

Possuo corpo forte e malhado. Tatuagem no braço. (Zeus)

Malho, jogo futebol e nado. Sou masculino, macho na cama e romantismo no cotidiano. (Apolo)

Ativo liberal, corpo definido, barba rala, olhos castanhos, macho e masculino. (Cronos)

Negão safado com pegada boa, realizador de desejos sexuais. Sou muito intenso em tudo que faço. (Dionísio)

Os dados obtidos se associam ao que Silva (2015) explica ser a construção midiática do corpo masculinizado para o homem *gay*, o qual se torna um processo que envolve o ser menos *gay*, menos desviante e menos transgressor de seu gênero. A rejeição aqui é de quaisquer atributos – corporais, gestuais e comportamentais – que possam ser relacionados ao estereótipo do “efeminado” e, portanto, não comercializáveis.

Em todas as descrições, nota-se não somente a valorização do corpo e da virilidade, mas também características referentes aos atributos intelectuais. Enquanto que fisicamente devem aparentar uma beleza exuberante e de encaixe às normas, a inteligência os diferencia dos outros, hierarquicamente inferiores, os quais supostamente não tiveram as mesmas oportunidades de estudo e cultura, tornando-os menos aptos à posição de acompanhantes.

Santos et al. (2013) explicam que, por conta de seus *status* intelectuais, esses garotos se tornam produtos difíceis de serem encontrados na rua, tornando-se únicos. Tal fato faz com que muitas vezes sejam chamados para eventos, festas de empresas ou até mesmo reuniões de família na função de colegas ou namorados.

Em correspondência ao termo acompanhante, muitos destacam a importância da afetividade com seus clientes. Em uma comparação ao papel de terapeutas, dizem que os clientes os procuram para ‘desabafar’ e falar de seus sentimentos.

Eu tenho clientes que usam meu serviço pra acompanhante. Eu tenho um cliente em São Bernardo ou São Caetano que eu nunca transei com ele. Toda semana a gente vai e sai. É um advogado, não tem família, pai e mãe morreu, então ele é carente. A maioria que eu conheço são carentes e pagam pra mim pra ir jantar, pra ir comigo num japonês. Tem isso nesse ramo. Na rua não tem. São coisas diferentes. As pessoas que querem são diferentes. O pessoal de rua só transa. Eles me pagam pra ir com eles e ainda pagam o que eu vou consumir. Tem muita gente assim, tem gente que quer ficar abraçado só (Cronos)

Entre todos, Morfeu é o que desprende maior empenho em se diferenciar da prostituição. Logo no perfil, grande parte da descrição é destinada a singularizar seu trabalho em comparação aos outros ali presentes, destacando atributos emocionais e intelectuais, procurando aproximação da imagem de amigo, familiar e/ou companheiro, que julga ser o que muitos de seus clientes não têm.

As pessoas que eu saio procuram mais conversar, desabafar. Sexo vem em último instante. Tem pessoas que eu cheguei no apartamento... teve um rapaz que ele queria só conversar, nós não transamos, ele chorou o tempo todo, queria só uma pessoa pra conversar e queria carinho. Não queria sexo, queria

carinho, queria atenção... então é um lance diferente. Já acompanhei pessoas em baladas, só pra sair mesmo, já fui em balada GLS que as pessoas falam ‘vamo comigo’, mas pra acompanhar entendeu? (Morfeu)

No referido contexto, os participantes apontam algumas características emocionais dos clientes que procuram os serviços de acompanhantes, destacando, principalmente, a solidão. Denominados de clientes sentimentais (PERLONGHER, 1987), estão subdivididos em categorias, das quais duas se destacam: os clientes depressivos (os deprimidos e que procuram os *boys* para poder conversar) e os namorados (que se apaixonam e querem a realização de programas românticos, muitas vezes somente com a exibição social).

Cabe pontuar que o serviço de acompanhamento não se destina necessariamente ao sexo, mas sim, ao estar junto do cliente, sendo o ato sexual somente uma das inúmeras possibilidades.

Geralmente as pessoas que procuram a gente é pra conversar, pra sair. Já teve vez de me pagar só pra ir num jantar, só pra ter alguém do lado, então é interessante porque eu conhecia outras pessoas, ficava amigo mas em nenhum momento eu lembrava que era garoto de programa e em nenhum momento também eles falam isso pra ninguém. O sexo faz parte mas tá num contexto maior. Tem algo a mais. Quem pega cliente na rua não tem isso. (Morfeu)

Ainda no objetivo da valorização, nota-se a disseminação dos termos ‘universitário’ e ‘pós-graduado’ em seus perfis. Enquanto todos os garotos aqui apresentados colocam esses termos em suas descrições, somente dois possuíam graduação e um estava completando o curso universitário – outro havia completado o curso técnico.

Eu coloco que eu sou bonito, discreto. Que eu sou diferente. E realmente todo mundo percebia isso quando ia falar comigo. Tem que valorizar. A descrição é uma coisa muito importante no meio. O que eu ganho é por causa da descrição e pagam a mais pelo fato de ser universitário. (...) Isso valoriza muito. Na verdade não é que valoriza; na verdade a gente que é universitário já é um fetiche em si, porque o pessoal se sente muito atraído. Deixa eu te explicar o sentido disso. Geralmente universitários são novos, bonitos, legais, acho que por ser novos e bonitos, isso atrai a pessoa. Eles sentem atração, eu acho que é isso. Isso é verídico, eu vejo. (Adônis)

Eles me procuram por me achar bonito, alto, por ter fetiche com garotos de faculdade sabe? Menino de universidade. Tipo o amigo do filho ou o carinha do prédio. (Adônis)

A fala de Adônis vai de encontro com os poucos estudos que abrangem a prostituição de luxo. Barreto (2014) comenta sobre a grande quantidade universitárias que trabalham como acompanhantes. Em sua pesquisa realizada com acompanhantes de Brasília, a autora diz que

mesmo aquelas que não o são, fingem ser, em prol de conseguir mais clientes. Silva (2016) indica que entre essa população, a maioria apresenta um grau de instrução maior, impulsionando o preço dos programas. Com base nas pesquisas e no conteúdo trazido por Adônis, pode-se considerar que o termo “universitário” carrega conteúdos ligados à instrução intelectual, jovialidade e beleza que tanto são valorizadas no ramo.

Outro ponto de destaque nos perfis é a abertura da possibilidade para viagens e deslocamentos (todos pagos pelos clientes); a rotina deles é feita por eles mesmos, variando de profissional para profissional, e nos próprios *sites* eles divulgam os horários de atendimentos e se há disponibilidade para acompanhamento em viagens.

Disponível 24 Horas. (Morfeu)

Viagens e pernoite a combinar. (Hermes)

Para além das viagens, frases como “Novidade no *site*”, “Novo em São Paulo” ou “Após longo período estou de volta a São Paulo” foram vistas em vários perfis no *site* selecionado.

Como aponta Viana (2010), é importante registrar o movimento de migração para outros estados e países por parte de alguns sujeitos no tocante ao mercado homoerótico. No caso das viagens com clientes, é clara a possibilidade de juntar trabalho a diversão e turismo. Entre os entrevistados desta pesquisa, todos fazem viagens, caso necessário, cobrando valores mais altos pela exclusividade e pela perda da clientela em São Paulo. Em média, os participantes cobram R\$ 1500,00 pela diária durante viagens, mesmo valor cobrado pela pernoite com o cliente.

Geralmente eu peço R\$ 1500,00 pra fazer essas coisas assim entendeu? Tipo assim a pessoa fala assim ‘ah você pode vir aqui em Campinas?’. Posso, é R\$ 1500,00 a diária ‘tá, mas a gente não vai transar o dia todo’, mas eu vou perder o dia todo entendeu? ‘Quer sair a noite?’, também é o mesmo valor, tipo eu cobro R\$ 1500,00 pra passar a noite. (Zeus)

Contudo, esses movimentos ocorrem não somente para a realização de trabalhos contratados, mas também para a busca de novos clientes e maiores remunerações em outras praças. “Outros fatores ligados ao fenômeno referem-se ao desgaste da imagem do *boy*, dificuldade na concorrência com os novatos ou, ainda, envolvimento em brigas e crimes (p. 59).”

Em seguida, se encontram nas descrições os valores dos programas, aspecto fundamental no mercado de luxo. Foi notado que em muitos *sites* os garotos cadastrados não

colocam os valores, indicando como o cliente deve proceder com a frase “ao ligar diga que me viu no *site*”. Isso acontece por muitos deles fazerem uso de mais de um portal para anúncio de trabalho, de forma que os clientes que entram em contato advindos de um *site* de livre acesso pagam um valor e outros que procuram oriundos de *sites* mais exclusivos, como os que precisam realizar pagamento mensal, pagam um valor mais alto.

Os participantes aqui entrevistados cobram valores entre R\$ 250,00/hora até R\$ 450,00/hora e a média de R\$ 1500,00 para pernoites e diárias.

Com relação ao valor do programa, Machado e Silva (2002) dizem que o preço cobrado depende das qualidade que cada um oferece, sofrendo alterações conforme o corpo, público a que os garotos atendem e atividades exercidas. Como expressam os entrevistados, o investimento na profissão – ou seja, nos corpos - dita o valor do programa.

O corpo ajuda a cobrar mais caro né. Os bombadão querem cobrar mais caro com certeza. Eu sou definido, tenho um corpo bom, eu cobro por isso. Todo mundo cobra. Eu invisto em mim, aí os clientes tem que pagar por isso. (Eros)

Cobro pelo meu corpo. O cara não vai nem na academia não vai nunca cobrar o mesmo que eu. Sabe quanto eu gasto de suplemento? Sabe que hora que eu acordo? Eu treino todo dia, tenho alimentação regrada, então meu preço é diferenciado. Quer pagar quer, não quer sai fora. Cliente é o que mais tem. (Hermes)

Estas falas se complementam na análise de Perlongher (1987), na qual o preço da prostituição pode ser pensado como a expressão de uma diferença de valor categorial; as diferenças de valor sexual entre os corpos remetem a um sistema de nomenclaturas, onde o mais desejado se encontra em um regime sexual dominante. As variedades expressam, nessa concepção, não somente as diferenças reais como também as diversidades no plano do desejo e do fetiche.

Agregam ao valor cobrado, portanto, aspectos como raça, altura, escolaridade, tamanho do pênis, e, principalmente, nível de musculosidade, masculinidade, local próprio de atendimento e trabalhos realizados/fetiches.

Aparece muito pedindo gozada, mijada na cara... Eu chego na casa, o cara deita na cama e pede pra mijar em cima dele. Enfiar a mão também aparece muito.

Pesquisador: Você já fez?

Oxi, vários tranquilo. Ponho duas camisinhas, gel e tome. Cobro a mais, mas todo mundo paga. Eles não encontram quem faça, então posso cobrar o que for que eles pagam. Os garotos têm nojo disso. Eu não. Eu faço pela grana. (Hermes)

Com isto, na análise do quesito preço, ganham destaque os limites corporais impostos pelos *boys* durante o trabalho. A primeira, e mais explícita forma de limite, é a realização, ou não, dos fetiches solicitados pelos clientes.

Ah tem cliente que quer que você mije nele... tipo é... essas coisas assim aí eu acho meio nojento. E mesmo assim quando você faz o que eles querem são os fidelizados. São fieis esses clientes. Tipo sempre voltam. (Zeus)

No meu ponto de vista, a pessoa que procura alguém pra pagar procura alguma coisa diferente né. A maioria dos meus clientes são casados e querem sair com homem pela primeira vez e manter uma foda fixa. Digamos assim, então você acaba querendo sair um pouco do convencional. Mas tem certas coisas que não dá pra fazer né?! (Cronos)

Brignol e Dourado (2011) e Oliveira (2017) analisam que, com a migração do sexo das ruas para a *internet*, praticantes de fetiches como *bareback*²⁶, dominação, masoquismo e *pissing* (ingestão e banhos com a urina parceiro), entre outros, encontraram nos *sites* de prostituição e encontros sexuais a oportunidade de se relacionar com outras pessoas (mesmo que pagando) que contribuam com a realização destes desejos²⁷. De mesma forma, muitos garotos anunciam a prática e realização desses como um diferencial para seus clientes, cobrando valores individualizados para cumpri-los.

Às vezes querem que eu vou suado depois do treino. Às vezes eu ‘tô treinando e eles ligam e pedem pra que eu fique suado, ou ligam e pedem pra eu encontrar eles só depois do treino... aí tu chega lá suado com a cueca úmida né, grudando na bunda e ele fala ‘tira a cueca e me dá’ e ele fica cheirando a cueca como se tivesse cheirando uma caixa de bombom ou um vinho dentro da taça. Você olha é como se você servisse um bom vinho pra pessoa e,

²⁶ Alguns autores empregam o termo *barebacking* para designar essa prática, que tem sua origem nos rodeios norte americanos, como uma modalidade de esporte sem proteção e significa, literalmente ‘cavalgar sem cela’ e que passou a ser usado comumente nas comunidades *gays* norte-americanas, em meados de 1990, de forma analógica, para fazer referência ao sexo sem preservativo, de caráter intencional, muitas vezes realizado sem nenhum tipo de vínculo ou envolvimento afetivo, além do prazer obtido pelo sexo sem camisinha, desconsiderando, assim, a condição sorológica do parceiro.

²⁷ Na literatura, estudos que investigaram as práticas e comportamentos sexuais de HSH, os quais encontram parceiros sexuais por meio da *internet*, mostram resultados que indicam que a *internet* proporciona certa facilidade para o encontro de parceiros sexuais e para o sexo anal desprotegido (BRIGNOL e DOURADO, 2011). Horvath et al. (2007), em revisão da literatura, encontraram uma porcentagem maior de envolvimento na prática do sexo anal desprotegido entre 78,3 e 93,5 para homens que usam a *internet* para buscar sexo.

primeiro ela cheira pra depois de provar. Esses são os que mais pagam. (Dionísio)

Embora não sejam todos os garotos que realizem fetiches, o discurso é consistente no sentido da não realização entre aqueles que não o fazem, mesmo quando oferecidos valores mais altos pelos programas. Notou-se que as práticas mais aceitas são a dominação e o *pissing* (com o garoto urinando sobre o cliente) e a mais raramente aceita sendo o *scat* (ato de defecar sobre outra pessoa).

Eu não gosto que enfie o dedo do meu cu, entende? Eu não sinto prazer nenhum, porque esse tipo de coisa eu não gosto e também tem gente que gosta que faça isso só que de uma maneira muito brutal pra machucar. Acho um tipo de violência então não rola. Eu vejo sexo como uma coisa boa, como prazer, e não como sofrimento entendeu? Claro que vai ter vezes aí que você vai sentir dor, normal, mas isso tá mais ligado ao prazer do que só a dor, então esse tipo de coisas pra mim não rola. Jamais ficaria com alguém pra bater na pessoa, dar um tapa, uma mordida. (Morfeu)

Tem muita coisa que as pessoas gostam... tipo de ficar amarradas, disso daquilo outro. Então se a pessoa quer esse tipo de fantasia ela que vai arcar com esse tipo de fantasia; não me peça pra eu ir comprar, não me peça pra eu levar entendeu? então é uma coisa sua, não é uma coisa minha entendeu? eu vou só executar o que você quer, mas você vai falar o que você quer e aí eu faço essa parte assim então eu não tenho um arsenal de coisas entendeu? (Hermes)

Até hoje um que eu achei bem esdruxulo foi que o cara pediu pra eu defecar no rosto dele. Eu comecei a rir e falei, isso eu não vou fazer, até pedi pra você falar antes o que você queria e acontecer de eu não fazer, aconteceu até de o programa parar, eu 'tava a mais de uma hora com ele lá já tinha rolado sexo. Ficou um clima bem chato. (Apolo)

Nesse quesito, Barreto (2013) aponta que a necessidade de entender e atender aos desejos e vontades do cliente expõe o caráter teatral apontado por Perlongher (1987). Ou seja, o garoto de programa não existe como pessoa, mas sim num processo de troca comercial, como instrumento para realização de fantasias e desejos.

É importante registrar que para além da realização de fetiches, existem barreiras simbólicas corporais em relação a cada programa e aos clientes em geral. Observa-se que, embora os profissionais do sexo sejam pagos pelo cliente para satisfazê-los, são eles quem dão a palavra final do que pode ou não acontecer durante o programa (BURBULHAN, GUIMARÃES e BRUNS, 2012).

Pasini (2005) discute essa questão específica do agenciamento do programa pontuando o empoderamento destes profissionais. Na análise da prostituição feminina, a autora percebe que seus corpos e sua prática não são tão alienados e vitimizados quanto parecem ser, pois, “apesar de estarem na rua e, a princípio, dispostas a realizarem sexo em troca de dinheiro, mostram que também são mulheres dotadas de vontades e escolhas” (p. 5). Na esteira de Pasini (2005), Corona (2007) e Burbulhan, Guimarães e Bruns (2012) afirmam que não é por trabalharem com sexo que as prostitutas terão valores liberais em relação às práticas sexuais, ou até mesmo à sua vida afetiva.

Gaspar (1985), aponta que, na prostituição feminina, as garotas sempre têm a preocupação de preservar partes do corpo. É constante, por exemplo, o cuidado no sentido de não beijar clientes, o que expressa uma divisão simbólica do corpo; existem partes sagradas que devem ser preservadas para relacionamentos afetivos, e não para trocas mercantis. Dessa forma, como explica a autora, uma prostituta pode fazer tudo que quiser com um cliente, inclusive práticas que entre outras podem ser condenáveis, mas ela sempre terá um limite simbólico que demarque as relações.

Contudo, diferenciando da prostituição feminina, nota-se que no negócio do michê, para além do empoderamento, os limites funcionam na adequação às normas vigentes de gênero, que são, portanto, revertidas em valores financeiros.

Entre os entrevistados, nota-se uma grande semelhança dos discursos com os estudos de DaMatta (1997), Bordieu (2001) e Kimell (2008), os quais, como fundamentado anteriormente, apresentam fronteiras simbólicas para o corpo masculino, no qual o ânus é um espaço intocável nesta dinâmica. Souza Neto (2009) apresenta que o dilema envolvido nas relações de poder no exercício da prostituição masculina está muito mais no ânus do que no pênis.

Eles gostam do que? Do másculo, de sentir o homem. E pra muitos o fetiche deles é o que? É falar ‘ah você é o que? Você é hétero? Você gosta de mulher ou gosta de homem?’ se você falar que gosta de homem ou que faz passivo tem uns que já te bloqueiam e não querem o programa. Se você falar ‘eu namoro com mulher’ aí já ‘opa, aí sim’. Porque o cara quando é veado, ele quer sair com homem. Se for pra ele sair com outro veado ele não quer, entendeu? Porque o cara que é veado quer o que? Ele quer ser passivo mano, então ele não vai sair com outro cara que quer dar também. Ele quer dar. Então o fetiche do cara é sair com um homem. Com um cara que curte mulher. É dos maiores fetiche, é o que mais perguntam pra mim. Eu me dou bem porque sou hétero e pago de hétero (Hermes)

Qualquer coisa que me... que tira de mim a identidade do meu masculino eu

não faço. Tem cara que fala pra mim ser mais delicado ou usar de termos mais femininos, gemer mais fino, ser passivo... coisas do tipo eu acho isso ridículo eu não gosto. Eu sou ativo e deixo isso claro pra eles. (Morfeu)

Na lógica da construção dos corpos, Parker (2000) apresenta que o ânus rivaliza com o pênis na ideologia erótica, sendo que a questão relevante não é somente entre homens e mulheres; a diferença é entre penetrar e ser penetrado em um sistema em que o ato de ser penetrado tem poder transformativo (PARKER, 2000). Devido às conotações negativas, o lugar do ânus dentro da estética masculina conjura para si a transgressão à masculinidade e ao corpo masculino. Dentro de um regime heteronormativo, Oliveira (2017) apresenta que o ânus não deve sequer ser considerado um órgão.

Muita gente liga e fala ‘eu quero um cara macho, ‘tô procurando um cara ativão’, ‘não quero um cara afeminado’ muita gente procura e já fala isso. ‘Você parece que é assim, não faz nada é passivo, né?’. Faz diferença sim pros caras eu ser só ativo. (Apolo)

Como aponta Perlongher (1987), a classificação da palavra homossexual inclui, na visão popular e na de muitos michês, como os aqui entrevistados, somente os homens passivos. “Os ativos, que são aqueles que só representam papéis masculinos, penetrantes, tendem a ser considerados, na sua totalidade, mais homens” (p. 89).

Nas falas dos participantes, observa-se que o valor comercial da genitalidade apresenta-se numa percepção que surge no órgão, mas é translucidada para todo um organismo e para o valor final do programa, sendo comum associações entre passividade e feminilidade, passividade e voz fina, passividade e falta de higiene.

Quando eles querem caras ativos, não querem caras femininos. Não pode ter tanta feminilidade... não dar pinta, não ficar desmunhecando, não ficar com guiguigui. Quando eles querem o passivo isso não importa não viu. (Eros)

Eles querem você homem. Eu não dô e nem chupo. O máximo que eu faço é beijar, me pagando por fora ainda e assim, se a pessoa for bem higiênica. Porque se não, eu não chego nem perto. Os cara perguntam ‘o que que você faz na cama?’ eu já mando ‘Sou homem, não do e nem chupo’. (Hermes)

Entre os garotos entrevistados, nota-se o que Preciado (2000) chama de castração anal, ou seja, o processo que remete a um intenso investimento para destituição do ânus e suas relações com qualquer possibilidade de prazer. Ponto mais significativo na perpetuação dessa concepção é a fala de Dionísio que cita colegas que após a prática de sexo anal teriam relatado prazer, ou seja, em sua concepção, virado homossexuais.

Já tive vontade, mas não tive coragem de fazer passivo, não (...) Eu fiquei com medo de ser passivo porque todos os meus amigos que fizeram isso aí meio que pararam de comer. Gostaram de ser passivo. Então pera aí. Sério, lá na clínica tem cara que deu e gostou e começou a dar, perdeu a moral. Porque aí chega os caras querendo que você coma eles e você não come. Não quero virar bichinha. (Dionísio)

De mesma forma, como aponta Santos (2013), muitos garotos, no acordo feito previamente, podem exercer o papel de passivos durante o ato sexual, não admitindo entre os colegas de profissão essa prática, pois o medo de ser tido como *gay* é grande. Mesmo que alguns garotos participem de sexo grupal com clientes e algum *boy* seja penetrado, essa informação não sairá desse espaço, configurando em um código de ética e sigilo entre os profissionais. A omissão dessa situação preserva os papéis e as identidades.

Diferenciam-se assim as bichas dos bofes (PERLONGHER, 1987), sendo que o objeto de maior valor comercial está na *performance* sexual ativa do bofe. Numa frágil representação da masculinidade, os bofes criam hierarquizações entre os garotos.

Todavia, o trabalho de Viana (2010), o qual também sugere a constatação do ânus como limite corporal entre garotos de programa, relata que, embora a prática do sexo anal não seja amplamente aceita, as ideologias acabam sendo negadas por alguns e neutralizadas pelo dinheiro, justificando e legitimando o deslocamento de posição erótica.

A analidade também está presente na forma jocosa com que alguns *boys* falam de seus clientes. Nas falas de Hermes e Dionísio, é comum encontrar termos como ‘bicha’ e ‘veadinho’ para se referirem aos clientes, ou seja, aos passivos no ato sexual.

Entre todos os entrevistados, somente Eros deixou explícito no perfil que é preferencialmente passivo com seus clientes. No entanto, diz que seu corpo magro/definido é um aspecto que caracteriza e facilita a venda de seu trabalho como passivo. Baseado em estereótipos comerciais e reproduzindo a dinâmica bofe/ativo e bicha/passivo, diz que “Os caras muitas vezes não querem comer um cara fortão, bombadão. Eles querem dar pra um cara assim. Eu sou magrinho, definido, barriga chapada. Eles querem me comer.”

Diaz Benitez (2010) apresenta que essa dinâmica é amplamente comum no mercado de filmes pornográficos. Enquanto que os garotos sarados e másculos atuam no papel de ativos das relações sexuais, os rapazes mais magros, definidos, geralmente de estatura menor, os

chamados lolitos, assumem as posições passivas, indicando que existe um corpo próprio para ser penetrado.

Para além dos fetiches e da prática de sexo anal, a ejaculação ao final dos programas também aparece como limite corporal.

Pelucio (2009) explica que o sêmen é costumeiramente impregnado de significados simbólicos que são associados a valores ligados à masculinidade, à força, à reprodução e à vida. O aparecimento do sêmen é sempre algo buscado, desejado e que gera atenção. Contudo, tal qual apontado por Zeus, Apolo e Dionísio, a ejaculação tende a impedir outros programas no mesmo dia, ato que, portanto, deve ser evitado.

Como aponta Barreto (2017), no negócio da prostituição masculina, a ejaculação transforma-se em uma das práticas mais raras e caras. O motivo mais relatado consiste no prejuízo financeiro que o orgasmo pode proporcionar ao *boy*, visto que sua ocorrência e o desgaste físico que esta proporciona inviabilizariam ou dificultariam a realização dos demais programas do dia (SANTOS, 2013).

Não são todos que vão pedir pra eu gozar. É assim, o gozo é o fetiche que tem cliente que pede. A visão que a gente tem, é que quem tem que gozar é o cliente. A gente tá lá pra satisfazer ele... eu 'tô pelo menos. A gente tá lá, tipo... meteu gozou, acabou. Ele gozou, acabou o tesão. Acabou ali, entendeu? Já é instinto do homem, quando ele tá comendo uma mulher, quando ele goza ele para a transa. Então o homem é a mesma coisa, ele gozou acabou. É só que daí... Daí tem cara que contrata só pra sem gozada, se for com gozada eu já cobro mais caro porque daí... Aí já é um fetiche. Não é todo garoto que consegue gozar entendeu? Tem cara que tá ali, tomou tanta azulzinha que o pau... o cara não goza entendeu? Então não é todos que conseguem ir. Gozo é um fetiche, mijar é fetiche, bater é fetiche... tudo esses bagulho é um fetiche. Tem cliente que só goza se ver você gozar, só goza se ver você mija nele e assim vai. Então é fetiche, então você sempre cobra alguma coisa a mais porque não é todos que faz. (Hermes)

O valor é R\$ 500,00, mas se o cara pedir pra gozar é mais duzentos reais pro que você quiser. Eu não consigo dar meu melhor depois, então vou perder dinheiro. (Hermes)

O acréscimo no valor do programa também é sinalizado por Viana (2010), Santos (2013) e Barreto (2017), os quais apontam que, numa sauna *gay*, enquanto um programa sem ejaculação custa 80 reais, passa a valer 150 reais com a ejaculação.

Considerando as entrevistas, observa-se que todos os participantes, em menor ou maior grau, apresentam particularidades em relação ao atendimento a clientes, conforme suas próprias

subjetividades. Independentemente de quais sejam as restrições estabelecidas por cada um, Pasini (1999) sugere ser imprescindível o respeito às normas sociais impostas, pois essas são inscritas em seus corpos de tal forma que dão visibilidade à sua atuação na prostituição. Desse modo, todas as condições explicitadas levam a um mesmo fim: nem tudo está à venda, mesmo em se tratando de prostituição (PASINI, 1999).

7.4.2.2. Fotos e vídeos

Após os textos descritivos, apresentam-se as fotos dos garotos e, em alguns *sites*, vídeos destes em relações sexuais ou em cenas de masturbação. Todos os garotos de programa entrevistados possuem uma variedade de fotos em seus perfis, porém, somente Eros se apresentava, para além de acompanhante, como ator de filmes pornô e os disponibilizava em sua página.

No mercado da prostituição de luxo, as fotos são tão importantes quanto a descrição, pois não só comprovam as informações apresentadas, como também fazem o elo com o cliente, despertando o desejo para o consequente consumo. Nota-se, além disso, que todas as fotos são realizadas de forma profissional, em estúdios, por especialistas, com luz e cenário adequado. Indicando a quem compra o produto, sua diferenciação e qualidade, em comparação com outros garotos sem possibilidades de tais investimentos.

Segundo Miskolci (2014), a possibilidade de disponibilizar vídeos, *nudes* (fotos pelados), mensagens de vídeo e de áudio, assim como a localização em tempo real, influenciam diretamente na prostituição realizada pela *internet*. Como explica, esses são benefícios da mídia digital para os clientes, que possuem em mãos um catálogo para escolhas sem ter a necessidade de deslocamento até os profissionais, facilitando o processo de seleção e compra (MISKOLCI, 2014).

Com base no aparato dos *sites*, primeiro serão analisados o material fotográfico, para em seguida ser abordada a produção de vídeos, que aparece com menor frequência, mas é tão importante quanto.

Assim, dado o primeiro objetivo, utiliza-se de Maffesoli (1996), que destaca a explosão de imagens que invadem, de maneira desordenada e anárquica, o mundo contemporâneo. Dessa

forma, a aparência é uma estrutura que representa causa e efeito de intensificação das atividades comunicacionais. Sendo a corporeidade o ambiente geral no qual os corpos estão situados uns em relação aos outros, as imagens de e dos corpos tem um posicionamento mais alto nessa organização.

Em imagens fotográficas, o nu e o sensual são formas de comunicação que estabelecem relações sociais nas quais a aparência física, e o cuidado que a ela se atribui, desempenham importantes papéis na hierarquia social. Estabelece-se, a partir das imagens, um sentido global ao corpo que se constrói e que se mostra, em diversas modulações, como um corpo de desejo coletivo. O que se divulga, nesses casos, é a jovialidade, a potência e a virilidade, que muitos desejam ter, mas que como nem sempre conseguem alcançar, compram (SILVA, 2015).

Nessa linha de pensamento, e como é apresentado por Cronos, as imagens são construídas para mobilizar a atenção e provocar efeitos sobre o desejo daquele que pode se tornar um futuro cliente.

Eles tem que sentir tesão pelas fotos. Tem que sentir vontade de sair com aquela pessoa. Eu acho que é isso... Tem que mostrar seu lado másculo nas fotos, você tem que vender uma imagem máscula pra eles. Acho que é isso que você precisa vender pra eles. Vê lá... abre ai o *site*. Eu 'tô num escritório. As pessoas gostam. É a fantasia. O homem grisalho de social. (Cronos)

Assim, a sensação de inatingível que as fotografias conseguem provocar, sustenta os sentimentos eróticos daqueles a quem o desejo é mobilizado à distância. O foco não é, em muitos casos, somente o corpo, embora esse não saia de uma posição de destaque, mas uma fantasia envolvida e vendida por meio do programa.

Eu não 'tô vendendo romance, 'tô vendendo sexo. Vendo uma fantasia. Vendo o árabe, gostoso. Vendo o fetiche. Eu trabalho com fotos nus, trabalho com foto do corpo, trabalho com uma imagem. Eu não 'tô vendendo roupa entendeu? Agora eu 'tô vendendo o corpo, a fantasia. Então por isso geralmente eu vou renovando as fotos, igual hoje... Eu fiz seis fotos nu, sem nada. Tipos aquelas que mostram e não mostram muito. Eu não estou vendendo nenhum tipo de cueca, nenhum tipo de camiseta, nenhum tipo de *t-shirt*, estou vendendo o corpo. (Zeus)

Eu uso uma coisa mais misteriosa assim, sou mais autêntico. Uso o rosto, uso um pouco do corpo, tem foto pelado porque tem que ter né?! Falo um pouco das minhas características, falo o tamanho do pau, me vendo... Me vendo meio moleque sabe? Coloco de futebol, tatuagem. Sei que isso estimula. Minhas fotos tem um ar meio de santo, meio de safado, meio de misterioso. Acho que é isso que eu consegui entrar no mercado e 'tá ate hoje bem. Coloco o que eles querem ler, mas o que tá lá escrito sou eu. Sabe? (Apolo)

Como apresenta Apolo, os ensaios são produzidos em cenários e com o auxílio de utensílios que ajudam a construir os personagens, sustentando o tema proposto. Silva (2015) explora, em análise de fotografias de revistas voltadas ao público *gay*, que nas sessões de fotos, os cenários e as roupas são encarregados de dar personalidade ao modelo; são objetos e acessórios dispostos artificialmente de modo a induzir à associação de ideias. Cria-se um “homem objeto”, ou seja, o policial, o bombeiro, o executivo e o árabe, entre tantos outros, aos quais a aparência sexualmente sedutora está subordinada a esse ambiente especial.

Para além dos cenários e dos objetos, Viana (2010) explica que a construção desse homem virtualizado está apoiada, também, nos movimentos, gestos e posturas empregadas nas fotos, ou seja, nas técnicas corporais em sua noção mais pura, as quais são signos de uma potência individual que se enraíza na coletividade, partilhada pelos *boys* e seus clientes. O objetivo é a expressão do másculo, do sedutor e do dominante. Mãos afagando os cabelos, a inclinação dos corpos salientando o tórax e braços contraídos ressaltando o bíceps, são movimentos que se repetem em fotos de todos os perfis.

O erotismo da imagem está, como aponta Silva (2015), não somente subordinado ao corpo, mas ainda à pose, à expressão do rosto, ao ambiente e à iluminação. “A nudez é sempre um signo a mais. Uma imagem de nu é antes de tudo uma imagem de controle do próprio corpo, do domínio de gestos, da pose e da expressão” (p. 123).

Nas fotografias dos garotos aqui entrevistados, eles aparecem sozinhos em poses estáticas ou acariciando o próprio corpo. Cenas em movimento envolvem, normalmente, fotos praticando musculação ou outros esportes, como no caso das apresentadas nos perfis de Zeus, Morfeu e Apolo. Da mesma forma, com base nos anúncios, e em aproximação aos estudos de Reges (2004), Diaz Benitez (2010) e Silva (2015), as imagens raramente envolvem dois garotos. Quando isso acontece, gestos de contato no corpo do outro são sensuais, mas discretos, para evitar a ideia de afeminação e passividade (como no caso de um perfil encontrado, no qual dois garotos que se apresentam como irmãos vendem o serviço em conjunto, contudo não se tocam nas fotos).

Outro ponto de destaque é a tentativa, por meio das imagens publicadas, da diferenciação de garotos de programa de luxo dos demais, de outras classes sociais. Assim, em grande maioria, utilizam roupas de marca ou estão ao lado de carros de luxo ou em quartos de hotéis; nas fotos em ambientes externos, comumente estão em praias bem localizadas e

frequentadas pelo público de classe alta. Personificam em imagens o que já foi analisado anteriormente, ou seja, que o foco do acompanhante não é somente o genital, mas também, como explica Morfeu, “passar o tempo de qualidade com o cliente.”

Nesse pensamento, falas sobre a importância da discrição e diferenciação multiplicam entre os *boys*.

Eu já fui modelo, já fiz dois eventos. Um deles pra Nivea fiz e algumas fotos do meu corpo pra baixo. Paguei um fotógrafo e fiz umas fotos. Tem umas num campo de futebol, com roupa de futebol americano, tem fotos na academia... Ele queria lugares jovens sabe? Tem umas pelado porque tem que ter. Gosto de passar discrição e realmente da muito certo. As pessoas me ligam e me procuram pra saber quem eu sou. Já recebi ligação do mundo todo, já tive relação com o mundo todo. (Adônis)

Eu fazia questão de não colocar muita foto pelado, porque eu acho que não atrai o público que compra o serviço. Eu acho muito fútil. Cara rico que paga bem quer algo a mais que só o pinto na foto. Ele tem que gostar de tudo, do perfil e das fotos. Não é porque eu ‘tô no meio que eu tenho que ser fútil, aí eu não colocava. (Adônis)

(..) então eu ‘tô num *site* de garoto de programa aonde todos os homens ao redor estão mostrando o pau, e eu ‘tô bem-vestido, de terno, roupa boa.... Tenho algumas eu ‘tô vestido de roupa branca, como terapeuta, de massagista sabe? Ali desperta o desejo, porque o cara já ‘tá cansado de abrir a página e ver vinte caras de pinto duro na frente dele. Ele não é retardado, ele sabe o que ele ‘tá olhando. Agora um cara bem-vestido, totalmente diferente de todos que tem a sua volta, chama atenção. Aí quando liga e vê que você sabe falar, que você entende o que ‘tá fazendo, é aonde você consegue trazer o cliente. Eles têm a massagem, tem o momento deles, mas tem o sexo. (Dionísio)

Essas falas vão ao encontro de os estudos realizados por Almeida (2015) e Bonfante (2016) em análise de perfis de aplicativos de sexo *gay*, que destacam a tentativa de discrição relacionada à ostentação presente nas imagens. Como aponta Almeida (2015), normalmente, os garotos de programa que ali divulgam seus trabalhos “exibem fotos na praia com minúsculas sungas brancas, expõem ao máximo seu corpo, suas formas definidas e seus dotes. A cor branca da sunga não é à toa, a linguagem do branco é higienizadora, limpa e saudável” (p. 34).

Todavia, nos ensaios analisados, na medida em que se passa as imagens na tela do computador ou celular, as fotos globais, focadas nos cenários, na fantasia e na apresentação do garoto, dão lugar gradativamente às imagens focadas no sexo, em partes específicas dos corpos e nos órgãos genitais.

Utiliza-se, para análise, o estudo de Silva (2015), que descreve que muitas fotografias em ensaios eróticos fragmentam partes do corpo em imagens que lembram compartimentos. Embora o potencial erótico esteja centralizado nos órgãos sexuais, ele se realiza em qualquer região do corpo: olhos, cabelos, costas, braços e pés, todos são amplamente erotizados.

Todos os garotos entrevistados possuíam em seus perfis pelo menos duas fotos destacando seus braços, bíceps e costas. Normalmente a posição de costas, flexionando para cima os braços, é a mais utilizada para mostrar o nível muscular associado à virilidade. Rondinelli (2013) apresenta que as fotografias que indicam o padrão estético dos homens, amplamente divulgadas em revistas de saúde, tendem a valorizar muito os braços e tórax como elementos de atratividade. Os braços estendidos, com a valorização dos músculos e da axila é uma tentativa de estimular o desejo sexual. Os ombros largos em relação ao quadril relativamente estreito são características presentes em figurações artísticas de heróis e deuses gregos.

O rosto, assim como os braços, é um elemento chave nos ensaios e na aproximação com os clientes. Acumulam-se nas fotos dos garotos de programa, closes do rosto, dos olhares e da parte superior do corpo. Como aponta Silva (2015), é justamente na beleza facial e, principalmente, no olhar que se estabelece a primeira comunicação com o cliente. Os olhos, quando voltados para a câmera, indicam um contato pessoal e íntimo necessário para uma fidelização primária, que posteriormente poderá contribuir com o contato profissional.

Por fim, destacam-se as fotos que focam no pênis dos *boys*. Apesar de não serem a maioria das imagens, é este, inegavelmente, o foco e objeto da prostituição masculina. Destaca-se que estas se encaixam na normatividade de gênero expressa pelos garotos em seus perfis, já que fotos mostrando as nádegas, e indicando uma possível passividade, são raras – a não ser entre os garotos que também fazem papel de passivo.

Tipo eles buscam pau duro. Uma foto de pau duro tem que ter, porque eles tão pagando isso né? Tem que ter o lado animal da pessoa assim sabe, o lado é... o lado... o lado dominante... o homem. (Zeus)

Como já discutido anteriormente, é no pênis que se foca e se encontra a virilidade e o poder do masculino, sendo seu capital enorme na prostituição. Como aponta Viana (2010), o tamanho do pênis, quando avantajado, indicará ao cliente a suposta potência viril do *boy*, reafirmando o lugar deste órgão como uma das zonas privilegiadas de prazer e cobiça na

prostituição. Segundo Santos (2008), michês bem dotados, com corpos trabalhados e com membros sexuais considerados maiores do que a média, têm mais poder de negociação, conquistando o direito de cobrar valores mais altos nos programas.

Em continuidade, como já relatado, para além das fotos, alguns garotos cadastrados disponibilizam filmes, seja na própria página do perfil, como Eros, ou enviando de forma particular para clientes, como Hermes.

A atuação em filmes pornô é outra atividade apreciada e muito recorrente no universo da prostituição, andando juntas em muitos pontos (BARRETO, 2017). Segundo os entrevistados, saunas e *sites* de prostituição de luxo são lugares frequentes de recrutamento de elenco para filmes ou para modelos em ensaios fotográficos do ramo pornô. *Boys* em busca de dinheiro extra ou de uma projeção no mercado, como no caso de Eros, podem interagir com essa outra rede, colhendo os frutos em forma de novos clientes.

Os filmes me ajudaram. As pessoas querem me ter. Fiz pra me divulgar e deu certo. Quando sai algum filme novo meu valor sobe. Tem no *xvideos*, no *redtube*. Só jogar meu nome que sai. Eu já sabia que ia acontecer quando fiz. (Eros)

A maioria os participantes dessa pesquisa, apesar de já ter sido convidada para participar de filmes pornográficos, relata ter recusado devido ao medo que a exposição traria e da possibilidade de pessoas de seus círculos familiares e de amigos terem acesso ao conteúdo.

Já recebi uma proposta de um cara que eu sei pra fazer filmes. Era muito dinheiro. Ele gostou e chamou, mas eu falei ‘não, não dá, eu sou discreto’ Ele falou que o filme não ia rodar no Brasil mas meu, isso é impossível. Na *internet* tudo vem fácil. Se eu me tornar uma pessoa conhecida daqui a dez anos, esse negócio vai aparecer como sempre acontece. Ai eu acabei rejeitando, mas recebi sim uma vez. (Adônis)

Não aceitei fazer filme não. Achei que eu ficaria muito exposto. Achei não, ficaria. Porque os vídeos vão parar em qualquer lugar. E mesmo fazendo isso eu não tenho medo da minha família descobrir, mas também não quero que seja de uma forma escandalosa. Que descubram por meio de um *site* pornô. (Apolo)

A postura diferenciada entre os entrevistados é a de Hermes, que tem vários vídeos amadores e canais em *sites* pornô. Grande parte de seus vídeos são gravados com clientes e o apresentam mantendo relações sexuais; o restante, são vídeos de masturbação. Contudo, em nenhum de seus filmes mostra o rosto, sendo possível identificá-lo somente pela voz. Em todos, que variam de 3 a 5 minutos, no começo e no final é apresentado seu nome de guerra seguido

pelo telefone, sendo essa sua forma mais eficaz de divulgação e captação de novos clientes.

Apesar disto, relata que se negou, nas diversas vezes que foi convidado, a fazer filmes pornô com grandes produtoras pela necessidade de mostrar o rosto, quebrando assim o sigilo.

Já fui chamado por causa do tamanho do pinto e do corpo que é todo proporcional. Sou grande. Então já chamaram a rodo. Pagam muito bem. Pagam em dólar. Mas eu não quis porque vai me expor. É diferente das coisas que faço. Primeiro eles falam que o filme não vai ficar aqui no Brasil, mandam pra fora, mas hoje em dia tem a *internet* então... Aí depois vazou e aí? E a minha família? Isso aqui não é pra sempre, uma hora acaba. Não vou ficar com pauzão, gostosão, pau subindo a torto e a direita pra sempre. Então aí chega uma hora que eu vou parar com isso e aí? Minha imagem já 'tá toda queimada, todo mundo sabendo que eu sou isso, sou aquilo. Agora aqui não, eu posso parar e ainda tentar manter um sigilo, entendeu? Eu tenho família e tudo, minha família e uma vida social. Na realidade eu vivo uma novela porque, igual eu tenho dois nomes né. Um dentro de casa e um quando saio e vou trabalhar. (Hermes)

Os resultados encontrados contrariam os de Diaz Benitez (2010), os quais relatam que muitos homens afirmam ser um fetiche ou um 'sonho' participar de filmes pornô. Como apresenta a autora, o anonimato, entre homens, não é tão desejado quanto no caso das garotas que estão no mesmo ramo. "Ao contrário, muitos fazem questão de viver essa experiência e depois contá-la entre os grupos de amigos e conhecidos, especialmente entre homens, almejando reafirmar publicamente sua masculinidade" (p. 60).

Acredita-se que essa divergência ocorre pelo fato dos garotos aqui entrevistados terem sido convidados para fazerem filmes de conteúdo homoerótico, alvo de intenso estigma social, acompanhado da possibilidade da perda do sigilo profissional, que os conectaria, por um longo período, com o mercado pornô e com a prática de sexo com outros homens.

Conclui-se, com base em toda exposição realizada, que o investimento na aparência, na descrição e nos vídeos, deve ser analisado, portanto, como o motor de uma propaganda sedutora, atraente e muito desejada aos olhos do público consumidor. Além de um corpo, a embalagem conta muito no mundo da prostituição de luxo. O modo de vestir, o investimento corporal e o comportamento tem que ser, ao mesmo tempo, valorativo e expressivo, pois são determinantes nas escolhas de um programa. Nessa relação, o fetiche pela mercadoria total (o corpo) quase sempre será alavancado pela embalagem.

7.4.3. Locais hierárquicos

Como apresentado anteriormente na fundamentação teórica, nota-se cada vez mais um esvaziamento do espaço ‘rua’ e a migração da prostituição para ambientes fechados e controlados, que garantem a posição de uma prática de mercado (OLIVEIRA, 2017).

Considera-se a colocação de Viana (2010) de que o espaço físico ocupado pelos sujeitos imprime, de certa forma, valor e teatralidade às *performances*, na medida em que os limites geográficos transferem a seus ocupantes significados que são absorvidos e apropriados. Assim, seja nas saunas, nas casas de massagem ou nos *sites*, imprime-se ao trabalho exercido diferentes estilos de sociabilidade e públicos específicos (BARRETO, 2017).

Entre os garotos de programa de luxo, notou-se uma hierarquização baseada nos locais de trabalho e, conseqüentemente, dos profissionais ali presentes. Como apresentado por Barreto (2017), há uma ambiguidade entre o negócio do sexo exercido em ambientes privados e o exercido em ambientes públicos.

De jeito nenhum, de jeito nenhum. Jamais fui pra rua e acho que nem iria. Como eu te disse, sempre foi alguém que saiu comigo que falou pra um amigo ou pra um casal que acaba entrando em contato. O povo vê no *site* e liga. É bem mais seguro. É uma coisa minha, vamos supor que, você sai procurando na rua e me vê... eu acho que isso me expõe mais de uma certa forma, tendeu? Acabo expondo mais minha imagem como pessoa e também não é nada seguro. (Morfeu)

Eu não tive o sofrimento de ir para uma esquina, de ter que fazer coisa por dez reais, vinte reais como eu tenho amigos que já fizeram pra poder comer ou pra pagar hospedagem. Eu sempre diferenciei meu trabalho no *site*. (Dionísio)

Nas falas coletadas, fica clara a associação da prostituição de rua com a insegurança e com atos ilegais e marginais, apresentando uma maior vulnerabilidade à violência, tanto física quanto verbal. Nas saunas, ou em lugares próprios como *flats*, é menor tanto a exposição física quanto a situação insalubre do trabalho. Essa lógica atribui certo *status* à prostituição, sendo que os garotos se sentem menos prostitutas e mais profissionais. Tal fato é perceptível na fala de Dionísio, que diferencia os clientes de cada público.

Os garotos que estão na rua sofrem a mesma coisa que a mulher que tá parada numa esquina. Você ali tá vulnerável a tudo, esperando alguém chegar pra querer o que você tem pra oferecer, entendeu?! Eu já comecei sendo agenciado, com *site*, fotos, tudo certinho, dentro de um *flat*, onde as pessoas que iam já tinham visto minha foto. Um público que paga 300, 400 é diferente do cara 20. (Dionísio)

Neste sentido, Viana (2010) aponta o surgimento do que denomina valor moral atribuído ao exercício da prostituição entre os próprios garotos de programa. “A delimitação dos espaços privados parece proporcionar aos *boys* das saunas a possibilidade de se sentirem, quem sabe, moralmente melhores” (p. 49).

Barreto (2017) argumenta que, para os garotos de programa, a vantagem da sauna ou das casas de massagem está na segurança para a realização do trabalho. Como explica um dos entrevistados durante sua pesquisa: “é meio sinistro às vezes... Você nem sempre conhece a pessoa, entra no carro dela, mas não sabe se ela é confiável” (p. 155).

Essa associação com a segurança também ocorre devido à existência de um *staff* nesses ambientes, como gerentes, funcionários e seguranças que podem agir no sentido de evitar confusões e desordens ou administrar conflitos. Tal fator contribui na justificativa do valor cobrado dos clientes, geralmente maior do que o recebido nas ruas (SANTOS, 2013; BARRETO 2013).

Para além da segurança física, Oliveira (2017) apresenta que saunas e *sites* destinados à prostituição ostentam a possibilidade de manter a atividade profissional sigilosa para um público muito amplo, diferente do ambiente da rua. Criam-se as comunidades de seleção (CASTELLS, 2011), ou seja, a produção de sociedades a partir de atributos e expectativas compartilhadas. Nesse sentido, só vai à sauna ou acessa o *site* específico, quem tem interesse em consumir o produto fornecido pelo garoto de programa.

Entre os entrevistados, somente Eros diz que, às vezes, devido à baixa procura de clientes pelo *site*, frequenta saunas, embora destaque que isso ocorra raramente. Com isso, apesar de nenhum dos garotos atenderem prioritariamente em saunas, Hermes e Dionísio relataram também trabalhar em casas de massagem, as quais possuem uma forma de funcionamento semelhante às saunas, porém mais elitizadas. Notou-se que todos os garotos que procuram essas formas alternativas de atendimento, o fazem na tentativa de manter um fluxo constante de clientes, não dependendo só dos *sites*, onde cobram valores muito mais caros.

Aí nós fomos e conhecemos um cara que tem uma clínica. A clínica se diz de massagem mas tipo assim, fala que é massagem né, mas rola sexo. Na verdade ninguém lá sabe fazer massagem. O dono gostou do perfil e tranquilo. Às vezes ele chama pra ir lá.(...) Todo mundo já sabe que é pra isso, massagem é só pra ir pro sexo. Lá a pessoa aluga o quarto e paga. A massagem é o valor estipulado e a gente cobra. Lá você cobra menos... cobra 200, 250 reais uma brincadeira, nada nada você dá uma chupada, dá uma metidinha ali de meia

hora. Cento e cinquenta. Com o aluguel do quarto e o programa o cliente deixa uns quatrocentos lá. Eu ganho uns 60 por cento disso. (Hermes)

Contudo, a fala de ambos os garotos, os quais apresentam-se como massagistas, carrega uma diferenciação no papel da massagem em seus trabalhos. Enquanto Hermes apresenta que somente utiliza a casa de massagem como local de atendimento, ressaltando que os clientes que lá o procuram desejam somente sexo, Dionísio relata a realização de um curso técnico de massoterapia como forma de investimento e valorização do preço cobrado.

Eu fiz como um investimento em mim. No meu futuro. Se eu sair amanhã desse mundo posso procurar algum lugar pra fazer massoterapia direito. Sem isso de sexo. (Dionísio)

Nota-se semelhanças entre a apresentação dos títulos “massagista” e “universitário”, o último discutido anteriormente. Em ambos ocorre a associação com a ideia de uma especialização, portanto, de conhecimentos técnicos e culturais diferenciando-os de outros *boys*, fato refletido no valor cobrado. Massagistas, portanto, estão hierarquicamente acima de garotos de programa de rua e de saunas.

A dinâmica nesses locais, relatada pelos entrevistados, apresenta a prostituição como trabalho²⁸. Apesar de não serem contratados pelos estabelecimentos, é necessário cumprir horário e obedecer regras preestabelecidas pelos proprietários como não beber, não fazer barulhos altos demais durante o ato sexual – que poderia incomodar outras pessoas em salas próximas, pagar a taxa diária de trabalho (que varia de 40 a 50% do ganho diário) e cobrar o valor mínimo, normalmente é cerca de 150,00 reais e seria referente à massagem. Individualmente, dependendo da negociação estabelecida e do acerto em relação às práticas que serão realizadas durante o ato sexual, esse valor pode subir. Dados muito semelhantes são apontados por Viana (2010), Santos (2013) e Barreto (2013/2017).

Para além desses, como relatam os entrevistados, *boys* que possuem locais próprios para atendimento, os chamados *flats* ou *lofts*, estão em posições superiores daqueles que atendem somente em saunas ou casas de massagem. Constitui-se, assim, o topo da pirâmide da prostituição, com os chamados garotos de programa de luxo ou acompanhantes.

²⁸ Assim como nos *sites* de prostituição, as casas de massagem possuem páginas na *internet* com os perfis de todos os garotos que lá atendem. Esses perfis são basicamente iguais aos perfis já analisados e apresentam descrições, fotos e, por vezes, vídeos dos garotos, sempre com as descrições de valores e técnicas de massagem realizadas.

A estrutura hierárquica atravessa, nesse ponto, os investimentos realizados no trabalho, pois indica que um garoto que tenha local próprio de atendimento emprega maior capital em suas ações, dedicando-se exclusivamente ao mercado do sexo e ao seu crescimento. Considera-se que esse tipo de investimento, acrescido de outros fatores fundamentais no mercado do luxo como um corpo muscular, boa apresentação, conhecimento de idiomas e nível cultural diferenciado, tipifica a posição hierárquica do acompanhante entre seus pares e para os clientes.

Eu sou fisioterapeuta, educador físico, empresário e faço programa entendeu? Eu não sou um menino de jeans e camiseta branca com a pastinha debaixo do braço disputando trabalho. Eu ‘tô lá com a minha foto na página e se alguém se interessou, ela me liga e ela combina, meu valor é tal entendeu. Eu tenho meu local, tenho minha estrutura, não ‘tô na rua. Então assim ‘Ah o fulano faz por tanto’, então liga pra ele. Não adianta você chegar na Louis Vuitton querendo a blusinha da Hering que você não vai ter. E assim vice e versa, não adianta você chegar querendo comprar alguma coisa com quatrocentos reais dentro da loja da Chanel que você não vai encontrar. Eu cobro pelo investimento que faço e pelo que tenho. (Zeus)

Os *flats*, por sua vez, são inteiramente pensados no sigilo e na obtenção de clientes. Prédios residenciais, com segurança e vagas para carros são valorizados entre os que desejam maior sigilo. Da mesma forma, o interior desses é planejado de maneira a inserir os compradores dos serviços em um ambiente claro, limpo, confortável e que se assemelhe a um quarto de hotel, vendendo a melhor imagem de seu dono.

Segundo Faveri (2011), a oferta de serviços sexuais nesses ambientes reconfigurou a prática da prostituição. Enquanto que o *boy* de rua atenderia no período noturno e a um público mediano, os acompanhantes atendem empresários e pessoas sigilosas que buscam qualidade e diferenciação a qualquer horário. Uma questão apresentada pela autora, é que essa prática passou a ser realizada também de dia, em grandes centros comerciais e bairros de luxo, mas fora da visão dos olhares mais moralistas.

Nas entrevistas realizadas, notou-se que todos os garotos que possuem *flats* para atendimento, seis dos oito participantes, ficam localizados em locais próximos à Avenida Paulista, nos bairros da Bela Vista, Jardim Paulista ou Jardins, reconhecidos por serem centros comerciais e empresariais, ambientes de comércio de luxo e de alto custo de vida.

Retoma-se aqui o conceito de região moral exposto anteriormente. Como apresentado por Perlongher (1987), no final dos anos 1970 houve uma extensão do circuito *gay*, antes focado na região central da cidade, principalmente nas ruas São João, Ipiranga e próximo à Praça da

República, para os Jardins e áreas do bairro de Pinheiros. Essa expansão se deu devido ao deslocamento das boates para a Rua Augusta. Contudo, ficou mais marcante com o discurso policial dos anos seguintes, com a diferenciação entre homossexuais normais e marginais, que, em uma cisão de classes, delimitou territórios.

Neste sentido, ocorreu uma recharacterização do que seria a região central da cidade, incorporando novas áreas geograficamente não tão próximas. Como explica o autor “o que caracteriza o centro não é tanto um ou outro tipo determinado de espetáculo, de museu e de paisagem, mas a possibilidade do imprevisto, a opção consumista e a variedade da vida social.” (PERLONGHER, 1987, p. 70).

Essa diferenciação no local de atendimento resulta majoritariamente no filtro sobre o público que será atendido, em grande maioria empresários, turistas e pessoas de classe alta. Entre esses garotos, a superioridade é dada pela possibilidade de poder arcar, com o dinheiro dos programas, aluguéis em uma das regiões mais caras de São Paulo. Como expressa Zeus, “me firmei no mercado quando consegui aqui”, referindo-se ao seu *flat*.

7.4.4. Os clientes

A prostituição é exercida dentro de uma dinâmica característica: de um lado, indivíduos que vendem o produto corpo como uma forma de obtenção de dinheiro e, do outro, pessoas que compram esse produto com o objetivo de alcançar prazer momentâneo.

Como explicam Araújo, Bandeira e Silva (2015), esse mercado é cercado por leis próprias construídas por quem vive e por quem compra esse serviço. Dessa forma, apesar desta pesquisa ter como objetivo compreender as dinâmicas dos garotos de programa de luxo, seus clientes surgem como figuras importantes na análise por fazerem parte da situação profissional e serem aqueles que compram os serviços, sustentando as práticas corporais e as normas de gênero por meio de seus desejos.

Como referenciado pelos participantes da pesquisa, apesar de o público ser variado, grande parte dos clientes que procuram este serviço de luxo são homens, acima dos quarenta anos, tanto solteiros como casados.

São mais velhos e casados. Bem estruturados. Uns quarenta anos sabe. Tanto mulheres bem resolvidas, como homens que sabem que eu não vou ligar no dia seguinte... Quando ele precisa ele me liga e elas também, quando precisam, me ligam. Perguntam se eu posso. Não é qualquer um que liga. Tem que ter grana pra pagar e não é todo mundo que tem esse dinheiro. (Zeus)

Um ponto destacado pelos garotos, e reparado tanto na fala de Zeus como de Eros, é que os clientes são de classes sociais mais altas, sendo compostos predominantemente de empresários e pessoas bem estabelecidas profissionalmente. O valor do programa funciona, nesse aspecto, como um filtro seletivo daqueles que podem ter acesso à mercadoria vendida.

Pelo *site* mais senhores, raramente tem mas tem gente nova. Até que pelo *site* é bem mais caro. São homens casados. La na sauna já tive cliente de vinte e três anos. Mas no *site* só de quarenta, de sessenta... Mais os de quarenta pra cima, de trinta e poucos que procuram. Cara novo não tem 200, 300, 400 reais pra pagar assim. (Eros)

Concordante à pesquisa de Santos (2013), a fala de Dionísio indica que uma parte significativa da clientela é formada por homens casados, que possuem desejos homoafetivos, mas que zelam pela descrição.

Eu até já sai mais de uma vez com o mesmo cliente. Várias vezes... Ele era casado, tinha família e tudo. Mas era só pelo dinheiro. Ele me dava muitos presentes, me tratava bem. Ele era muito legal, mas eu precisei chamar a atenção dele. Eu dou um toque... ‘calma é pelo dinheiro que eu ‘tô fazendo isso. Não é pra se envolver.’ Essa coisa faz parte porque eles vêm carente, as vezes. Eles não ficam bem na vida que estão. Tem que colocar eles no lugar deles, mas não pode perder o cliente. (Dionísio)

Perlongher (1987) apresenta que homens que costumam recorrer aos amantes profissionais fazem questão, em sua grande maioria, de manter discrição sobre o assunto. Esse pudor está relacionado à sombra que ainda pesa sobre as práticas homossexuais. Relacionada com essa repressão social, surge a figura do ‘cliente enrustido’, ou seja, aquele que não é manifestadamente homossexual na sua vida social ou familiar, tendo, em muitos casos, mulher e filhos, mas procura o garoto de programa para satisfazer desejos sexuais. Nas palavras de Santos e Pereira (2016), tanto saunas, quanto *sites* de pornografia e de busca de parceiros sexuais funcionam como os armários ampliados da modernidade.

Para analisar esse fato, retoma-se o conceito de masculinidade hegemônica apresentado por Connell (1995), no qual é possível considerar que muitos homens tendem a reprimir seus desejos homoafetivos com o objetivo de não abrir mão de uma posição hierárquica superior garantida pela heterossexualidade e adequação às normas dominantes.

Eu sou mais procurado por homens acima de quarenta anos. Os com menos de quarenta anos vêm realmente só pra saber se eu sei fazer sexo. Os acima de quarenta vem pra ser dominado, tem uns que entram na sala e não querem nada, querem deitar no meu peito e fica falando da mulher, falando da família. (Dionísio)

Tem muito cara casado. Muita gente que tem dinheiro. Pelo menos o pessoal que me procura ou é empresário ou vem pra São Paulo a viagem. 80% é casado e 10% é solteiro. Tipo, acho que se eu fosse colocar uma estatística seria isso. Devem ter de 27 a 38 anos... uns 40 no máximo. A maioria dos casados tem desejo reprimido por homens e eles sempre me procuravam por isso. (Adônis)

É tudo misturado, a maioria é casado. Tem um monte que é casado com mulher que nunca fez, tem curiosidade. Nem são todos que eu como porque é igual eu te falei, chega na hora e eles não querem. Tem medo. Tem uns que fica só pegando assim, pega olha e tal. Nem chupar chupa. Os mais novos são na faixa de uns 30 e poucos. Solteiros. (Hermes)

De forma geral, as falas coletadas vão ao encontro das proposições destacadas por Pizani (1994), as quais colocam a relação estabelecida entre profissionais do sexo e seus clientes como marcada por uma dinâmica sexual que eles não estabelecem com suas esposas(os) e companheiras(os), sendo possível, inclusive, por meio da prostituição, manter relações com uma outra pessoa que os satisfaça mais emocionalmente e sexualmente. Conforme apontado por Burbulhan, Guimarães e Bruns (2012), e indicado pelos garotos aqui entrevistados, as motivações dos clientes não são exclusivamente sexuais. Em entrevista com garotas de programa, as autoras apontam que os clientes não as procuram exclusivamente para práticas sexuais, muitas vezes desejam apenas conversar e desabafar as preocupações e problemas relacionados à família, ao trabalho e à própria masculinidade.

Como regra básica da prostituição, os entrevistados declararam não manter nenhum relacionamento afetivo ou amoroso com os clientes; argumento que em alguns momentos se contradiz e não se sustenta, já que três deles (Zeus, Cronos e Adônis) já tentaram ou estão se relacionando com clientes. Contudo, afirmam que estas relações são fadadas ao fracasso ou, na fala de Cronos: “o que começa errado termina mal.”.

No momento da entrevista, dois entrevistados estavam em relacionamentos com clientes. Zeus, que já fora casado com uma cliente, estava envolvido com outra; porém, segundo ele, este era um relacionamento baseado em trocas financeiras, na qual ela paga, além do programa, contas pessoais dele e teria preferência diante dos outros clientes e, Adônis, que relatou que não acreditava que a relação iria pra frente, pelo motivo de acreditar que o cliente o via como um objeto.

Comecei, mas fiquei com medo, porque não demonstrava segurança, eu ‘tava disposto a conhecer. Eu ‘tava disposto, mas ele não se mostrava sério e não parecia querer ficar só comigo. Ele queria principalmente sexo, sempre que saíamos era pra fantasia dele. (Adônis)

A questão da objetificação é amplamente relatada pelos *boys* e apresentada como o principal motivo para a dificuldade nestes relacionamentos.

Não deixa de ser um produto pra algumas pessoas. No começo eu achava um pouco mais, hoje não mais. Hoje eu já ajo naturalmente. Tem gente que age ainda... Chega e só quer o sexo e tal, fica uma hora, duas horas e só deixa o dinheiro lá, joga e fala ‘ah vou sair aqui ‘tá, falou’. Aí nesse dia você sente mais um produto, é normal. É uma fantasia achar que dá pra ter algo a mais com alguém que te vê assim. (Apolo)

Eu sempre saia com os caras que queriam almoçar com um cara novo, bonito e grande do lado. Eu sempre sentia que as pessoas olhavam. É que esses lugares que eu ia eram caros, então, as pessoas são mais discretas, mas eu sentia que quando eu chegava com um cara de cinquenta anos, elas olhavam pra mim e falavam ‘ou eles são amigos ou esse menino é...’ todas as vezes que eu saia eu me sentia mal por causa disso. É do tipo, ‘eu tenho um menino novo do meu lado, eu posso’ sabe? Sempre na maioria das vezes no jantar era isso, o modo como eles me olhavam do tipo ‘eu ‘tô te comprando, ‘tô te levando pra jantar num lugar e as pessoas tão te olhando porque sabem que eu tenho dinheiro’, é isso. Eles não te veem como gente. (Adônis)

Segundo Pasini (1999), a delimitação dos relacionamentos com os clientes pode ser percebida como fruto de um corpo mercadoria, objetificado, diferentemente do corpo afeto, característico das relações pessoais. Com isso, acontece na prática a impessoalidade da relação garoto de programa/cliente, relatada por Perlongher (1987) e Miskolci e Pelucio (2008). Os autores afirmam que a relação entre os profissionais do sexo e seus clientes é marcada pelo faz de conta e pela venda da ilusão. Nesse contexto, o dinheiro constrói uma relação que envolve um corpo objeto, despersonalizado, e que serve para o prazer de outro que o desconsidera em sua totalidade, perdendo a individualização (LE BRETON, 2013). Isso posto, como apresentam Burbulhan, Guimarães e Bruns (2012), apesar de ser um consenso entre os profissionais não poder existir um envolvimento além do sexo com os clientes, isso pode acontecer involuntariamente, dependendo da afinidade existente na díade.

Silva (2010) e Barreto (2017) relatam que alguns *boys* revelam sentir atração por determinados clientes, que lhes despertam interesse afetivo ou sexual, sendo o último mais frequente. Eles são classificados como ‘clientes presença’, ou seja, homens que apresentam aparência e estrutura física correspondentes à harmonia estética e comportamental mais próxima do padrão de beleza atual e hegemônico. Alguns ainda revelam que, quando realizam

programas com ‘clientes presença’, podem chegar ao orgasmo sem que esse, necessariamente, efetue algum pagamento adicional. Como verificado por Souza Neto (2009), a admiração pelos corpos de clientes esbeltos se traduz em desejos e possibilidades de prazer, muitas vezes desvinculando o programa do aspecto monetário.

Com exceções pontuais, os garotos entrevistados relataram desconsiderar a afetividade ou qualquer desejo para a seleção dos clientes. Segundo eles, esses fatores devem ser negados, interessando-lhes apenas o dinheiro como motivação. Destacam que o dinheiro dos clientes é o mesmo independente de quem paga, reforçando sempre o aspecto comercial da prostituição.

Esta profissionalização da prática da prostituição corrobora os estudos de Russo (2007), que argumenta que, diante do dinheiro, a dimensão pessoal é embotada e a relação é cada vez mais impessoal, eliminando a ideia de pagamento baseado nos atributos pessoais de cada um. Dessa forma, aponta que, nesse tipo de relação, o desejo, o prazer e a sedução estão relacionados à negociação econômica, e não a atributos físicos específicos. A maioria das falas demarca claramente a atuação profissional na prostituição, visando primeira e primordialmente ao dinheiro.

Contudo, ainda que negado, o fator desejo mostra-se fundamental para que o programa seja realizado. Surge então a pergunta: O *boy* também sente prazer durante a realização do programa? Apesar dos garotos relatarem não se sentirem atraídos pela maioria dos clientes, fato que se intensifica entre os que se apresentam como heterossexuais, a resposta para essa pergunta é dada por Morfeu: “não tem como fingir, você tem que sentir algo pra poder ficar de pau duro. O cara vê se não tá duro.”

Então eu não gostava, eu ficava com a cabeça pesada. Porque era velho de oitenta, velho. Eu já atendi velho cadeirante. Pagou eu fui lá. Eu cobreí muito mais caro pra ele. Cadeirante, eu desacreditei. Quase ri, não consegui ficar excitado, mas me concentrei. Eu vim aqui eu vou fazer esse caralho. Peguei e tomei Viagra. Como eu vou ficar excitado desse jeito? (Dionísio)

Uma das razões que eu não abro a mão em cliente é que a pessoa tem que ter um perfil de homem. Eu não consigo sair com cara muito afeminado, não é preconceito é realmente falta de apetite sexual. Se eu for atender eu cobro mais caro. Eu me privo nesse sentido, nem pego o cliente se der, mas as vezes não dá. Se eu ver que a pessoa é muito afeminada eu não consigo e basicamente é isso. Não faço o programa. (Cronos)

Já recusei, um cliente tipo com muita idade, tinha... Mas a questão não era nem idade a questão era que eu via meu vô ali. Mas já atendi muita gente que eu jamais pegaria se eu não estivesse sendo pago. (Apolo)

Para além do uso de remédios, questão que será analisada no próximo eixo, os dois principais recursos utilizados para a excitação sexual são os filmes pornográficos e os exercícios mentais (GANGNON, 2006), ambos amplamente destacados pelos garotos entrevistados.

Como apontam Barreto (2017) e Santos (2013), a prática de assistir aos filmes pornográficos é amplamente usada em saunas, sendo que em todas existe uma sala de vídeo para onde os garotos vão, entre os programas, para se masturbar e manter um estado de ereção constante. No entanto, como apontam os entrevistados, essa prática, por vezes, é impossibilitada no programa de luxo, ou aquele realizado em motéis ou na casa do cliente, pois ele poderia sentir-se enganado ou perceber que o *boy* não está com desejo, já que ficaria olhando para o filme durante o ato sexual.

Destaca-se, então, a prática dos recursos mentais, que com base no conceito de Gagnon (2006), é baseada no uso e na importância da imaginação para a realização da vida sexual.

Pois é o tesão tá sempre ali. Você viaja na sua imaginação. O sexo tá na cabeça. Você que faz o tesão, você fica ali pensando uma outra coisa... Não necessariamente naquele ato. O tesão tá todo na cabeça, é você que faz. Não precisa ser aquilo que tá ali. Não é aquela pessoa que tá ali pra te deixar de pau duro, é você que tá ali pra dar prazer pra ela. (Eros)

Em seu modelo teórico, o autor descreve que a roteirização da vida sexual se dá a partir de três níveis: o intrapsíquico, o interpessoal e o panorama cultural. Apesar do diálogo constante e ininterrupto entre os níveis, se destaca nesta análise o intrapsíquico, o qual o autor qualifica como uma espécie de ensaio mental que pode anteceder, suceder ou sustentar uma determinada cena sexual. Não obstante, por mais que seja o ensaio da possibilidade de criação de novidades, funda-se nas representações da vida sexual que resulta dos cenários culturais e das demandas de interação pelas quais o sujeito passou e/ou tem preferência.

Eu gosto de mulher, não de cu. (...) Eu sempre imagino que tem uma mulher que eu goste. É tipo, você olha pra ele sem ver ele ali. Você só faz. As vezes coloca ele de quatro pra poder imaginar melhor. (Hermes)

Eu prefiro mulheres e homens jovens. É mais natural dependendo da pessoa, dependendo do cliente. Pra mim é mais fácil, mais tranquilo. Mas se não for eu imagino. Imagina alguém que você tá afim sabe? Alguém que você tem tesão ou um cliente que você gostou. (Apolo)

Como é observado, sem o exercício mental, a operacionalização do programa parece não se viabilizar, ou pelo menos, ser mais difícil. Nota-se que, na dinâmica da prostituição, o exercício mental não tem por finalidade inserir o cliente na dinâmica, mas sim, tirá-lo e inserir

um outro externo personificado na figura de uma mulher ou de homens mais atraentes.

Em suma, com base em todo o apresentado nesta parte, essas reflexões e testemunhos permitem concluir que a prostituição, enquanto simulacro, abrange muito mais aspectos do que apenas o dinheiro, pois é constituída da relação de corpos, afetos e sexualidades próprias – tanto dos profissionais do sexo quanto de seus clientes. Segundo Burbulhan, Guimarães e Bruns (2012), pode-se pensar que as relações analisadas são apenas inicialmente comerciais, pois o dinheiro é inerente à prática; no entanto, nem tudo pode ser pago, pois os afetos e desejos reais não estão à venda.

7.5. Eixo II: Corpos nus

7.5.1. Corpos e masculinidades

O que chama atenção em mim é o meu olhar e as minhas expressões corporais, o meu biótipo de homem, de macho viril, é assim que as pessoas me enxergam e é assim que eu sou. É isso que os caras querem. Eu sou homem e eles veem isso no meu corpo. Tenho corpo de homem, sabe? (Dionísio)

Ao iniciar esta parte da análise com a fala de um dos participantes, tem-se o objetivo de mostrar que, no mundo da prostituição masculina, corpos e masculinidades são conceitos que se entrelaçam fortemente, sendo impossível dissociar um de outro ou analisá-los separadamente. Segundo Santos (2007), o corpo surge como ‘soberano’ na relação entre michês e clientes. É ele que, sem nome, desfila, se vende, engendra desejos e realiza fantasias.

Ampara-se em Le Breton (2013), o qual argumenta que no fundamento de qualquer prática social, como mediador privilegiado e pivô da presença humana, o corpo estará no cruzamento de todas as instâncias culturais e será ponto de domínio do campo simbólico. Assim, propõe que o corpo é comumente usado e modificado para ser uma espécie de cartão de visitas, uma vitrine da identidade e dos gostos que se deseja compartilhar e, caso necessário, se enquadrar. Seguindo esse pensamento, como exposto anteriormente, o corpo torna-se alter ego e representante do sujeito.

Maffesoli (1996) usa a expressão *homo estheticus* para referir-se à busca performativa e hedonista dos indivíduos contemporâneos que entendem e exercitam o corpo e o consumo como expressão de sua identidade. Como o autor infere, a constante construção do corpo “não é, de modo algum, somente um fato individual ou narcísico, mas, muito pelo contrário, um fenômeno global, ou mais exatamente, a cristalização no nível da pessoa (persona) de um ambiente de todo coletivo” (MAFFESOLI, 1996, p. 53). Isso posto, o corpo se transforma em um importante difusor de mensagens, reinterpretando e comunicando valores culturais, históricos e de poder. No caso dos entrevistados, o corpo vendido realiza a comunicação do gênero, da masculinidade e de seus traços hegemônicos.

Tem os ursos, tem os barbudos, tem as barbies, tem não sei o que; cada um tem um tipo. Tem gosto pra tudo. Mas eu acho que os considerados assim.... os barbados vendem mais, assim sabe? Os gays bombados assim... Os mais homem mesmo. O que é considerado o mais macho, o mais masculino é aquele

que faz sucesso nesse ramo específico. Todo mundo segue o padrão nesses sites. (Zeus)

Como dito por Zeus, não se excluem outros corpos do mundo da prostituição, mas aquele que teria maior impacto comercial estaria bem enquadrado no plano do ‘macho heterossexual’ e em outros requisitos que serão analisados. Pode-se afirmar que, no plano da prostituição de luxo, os corpos são uniformizados a passar uma só mensagem, pela qual o sucesso se dá pela produção de uma individualidade específica que se converte no número de acessos ao perfil e no consequente retorno financeiro. Conforme Araújo, Bandeira e Silva (2015) os padrões impostos custam caro e são cobrados dentro deste capital.

O tipo de corpo e o comportamento do cara influenciam no preço que ele cobra, até porque o cara tem que investir no corpo pra tá com aquele corpo. Então vai cobrar mais caro e também porque quem tá pagando por alguém perfeito vai pagar o valor por alguém perfeito... (Cronos)

Não é qualquer corpo que ‘cê vê aí. Eu posso cobrar o quanto eu quiser que os caras pagam. O meu corpo é um corpo treinado. É tudo qualidade, então é coisa assim que não é todo lugar que você vê. E aí é praticamente um conjunto... o corpo, meu tratamento com o cliente, meu comportamento de homem, a pica. É um conjunto mano, entendeu? E eu praticamente, graças a Deus, eu trabalho bem porque eu sou um conjunto, eu cuido do meu corpo e tenho jeito de homem. (Hermes)

De forma geral, consagra-se nos discursos coletados uma hegemonia corporal na qual determinados padrões são mais valorizados, enquanto outros são desvalorizados. As identidades tangenciam o discurso do macho ativo e, então, serão engendradas a partir de uma encenação discursiva do corpo (BUTTURI JUNIOR, 2014). Como explicam Santos e Pereira (2016), as *performances* dos michês constroem a masculinidade e, mesmo quando não há uma masculinidade marcadamente hegemônica, também não há uma identidade *gay*; pelo contrário, foge-se dela.

Em referência ao conceito de relações sociais hierárquicas apontadas por Connell (1995), os mais valorizados passam a exercer poder sobre outros, tornando-se a referência estética a ser seguida. Na medida em que os indivíduos aderem a esse culto, passam a estabelecer uma relação com seus corpos com a preocupação de modelá-los para aproximá-los ao máximo de um padrão de beleza estabelecido. Retoma-se o conceito de força simbólica (BOURDIEU, 1999), pelo qual o poder se exerce diretamente sobre os corpos, consolidando-se sem qualquer coerção física violenta.

Com certeza, assim se você pega uma foto de um menino normal e coloca um peito e abdômen trincado ele vai vender muito mais do que um garoto que... que não malha, um garoto reto assim sabe? Quem não tem o peitoral grande, quem não tem o abdômen sarado, quem não tem braço não vende. (Zeus)

Em completude, Connell (2003) entende que a masculinidade se constitui a partir do corpo. Assim como apresenta Zeus ao falar sobre a superioridade de um garoto de programa com abdômen sarado, a autora explica que o processo corporal, ao pertencer aos processos sociais, faz parte da história individual e coletiva e é um possível objeto de política. Com isso, analisa-se que as práticas corporais que constituem estes corpos não são somente individuais ou internas. Elas envolvem relações sociais (competitividade, trabalho em equipe, hierarquia) e simbolismos (força, potência, escultura corporal) que são colocados à venda e valorizados pelos clientes.

Aquela estrutura grande, de muita massa muscular já dá uma postura mais masculina. Não precisa de muito. Os clientes valorizam isso. De olhar eles tem que saber que o cara é homem. (Eros)

Eu sou um *gay* mesmo, não sou um *gay* afeminado como se dizem, não que isso seja nenhum problema sabe? Eu sempre fui muito discreto, acho que ninguém precisa saber sabe. Me comporto como homem; um hetero normal, e eles acham isso super instigante, gostam pra caramba sabe? Pelo modo de ter voz grossa, ser malhado, jeito de homem, eles falam ‘nossa ‘tô quase saindo com um hetero’ e gostam e pagam. A maioria falava ‘nossa eu sai com uns caras que meu Deus, você olhava e falava um deus grego malhado e quando abria a boca era uma menina’. É broxar total um cara ser cheio de mimimi, passar maquiagem e tal. Então eles valorizavam bastante isso. (Dionísio)

Contudo, como pode ser observado nos depoimentos dos profissionais aqui entrevistados, são múltiplas as inscrições de masculinidade nos corpos. O pênis assume um local privilegiado nestas inscrições, entretanto, ele não está só; o corpo forte, muscular, com traços característicos da biologia masculina (como pelos e barba) e com uma demonstração de afetividade heteronormativa (dentro de todas as características sexuais, afetivas e emotivas que o termo agrega), surge como um signo distintivo (BORDIEU, 1999), que consagra e torna visível as diferenças entre as masculinidades.

Como explicitado na fala de Hermes, os corpos são civilizados para serem transformados em objetos, são treinados em academias e vendidos em fileiras de fotos. Retoma-se o conceito de *habitus* (BORDIEU, 2001), como matriz responsável pela criação em nível amplo de comportamentos, visões de mundo, práticas ou posturas, que são internalizadas ao

longo de um processo de formação dos indivíduos na sociedade. O *habitus* distingue pessoas, demonstrando hierarquias e instaurando a dicotomia da inclusão e exclusão (MISKOLCI, 2014)

Muitas vezes, como aponta Cecchetto (2008), não importa ter um rosto bonito, mas sim músculos hipertrofiados e inchados, pelos nos lugares adequados e marcas corporais que transmitam a mensagem da virilidade, funcionando como uma etiqueta a ser ostentada e consumida.

Porque eu sou ser humano, mas queira ou não queira, eu sou o produto, então eu cuido do meu corpo, então o corpo tem que tá sempre ali em dia, pau, peito, braço, barriga, tudo. E fetiche dos *gay* assim... A maioria... Eles querem macho assim. (Hermes)

Na construção desse corpo hipermasculinizado, alguns atributos ganham destaque. Pelos, barba e membros superiores definidos são as partes mais citadas pelos entrevistados na busca da hegemonia, sendo que os membros superiores definidos fazem uma clara diferenciação entre os homens comuns e os garotos de programa.

Eles procuram um cara com um corpo bonito e que transe bem, até mais que isso... Querem músculo, muito músculo. Essa garotada de hoje, realmente, eles têm essa concepção de gostar de cara musculoso, essa coisa *fitness* sabe?! Eles querem a barriga trincada sempre. Essa é a prova máxima que você malha e é homem. (Cronos)

Como apresenta Malysse (2002), os membros superiores representam os atributos da virilidade masculina para além do pênis. Significando a força e a potência viril, braços, tórax e peitos torneados têm papel privilegiado nas práticas homoeróticas. O biótipo mesomorfo (em forma de V) é identificado por Swami e Tovée (2008) como a forma corporal tida como mais atrativa sexualmente entre homens gays. Na pesquisa realizada, a forma superior do corpo foi o principal componente das classificações de atratividade, sugerindo que essa é mais importante do que a massa corporal total.

Referido pensamento está presente no conceito de divisão sexual do trabalho apresentado por Sabino (2000). Segundo o autor, na prática de exercícios e de musculação, o público masculino tende a focar-se em atividades e máquinas de fortalecimento de peito, braços e costas, enquanto mantém-se afastados de atividades aeróbicas e de tonificação dos glúteos e pernas, vistos como destinados às mulheres. Ao aumentar o volume muscular dos membros superiores, os homens não estariam exercitando-se para si mesmos, mas sim para adquirirem o prestígio de outros homens e uma hegemonia social e sexual.

Para além dos membros superiores, os pelos corporais completam essa tríade do biótipo masculino. Assim como no rosto a barba é a expressão da masculinidade, os pelos no corpo são depilados para que seus músculos apareçam com mais clareza e definição.

Eles gostam muito dos caras com barba. Barba realmente é um diferencial pra quem procura um garoto de programa, porque aumenta sua imagem de masculinidade e pra eles quanto mais másculo melhor. É o que eles querem. (Cronos)

Tem cliente que pede. Eu ‘tô usando bigode agora porque um cliente pediu. Já tive barba, eles gostam. Sempre com barba e com cara de homem. Se eu tirar eles falam ‘Por que você tirou a barba?’ É o charme do macho raspar a barba no pescoço e fazer o cara arrepiar. (Dionísio)

Como indica Sabino (2015), a musculosidade é uma característica que, por si, é ostentatória e, portanto, pública. Toda sua construção física é uma construção para o espetáculo da forma, da estética construída pelo peso das anilhas, de maneira que músculos e pelos são itens antagônicos neste sistema classificatório. Como explica o autor, para muitos homens que desejam ostentar sua forma física, o depilar-se é um ato de despoluição corporal.

Contudo, nem todo pelo corporal pode ser retirado. Com o objetivo de não se aproximar de um corpo feminizado, sem pelos, Hermes explica que estes devem ser aparados somente nos locais que se deseja mostrar a definição física; mas não de partes corporais como pernas, antebraços, rosto e púbis, onde os pelos, como caractere sexual secundário, demonstrariam a virilidade e o desenvolvimento másculo.

O *gay* gosta de que? O cara másculo nada de raspadinho, depilado. O máximo que eu depilo é isso aqui (mostra o peito) só pra mostra o peito e abdômen. O resto tenho pelo na perna, pelo no saco. *Gay* adora pau com pelo. Tem *gay* que fala ‘ah você tem pelo no saco tal’ se não tiver, pra eles é mulher. Pra sair com um cara raspadinho eu saio com uma mulher toda raspada entendeu? (Hermes)

Como explicam Foliault e Drummond (2008), em pesquisa realizada entre homens heterossexuais e homossexuais, os participantes sugerem uma diferença na percepção de um corpo natural masculino para aquele tido como artificial. No caso, entre os entrevistados, os pelos corporais se apresentam como uma das características definidoras do corpo natural, sendo associados à masculinidade e à heterossexualidade. No oposto, como uma das características ligadas à artificialidade do corpo, estaria a depilação, tida como ‘não necessária’ e ‘não atraente’. Os autores declaram que, na percepção masculina, pelos faciais são indicadores de masculinidades remetendo à brutalidade e à força física. Nas palavras de um dos entrevistados

pelos autores: “pelos corporais fazem parte da sintaxe visual do corpo masculino (FILIAULT e DRUMMOND, 2008, p. 319).”

Nas falas dos participantes, tanto na presente pesquisa quanto nas outras trazidas para discussão, nota-se uma noção corporal e de gênero estruturada em pilares machistas, na qual o ideal estético de um corpo masculino é também violento e dominador, já que o corpo musculoso e com pelos é tido como sinal de poder másculo e da força bruta (COURTINE, 1995).

Por consequência, as marcas do discurso que enunciam corpos ideais, constroem diversas séries de exclusão, que passam por todas as modalidades de não sarados (LANZIERI e HILDEBRANDT, 2011, 2014; BUTTURI JUNIOR, 2014). Constrói-se uma aspiração que se coloca em posição de combate à masculinidades tidas como subalternas, representadas, nas falas, principalmente pelos corpos magros, flácidos ou obesos. No campo das ilusões bem fundamentadas (BORDIEU, 1989), ou seja, na concessão de realidade à ficção, faz-se uma distinção entre os corpos vendáveis e aqueles não aceitos pelo mercado.

Os clientes não querem um cara com uma barriga enorme ou cheio de pelanca. Eles não querem, porque eles tão pagando e tão pagando caro. Eles não querem pagar por um cara normal que podem pegar na rua. Querem corpo bom. Querem gominho na barriga. Querem uma máquina. (Cronos)

Essa noção fica explícita na fala de Zeus, o qual utiliza o termo higiene em relação ao processo de adequação, fazendo uma clara distinção entre corpos hegemônicos e subordinados.

Na verdade higiene é fundamental. Porém assim beleza física é... Eu me mato na academia todos os dias. Eles querem alguém bonito. Tipo assim eu já fiz algumas cirurgias plásticas. Já fiz lipo, já fiz plástica. Fiz por mim, mas tem efeito neles. Eles querem cara gostoso, todo limpo. (Zeus)

Nesta concepção, de forma geral, a gordura corporal representa para os entrevistados a sujeira, a falta de higiene ou, seguindo o pensamento de Elias (1990), alguém que falhou no controle de si, nos seus hábitos e estilos de vida. Como explica Mattos (2012), a sujeira é, essencialmente, desordem que ofende a ordem social vigente, transformando o esforço para eliminá-la em um estímulo para organizar o ambiente. A gordura não pode ser incluída no corpo do sujeito caso este queira se manter no padrão hegemônico.

Assim, estar em conformidade com os padrões da sociedade representa uma forma de proteção contra a estigmatização. Daí a utilização de técnicas como mecanismos disciplinares e de controle do corpo e das subjetividades, resultando na popularização das cirurgias plásticas

e dos tratamentos estéticos, que se apresentam como uma medida eficaz na retirada da gordura indesejada e na modificação dos traços, corporais e de personalidade, percebidos como imperfeições (MARZANO – PARISOLI, 2002).

Corpo faz a diferença. É moda. Tem gosto pra tudo, mas agora é a onda *fitness*. Pra ganhar dinheiro tem que ser *fitness* em todos os sentidos. Até na hora de jantar com o cliente você tem que mostrar que é *fitness*. Tem uns que são muito bombados, quanto mais bombado mais dinheiro. Esses cobram mais caro. Quanto mais perfeito for mais caro é a hora. Mas tem gosto pra tudo. Só não dá pra ser gordo. (Apolo)

Esse conceito de higienização do corpo também apareceu entre os *boys* entrevistados por Viana (2010) que colocam este termo em uma dinâmica mais ampla, envolvendo não só os cuidados corporais como a regulação da apresentação pessoal, indumentária e de comportamento, que se tornam fundamentais para as interações.

Em concordância, Santos (2013) apresenta que a real intenção desses profissionais do sexo é passar para seus potenciais clientes uma imagem pública de garotos *fitness*, limpos, educados, requintados e que possuem algum capital cultural, tudo isso demarcado e bem sinalizado em seus corpos.

Os dotados vendem né, mas os bombados vendem mais. A gente tá numa geração hoje em dia *fit*, onde tudo que é *fit* vende mais sabe? Uma foto minha no *Instagram* malhando, as vezes, tem mais curtida que uma foto minha de cueca sabe? A gente ‘tá bem numa geração assim onde tudo é *fit*, onde tudo é *light*, onde tudo é mais saudável. As pessoas tão mais preocupadas com isso ultimamente sabe? Isso se reflete com os clientes. Eles querem esse corpo. (Zeus)

No outro extremo da exclusão baseada na norma hegemônica estão localizados os passivos, sempre apresentados nos discursos e comparados a corpos magros, mais femininos e sem músculos, visivelmente destoantes do padrão musculoso ativo.

Tem clientes gringos que vão lá e não querem eu por eu ser muito *strong man*, *king man*. Querem um cara mais magro. Normalmente quem curte passivo quer cara mais magro. Tem clientes que ligam lá e falam isso, falam ‘Ah o Dionísio é muito musculoso, eu queria um cara passivo’. É assim que funciona. (Dionísio)

Então assim é... Eu sou grande, malhado, tatuado e uso barba. Não sou o tipo dos ativos. É muito difícil alguém me procurar pra ser passivo sabe? Tipo geralmente ninguém me come... (Zeus)

Quando converso com o cliente, ele já vê a masculinidade e a virilidade, então ele já pergunta se eu vou comer ele. Não tem essa de o cara me vê e fala ‘Ah

‘cê podia ser passivo’. Só o que eles falam é ‘você tem cara de macho, você age como macho, você pega que nem homem, você não tem frescura, não tem carinho’. Carinho que eu digo, é carinho afetivo namorado com a namorada, do marido com marido. (Dionísio)

Não retomando a discussão entre passividade e masculinidade já realizada, pode-se conceber que as normas hegemônicas, como práticas de gênero, fundamentam uma hierarquização entre os garotos do próprio mercado de luxo. Verifica-se a dinâmica passivo/ativo e musculoso/magro como reproduções da dinâmica patriarcal feminino/masculino, na qual retira-se do passivo a masculinidade.

Não se pode afirmar, contudo, que são essas regras que os garotos levam em suas vidas particulares, mas, em seus trabalhos, são essas que ditam suas *personas* e as formas de relacionamento com os clientes.

Com todo o apresentado e analisado, retoma-se à afirmação que na prostituição de luxo, diferentemente de outros tipos de prostituição, como a que ocorre em saunas ou nas ruas, há a construção de corpos específicos, que refletem padrões masculinos estéticos e comportamentais hegemônicos.

É fetiche mano. O cara quer um corpo que ele nunca vai conseguir conquistar. Quer um cara daquele ali, mas pra ter ele tem que pagar entendeu? Igual o meu corpo... Eu sou bem treinado e tudo, eu treino todo dia mano, eu luto e eu ainda faço academia, meu corpo é bem treinado. Eu sou grande. Os *gays* gostam disso. A questão do luxo é essa, você compra o que você não encontra em qualquer lugar. (Hermes)

O padrão pra garoto de programa de luxo é mais alto, mais forte, mais malhadinho entendeu? Eu vejo dessa forma... Assim, as pessoas procuram ostentar isso. Pra elas, digamos, ela sai com um cara bombado só que ela não quer falar que pagou entendeu? Então elas conseguem pessoas assim pagando. Talvez na cabeça delas as pessoas assim jamais... um cara bombado, bonitão de corpo tal jamais se sentiria atraído por ela. Então elas pagam por isso, pagam por um luxo. (Morfeu)

Esses achados são destoantes dos apresentados por Viana (2010), Santos (2013) e Barreto (2017) que, em suas etnografias realizadas em saunas *gays*, relatam a presença de outros corpos, marcados pela imagem dos homens comuns, até mesmo com uma certa barriga.

Para compreender essa diferença, recorre-se à Baudrillard (1995), que argumenta que, para pensar o consumo, não deve ser considerada apenas a reprodução de forças, mas também uma produção de sentidos, ou seja, é preciso considerar as ligações e as articulações subjetivas que acontecem nas diferentes práticas sociais dos sujeitos. Assim, como abordam Hermes e

Morfeu, o corpo do *boy* de luxo se aproxima mais ao do modelo (alto, musculoso e bem-vestido) do que ao do homem comum, de fácil acesso cotidiano. Ao contratar os serviços desses profissionais, o cliente pretende usufruir, mesmo que momentaneamente, daquilo que ele próprio é incapaz de ser ou de ter.

Considera-se, contudo, que sendo o público *gay* ou de homens que fazem sexo com outros homens, o de principal consumo da prostituição masculina de luxo, os corpos e as *performances* são produzidos e internalizados também pela demanda do mercado, correspondendo aos elementos valorizados nele. O hegemônico aparece, assim, como ideal também entre essa população que projeta, introjeta e reconfigura o discurso dominante, não só performatizando-o, mas também cobrando de outros padrões similares (LANZIERI e HILDEBRANDT, 2014).

Como Connell (1995) posiciona, quando homens *gays* conformam seus corpos, desejos e comportamentos ao padrão normativo de gênero, idealizam a mesma masculinidade que os condena e os constrói como inferiores. Nessa tentativa de mitigar os oprimidos, a população *gay* criou sua própria repressão, traduzida em uma constante vigilância dos seus corpos e comportamentos.

Como forma de avaliar essa aproximação da masculinidade hegemônica, Pollak (1983) aponta que o fato de a homossexualidade ter abandonado a sombra do domínio do não dito e da patologia, com o desenvolvimento de populações homossexuais sociais e politicamente legitimadas, marcou não só a alteração das relações de força entre as diferentes teorias da sexualidade, como também operou em favor de uma visão que naturalizou o fenômeno homossexual. Com isso, como aponta Perlongher (1987), parece ter ocorrido o progressivo deslocamento do protótipo caricatural da ‘bicha louca’ pelo paradigma de ‘identidade *gay*’, libertando “da imagem que faz o homossexual, na melhor das hipóteses, um homem efeminado, na pior, uma mulher falha” (p. 79). Assim, enquanto a emancipação heterossexual está, muitas vezes, ligada à indiferenciação dos papéis masculinos e femininos, a emancipação homossexual passa, atualmente, por uma fase de definição muito restrita da identidade sexual. Assim, muitos recorrem a uma hipervirilidade, com traços da masculinidade hegemônica como característica identitária.

Segundo Taywaditep (2001), na medida em que a comunidade *gay* se aproximou destes valores, os homens que não se enquadravam a estes requisitos passaram a ser marginalizados

dentro da própria comunidade. Segundo o autor, os padrões de preconceito e estigmatização – homofobia internalizada – contra homens efeminados, tendem a ser tão fortes neste núcleo quanto na população geral.

Feldman e Meyer (2007) e Robinson (2016) apontam que a afiliação e inclusão na comunidade *gay* funcionam como um fator para o aumento da ocorrência de transtornos alimentares, dismorfia corporal e de maior preocupação com a aparência muscular. Swami e Tovée (2008) argumentam que, em contraste aos ideais femininos de atração, musculatura e peso são mais constantes nos padrões de desejo de homens homossexuais. Segundo os diferentes estudos, os membros destas comunidades tendem a selecionar parceiros amorosos e sexuais primeiramente por aspectos estéticos e musculares, “incluindo a aparência física e muscular nos pilares da felicidade amorosa, onde a tentativa de se encaixar em um padrão é a base de diferentes patologias associadas ao corpo, à beleza e à alimentação.” (ROBINSON, 2016, p. 173).

Portanto, essa apropriação de estereótipos viris é interpretada como uma repetição de normas hierárquicas masculinas, que podem ser relacionadas à ideia da dominação masculina, tal qual formulada por Bordieu (2001). Nesse sentido, a dominação se daria pela legitimação de uma relação a partir da inscrição em uma natureza biológica que é em si mesma uma construção social naturalizada. Resultados semelhantes são indicados por Lanzieri e Hildebrandt (2011, 2014) que indicam que homens *gays* internalizam e procuram a obtenção de corpos hipervirilizados como um caminho, não só para a aceitação social, dentro e fora da comunidade *gay* como também para uma autoaceitação.

7.5.2. Negros, mulatos, morenos e bronzeados

Durante as entrevistas e na análise das fotos do *site*, um aspecto chamou a atenção desde o início da pesquisa: a quase completa ausência de garotos de programa negros. Entre vários brancos e loiros, apenas um negro estava mostrava presente no *site* na época da seleção dos participantes; por sua vez, nas descrições dos perfis, uma série de termos como “mulato”, “moreno de sol” e “moreno da cor do pecado” proliferavam indicando variações raciais entre o branco e o negro.

Como já discutido, os corpos são construídos nas relações, sinalizando tanto os objetos de desejo como aquilo que deve ser evitado. Por sua vez, fora constatado, pelas falas dos participantes, que as relações com os corpos negros sinalizam um movimento diferente apresentando, simultaneamente, a fetichização e a rejeição. Utilizando como exemplo a fala de Morfeu: “Quando você é moleque e tá na rua é bandido. Quando é adulto é uma benção sexual.”

Segundo Santos e Pereira (2016), e como será visto a seguir nas falas selecionadas, as representações das diferenças humanas, por meio das gradações da pele, são construídas por olhares classificatórios, hierarquizantes e atribuidores de valores aos diferentes corpos que carregam essas cores. Numa sociedade racializada e hierarquizada pela cor, quanto mais branca for a cor da pele, mais ela está encontra em posição superior numa pirâmide hierárquica, gerando uma pigmentocracia, que demarca as relações. Como forma de lidar com o estigma e as avaliações decorrentes dessas classificações, se produz um espectro de cores que tem como efeito recusar a posição de negro e os significados a ele associados (OLIVEIRA, 2017).

Sim, não pode ser muito negão, pretão. Eu sou café com leite, meu pai é branco e minha mãe é morena então isso é uma cor que meio que provoca eles. Os gringos amam. Os brasileiros também. Agora quando o cara é muito negão, tem uma discriminação. Já trabalhou um terapeuta negão com a gente e ele não era muito aceito, mas tinha um monstro no meio das pernas, mas ele não era muito aceito. (Dionísio)

De forma geral, em concordância com a fala de Dionísio, a literatura (CECCHETTO, 2008; VIANA, 2010; DIAZ BENITEZ, 2010; SANTOS e PEREIRA, 2016; OLIVEIRA, 2017) apresenta que não ser negro é um critério para garantia de parceiros e clientes no mercado sexual, daí as inúmeras denominações para os tons de pele que buscam fugir à afirmação de ser negro, como “moreno”, “mulato”, “café com leite” e “bronzado”.

Refletindo um padrão de preconceito, ser negro é também um fator de inferiorização no meio *gay* (PERLONGHER, 1987). Malyse (2000) registra a vigência de um padrão de beleza europeu e branco entre os homossexuais e a população geral, de forma que a sociedade é estratificada por meio de linhas de classe e financeiras, estando o corte racial misturado com o corte de classe.

Já apareceu cara negão querendo trabalhar lá na massagem. Mas quando é muito negro, tipo quase azul, sabe? A dona de lá não pega pra trabalhar não. Ela tem medo dos clientes não quererem. Tem muita gente que não quer transar com negão. Mulato ela pega de monte, mas negão não. (...) Eu sei que é preconceituoso, mas é o que os clientes pagam. (Dionísio)

Como aponta Perlongher (1987), o fato de os negros ocuparem posições socioeconômicas mais baixas – o que explicaria a predominância de negros na baixa prostituição (de rua) – indica que a questão não é somente limitada ao campo sexual; ao recusar manter relações com um garoto de programa negro, de luxo ou não, o cliente demonstraria a recusa de se relacionar com alguém de uma suposta classe social, cultural e educacional inferior a dele.

Eu acredito que existe um preconceito mesmo, sabe? Tipo assim veado e negro são dois defeitos muito grande sabe? Tipo das pessoas... Bem tipo... assim mesmo ‘meu filho é negro e gay’ nossa é complicado. Mas é meio que assim. É... Nessa questão do fetiche tem. Mas as pessoas querem o fetiche mesmo. Só pra dar e falou que deu pra um negão. Mas tem um preconceito muito forte. O povo quer dar, não quer namorar o negão. (Zeus)

Como expresso na fala de Zeus, ainda sobre os negros recai a exigência de uma postura máscula, uma noção de masculinidade hiperbólica e, em geral, que seja bem-dotado, ou em outras palavras, que tenha um pênis avantajado e sempre ereto. Os homossexuais negros afeminados ou com trejeitos são rechaçados e ridicularizados. São chamados de ‘veado podre’, ‘ploc ploc’ e outras nomenclaturas que remetem a uma posição inferior e debochada (OLIVEIRA, 2015).

Gringo gosta de negro sempre, sempre. Vai indiano, americano, australiano sempre a preferência é o homem mulato, o homem negro. Não querem veadinho, querem o macho, que faça deles uma boneca inflável. (Dionísio)

Diaz Benitez (2006) expõe que, na homossexualidade, essa imagem da masculinidade negra, quase obrigatória, leva os homens negros a serem definidos somente como ativos sexuais, o mais ativo entre os ativos. “É como se o verdadeiro pecado do homossexual negro fosse dar pinta, mostrar passividade; aí o estigma da homossexualidade une-se ao da passividade e ao da raça” (p. 6).

É fetiche mano. Sempre falam ‘nossa, morenã’, cor de bronzado, isso aí tudo... Ajuda demais. Destaca demais. Porque tem muito cara que é marombadão, corpo grandão, mas é branquelo. O cara por ser branco não desperta o mesmo fetiche. Eles acham que ele não tem pegada, não transa bem, ou tem pau pequeno. Os gringos mesmo, quando vem pra São Paulo, não querem saber de outro branquelo. Eles querem sair com um moreno, um cara de uma cor diferente, um cara paizudo. É bem isso. (Hermes)

Com isso, no outro oposto das relações estabelecidas pela cor, a negritude é amplamente transformada em objeto de fetiche, basicamente em função da presunção de uma posição ativa e de genitálias grandes, alocadas na figura do “negão”. Ser negro ou mulato ocupa um lugar

mítico no negócio da prostituição. Esse fascínio provém de uma associação entre a cor e a animalidade, herança, segundo Perlongher (1987) e Barreto (2017), da época da escravidão que negava a humanidade do africano e o destinava exclusivamente ao trabalho braçal.

Existe um folclore segundo o qual os negros são mais viris, mais potentes, dão mais no couro; é o mito do negro forte, machão, violento e que possui o pênis com proporções gigantescas, que se cultiva muito, também entre os heterossexuais. É muito comum a gente ouvir homossexuais dizerem que transaram com um ‘negão’ ou ‘um negão do pau deste tamanho’ (PERLONGHER, 1987, p. 143).

Estas associações e simbologias são altamente exploradas no mercado de filmes pornográficos, no qual, como explica Diaz Benitez (2006, 2010) os homens negros são associados a imaginários que falam de potência, virilidade, tamanho e extrema lascívia. O pornô inter-racial configura um território de espetáculo tanto no pornô heterossexual como *gay*. Adjetivos como gigante, insaciável, entre outros, costumam integrar as referências aos homens negros. Mediante *performances*, títulos e legendas, pretende-se mostrar o excesso libidinal, a sexualidade incontrolável e as proezas eróticas, o exotismo e as aberrações genitais que têm caracterizado as formas como o corpo e a sexualidade dos negros têm sido historicamente representados, associando-os à bestialidade.

Assim, ao se identificar como mulato, ou por meio de outras denominações, os garotos de programa se distanciam de forma segura do negro, mas continuam como objeto de desejo do cliente, mantendo os aspectos positivos (sexuais) da negritude. O moreno é, na prostituição, constituído quase exclusivamente por meio de sua sexualidade, enquanto que o negro some do mercado do sexo, o mulato aparece em clara vantagem sexual e financeira (SANTOS e PEREIRA, 2016).

Tem gente que acha que você ser mais moreno, você pode mostrar mais dominação. É uma questão de verem muitos filmes pornôs entendeu? coisas do tipo... mas no dia a dia não vejo dessa forma. Vejo tudo muito normal. Mas as pessoas por verem esse tipo de coisa em filme elas acham que vão viver a mesma situação. Ela vai trazer aquilo e ela vai viver a mesma situação. Ela vai trazer aquilo que ela viu pra realidade dela entendeu? Tem gente que é muito do visual, do fetiche. (Morfeu)

Isso posto, configura-se que o mercado da prostituição é um espaço altamente racializado, no qual o corpo negro aparece tanto estereotipado negativamente quanto sexualizado (CECCHETTO, 2008; SANTOS e PEREIRA, 2016). A construção do moreno mistifica a tensão e o preconceito racial existente, dando novos parâmetros ao desejo e às

configurações sociais. Assim, ao falar de negão, mulato, branco ou gaúcho fala-se não somente de uma expressão de masculinidade, mas também de ideias sobre o lugar ocupado dentro das relações de gênero, de raça e de classe (OLIVEIRA, 2015, 2017).

Considera-se, com o exposto, que as lógicas racistas sobre as quais a sociedade brasileira está assentada e que formam sua própria estrutura não desapareceram com o condão da Lei Áurea, apenas foram atualizadas, aprimoradas e capitalizadas para um outro momento histórico.

7.5.3. Esteroides Anabolizantes Sintéticos

Por intermédio do avanço tecnológico e da expansão das telecomunicações, a imagem da perfeição corpórea expande-se para o cotidiano de várias culturas. Como aponta Sabino (2004), a imperfeição física dos indivíduos comuns passa a defrontar-se com imagens de corpos perfeitos, musculosos, bronzeados e expressando felicidade em telas de cinemas, televisões, revistas e propagandas. Essa exaltação da imagem produz culturas que investem na construção física levando pessoas a consumirem cotidianamente todo os tipos de materiais simbólicos (remédios, filmes, revistas, dietas, suplementos alimentares etc.) na busca do corpo ideal.

Le Breton (2003) denomina essa busca de produção farmacológica de si, ou seja, a busca por um corpo aperfeiçoado pela via medicamentosa libera a possibilidade dos sujeitos de administrarem a própria saúde e o próprio corpo para a automodelação. Nesse processo que consiste na utilização de tecnologias que objetivam a melhora do desempenho somático, o corpo é, portanto, considerado um circuito aberto sobre o qual podem ser aplicadas diferentes tecnologias de melhoria e aprimoramento.

Nesta pesquisa, entre os oito entrevistados, seis afirmaram terem feito o uso de anabolizantes em algum momento após a entrada na prostituição. Adônis e Apolo foram os únicos que relataram nunca ter usado nenhum tipo de EAA, contudo, apontam o uso diário de suplementos, termogênicos e cafeína. Apesar de alguns participantes serem mais resistentes para conversar sobre o assunto do que outros, constatou-se que o principal objetivo que norteou a busca por essas drogas foi a distinção do corpo, aproximando-o de um capital que se refletiria na possibilidade de adentrar na prostituição de luxo e indicando, conforme análise anterior, o ideal de corpo valorizado nesse ramo.

Quando eu ‘tô mais inchado por conta da bomba, ou depois quando eu seco tudo, eu chamo muito mais atenção entendeu? Tipo do que quando eu ‘tô menos inchado. Se eu fizer um ciclo anabólico todo mundo fica ‘nossa como você cresceu’, ‘como você tá grande’. Aí eu tenho mais clientes. Se eu ficar bem mesmo o valor da minha hora dobra. Isso é fato. (Zeus)

De uma certa forma, pra viver disso eu preciso de um corpo sarado pra eu chamar mais atenção, entendeu? Teve uma época que eu malhava muito, muito muito mesmo, então eu ‘tava muito mais forte, bem mais do que eu ‘tô agora... e eu sentia que as pessoas olhavam mais também... eu tinha bem mais clientes entendeu? As pessoas olham que você tá com um corpo legal e até mesmo gera um competição entre as meninas da academia que querem te pegar, entre os caras que querem ficar tão fortes quanto você... eles sempre perguntam ‘a você tá tomando o que?’ Eles querem ficar igual a você. Hoje eu tomo menos que antes, faço os ciclos mais espaçados. Mas pra realmente ganhar dinheiro com o corpo eu preciso cuidar dele. (Morfeu)

Nesse processo, ocorre a valorização da aparência corporal reforçada pela ética masculinizante que se rebate, não apenas nas atitudes ou nas práticas comportamentais, mas também no plano simbólico inscrevendo numa estética (SABINO e LUZ, 2007). Somando-se a esta colocação e ao conceito de masculinidade hegemônica (CONNELL, 1995), as falas trazidas pelos participantes encaixam com o que Sabino (2000) apresenta como o desejo de integração à cultura dominante; ou seja, a utilização dessas drogas, ou a prática do *bodybuilding*, não se faz com o objetivo de subversão, mas sim na tentativa de harmonização com os padrões vigentes.

Antes eu era mais definido, mais sequinho só que aí os caras não respeitavam muito. Era a mesma coisa de querer ser modelo americano... os negros americanos sabe? Não quero a barriga trincada não. Sou brasileiro, meu porte físico é outro. Então eu sendo magrinho, definidinho eu nunca fui respeitado. Então eu falei ‘Não, vou adquirir uns cem quilos, uma cara de mal, uns braço e automaticamente aonde eu for os caras vão respeitar mais’. Foi aí que comecei a tomar bomba. Porque é assim, em ambiente onde só tem cara fortão, todo mundo musculoso, eles não querem medir força. Agora é normal, tudo franguinho... Quando você é fortão você se destaca. (Dionísio)

A fala de Dionísio traz o quanto o corpo “trabalhado”, “malhado”, “seco” e “definido” passa a ser um sinal indicativo de virilidade e potência, não só no mercado do sexo, mas também na sociedade de forma geral, que identifica o indivíduo com determinado grupo de homens e, simultaneamente, o distingue de outros. Cecchetto (2008) aponta que o desejo de transformação está ligado a obter a gratificação de pertencer a um grupo de “valor superior”, onde o corpo é um signo distintivo.

Há alguns anos atrás, tinha muito desse pensamento de que quem marombava era burro. Agora nessa geração saudável, onde tudo é fitness, ir pra academia,

ser trincado, usar bola é sinônimo de saúde, de ser inteligente, de ter dinheiro... sucesso, sabe? É mais só pelo seu corpo. Quando o cara é trincadão mesmo ele é diferente, tudo fica diferente. (Apolo)

Assim, produzidos na prática corporal e social, os esteroides anabolizantes estão para aqueles que desejam hipertrofiar seus corpos como a Kaia (maconha) está para os rastafáris, ou o chá de Ayahuasca está para os fiéis do Santo Daime (SABINO, 2000). É a produção do indivíduo ligada a um ritual coletivo; seu uso marca um rito de passagem dos corpos ou, nas palavras Bourdieu (1996), um rito de instituição no qual o uso da droga surge como item crucial na transição do indivíduo de um *status* para outro.

Quando eu comecei eu injetei. Queria engrossar, criar massa muscular rápido. ‘Tava em casa, um amigo me trouxe e eu comecei a usar... eu injetei. Vinha dos Estados Unidos. Vários caras pegavam com ele. Eu cresci rápido e pude cobrar mais. Meu corpo mudou em uns dois meses e aí consegui anunciar em *sites* melhores, mais exclusivos. (Eros)

Como apresenta Eros, essa busca pelo corpo que se adequa à prostituição de alto padrão é, muitas vezes, marcada pelo imediatismo na obtenção do físico desejado. No mundo da prostituição, onde o desejo é vendido como uma fantasia momentânea, o tempo é medido de forma diferente e o imediatismo é constante, já que a beleza física, o pilar do profissional, é temporalmente limitada. Nesse sentido, falas como “cresci rápido e pude cobrar mais” (Eros) e “se eu ficar bem mesmo o valor da minha hora dobra” (Zeus) ganham importância na dinâmica analisada.

Iriart e Andrade (2002) e Iriart, Chaves e Orleans (2009) apontam que a insatisfação com a lentidão do crescimento muscular natural ou a sensação de que está malhando, mas não desenvolvendo musculatura, são trazidas como razões para o uso estético de anabolizantes. Nas referidas pesquisas, em concordância com os *boys* nesta entrevistados, muitos participantes referiram que a musculação destituída da ajuda química torna-se um sacrifício pouco recompensante. Ainda segundo os autores, para os entrevistados que desejavam hipertrofiar o corpo de forma rápida e mais barata, já que a alimentação adequada e suplementação requerem um investimento constante, os anabolizantes permitem uma via breve com resultados que tendem à satisfação.

Faço ciclo de anabolizante porque automaticamente depois de um tempo se você quer adquirir um pouco mais de massa você tem que tomar, não existe. É que esse tempo meu foi uns três meses depois que eu comecei a malhar (risos). O comer faz parte, o treinar mais ainda, o descansar muito mais, mas você precisa daquele veneninho pra dar um start, pra você aumentar os dois,

três quilos a mais que você não consegue com a comida. Porque pra ficar só com a comida você gasta uma grana bem a mais. (Dionísio)

Associa-se o pensamento de Nascimento (2003), que expõe o hábito comum nas sociedades modernas de ingerir substâncias farmacológicas como meio de resolver ou, pelo menos, minorar as dificuldades da vida. De acordo com a autora “as pessoas tendem a procurar na medicina as soluções para grande parte de seus problemas, de sua personalidade, do seu estado de espírito e de suas inabilidades” (p. 137). Na esteira dessa tendência, a indústria farmacêutica amplia seu mercado gradativamente, recorrendo à forte difusão de informações, com argumentos sedutores para vender a ideia de que seus produtos promovem alegria, beleza e saúde. Assim, a cada novo lançamento de produto, estratégias de *marketing* exploram inseguranças e desejos dos consumidores, o que provoca aumento gradativo do uso dessas substâncias entre os frequentadores de academias e consultórios (NASCIMENTO, 2003).

Pode-se considerar que a utilização dos anabolizantes é vista pelos entrevistados como uma via mágica, rápida e, aparentemente, consistente na busca de um corpo capital. Os EAAs teriam a função de, em poucos meses, fazer com o corpo o que, numa prática cotidiana de musculação, seria alcançado num período de meses ou anos.

Contudo, a preocupação com a saúde, manifestada na justificativa popular para a prática de musculação, não impede o uso de anabolizantes, denominados entre os entrevistados de “veneninho”, “bombas” e “drogas”, indicando a questão *off label* implícita de seu uso estético.

Nas pesquisas de Sabino (2000, 2004), Iriart, Chaves e Orleans (2009), Moraes, Castiel e Ribeiro (2015), Machado e Fraga (2017) e Jesus (2017), todas realizadas com público brasileiro, foi possível constatar, assim como entre os garotos de programa aqui entrevistados, que, a ignorância seria, se não o último, ao menos um dos últimos elementos que poderia ser considerado causador ou mesmo sustentáculo do uso de referidos produtos químicos. Entre os entrevistados, todos demonstraram certo conhecimento científico, em menor ou maior grau, sobre os efeitos corporais e possíveis efeitos adversos do uso. Contudo, não transparece, no discurso dos entrevistados, preocupação com os possíveis efeitos em longo prazo que o uso contínuo dessas substâncias possa produzir.

Meu corpo já não produz testosterona como antes até mesmo porque eu já fiz muito uso de anabólico e até por causa da minha idade... aí o seu corpo recebe muito. Ele vai fazer o que? Ele vai parar de produzir né, se ele tá acostumado a receber ele vai parar de produzir, porque tá acostumado. Aí depois você tem que começar a fazer reposição pro corpo se acostumar a produzir sabe? Aí eu

vou sempre estudando as combinações que tenho que fazer, como tenho que fazer... essas coisas. (Zeus)

De fato, em consonância com Sabino (2004), foi notado entre os entrevistados algum tipo de conhecimento, mesmo que mínimo, dos riscos envolvendo o uso estético dos EAAs; contudo, ao contrário do que supõem muitos pesquisadores, esse é um fator que reitera o uso, posto que o risco surge como algo positivo que reforça a coragem individual, a masculinidade hegemônica e as estruturas hierárquicas dentro do próprio grupo. A criação do “casca grossa” é realizada também por meio dos efeitos colaterais.

Você tem que tomar alguma coisa pro fígado pra não passar mal. Mas isso faz parte. Teve vez que eu misturei bola e passei muito mal. Vomitei o dia todo. Mas quando você compra você vai atrás e eles te falam o que fazer se der ruim. Faz parte se você quer ficar perfeito. Vira casca grossa, calejado... (risos) (Dionísio)

Entretanto, não se pode menosprezar as possíveis intoxicações e efeitos adversos que o uso de esteroides anabolizantes sem acompanhamento médico pode causar em seus usuários. Seja em vias de tratamentos clínicos suprafisiológicos ou no uso estético, Evans (2004) e Bahrke e Yesalis (2004) relatam que efeitos dermatológicos, riscos cardiovasculares, doenças hepáticas e distúrbios psiquiátricos, se acentuam com o consumo de altas doses por longos períodos de tempo, estando presentes em mais de 50% dos usuários. Na presente pesquisa, os efeitos mais comumente relatados pelos garotos de programa foram os hepáticos. Chama atenção o caso de Eros, que relata episódios de desmaios após o uso de EAAs, entretanto, o entrevistado não se prolongou sobre o fato. Esses sintomas são tratados com aparente naturalidade e não levam nem à interrupção do uso das substâncias, nem a uma ação preventiva.

Era Deca, sistenol... sistol. Era isso que eu tomava no começo, Sistol. Mas aí passou uns meses, engordei rapidinho, aí comecei a injetar outra coisa que vi que era bom. ‘Tava bem mais bombado, aí numa dessas eu desmaiei. Mas é normal desmaiar. Tem cara que vomita, tem cara que fica malzão do fígado. Isso é meio que esperado quando se toma isso. Faz parte. (Eros)

Nesse sentido, é possível pensar no aspecto social e nos sistemas simbólicos próprios desta população. Em se tratando dos grupos sociais das academias, a dor e o sacrifício aparecem como um preço a ser pago pela conquista de uma vitória na construção de uma identidade, recebendo a concepção de purificação, de transformação e limpeza corporal. A dor muscular, que não está presente somente no risco causado pelo uso de esteroides, mas no próprio cotidiano dos exercícios, assim como enjoos e lesões, são vistos de uma forma positiva, fazendo parte dos ritos de instituição (SABINO 2000, 2004; MACHADO e FRAGA, 2017).

Em relação ao acompanhamento profissional, notou-se, que entre os entrevistados, uma prática comum é a marcação de consultas com médicos especialistas que são abandonadas com o passar do tempo, na medida em que o indivíduo se sente capaz para continuar a terapêutica por conta própria. Somente Hermes informou nunca ter realizado nenhum tipo de acompanhamento médico relacionado ao uso de esteroides e Zeus que, no momento da entrevista, estava realizando acompanhamento com um endocrinologista e com um médico de esportes.

Agora eu tenho um médico bom só pra suplementação. E aí tipo, ele me dá, ele... ele bola um pré-treino e um pós treino, um remédio antes de dormir e um remédio ao acordar... uma injeção a cada quinze dias sabe? Tomo bola ainda mas é controlado. Não é que nem antes de só comprar e injetar. Então tem todo um processo. (Zeus)

Pope, Phillips e Olivardia (2000) indicam que como muitos EAAs devem ser administrados mediante injeção, geralmente no músculo glúteo das nádegas, o abandono do tratamento ocorre quando os indivíduos aprendem a auto administrar as doses e a auto aplicar as injeções com maior segurança e independência.

Isso eu fui aprendendo, livro eu gosto muito de ler pra me informar pra poder falar. Já fui em consulta de endócrino, mas tudo isso aí é uma grana. Se você for parar pra fazer um ciclo e ter um acompanhamento médico de endocrinologista, nutricionista, nutrólogo, você vai gastar com cada consulta no mínimo oitocentos reais e mais os exames que eles vão pedir. (Dionísio)

Com o distanciamento desses profissionais, é comum a busca de informações em páginas da *internet* com conteúdo especializado e nas próprias academias de ginástica que eles frequentam. Não se analisa aqui a qualidade ou eficácia das informações disponibilizadas nestes meios, mas sim, que estas são vistas como fonte de informações genuínas e seguras entre os que a essas recorrem.

Eu fui no médico, mas quando ele falou tudo e virou só aquela de rotina eu parei de ir. Eu consigo fazer isso sozinho. Aí pego informações com outros caras que também usam, na *internet* ou na academia sempre tem alguém que toma e que já passou por isso antes. (Morfeu)

Iriart, Chaves e Orleans (2009) relatam que, entre usuários de anabolizantes de camadas de classe média e alta da sociedade, a prática mais comum é a tentativa de ocultar seu uso, indicando que o corpo musculoso e hipertrofiado teria sido conquistado com anos de academia e rigidez alimentar e na prática de exercícios. Principalmente para esses, as redes sociais, *blogs* e páginas na *internet* tornam-se um importante meio de conseguir informações.

Na análise desses *blogs* e páginas da *internet*, Machado e Faria (2017) relatam que os participantes têm o costume de relatar em detalhes a utilização de esteroides anabolizantes aos demais, informando sobre efeitos colaterais, valores, modo de uso, combinações possíveis e resultados esperados. Durante o ciclo – nome atribuído ao período de administração de alguma droga (ou de um conjunto delas), os sujeitos participam assiduamente das discussões e postam mensagens constantemente no seu próprio tópico de relato pessoal, apresentando detalhadamente a evolução.

De forma semelhante, mas na discussão do *campo* da academia como local privilegiado na busca de informações sobre EAAs, Iriart, Chaves e Orleans (2009) explicam que, nesses ambientes, principalmente nos de classes mais baixas, foi possível observar que os próprios praticantes aplicavam as injeções uns nos outros, ensinando sobre o uso e efeitos.

Retomando o que se observa no acompanhamento profissional, é constatada a adaptação dos procedimentos para um maior encaixe nas possibilidades econômicas dos garotos. Por mais que eles relatem rendas mensais acima de R\$ 10.000,00, com grande frequência argumentam que o valor dos EAAs e de outros tratamentos estéticos realizados consome grande parte dessa renda. Neste sentido, a mistura dos anabolizantes com anticoncepcionais femininos comprados em farmácias, e a própria combinação entre diferentes anabolizantes, diuréticos e termogênicos, sem acompanhamento médico e utilizando somente as informações coletadas em fontes secundárias, passam a ser uma prática rotineira.

Tomo deca, postesteron... É hormônio que vende em farmácia. Eu só tomo o de farmácia. Deca, você toma segunda e quinta durante seis semanas. Aí você tem que comer bem, se alimentar bem, suplementar bem e quando acaba você tem que fazer a tal do ATPC, você toma o tal do anticoncepcional que chama tamoxifeno. É pra mulher, é isso que você vê a maioria das mulheres tomar... É hormônio... então quando você toma o anabolizante o seu corpo entende... Tipo assim, seu corpo sempre que tem a testosterona, dá o pico, aí ele para de trabalhar. Enquanto você tá jogando anabolizante esse nível tá cheio, aí o seu corpo não produz porque seu corpo já tá cheio de hormônio sintético. Então o corpo para de produzir nesse tempo que você tá ciclando, entende? Aí o que acontece quando você para o ciclo? Você começa a murchar. Porque o corpo entendeu que você tá com anabolizante, com testosterona em alta, aí a testosterona vai baixando e o corpo não tá produzindo. Porque depois que você parou de tomar o corpo não entende que você parou de tomar, aí o que acontece? Você tem que tomar o anticoncepcional pra ele volta a produzir. Li isso na *internet* em um artigo e faz muito efeito. (Apolo)

Chama atenção nos estudos a alta prevalência do uso de produtos veterinários, principalmente entre pessoas de classes mais baixas, como o Equipoise e Equifort, ambos

derivados de Undecolenato de Baldenona (SABINO, 2000; IRIART e ANDRADE, 2002 e SABINO, 2004). Apesar de na presente pesquisa esses não aparecerem entre os EAAs utilizados, pelo fato dos garotos de programa entrevistados pertencerem a classe média e terem maior poder aquisitivo, é relatado conhecimento de outras pessoas que o fazem.

De maneira geral, os esteroides anabolizantes mais utilizados e relatados foram:

Deca – Durabolin: (Decanoato de Nandrolona). A mais conhecida e ingerida nas academias. É moderadamente androgênica (capacidade de produzir características masculinas), sendo usada para ganho de músculos (massa muscular) e pré-competição. Pode ser percebido que a Deca é utilizada como um esteroide de base, pois é misturada com outras drogas (SABINO, 2004).

Durateston: (Deconoato de Testosterona; Fenilpropionato de Testosterona; Isocaproato de Testosterona e Propionato de Testosterona). Esse esteroide é a soma de quatro compostos de testosterona. A intenção dessa combinação é de produzir uma ação imediata após a aplicação, e mantê-la por um período prolongado (SABINO, 2004).

Deposteron: (Cipionato de Testosterona). Droga com alto potencial androgênico, promovendo ganho rápido de força e volume muscular. Porém com perda rápida desses assim que passam os efeitos de seu uso. É o maior responsável pelo surgimento de ginecomastia entre homens *bodybuilders*, também resultando em alta retenção hídrica e aumento da pressão arterial (SABINO, 2004).

Da mesma forma, é amplamente relatado pelos entrevistados a combinação destas drogas com outras, que além de aperfeiçoar o ganho da massa muscular, tendem a emagrecer, diminuir a retenção de líquidos e dar maior eficácia e força durante os treinos. O uso de Efedrina, Puran T4 (levotiroxina sódica - que contém a forma sintética do hormônio T4), BCCA (aminoácidos em cadeias ramificadas), L-Carnitina (composto de uma vitamina e um aminoácido, relacionada ao Complexo B), Albumina (proteína da clara do ovo pasteurizada) e Creatina (ácido metil-guanadinoacético), assim como dos mais variados diuréticos são descritos nas falas de Zeus, Cronos, Hermes e Dionísio, que fazem ciclos de modo recorrente.

Testosterona, tipo... Tudo que o mercado pode oferecer assim, sabe? Você usa testosterona é.... Dura, Deca... Que é o hormônio masculino ele vai te dar mais energia sexual, mais volume de massa muscular aí você usa outra coisa pra, pra retenção de líquido, sabe? Um puxa o outro. Quando vai ver tá usando de

tudo. Já vi uns caras da academia que usavam cocaína pra ajudar a secar e até remédio pra cavalo... mas disso eu tenho medo e não uso não. Já usei um termo com efedrina, que dava um animo legal. (Zeus)

Chama atenção na fala de Zeus, o relato do conhecimento do uso de cocaína como uma prática associada ao uso de anabolizantes. Como aponta Sabino (2004) muitos *bodybuilders* transitam do uso de Deposteron e da Deca Durabolin, por exemplo, para a cocaína e a maconha, no período entre ciclos, pelo fato de descobrirem que referidas drogas, apesar de suas características entorpecentes, podem ter efeitos semelhantes aos dos esteroides, como o emagrecimento ou a disposição para suportar um período de treinamento pesado.

Conforme constatado, os EAAs são usados em dosagem e frequência variáveis, determinadas pelo maior ou menor imediatismo dos usuários na aquisição da forma física desejada, pelo nível de conhecimento dos mesmos sobre essas substâncias, pelas experiências pregressas em relação aos seus efeitos colaterais e pelos recursos disponíveis para a aquisição dos produtos (IRIART e ANDRADE, 2002).

No cenário apresentado, contudo, somente três participantes, Zeus, Cronos e Apolo, relataram associar o uso de anabolizantes com uma dieta diferenciada, orientada por profissionais de saúde.

Na verdade eu reeduquei meu estômago e então assim, eu como o dia inteiro, uma fruta uma barra de cereal eu vou segurando só que, por exemplo, eu não janto... não consigo. Se eu comer eu passo mal a noite. Tomo meu café da tarde eu seguro até a noite e almoço bem. Como bem, então eu não como muito. Ai tudo que eu tomo faz mais efeito. Como um pouquinho e toda hora. (Cronos)

Faço dieta, mas eu sempre fiz. Agora só melhorei. Eu não como carne vermelha, como as vezes mas eu não sinto falta. Eu gosto de comer muita proteína. É muito difícil eu comer massa e doce, mas eu sempre fiz assim, minha irmã e meus irmãos não comem carne vermelha. Eu sempre tive uma alimentação legal, eu sempre gostei de cozinhar. Eu sempre gostei de cuidar muito da minha saúde então eu sempre como dosando as coisas. (Apolo)

Como apontam Sabino (2004) e Jesus (2017), dentro do sistema simbólico do *bodybuilding* e das práticas de construção corporal, a alimentação tem um lugar de destaque. Proteínas para ajudar a crescer a massa muscular, carboidratos para dar energia para a prática de exercícios e a diminuição do sal nos alimentos, junto com a correta suplementação alimentar, são práticas fundamentais para garantir o sucesso do uso de anabólicos, transcendendo a função de nutrição e necessidade fisiológica, e abarcando um papel na composição do físico ideal.

Sob essa perspectiva, a prática que se baseia somente na utilização de anabolizantes, sem nenhum tipo de adequação alimentar, além de apresentar falha nos resultados tende a expor o aspecto imediatista que carrega, já que é realizada sem nenhum planejamento mais amplo ou de longo prazo. Como explica Jesus (2017), a articulação entre esforço físico e alimentação equilibrada faz parte da construção um corpo *fitness* de sucesso.

Ressalta-se também que os ciclos sistemáticos do tipo pirâmide descritos na literatura, em que o usuário utiliza doses crescentes até o final da segunda ou terceira semana, seguidas por doses decrescentes, por igual período, até o final do ciclo (NIDA, 2001), não foram observados nos dados coletados neste trabalho. O uso referido acontece de forma irregular, algumas vezes contínuo, quase diário ou com intervalos maiores, com interrupções motivadas pelos efeitos colaterais, e retorno ao uso pela falta de motivação para malhar e insatisfação com as formas corpóreas na ausência do uso.

Os dados aqui apresentados corroboram com o estudo de Araújo, Andreolo e Silva (2008) que, em entrevista com 183 frequentadores de 14 academias na cidade de Goiânia, apontam a Creatina como suplemento mais utilizado (24%), e o Deca Durabolin como o esteroide mais utilizado (21%). O consumo maior desses produtos ocorreu em indivíduos com idades entre 18 e 26 anos (74%) e nível médio e alto de escolaridade (66%). Ainda segundo os autores, nutricionistas e professores/instrutores foram os principais responsáveis pela orientação do consumo de suplementos, sendo os professores/instrutores os que mais indicaram o uso de anabolizantes.

Ainda em concordância com os resultados discutidos, Iriart e Andrade (2002) apresentam que as substâncias mais utilizadas em academias de classe média e alta são o Durasteston, Deca Durabolin, Deposteron e Primobola, os dois últimos sendo importados da Europa e Estados Unidos, enquanto que nas academias de classe baixa predominam os esteroides de preços mais acessíveis e os de uso veterinário. Os dados coletados pelos autores também apontaram que o consumo de anabolizantes tem início logo após os primeiros meses de contato onde a escuta e participação nas conversas entre os veteranos, nas quais o uso de anabolizantes é um tema muito frequente, cria a curiosidade e facilita a inserção do iniciante nos meandros de seu consumo.

Tomo *Whey Protein*, BCAA, Animal Pack e uma a combinação de nutrientes e vitaminas forte. De manhã eu tomo um comprimido de furosemida. Ai vou fazendo ciclos de Dura, Deca... E tomo caseína antes de dormir pra diminuir

meu metabolismo, porque meu metabolismo é rápido então por isso as vezes o metabolismo queima. Às vezes a gente ‘tá dormindo e tá suando. O corpo tá metabolizando e você tá perdendo peso. (Hermes)

O padrão de consumo apresentado pelos garotos de programa assemelha-se ao de uma parcela dos usuários de anabolizantes, presentes nas pesquisas consultadas, que se enquadra na prática da automedicação. Como explicam Arrais et al. (2016), o termo automedicação é definido como a iniciativa do indivíduo ou de seu responsável em obter ou utilizar produtos que se acredita que trarão benefícios no tratamento de doenças ou alívio de um sintoma, sem a indicação de um prescritor. No caso dos anabolizantes, Sabino (2004) relata que como a maior parte dos sintomas colaterais demoram alguns anos para aparecer, o período em que ocorre a automedicação tende a ser prolongado.

Nota-se, por meio das falas, que mesmo sem prescrições ou acompanhamento médico, os participantes não referem limitação da oferta dos produtos utilizados, relatando ser fácil a sua aquisição nas mais diversas fontes.

Quando eu era mais novo, eu era *promoter* e *gogo boy* de uma balada. O próprio dono incentivava e pagava pra gente usar, você ficar com um corpo maior mais definido sabe? Porque chamava mais o público. A gente que injetava o que ele comprava. Não precisava de receita. Tecnicamente precisa, mas o próprio dono da balada conseguia. Ele mesmo conseguia pra gente e a aplicação era no próprio camarim. Eu usava Winstrol e Durateston. Agora voltei a usar pra ficar com o corpo melhor pra impressionar os clientes, mas aí vou pegando com o pessoal da academia mesmo, pago lá. (Cronos)

Enquanto que Cronos e Eros referem a compra em lojas de suplemento e nas próprias academias, Hermes relata que consegue as receitas com um cliente fixo, que é médico.

Tem gente que passa com médico, mas eu nunca passei não. Eu conheço, eu saio com muito médico. Aí peço e eles dão a receita, assim na lata. Você vai lá com seu RG e compra. Vem original da farmácia, eu mesmo aplico. Eu tomei quando era mais novo também. Conseguia lá na academia. Os caras conseguiam. Todo mundo que vai pra academia começa a usar, é febre... Todo mundo quer resultado rápido. A pessoa que faz academia que fala que nunca tomou é maior mentira da porra. Não existe. (Hermes)

Eu sempre compro com um amigo meu, namorado de uma amiga, que trabalha em uma loja de suplementos e eles vendem e injetam lá mesmo nos fundos. Compro com ele que faz mais barato pra mim. (Eros)

Contudo, dentre todas as falas, a que mais chamou atenção foi a de Dionísio, que compra os EAAs com um médico aposentado e apontou toda uma infraestrutura dentro do mercado ilegal, relatando inclusive o suporte para o atendimento em casos de crises hepáticas.

Ele é médico, não trabalha mais com medicina porque ele se inteirou nesse mundo do câmbio negro de anabolizantes que rende grana como se fosse droga, que nem cocaína, maconha. Ele sempre que me passa os exames e eu levo amigos lá que começam a ter crise renal, crise hepática por conta de um anabolizante. É totalmente ilegal. (Dionísio)

De forma geral, as pesquisas indicam a facilidade dos usuários em conseguir os anabolizantes em lojas de produtos veterinários, em academias e até mesmo em páginas da *internet*, sendo que esse mercado é intensificado e atinge seu ápice nos meses que antecedem o verão, quando muitas pessoas intensificam o treinamento para a exibição dos corpos (SABINO 2000, 2004; IRIART e CARVALHO, 2002). Como considera Fussel (1998) corpos de *budybuilders* não nascem, são fabricados.

Em suma, entre os garotos de programa entrevistados, não desconsiderando a personalidade de cada um e os motivos pessoais que os levaram ao uso de anabolizantes, notou-se, com base nas entrevistas, que uma parte do peso dessa modulação corporal repousa sobre os clientes, que objetivam e querem comprar um corpo torneado; um objeto que deve ser modulado e adaptado às normas e desejos do mercado de luxo. Nessa prática, com o objetivo de longevidade, os garotos se adaptam àquilo que o mercado pede; é possível crer que não somente aqueles que vão pra academia acreditam na alusão de que musculosidade é sinônimo de saúde, masculinidade e potência, mas sim, que uma parcela da população compartilha desta concepção, criando um movimento circular. Nas palavras de Dionísio, “os clientes pedem que você seja assim. Ele não vai pagar 400 reais pra sair com qualquer um, eles olham sim. Eles querem músculo e cara musculoso é cara macho.”

7.5.4. Estimulantes sexuais

Como apresentam Leal e Knauth (2006), questões acerca da técnica sexual, ou por assim dizer, do ato em si (local, duração, posições), dominam as maiores preocupações e queixas masculinas com relação às experiências sexuais, sobrepondo-se até mesmo a questões afetivas e em relação à parceria. Segundo as autoras, a ideia de que o conhecimento acerca do que fazer com o corpo no ato sexual, como um todo que não se restringe somente à penetração, é um saber adquirido, perpassa e amplia a consideração de Mauss (2003), “de que nada é mais técnico do que as posições sexuais” (p. 230).

No que diz respeito a esta pesquisa, apresenta-se o mercado da prostituição como campo privilegiado para a intensificação dessas técnicas, no qual os *performers* as colocam em prática visando a plena experiência do intercurso sexual para seus clientes. Como apresenta Diaz Benitez (2010), talento e técnica estão dinamicamente imbricados neste campo, já que gostar de sexo não garante, em todas as ocasiões, a mesma disposição sexual.

Contudo, considerando que o corpo está longe de ser uma entidade completamente controlável, despontam diferentes subsídios para garantir a constante excitação e capacidade sexual, mantendo, supostamente, o controle necessário para o desempenho da técnica. Para além dos filmes pornográficos e dos exercícios mentais (GANGNON, 2006) já analisados, entra em cena o uso de remédios que, embora pouco explorados na literatura sobre prostituição masculina, surgem como promessas para a extensão do momento de excitação, possibilitando melhor desempenho e condições físicas para a realização de um maior número de programas e para o atendimento de clientes com os quais não há atração sexual (VIANA, 2010).

Devido a maioria das relações com os clientes não serem estimuladas pelo prazer, muitos rapazes se veem obrigados a demonstrar virilidade por meio de estimulantes sexuais que permitem e mantêm a ereção. Chamados de “bala de Viagra” ou *smurf*, em referência às criaturas azuis do desenho, o comprimido pode não ser exatamente o Viagra, mas esse é o nome generalizado com o qual os participantes denominaram qualquer medicamento que cumpra a função de causar uma ereção prolongada e propiciar o pronto apetite sexual.

Disponibilizados para o tratamento clínico das disfunções sexuais masculinas (disfunção erétil e ejaculação precoce), essa classe de medicamentos, inibidores de fosfodiesterase (iPDE-5), foi apresentada à comunidade médica em 1996 durante o Congresso da Associação Americana de Urologia e comercializada a partir de 1998 (CAVALCANTI E CAVALCANTI, 2012). O primeiro a ser disponibilizado foi o citrato de sildenafila, Viagra e Pramil, em 1998, seguido pela tadalafila, Cialis, e pelo cloridrato de vardenafila, Levitra, em 2003 (ABDO, 2010).

De forma geral, mediante estimulação sexual, o organismo libera óxido nítrico que, na combinação com os iPDE-5, eleva a concentração de guanosina monofosfato cíclico (GMPc) na glândula, nos corpos cavernosos e no corpo esponjoso do pênis, levando a maior relaxamento do músculo liso e consequente ereção. É, contudo, necessário algum tipo de estimulação sexual

para que a medicação possa produzir efeitos desejados, pois sem esta condição, as concentrações de óxido nítrico e de GMPc estão reduzidas (ABDO, 2010).

Destarte, todos os participantes desta pesquisa relataram ingerir algum desses medicamentos no cotidiano, em maior ou menor dose.

Eu tomo remédio e viro um personagem né. ‘tô sendo sincero com você, pra alguns eu tenho que... Você tem que mostrar que você gosta do cliente, que você gostou. Ele pode ser bonito, mas você não tá afim naquela hora... Aí tem que tomar né. Até com mulher, às vezes, precisa. (Apolo)

Nenhum dos participantes, contudo, relatou a presença de disfunção erétil ou outro problema clínico que justificasse o consumo desses fármacos, inserindo-se, portanto, no que Both (2015) chama de uso como mecanismo de suporte, ou seja, quando a automedicação é realizada com o único objetivo de aprimorar o desempenho sexual, baseado em cansaço físico, inseguranças, medo de ser insatisfatório ou de não sentir atração sexual pelo parceiro (BOTH, 2015).

Não nem sempre, é só naqueles dias que eu fiz um cliente que eu ‘tô muito cansado... Que já tipo assim... Eu fiz um cliente que me fez gozar... Que queria que eu gozasse com ele, aí pronto eu tenho que tomar pra fazer com o próximo cliente porque senão não vira. (Hermes)

Eu tomo o *smurf*, porque eu não tenho excitação com homem e no ramo eu sou ativo então eu tenho que tá com o pau duro que nem uma pedra. Por que se eu não tiver do que que vale me pagar? Aí toma e pensa em mulher. (Dionísio)

Em todas as falas coletadas, ficaram claras as ansiedades ao redor da *performance*, influenciadas pelo fato deles serem garotos de programa, e seus corpos e desempenho sexual, meios de trabalho direto. Frases correlacionando o valor pago pelo cliente com uma necessidade de plena satisfação sexual e demonstração de virilidade e desejo estão na base do que pode ser considerada a motivação para o uso desses fármacos.

Chamam atenção os discursos de Eros e Dionísio. Enquanto que Eros, que se diz passivo nas relações, toma estimulantes sexuais com o objetivo de aparentar, por meio da ereção, algum tipo de desejo durante o ato, Dionísio, um dos participantes heterossexuais, relata o uso da medicação quando faz programas com homens, associando esses ao uso da imaginação. Referida técnica é também usada entre os garotos que são homossexuais, na eventual necessidade de atender clientes pelos quais não se sentem fisicamente atraídos.

Quando não ‘tô afim eu tomo Viagra. No meu caso é só as vezes. Eu nem preciso porque muitas vezes sou passivo, então nem tenho trabalho. Tomo um por noite no máximo. Só pra ficar de pau duro enquanto eles me comem. Se não fica parece que não ‘tô com tesão. Eles metem e gozam rapidinho. (Eros)

Assim, os resultados aqui apontados reforçam os achados de Peters et al. (2007) e Both (2015), em estudos realizados com homens jovens, sem indicação clínica, que fazem uso desses medicamentos. Como apontam os autores, ansiedades, medo de não satisfazer a(o) namorada(o), ejacular rapidamente ou sentir-se fraco sexualmente são os pretextos apresentados para o uso de estimulantes sexuais. Essas inseguranças são alimentadas pelo padrão e comportamentos sexuais impostos pelo conceito de masculinidade hegemônica (CONNELL, 1995) presente na sociedade ocidental. Como explicam Peters et al. (2007), o poder sexual surgiu nos diferentes grupos focais como uma das qualidades mais importantes que um homem deve possuir para ser considerado viril ou forte. Em muitos casos, conforme os autores, o sexo se torna um ato não relacional, já que não leva em consideração os desejos ou necessidades dos parceiros, tornando-se somente um ato de autoafirmação.

Korkes et al. (2008) e Both (2015) chamam atenção para o fato de que jovens que usam inibidores de fosfodiesterase com frequência e por longos períodos de tempo experimentaram efeitos não intencionais - em especial dependência psicológica do medicamento - levando a um aumento da ansiedade de desempenho ao não ter as pílulas à mão e até a sentimentos de depressão. Isso está de acordo com as descobertas de Harte e Meston (2012) entre uma amostra de estudantes de graduação nos EUA que usaram o Viagra sem serem diagnosticados com disfunção erétil: aqueles que usaram o medicamento frequentemente tinham menos confiança erétil e estavam menos satisfeitos com seu desempenho sexual. Contudo, ressalta-se que as consequências da dependência do Viagra para a vida sexual e social de homens jovens exigem mais estudos.

A sensação de poder, potência sexual e virilidade, os chamados efeitos psicológicos (BOTH, 2015) causados pelo uso destas medicações são associados por Nettles et al. (2009) ao abuso de substâncias e à prática sexual sem preservativo em homens que fazem sexo com homens. Smith et al. (2004) identificam a ingestão desses associadas ao aumento do risco de infecção por HIV em jovens *gays*. No entanto, Korkes et al. (2008) relata o constante uso desses medicamentos por jovens para combater a possibilidade de disfunção erétil durante o uso do preservativo.

Para além dos motivos apresentados, a curiosidade e a pressão dos colegas aparecem em diferentes estudos como reforçadores do uso dessas medicações. No estudo realizado por Feitas et al. (2008), com estudantes universitários brasileiros com idades entre 18 e 30 anos, 70% dos acadêmicos relataram ter feito uso apenas por curiosidade. Neste mesmo trabalho, os acadêmicos também relataram usar o medicamento para potencializar a ereção (12%), contra o receio de ejaculação precoce (12%), e para aumento do prazer (6%). De acordo com Santtila et al. (2007), 16,4% dos jovens, com idades entre 16 e 25 anos, relataram o uso desses medicamentos para aliviar o medo de ter algum tipo de problema durante a relação sexual.

O fato de os participantes dos diferentes estudos selecionados terem origens socioeconômicas distintas sugere que essas preocupações podem ser sentidas por homens de todas as classes sociais, independentemente de seu *status* social.

Entre os garotos de programa aqui entrevistados, chamou atenção a ingestão de doses diárias dos referidos medicamentos, chegando ao consumo de até quatro comprimidos no mesmo dia, como é relatado por Dionísio. O uso esperado, conforme os entrevistados, é de, no máximo, um comprimido/dia. Embora não relatada a posologia das dosagens, acredita-se que, por vezes, eles possam ultrapassar a indicação máxima recomendada (citrato de sildenafila 100 ml/dia e tadalafila 20 mg/dia).

Já cheguei a tomar quatro Viagras no mesmo dia. Atendi oito pessoas num dia. Transei com oito pessoas. Ativo, gozei com quatro, com as outras quatro eu não conseguia gozar. (...) (Dionísio)

Meu máximo são dois no dia. Eu não passo disso. Que é de cinquenta miligramas, dosagem máxima pra mim por dia é cem miligramas e dizem até que tomar mais que isso daí não faz efeito. Nunca testei, mas cem pra mim já fez muito efeito e muita dor de cabeça. (Apolo)

Acho que... Tem dia que não precisa entendeu... Tipo, uns sete eu acho que tomo por semana Às vezes uns dois no dia. Às vezes porque é meio difícil assim, mas tem cliente, aí liga um em seguida querendo marcar ou as vezes já está na recepção sabe. Aí tem que dar conta. (Zeus)

Sendo o medicamento mais usado pelos *boys* entrevistados, o citrato de sildenafila (Viagra) atinge a concentração plasmática máxima em até 1 hora, podendo ter efeito de 12 horas (BOOLELL et. al. 1996; MONCADA et. al., 2004). Por sua vez, a tadalafila (Cialis) tem concentração plasmática de duas horas, podendo seu efeito durar de 18 a 36 horas (ADBO, 2010).

Considerando que a utilização destas drogas ocorre de forma recreativa, sem nenhuma necessidade fisiológica, os participantes relatam a ingestão de dosagens que podem ser consideradas altas dentro de curto período de tempo. Nestes casos, apesar dos eventos adversos serem semelhantes àqueles observados com doses inferiores, a taxa de incidência e gravidade são maiores.

Não o Viagra não, eu uso o citrato de sildenafila genérico. Já cheguei a usar dois. Mas eu evito tomar inteiro entendeu? Tomo metade pra dar aquela... Eu tomo metade se eu já meti ou se eu gozei. Vamos dizer, eu transei com você e aí me deixou cansado, eu já vou atender outro em seguida, tomo uma metadinha e já era. (Hermes)

Então eu tomo uma pílula quando não 'tô com tesão. As vezes nem com pílula vai. (...) Então, Cialis não. Viagra mesmo. Assim, o Cialis eu acho que você tem que ter... Toma com quem você goste assim ou sinta algum tipo de atração... Acho que ele demora mais. Se eu tiver com Cialis tomo uns dois de uma vez pra fazer efeito. O Viagra você coloca debaixo da língua e encara quem você tiver que encarar sabe. O Cialis além de demorar um pouco mais, você tem que ter uma química com a pessoa sabe? (Morfeu)

Apesar do quadro apresentado, o único efeito colateral amplamente relatado pelos entrevistados é cefaleia. Com exceção de Dionísio, que relata um episódio de priapismo, nenhum outro garoto apresentou ou mostrou conhecimento sobre efeitos considerados graves.

Eu tomo no máximo um por dia, mas eu não gosto. Dá muita dor de cabeça, dor de estômago... São efeitos colaterais que tem pra mim. Mas faz parte do meu trabalho. Eu ando com ele na bolsa. (Apolo)

Uma vez tomei três Viagras no mesmo dia e tive que ir pro hospital, tive esse problema que dá que tem que drenar o sangue. Sabe? (Dionísio)

Como relatado na literatura médica, existe boa tolerância desta classe de fármacos pela maioria dos pacientes que faz uso, apresentando efeitos adversos menos graves, como cefaleia, congestão nasal, dispepsia e visão anormal de cores. Efeitos adversos mais graves podem, no entanto, ocorrer em indivíduos que apresentem alterações cardiovasculares (SMITH e ROMANELLI, 2005; FREITAS et al., 2007; ABDO, 2010;).

Dos 429 acadêmicos entrevistados por Hornug, Alila e Barbosa (2012), com idades entre 18 e 32 anos, e que faziam uso recreativo dessa classe de medicamentos, 62% não relataram nenhum tipo de reação adversa. Porém, dos 38% que relataram reações, as principais foram dor de cabeça (37%) e rubor facial (22%). Também foram relatadas reações como suor excessivo (7%), batimentos cardíacos acelerados (11%), ereção prolongada do pênis (6%) e pressão alta (4%).

No estudo de Freitas et al. (2008), as reações que mais foram relatadas foram cefaleia (23%) e rubor facial (10%), de forma que as reações adversas citadas pelos participantes da presente pesquisa estão de acordo com a literatura.

O maior perigo, contudo, assinalado para o uso dos iPED-5 é, justamente, o uso concomitante destes com drogas vasodilatadoras, como os esteroides anabolizantes e termogênicos amplamente utilizados pelos garotos. Nesses casos, o risco de grave hipotensão arterial é grande, o que pode causar a queda de até 40% da pressão arterial, sendo uma séria ameaça para a vida dos pacientes (BOOLELL et al. 1996; MONCADA et al., 2004 e ABDO, 2010; CAVALCANTI E CAVALCANTI, 2012). Entre os entrevistados, não foram relatadas queixas apesar do referido uso sincrônico.

Apesar da contraindicação clínica, destaca-se que alguns estudos referem melhora no desempenho sexual inclusive para os homens sem recomendação para o uso de referidas drogas. Pesquisas realizadas por Aversa et al. (2000), Moser (2001) e Kamin et al. (2006) apontam que mais da metade dos entrevistados indicou uma mudança em relação ao seu funcionamento normal, com aumento do desejo sexual e diminuição do tempo entre as ereções. Firmeza, comprimento e espessura da ereção, prazer sexual e sensibilidade da pele do pênis tendem a aumentar com o uso de sildenafila. Moser (2001) concluiu que o citrato de sildenafila melhora o desempenho sexual mesmo em homens sem disfunção erétil, sendo que seu uso pode reverter alguns efeitos do envelhecimento em homens acima dos 40 anos.

Apesar disto, o uso de estimulantes sexuais torna o risco do programa se tornar automático, principalmente quando o cliente percebe que a ereção é fruto do uso de medicamentos, portanto, não “natural.”

Uma mulher percebeu, eu acho, que ela falou ‘seu pau fica duro o tempo inteiro assim? Nossa’ Sempre me perguntam né? E a maioria não quer essa coisa robótica, querem que pareça o mais natural possível. Então muita gente pergunta se eu já usei e ela ‘tava perguntando pra saber se gerou atração em mim... você tem que ser um artista nessa área também. Com o tempo você vai percebendo isso. (Apolo)

Como apresenta Viana (2010), corre-se o risco, não raramente, do cliente descobrir que o discurso de virilidade enunciado pelos *boys* de programa esconde, nos bastidores, o uso frequente e recorrente de medicamentos, indicando que mais que desejo, um programa bem feito utiliza de técnicas.

Por fim, deve-se considerar a medicação dentro de um campo mais amplo, o qual se associa à recursos visuais e imagéticos, e que ajuda o garoto de programa a montar sua performance perante o cliente. Como constatado por meio das entrevistas, não há preocupação em relação ao uso cotidiano destes medicamentos, mesmo ao ingerir altas doses num único dia. Destaca-se a importância da intervenção de profissionais de saúde para evitar a automedicação e o uso indiscriminado, levando em consideração a possibilidade de aquisição dessas drogas sem receita médica.

7.5.5. Prevenção e HIV/AIDS

Como indicam Albuquerque et al. (2016), a vulnerabilidade de homens que fazem sexo com homens no contexto da AIDS, ao considerar a transmissão sexual, permanece em patamares elevados, condição que, muitas vezes, resulta do preconceito social e da discriminação que incide sob essa população. Brignol et al. (2015) expõem que a infecção por HIV em HSHs, em muitos países, apresenta taxas elevadas quando comparada a outras populações vulneráveis.

Especificamente no Brasil, de 2007 até junho de 2017, foram comunicados ao Sistema de Informação de Agravos de Notificação (Sinan) 194.217 casos de infecção pelo HIV, sendo um total de 131.969 (67,9%) casos em homens e 62.198 (32,1%) casos em mulheres. Em relação à população masculina, no período observado, verifica-se que 48,9% dos casos foram decorrentes de exposição homossexual. Ainda nesta população, destaca-se o aumento da incidência em jovens de 15 a 19 anos e de 20 a 24 anos: do ano de 2006 para o de 2016, a taxa quase triplicou entre o primeiro grupo e, entre os de 20 a 24 anos, a taxa mais que duplicou (BRASIL, 2017).

Com relação a grupos populacionais específicos, estudos realizados em 10 municípios brasileiros entre 2008 e 2009 estimaram taxas de prevalência de HIV de 10,5% entre HSH e 4,9% entre mulheres que trabalham com sexo. A prevalência de infecção entre os referidos grupos populacionais, quando comparada à população geral (0,39%), é bastante significativa e revela uma situação de maior vulnerabilidade (BRASIL, 2014).

Com base nos dados, apresenta-se que a epidemia do HIV/AIDS é atravessada diretamente por aspectos relacionados com os efeitos que as hierarquias de classe, de raça, de

gênero e de orientação sexual têm sobre as experiências sexuais das pessoas, e que irão determinar contextos de maior ou menor vulnerabilidade à doença e ao acesso à prevenção e ao tratamento (SALLES, 2017).

Assim, como apontam Leite, Murray e Lenz (2015), a questão de como prevenir o HIV, da testagem sorológica e da estimulação do uso de preservativo e outros meios de prevenção, nos contextos de prostituição no Brasil, se mantém como uma questão importante para análise e planejamento de novas estratégias de cuidado.

Na presente pesquisa, entre os garotos de programa entrevistados, o uso do preservativo é o principal meio para a prevenção. As falas vão em concordância com os estudos de Viana (2010), Santos (2011) e Barreto (2017) que indicam que, muitas vezes, a camisinha é imperativa para que o programa aconteça, não havendo negociação quanto ao seu uso.

Sem camisinha não faço. Não faço esse tipo de coisa e eu já deixo claro. Hoje em dia tá muito assim sabe. Aham que sou qualquer garoto. Elas pedem muito sexo sem camisinha que é coisa que eu não faço. Comigo não. (Zeus)

Como explicam Lima et al. (2014), o uso do preservativo ainda é o método mais seguro e barato de evitar a infecção, de forma que esse aparece como figura central para grande parte da população, sendo, inclusive, recomendado como intervenção em contextos de prostituição (LEITE, MURRAY E LENZ, 2015).

Pode-se observar que o uso do preservativo funciona como um limite corporal (PASINI, 1999; VIANA, 2010) estabelecido pelos garotos em relação aos clientes, assemelhando-se às outras barreiras impostas, como beijar na boca ou fazer o papel de passivo na relação sexual. Nesse caso específico, com o objetivo da proteção de si mesmos, os profissionais acabam por estabelecer condições para que o programa aconteça, organizando e delimitando a relação sexual/pessoal com o cliente (BURBULHAM et al. 2012).

Apesar disso, a prática do *bareback* é amplamente relatada como um pedido recorrente dos clientes, os quais ofertam altas quantias de dinheiro, o dobro ou até o triplo do valor da hora, em troca do não uso da camisinha²⁹.

²⁹ Entre os entrevistados há o reconhecimento de que dependendo da situação em que se encontra o/a profissional do sexo, ou de qual o motivo que o leva a se prostituir, esse limite pode ser quebrado como uma forma de sobrevivência. Referido fato é explícito na fala de Eros, ao se referir à prostituição de colegas transexuais e

Alguns até dizem que querem pagar mais, mas alguns nem oferecem. É normal né? Eles sempre perguntam o que eu faço. Eu digo sexo seguro com camisinha sempre, sem frescura, mas com camisinha né. Eles querem sem porque nos filmes eu faço sem. Mas lá é outra coisa. (Eros)

Ofereceram mil reais a mais já. O cara falou ‘eu te dou dois mil reais’. Aí ficou nessa sabe? ‘Te dou três mil pra você transar comigo sem capa, faço a transferência agora’ e eu falei que não tinha chances. Nunca. Não conheço eles. Com namorado faço sem, mas com cliente jamais. (Dionísio)

Como explicam Silva e Iriart (2010), é preciso, para se entender essa prática, compreender que o *bareback* não advém da intenção direta ao risco/desejo de contrair o HIV, ainda que isso possa ocorrer indiretamente³⁰. Considera-se o apresentado por Oliveira (2017), de que o contexto das interações *barebacking* diz mais respeito a uma economia dos fluidos, dos valores e dos simbolismos associados do que ao uso de camisinha. Na etnografia realizada pelo autor, o prazer no contato com o esperma, assim como o gosto pelo sabor e pelo cheiro, estão associados, diretamente, para além da realização do proibido, à satisfação de desejos sexuais e de dominação viril. Dessa forma, ao dizer que “o sentimento de gozar dentro de alguém tem relação com a possibilidade de dominar, de deixar uma parte de si em alguém, fala-se também do que se espera de um homem: força, virilidade e abundância” (p. 195)³¹.

Isso aí é fetiche. Eles sempre pedem. Muito cliente pergunta ‘ah você mete no pelo?’, não sei o que... Não sei qual descabeçado que faz isso. Eles querem o leite dentro. O cara pode me dar o dinheiro que ele quiser. Deus que me livre. Eu não vou fazer sem... Tá é enfiando no cu né mano, então jamais né. ‘Cê é louco. Eu não sei se o cara fez chucha, se o cara não fez. Então jamais, nunca, nunca. (Hermes)

Isto posto, considerando a recusa da prática do *bareback*, diferentes estudos brasileiros mostram que o uso do preservativo por profissionais do sexo está em patamares elevados. Contudo, o seu uso aparece condicionado ao tipo de relação em que se está. No estudo de Szwarcwald (2009), 90,1% das prostitutas entrevistadas disseram ter usado o preservativo na

travestis: “Comigo não faz diferença se pagar a mais, mas eu escuto as histórias das minha amigas trans, por exemplo, de dizer que eles oferecem mais e elas acabarem saindo. Pra elas é diferente porque elas precisam do dinheiro.”.

³⁰ Santos (2013) estabelece a diferença entre *barebackers* (pessoas adeptas ao sexo consensual sem o uso de preservativos) e os chamados *bug chasers*, os quais, conforme apresentado pelo autor, são homens HIV negativos que procuram ser infectados pelo vírus, utilizando o *bareback* como uma das formas.

³¹ Dentro desse simbolismo Silva e Iriart (2010) apresentam que tal prática é associada, por seus adeptos, à maior estimulação física, a um sentimento de maior envolvimento afetivo com o parceiro, à maximização do prazer sensorial e à ideia de um sexo mais “quente”.

última relação sexual vaginal/anal com os clientes, em comparação com 36,6% com parceiros fixos. Em uma revisão sistemática da literatura sobre prevalência do HIV com populações consideradas vulneráveis, Malta et al. (2010) verificaram que prostitutas tinham três vezes mais probabilidade de usar o preservativo com clientes do que com parceiros fixos (67,3 versus 19,2%). Essa diferença aparece também nas falas dos garotos de programa aqui entrevistados, onde o fator “conhecimento do parceiro” interfere negativamente na constância do uso do preservativo.

Sempre uso. Nunca sai com alguém sem camisinha. Tipo... alguém que eu falo assim pra programa, pra programa não. Agora se a pessoa me interessar, se rolar uma conversa legal, coisa do tipo às vezes acontece sim de ser sem camisinha. Mas eu sempre faço exame de seis em seis meses entendeu? Nessa parte eu sou bem tranquilo. (Morfeu)

Com namorado é diferente, mas com cliente tem que usar. A gente não sabe onde em quem o cara meteu ou pra quem ele deu ontem. (Eros)

Segundo Grangeiro (2016), uma hipótese para a alta prevalência de HIV entre HSHs, seria a ocorrência de mudanças geracionais do comportamento sexual, que passaram a excluir o preservativo das relações íntimas e muitas vezes, das casuais. Como aponta o autor, as novas gerações estão iniciando a vida sexual mais cedo, tendo maior número de parceiros e utilizando menos o preservativo, movidos pelo falso sentimento do conhecido e da segurança.

Sempre uso. Nunca sai com alguém sem camisinha. Tipo... alguém que eu falo assim pra programa, pra programa não faço sem. Não tenho nem coragem. (Hermes)

Sempre que eu saio com alguém se não for com camisinha não rola. Existe pessoas no mercado que faz isso. Agora comigo nunca rolou nada porque eu nunca... Assim, eu não sei quem é a pessoa, nunca vi, se bem que quem vê cara não vê sorologia... Então é difícil, então sempre que eu saio eu sempre me preservei a não ser que como eu te falei, a pessoa seja interessante, pra me relacionar... Com a pessoa role um relacionamento entendeu? Aí acaba rolando sem camisinha entendeu? (Adônis)

O único participante que assumiu que, esporadicamente, realiza programas sem preservativo foi Apolo, que dentro da dinâmica discutida, relata que ocorreram com clientes fixos, com os quais costuma sair sempre e, por isso, considera conhecê-los, conceituando-os como “amigos”.

Eu uso sempre, quase sempre. Digamos que eu usei 80% das vezes.

Pesquisador: E as outras 20?

Foram com esses mais próximos, que são mais amigos mesmo. Você tem a percepção de que ela não tem nenhuma doença, que não vai te causar nenhum mal sabe? Aí eu já fiz, mas fico com peso na consciência. Se tem uma coisa que eu saio e fico com peso na consciência é quando eu faço sem camisinha, mas nunca fiz com quem não conheço. (Apolo)

Neste sentido, apresenta-se o que Pelúcio (2009) chama de hierarquia dos riscos, ou seja, a classificação do parceiro(a) como alguém conhecido/familiar e desconhecido/estranho, e as associações que daí advêm: confiança e segurança *versus* perigo e risco. Segundo a autora, na elaboração dessa escala hierárquica entram, ainda, as práticas eróticas e que posição se assume nelas: o ativo/penetrador/emissor, tanto na penetração anal ou oral, vê seus riscos diminuídos, enquanto que o(a) parceiro(a) passivo/penetrado/receptor se arrisca consideravelmente.

Barreto (2016) explica que o se arriscar, ou se colocar numa situação de potencial perigo não acontece por total desconhecimento ou falta de informações técnicas sobre formas de contágio, mas o que se percebe é a elaboração de um conhecimento outro, próprio dos indivíduos, que usam de vários elementos, advindos do saber médico, do cotidiano e de experimentações próprias. O que há é a criação de uma “ciência do concreto³²” (LÉVI-STRAUSS, 1989), ou seja, a elaboração de um saber construído e posto em prática (mas nem por isso menos “científico”) sobre o que é mais ou menos perigoso, sobre as diferentes formas de contaminação e maneiras e técnicas para evitá-las. Expor-se ou não a algo é um cálculo feito a partir do prazer que se sente, da intensidade da interação e do que se percebe como riscos menores ou maiores.

(...) diferentes fatores são agenciados nesses cálculos como a apresentação corporal do outro, cheiros, toques, cor, idade etc. Você pode estar mais disposto a determinadas práticas com uma pessoa que com outra levando esses fatores em consideração, aqueles que, por inúmeras razões, podem ‘te passar mais confiança’. (BARRETO, 2016, p. 246)

Considerando o tipo de relação com o parceiro, Santos (2015) argumenta que o fator socioeconômico e a confiança, baseada em aspectos físicos, nível educacional e pela relação de intimidade, funcionam, na concepção de jovens homossexuais, com uma espécie de proteção contra o HIV. Sullivan et al. (2009), também em estudo realizado com jovens homossexuais,

³² Em “O Pensamento Selvagem” (1989), Lévi-Strauss argumenta contra a ideia de que os povos indígenas tenham algum tipo de lógica ou pensamento menos racional que a dos europeus e chamou o pensamento elaborado pelos nativos de “ciência do concreto”. O autor argumenta que havia ordem e método no que a princípio poderia ser classificado como associações caóticas entre elementos da natureza como plantas e animais e sua relação com instituições sociais. “Eram o resultado não da falta de razão, mas, em certo sentido, de seu excesso”.

apresentam que 68% das soroconversões acontecem com parceiros sexuais fixos, sendo que o desejo de demonstrar intimidade, confiança e proximidade, foram apontados por Folch et al. (2006) como os principais motivos apontados entre os jovens para se abandonar o uso de preservativo nas relações, mesmo sem conhecimento sobre a sorologia do parceiro.

Resultados semelhantes foram apontados por Pirotta (2002), em pesquisa qualitativa realizada com 33 universitários heterossexuais na cidade de São Paulo. Como aponta a autora, a questão da confiança no parceiro(a) ou a passagem para um relacionamento estável, marca o abandono do uso de preservativo pelo casal, já que a prevenção de doenças não é avaliada como necessária.

Chama atenção, relacionando-se também ao conceito de hierarquia dos riscos, o fato de que nas respostas dos garotos entrevistados, não há o reconhecimento do sexo oral como um meio de transmissão do HIV e de outras infecções sexualmente transmissíveis (ISTs)³³.

A justificativa utilizada por alguns dos garotos para a negligência da proteção no sexo oral é que eles, como forma de conservar a posição masculina hegemônica na relação sexual com outros homens, não praticam sexo oral com os clientes. Dessa forma, são sempre receptivos nessa relação, ou seja, o cliente é quem pratica sexo oral neles, fazendo com que acreditem que o risco que correm seria nulo ou insignificante.

Eu não beijo, não chupo, não faço nada disso. Sou homem, não curto esse tipo de coisa. Eles que me chupam. (Hermes)

Muito difícil eu cair de boca no cara. Não curto isso. Se eu for fazer tem que rolar grana a mais, aí eles preferem não. Mas veado não quer receber, quer chupar. (Dionísio)

Não obstante, mesmo entre os garotos que não apresentam este discurso, a prática do sexo oral é distanciada do uso do preservativo, corroborando com os estudos de Lima et al. (2014) e Albuquerque et al. (2016) que também apontam pouca adesão dessa prática entre HSHs.

³³ De maneira geral, os entrevistados apresentam um baixo conhecimento sobre prevenção e características das diferentes infecções sexualmente transmissíveis (ISTs), resumindo suas respostas à prevenção do HIV/AIDS. Como explica Morfeu: “todo mundo ouve falar de AIDS. Tem muita campanha pra isso. (...) Eu tenho um conhecido que teve gonorreia, mas esse é o tipo de coisa que só quem tem conhece e sabe como é”.

Quando é algum muito bonitinho eu dou um beijinho, chupo sem capa, mas na hora de dar eu peço logo pra por camisinha. (Eros)

Eles normalmente não gostam que chupe com camisinha. É meio esquisito né, não sente nada. Ai só não deixo gozar em mim. (Apolo)

Santos, Maciel e Campêas (2013), em artigo de revisão de literatura, relatam que, de forma geral, a população jovem não associa a prática de sexo oral à transmissão de doenças, apontando que o uso do preservativo é subestimado. De acordo com os autores, a diminuição do prazer, devido ao uso da camisinha e a não troca de fluídos corporais explícita com o controle da ejaculação, são apontados como os principais motivos para a não associação de riscos, indicando o que pode ser interpretado como a construção de uma ciência do concreto.

Ressalta-se, como apresentam Albuquerque et al. (2016), Funari (2003) e Hawkins et al. (2000), atualmente existem evidências científicas suficientes para se concluir que o sexo oral pode ser uma via de transmissão para o HIV. Entretanto, os estudos conduzidos não dispõem de respostas precisas com respeito à quantificação e qualificação desse risco. Segundo Hawkins et al. (2000), a relativa escassez de casos de infecção pelo HIV atribuídos ao sexo oral é provavelmente influenciado pela escassez com que a exposição tenha ocorrido isoladamente (já que parcerias homossexuais e heterossexuais normalmente realizam o sexo oral em conjunto com o sexo genital), associada à tendência de atribuir a transmissão do HIV a qualquer outra exposição de alto risco que possa ser identificada.

Neste âmbito, o surgimento de tecnologias biomédicas eficazes para a redução da transmissão do HIV, como as profilaxias pré e pós-exposição sexual (PrEP e PEP), possibilitam um novo olhar, de forma mais abrangente, sobre a adoção de estratégias de redução de riscos para além do uso da camisinha, as chamadas intervenções combinadas (SALLES, 2017).

Na presente pesquisa, quando questionados sobre se consideram usar a PrEP ou se já usaram a PEP, os *boys* participantes disseram não saber muitos detalhes sobre estes esquemas, relatando um vago conhecimento sobre seus efeitos e funcionamento; portanto, não os incorporando às suas práticas de prevenção cotidiana.

Existe uma medicação pra não usar camisinha né? Existe né, mas é uma coisa assim. Eu tenho amigos que tem HIV e é uma luta diária sabe? Então assim, se o cara me pagar quatro mil reais não vai me deixar nem mais rico e nem mais pobre, entendeu? Eu prefiro usar a camisinha e pronto. (...) Nem conheço ninguém que usa isso. (Zeus)

Adotada desde 2017, a profilaxia pré-exposição ao HIV (PrEP) é uma estratégia de prevenção que envolve a utilização diária de um medicamento antirretroviral (ARV), por pessoas não infectadas, para reduzir o risco de aquisição do HIV por meio de relações sexuais. Em alguns países da Europa, o Truvada, marca mais famosa deste tipo de medicação, está incorporado ao cotidiano de algumas pessoas que já dispensam o uso de preservativo em suas relações (BARRETO, 2016). A PEP, profilaxia pós-exposição sexual ao HIV, por sua vez, consiste na utilização de antirretrovirais dentro de 72 horas após a exposição sexual, durante 28 dias, como forma de prevenção, inibindo a replicação viral e a transmissão do HIV para todo organismo (FERNANDEZ, 2015). Esta tecnologia existe desde 2007, mas foi apenas em 2010 que as diretrizes sobre seu uso foram atualizadas, incorporando a recomendação da utilização a partir do tipo de práticas sexuais e da prevalência do HIV em populações específicas (BRASIL, 2014)³⁴.

Para além do uso de preservativo e dos diferentes medicamentos disponíveis, o conhecimento sorológico apresenta-se como uma possibilidade de prevenção de infecções secundárias e de agravos à saúde (GRANGEIRO, 2016). Salles (2017) apresenta que, atualmente, os esforços para o controle da epidemia de HIV/AIDS no Brasil estão concentrados no diagnóstico precoce da infecção e no tratamento das pessoas vivendo com HIV/AIDS - PVHA, já que dados de 2015 indicavam que 54% das pessoas infectadas pelo vírus desconheciam seu status sorológico, o que aumentaria as chances de novas pessoas se infectarem.

Na presente pesquisa, todos os entrevistados relataram a realização de exames sorológicos nos quatro meses anteriores a pesquisa.

Eu faço exame de 15 em 15 dias, porque mesmo eu sendo muito precavido, prefiro fazer o acompanhamento constante. (Zeus)

O meu último exame foi em outubro (quatro meses antes da pesquisa). Já tá na hora de fazer de novo, mas eu também não transei sem capa. (Hermes)

Eu faço como o CRT manda, de três em três meses. A menina que me atende sabe que eu faço programa, aí eu prefiro ir lá. (...) A dona da casa de massagem também pede pra entregar uma cópia do exame pra ela, então tem que tá em dia. (Dionísio)

³⁴ Apesar de sua importância, não foram encontradas, na literatura sobre o Brasil, avaliações de acesso de profissionais do sexo (homens e mulheres) à Profilaxia Pré-Exposição (PrEP) ou Profilaxia Pós-Exposição (PEP).

A alta prevalência de testagem anti-HIV é apontada por Raxachi et al. (2007) os quais, em pesquisa realizada na cidade do Rio de Janeiro com a população HSH, 72,5% dos entrevistados comunicaram a realização de testagem nos seis meses anteriores ao questionário. Como apontam Lima et al. (2014), a alta prevalência de testagem entre a população estudada pode estar relacionada com a prática recorrente de possíveis comportamentos de risco, “que provocariam medo de ter contraído o HIV e que levariam à procura do teste como uma forma de reduzir a culpa e o medo relacionados à prática” (p. 889).

Em suma, com base no apresentado, considera-se que o mais adequado, no atual cenário sexual, seria uma combinação de estratégias de prevenção, para além do uso exclusivo do preservativo, para que os diversos aspectos relacionados à complexidade envolvida no processo de escolha pelo(s) método(s) de prevenção possam ser considerados, como o tipo de relação sexual, o parceiro envolvido, o acesso aos métodos de prevenção, a possibilidade de tratamento precoce, as vulnerabilidades sociais – as construções sociais das masculinidades hegemônicas e subordinadas – dentre outros (SALLES, 2017). Afinal, como indica Grangeiro (2016), as pessoas criam e escolhem modos de se prevenir de acordo com as situações e condições em que acontecem as experiências e encontros sexuais.

7.6. Eixo III: Questões pessoais

7.6.1. Relacionamentos íntimos

Diferente de outras pesquisas (VIANA, 2010; BARRETO 2013/2017; SILVA, 2016) realizadas com garotos de programa onde todos estavam em relacionamentos estáveis, sete dos oito *boys* aqui entrevistados eram solteiros, o que permitiu expandir a temática e questionar como eles veem suas vidas afetivas e os planos envolvidos. Apesar de não ser um ponto amplamente explorado nas entrevistas, pois não era o objetivo central, as falas sobre esta temática possibilitam algumas reflexões sobre o tema.

Embora, como mencionado anteriormente, os entrevistados declararam não manter relacionamento afetivo ou amoroso com os clientes ou citarem que tendem a não dar certo, é relatado nas pesquisas, por exemplo, na de Prado (2016), que muitas garotas de programa, diferentemente dos garotos, buscam na prostituição um relacionamento seguro e que lhes garanta estabilidade financeira. Essa fantasia romanceada, ao estilo de Bonequinha de Luxo, é realizada principalmente por meio de clientes fixos, os quais oferecem a garantia de saída da prostituição, uma vez que eles podem assumir características de um relacionamento fora do casamento e tirar as prostitutas de seu meio, senão, ajudá-las financeiramente a permanecer no mercado do sexo.

Contudo, advindo do relato do impeditivo destes relacionamentos, e de muitos *michês* os considerarem como desaconselháveis, uma vez que podem ser constituídos de relações hierárquicas, como a de patrão e subordinado ou de salvador e salvo, procurou-se entender como acontecem as relações mais íntimas dos entrevistados com pessoas fora deste meio.

Assim, foi proposta a análise dos participantes para além do mercado do sexo: quais as visões a respeito dos relacionamentos afetivos?; como veem o casamento?; e como o estigma social existente se estende às suas vidas íntimas?. Enfim, averiguar como se estabelecem os relacionamentos afetivos de uma pessoa que vende o sexo como mercadoria.

Mediante essas indagações, todos os garotos abordaram a dificuldade de manter um relacionamento afetivo fora do ambiente da prostituição, considerando ser difícil conjugar as duas coisas, já que a outra pessoa dificilmente aceitaria a profissão ou, possivelmente, teria ciúmes.

Nota-se que o caráter imoral atribuído à prostituição pela sociedade, que torna seus profissionais indivíduos desmerecedores de qualquer respeito, tende a afastá-los de relacionamentos, ou da crença de poder se envolver, de forma verdadeira, enquanto profissionais do sexo.

Segundo Diaz Benitez (2010), a principal dificuldade dos profissionais do mercado do sexo é encontrar alguém que os ame sinceramente, para além do desejo físico, e que não utilize o trabalho sexual como motivo para manipulá-los ou torná-los alvo de constantes reclamações. Alegam, ainda, a dificuldade de encontrar alguém que seja compreensivo e não os obrigue nem os estimule a afastarem-se de um mundo que muitos não querem, no momento, abandonar. Como relata um dos entrevistados pela autora: “a gente só serve pra amante, pra pessoas fazerem sexo gostoso.”, disse certo dia Marcus, um ator no set de filmagem, quando falávamos de suas dificuldades de namorar alguém alheio no meio.” (p. 211)

Como exemplos, na presente pesquisa, enquanto Eros diz que não gostaria de envolver-se afetivamente com alguém no momento por seu foco estar no trabalho e por não pretender parar de fazer programas por um companheiro, Cronos relata que dificilmente alguém aceitaria sua profissão ou seu passado, caso decidisse parar de fazer programas.

Vou te dar um exemplo. Eu começo a namorar com você e aí você me leva numa festa na casa de um amigo seu. Aí você chega comigo lá e alguém te chama de canto e fala ‘Olha eu já vi seu namorado em *site* de putaria há muito tempo atrás’, ou então vão falar assim, ‘Eu já sai com seu namorado’, entendeu? Esse é o maior problema, nesse tempo que eu ‘tô fazendo esse serviço aí eu até conheci duas pessoas que até tentaram lidar com a situação mas não conseguiram. É muito complicado. (Cronos)

Como forma de lidar com essas dificuldades, Barreto, Silveira e Grossi (2012) explicam que muitos profissionais do sexo optam por relacionamentos com pessoas que também trabalham nesse mercado, o que, segundo eles, é um facilitador, haja vista que compreenderá melhor o que fazem e suas ausências. Como aponta Diaz Benitez (2010), o trabalho com o sexo, nesses casos, não é percebido como traição, devido ao seu objetivo monetário. Pelo fato de ambos trabalharem no sexo e conhecerem seus meandros, as regras do jogo entre os parceiros são de caráter explícito, o que diminui o espaço para o ciúme em relação à atenção dada aos clientes ou às transas executadas em filmes pornôs. Isso posto, conforme indicam os entrevistados, há uma cisão em suas vidas entre o antes e o depois da entrada no campo da prostituição, sendo que consideram estarem marcados pela realidade imposta pela prostituição, pelo preconceito e consequentemente pelo ceticismo amoroso. Nas palavras de Eros, “quando

você fica nessa vida muito tempo, você vai acabar sozinho, porque você passa a ver as pessoas diferentes e elas te enxergam diferente também.”

Já tive vontade de casar e ter filhos, mas hoje, agora que eu ‘tô nesse ramo, eu tenho mais vontade de conhecer o mundo. Mais fácil eu botar uma mochila nas costas igual aquele filme ‘Na natureza selvagem’ e sair por aí. (...) Mas acho que é porque é difícil mesmo alguém se interessar agora por mim e eu não vou parar por ninguém. (Apolo)

Como dizem... É um círculo vicioso né. Ninguém vai se interessar por um garoto de programa e eu não vou deixar de ser um garoto de programa por ninguém. Ou namora outro garoto de programa ou não namora. (Eros)

Concorda-se com Lejarraga (2002) quando a autora afirma que os amores, enquanto experiências subjetivas, não são estruturas fixas nem universais, mas práticas que se transformam no curso da história e da experiência individual do sujeito. Aparece, dessa forma, o postulado liberal, onde há uma hipertrofia da liberdade do indivíduo em função de suas possibilidades de escolhas imediatas, sendo que cada eleição acarreta uma consequência. Em resumo, em prol de ganhar dinheiro e continuar na prostituição, seria necessário abrir mão da possibilidade de ter um relacionamento, pois, na visão dos entrevistados, ambos são excludentes.

Contudo, deve-se considerar o ciclo que marca a solidão, no qual a qualidade das relações diminui, em parte, porque a lógica de mercado estimula e habitua o indivíduo a procurar viver em função da satisfação do próprio desejo, o qual logo que satisfeito perde sua potência e seu encantamento, fazendo com que o indivíduo mude para outro e deseje algo novo e diferente, nunca obtendo uma real fonte de investimento e satisfação (LEJARRAGA, 2002).

Apesar das dificuldades impostas pela profissão, o ideal do amor romântico e o desejo de encontrar alguém alheio ao meio também está presente. Morfeu e Adônis apresentam em suas falas o desejo de concretizarem relacionamentos com alguém de fora do meio do mercado sexual e constituírem o que Morfeu chama de “família de verdade.”

Eu já tenho filhos. Queria alguém do meu lado pra ter uma família de verdade, sabe? Não acho que seja impossível, mas é impossível. Eu tenho um histórico e a pessoa tem que me amar muito pra aceitar. Não acho que o que eu faço é errado, mas tem muita gente que não gosta né? Ai isso fica... (Morfêu)

Eu quero um relacionamento. Penso em mais pra frente casar. Mas não sei como vai ser. É um sonho, mas acho que nem todo mundo pensa assim. Tenho amigos que dizem que não querem, mas uma hora todo mundo encontra

alguém. (...) Quero parar com isso e encontrar alguém pra mim, pra viajar, tomar café, transar só com ele. (Adônis)

Segundo Ferraça (2015), o matrimônio, ou o relacionamento estável, parece garantir uma saída “digna” do mercado do sexo, já que esses profissionais deixam de vez a imagem de homem/mulher de vida fácil, promíscuos e transgressores e passam à condição de pessoas respeitáveis, dignas e virtuosas. O casamento é, portanto, o laço que os redime perante a sociedade, pois, com o matrimônio, passam a ocupar outra posição e, por consequência, tudo o que a formação discursiva impõe.

Movimento semelhante é apresentado por Pelucio (2015), entre travestis que se prostituem. Como indica a autora, as entrevistadas, informadas pelos códigos conjugais heteronormativos, almejam uma vida conjugal nos moldes instituídos: casa, marido “homem de verdade”, marcado pelo padrão de masculinidade hegemônica, tranquilidade financeira, trabalho “normal”, o que significa fora da noite e da prostituição e, se possível, filhos. Nesse sentido, não almejam serem mulheres, mas parecerem mulheres³⁵.

Igualmente, as falas de Morfeu e Adônis vão ao encontro desse pensamento, principalmente ao indicar o caráter de realização pessoal embutido no relacionamento. Fruto de uma memória fortemente construída, o enlace matrimonial - nessa percepção - suscita efeitos de sentido positivos: credibilidade e virtuosidade, estabilidade econômica e social, formação da família, ter filhos e a legitimação do relacionamento sexual. Por isso, pelo fato de ser encarado positivamente, o matrimônio passa a ser um desejo a ser alcançado.

Destaca-se que, entre os diferentes pensamentos coletados, o marcador entre as relações estabelecidas, seja com clientes ou com parceiros amorosos, está justamente na forma como o sexo é concebido e na *performance* envolvida. Como é explicado pelos garotos de programa, as relações sexuais na prostituição são vistas como mecânicas, o que faz com que ocorram, como explica Morfeu, “como num filme pornô”, já que em algumas situações os *boys* não se

³⁵ Contudo, como aponta Pelucio (2015), essas relações são, normalmente, marcadas pelo estigma e pela invisibilidade. A categoria “marido” sugere que nas as relações amorosas envolvendo travestis o espaço de consolidação dos laços, e dos compromissos, é distinto daquele que envolve relacionamentos de contornos heterossexuais e de classe média. Nada de encontros cercados de amigos, flertes em barzinhos, passeios de mãos dadas em shoppings, saídas para jantares ou reuniões em casas de parentes. Estas relações tendem a ocorrer de maneira privada e longe dos olhares críticos da sociedade.

sentem excitados ou não chegam ao orgasmo, sendo que o objetivo principal é o prazer do cliente.

Transar com quem você ama é sempre diferente. Tem amor, tem carinho. É muito diferente. É diferente do louco que tá querendo um ator pornô na cama dele. Que quer uma metecção louca. Você já deixa claro que não vai rolar, que tipo você não é o ator pornô que ele viu na sauna gay entendeu. Independentemente de você fazer programa. (...) É isso que deixa muito garoto iniciante, novinho sabe?, perdido. Quando eles pegam um cara que o sexo é mais emocional, mais romântico, eles acham que tão apaixonados, mas não tão. (Zeus)

É muito diferente quando é com alguém com você gosta e não tá te pagando pra isso. Você sente a pessoa de verdade, sente o que tá acontecendo ali e aproveita. (Apolo)

Assim, como é possível notar nos estudos de Viana (2010) e Barreto, Silveira e Grossi (2012), as relações sexuais com clientes são amplamente relatadas como diferentes, pela relação que possuem com a pessoa – clientes, e pela forma como são executadas. Como apontam Burbulhan, Guimaraes e Bruns (2012), existem alguns clientes que são mais antigos e com os quais se tem uma relação mais próxima onde, por vezes, há intimidade e um envolvimento, que é traduzido em um ato sexual mais romântico ou mais natural. Contudo, mesmo a relação com esses não pode ser comparada com a relação tida com um parceiro amoroso, já que é permeada e só ocorre por existir o aspecto monetário. Santos (2013) explica que a orientação sexual dos garotos de programa também influencia em uma discrepância no desejo relatado entre clientes e parcerias amorosas. Segundo o autor, como a maioria dos clientes são homens e os garotos consideram-se heterossexuais, as relações pagas são apresentadas como mecânicas, diferente das relações com suas parceiras ou namoradas, as quais relatam “sentir vontade real de ter uma relação sexual, independente de qualquer dinheiro” (p. 12).

Esses pontos assemelham-se à ideia apresentada por Gagnon (2006), segundo a qual o comportamento sexual depende de produções sociais e mentais e são criados pelos seres humanos nos cenários e roteiros (*scripts* sexuais), que têm uma função estruturante para o seu imaginário sexual guiando os indivíduos e permitindo a eles atribuir sentido às experiências, comportamentos, sensações e desejos. Dessa forma, quando há o comportamento sexual, se considera planos subjetivos (narrativas, fantasias), interações sociais (coordenação de atos sexuais entre pessoas) e as prescrições culturais (delimitando os parâmetros do que é aceitável ou não), que permitem perceber e interpretar estados corporais, indicando se uma situação é excitante ou apropriada e como se portar (GAGNON, 2006).

Por meio do presente tópico, observa-se a discordância entre a profissão e o tipo de relacionamento almejado, uma vez que profissionais do sexo são vítimas de inúmeros preconceitos. Enquanto que a instituição do matrimônio, culturalmente, envolve estabilidade em todos os parâmetros: social, emocional e financeiro, busca-se um parceiro que satisfaça sexualmente e que seja capaz de prover sustento à relação através de seu trabalho, desde que esse não envolva o sexo. Tem-se, nesta dinâmica, uma dicotomia onde ou o sentimento fica em segundo plano, atrelado aos desejos de uma ascensão financeira ou o profissional vê um cenário de expectativas tornarem-se realidade, o que pode ser um empecilho para mudança de carreira profissional. Logo, quando o sexo é a profissão, o prazer deixa de ser mútuo se os sentimentos não forem fortes o suficiente para prevalecer ao preconceito. O que parece restar é a solidão e o dinheiro adquirido, muitas vezes incapazes de pagar por um amor.

7.6.2. Planos e futuro profissional

Neste último tópico de análise, pretende-se abordar o planejamento do futuro profissional entre os *boys*, já que foi mencionado algumas das entrevistas realizadas. Em consonância com outras pesquisas acerca da temática, apesar dos participantes dizerem que não pretendem sair da prostituição num período próximo, todos admitem que, no futuro, principalmente devido à velhice, precisarão focar em outras possibilidades profissionais.

Como apontam Barreto, Silveira e Grossi (2012) e Barreto (2017), ainda que a atividade seja exercida como uma complementação de renda ou assumida como busca de prazer, a perspectiva de um dia ‘sair dessa vida’, seja pelo desejo de se dedicar a outra profissão ou como efeito do envelhecimento, está presente entre a maioria dos garotos de programa, apesar da longa permanência no mercado. A questão é que nunca se diz estar ali “para sempre”; prostituir-se é um estado de transição para outra coisa ou para outro momento de vida, marcando o que Diaz Benitez (2010) intitula de ética do instante, na qual é preciso desfrutar ao máximo da beleza, da juventude e da capacidade sexual jovial, antes que seja necessário sair desse mercado. Como explica a autora, o afastamento ocorre por vontade própria ou pelas vicissitudes corporais, quando corpos novos repõe antigos profissionais.

Todo mundo fica velho e aí não dá mais pra querer fazer programa. As pessoas não sentem atração, simples assim. Os caras mais velhos que tem por aí devem ter uns 40 anos, mas mesmo assim o corpo deles é impecável né?! (Apolo)

Tanto as falas de Apolo quanto as de Hermes e Adônis, apresentam uma perspectiva similar à de Perlongher (1987), Diaz Benitez (2010) e Pocahy (2011), nas quais é notável, entre os profissionais do sexo, tanto homens quanto mulheres, a percepção que esta é uma ocupação com prazo para terminar, já que o que se busca e alimenta o mercado é a busca por profissionais jovens e com corpos bonitos.

Tem uma idade que tem que parar, o corpo não é mais atraente. Você não vê no *site* cara velho, com tudo caindo. É tudo novão, bombado, com a pica pra cima. Não tem cara mais velho que faz. (Hermes)

Eu ‘tô no topo agora porque tenho 20 anos. Não acho que daqui a uns 10 anos meu corpo vai estar tão bom como agora.(...) Se o corpo fica velho os clientes não querem mais. Não vão pagar um corpo todo caído, velho e, barrigudo sendo que tem um monte de cara lindo no *site*. (Adônis)

Deve-se reconhecer que não é possível generalizar a ideia de que “o corpo” é um importante valor na cultura brasileira como um todo. Contudo, essa ideia está presente, de uma forma muito forte, no segmento do mercado do sexo e entre a camada de classe média da população brasileira (GOLDENBERG, 2015). Como já analisado anteriormente, Mauss (2003) explica ser por meio da “imitação prestigiosa” que os indivíduos de cada cultura constroem seus corpos e comportamentos. Assim há a valorização de certos atributos e comportamentos em detrimento de outros e, para além de um capital físico, o corpo passa a ser um capital simbólico, econômico e social (BOURDIEU, 1999).

Nessa percepção, o envelhecimento pode ser experimentado como uma fase de perdas e faltas para muitos indivíduos inseridos numa cultura que cultiva o corpo como capital. Em pesquisa realizada por Limoeiro (2012), os homens citam a decadência na aparência como algo inerente ao envelhecimento. Contudo, de forma paradoxal, o autor mostra que a preocupação com a aparência diminui com o aumento da faixa etária, indicando que o envelhecer pode trazer novas preocupações, realizações ou a possibilidade de não mais ter esse assunto como importante nas suas vidas.

Segundo Santos (2011), é a consciência dessa eventual saída da prostituição que leva à percepção da necessidade de traçar uma estratégia para assegurar um futuro supostamente confortável. Nos discursos dos garotos aqui entrevistados, esse planejamento funciona como uma medida para tentar evitar gastar com festas, drogas ou outras formas de ostentação.

Hoje não preciso mais do dinheiro. Quanto mais eu vejo, quanto mais o tempo está passando eu me vejo mais distante disso. Me vejo mais distante porque

eu estou mais focado no salão e nesses últimos três meses essas pessoas que apareceram por conta do anúncio do *site* eu não tenho saído, tenho saído mais com os fixos. Sabe, ‘tô tranquilo digamos assim. Mas esse dinheiro a mais me prende. (...) Eu não saio completamente porque eu ‘tô juntando dinheiro pro futuro. Quero ter um pé de meia pra poder sair de vez. (Morfeu)

Enquanto que Morfeu relata juntar um “pé de meia”, Zeus aplica seus ganhos em investimentos e como sócio em empreendimentos e Dionísio e Eros demonstram o desejo de voltar a estudar. Apesar das falas, com a exceção de Zeus e Morfeu (dono de um salão de beleza), os outros entrevistados não apresentaram nenhum planejamento estruturado para uma concretização dos planos futuros, apenas desejos e possibilidades a serem alicerçadas.

Eu ‘tô atrás de um teatro, sou bailarino né? Quero atuar dançando. Alguma coisa aqui em São Paulo. Conheci um pessoal da Vai Vai. Tem que conhecer gente que vai indicando porque pra entrar no meio artístico se tem que tá no meio. Eu não consigo saber quando que tá tendo uma audição ainda. Só quem tá ali no meio é que sabe. Esse ano, ou dentro de alguns anos, se Deus quiser vou entrar numa faculdade, fazer o Enem e ver se eu vou cursar Dança aqui em São Paulo. Pretendo voltar a estudar e cursar alguma coisa aí na minha área de artes sei lá. (Eros)

Viana (2010) expressa que é um discurso majoritário entre os *boys* a vontade de utilizar o dinheiro ganho por meio da prostituição para começar algum curso, pagar um intercâmbio, investir em alguma coisa ou mesmo juntar para abrir seu próprio negócio. Curiosamente, essa vontade parece não ser estável o suficiente para se transformar em ação efetiva. Segundo Barreto (2013), em pesquisa realizada com garotos de programa que frequentam saunas, não é raro ouvir nas conversas entre os *boys* que foram ali apenas para conseguir o dinheiro para pagar alguma conta, porque tinham gasto toda a quantia reservada para essa despesa em alguma boate, com os amigos ou em uma festa. Para Teixeira (2011), é por meio do destino e da importância dada ao dinheiro, do planejamento de futuro e do estilo de vida, que se avalia o papel da prostituição, e a possibilidade de saída desse, na vida dos garotos.

Em pesquisa realizada por Ferraça (2015), a educação enquanto prática economicamente rentável permeia uma das possibilidades mais acessíveis para a saída da prostituição. Como explica, o desejo de fazer um curso técnico, terminar o ensino médio ou realizar cursos profissionalizantes está, entre as garotas de programa entrevistadas pelo autor, mais relacionadas à oportunidade e à possibilidade de lucrar com a formação obtida e abandonar a prostituição, do que efetivamente adquirir conhecimento ou realização pessoal. Ademais, a educação está atrelada a um certo *status* social e ao prestígio, já que, além da possibilidade de estudar ainda poder apresentar, em algumas camadas da população, como um privilégio de

poucos, a educação possibilita mobilidade, sendo uma forma de lutar pela ascensão e inserção social. Contudo, parece haver uma grande preocupação de manter o padrão já alcançado por elas, caso contrário, muitas já teriam deixado a prostituição para realizar atividades com remuneração mais baixa ou mesmo não teriam nem optado pelo comércio do sexo (FERRAÇA, 2015).

Eu gosto de educação física e ciências contábeis, amo isso daí. Só que será que eu vou conseguir faturar quinze, dezesseis mil por mês em vinte dias de trabalho? Tem dia que... Em Outubro, vinte dias de trabalho eu tinha quinze mil reais enquanto outros ‘tava ganhando dez, ganhando doze mil. (Dionísio)

Considera-se que o ingresso na prostituição de luxo possibilitou aos *boys* não apenas o acesso ao consumo e aos bens materiais, mas também lhes proporcionou a mudança e/ou manutenção (pelo menos aparente) do *status* social. É certo afirmar que depois que começaram a ganhar dinheiro como acompanhantes suas condições financeiras sofreram grandes transformações, visto que puderam comprar importantes bens materiais como imóveis e automóveis, bem como se mantêm e ajudam, em alguns casos, a sustentar seus familiares. Como apresentam Barreto (2014) e Ferraça (2015), a racionalidade na qual esses profissionais estão presos justifica (pelo menos em parte) a “compulsão”, a não economia e o consumo exacerbado de produtos sem uma significativa utilidade – afinal, quanto mais dinheiro ganham, mais gastam. Isso posto, privilegia-se nos discursos o raciocínio de que a saída do mercado do sexo só ocorrerá perante a entrada em outra carreira que traga os mesmos ganhos, ou maiores, que a prostituição de luxo.

Eu não me vejo parando agora. Eu acho assim, quando eu conquistar minha casa e tiver estabilizado, montar um comércio pra mim, alguma fonte pra mim, é mais tranquilo, mas ainda, sou iniciante assim ainda. Eu já tenho muitos clientes, já aprendi demais nesse um ano que passou, agora eu ‘tô focado nisso. (Dionísio)

Até penso em parar, mas tem que valer muito a pena. Tem que ser algo que eu ganhe mais que fazendo programa, senão não vale a pena. (Adônis)

Pode-se considerar, portanto, que não só as trocas comerciais/sexuais estabelecidas na prostituição de luxo, mas também a permanência no ramo, são mantidas principalmente pelo potencial econômico advindos delas. Apesar da saída desse mercado ser inevitável e de todos os acompanhantes entrevistados, mesmo os que se consideram *boys fixos*, terem planos e desejos para suas vidas fora da prostituição, tendem a ser deixados de lado temporalmente, mas não desconsiderados por completo, em prol do dinheiro como reforçador instantâneo.

Para alguns garotos, como também é constatado por Santos (2013), nem sempre há objetivos no negócio da prostituição, em curto ou longo prazo, para além do dinheiro e da aquisição de bens materiais. Nota-se que a cegueira causada pelo ganho de dinheiro, em grande quantidade e de forma lépida, tende a resultar em uma não construção dos alicerces para um futuro, o que, segundo Teixeira (2011), dificultaria a realização dos objetivos propostos inicialmente e, conseqüentemente, aumentaria a necessidade de mais programas e mais tempo nesse mercado.

Na realidade, em consonância aos estudos de Viana (2010) e Barreto (2017), os garotos de programa dizem que se percebem vivendo o tempo imediato, o aqui e o agora, sem muitas vezes pensar ou planejar concretamente um futuro, quando os corpos e os desejos deverão mudar. Nas palavras de Hermes “Esse é o meu trabalho agora. Eu invisto nisso e quero isso. Vou me adequando e seguindo... Quando eu chegar a hora eu mudo sabe?! Eu ‘tô gostoso agora, tenho que viver isso.”

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no trabalho realizado, é possível concluir que a prostituição exercida por homens apresenta um contexto diverso e muito rico em possibilidades analíticas. Essa diversidade, presente nas falas, nos retratos e nos distintos objetivos e desejos, se apresenta desde o título desta tese, a qual remete ao pensamento de que a prostituição é um campo muito além da atividade sexual e da nudez dos seus protagonistas. Os segredos dos corpos nus estão justamente no processo em como essa nudez é construída e em como os diferentes fatores são individual e coletivamente incorporados, reproduzidos e constantemente ressignificados. O corpo nu não é somente a matéria, mas também uma quimera detalhadamente construída (CYRULNIK, 2009). Ao longo da análise, buscou-se fazer algumas aproximações na tentativa de compreender esse processo, puxando determinadas linhas do emaranhado total.

No caso da prostituição de luxo, recorte feito nesta pesquisa, existem e são evidenciadas no cotidiano dos *boys* questões que os uniformizam, identificando-os como pertencentes a um grupo. Como apresentado ao longo da discussão, os garotos de programa para se inserirem, ou serem inseridos, no mercado erótico de alto padrão, assumem um comportamento de modo que possam operar em dado lugar (*lócus*), encarnando aspectos caricaturais e marcantes da masculinidade hegemônica, o que, por consequência, os restringe a um rígido código de condutas, aparência, corporeidade e desejos.

A adoção desse *modus operandi* dita a introjeção de um protocolo que encontra em olhares, posturas, estéticas corporais (com ênfase no corpo muscular), roupas e intenções, os elementos que estabelecem os pilares para o desenvolvimento do trabalho. Os depoimentos descortinam um rico universo simbólico onde cada um dos entrevistados aprendeu a manejar as regras, por vezes com a disciplina de um aprendiz de um ofício que requer aprimoramento constante. Sendo assim, faz-se necessário que os sujeitos inseridos nesse contexto busquem estratégias para que o protocolo seja possível e visível ao outro, o desejante e pagante.

Apesar das considerações, cabe a reflexão do gênero mediante o foco da interação. Considerando que os comportamentos e ações de um garoto de programa não atuam somente no cliente, mas também recaem sobre o profissional (originando uma via de mão dupla), pode-se criar a hipótese, por mais que respostas não sejam dadas, sobre como a prostituição de luxo também serve como uma forma eficaz de alcançar não só a masculinidade hegemônica (perante o cliente e um grupo social) como também uma forma, momentânea, de remediar conteúdos latentes, sejam eles sentimentos homoeróticos ou questões narcísicas e de autoestima.

Para além das ações envolvidas na concepção de masculinidade, os achados desta pesquisa vão ao encontro dos apresentados por Viana (2010) e Barreto (2017) que apresentam o exercício mental (GAGNON, 2006) como uma técnica que merece destaque para a prática da prostituição masculina. Apesar de não ser um recurso exclusivo dos *boys*, esta técnica serve como estratégia fundamental para o desenrolar do ciclo sexual e da possibilidade de atuação. Constatação interessante surge quando, da análise, parcela expressiva dos entrevistados diz ser necessário pensar em mulheres ou em homens por quem se sintam sexualmente atraídos para conseguir excitação e para sustentar a ereção até o fim do programa. A essa, observa-se a associação e a adoção de outros recursos, inclusive o medicamentoso, que será discutido adiante.

Como discutido, no contexto da prostituição masculina, as categorias homossexual e heterossexual são dispostas de forma diferente do entendimento cotidiano. A dualidade bicha/passivo e homem/ativo assume papel de destaque em uma dinâmica de relações de poder que hierarquiza prazeres (estar com outro homem), fontes corporais de excitação (ânus/boca e pênis), posições dos órgãos na interação sexual (penetrativo e receptivo) e *performances* de gênero (gestualidades aprendidas como masculinas ou femininas). Por consequência, recupera-se a colocação de Gagnon (2006) que, no negócio do sexo, muitas vezes, as práticas independem de um desejo objetual ou sexual, fundadas, no caso, em um desejo financeiro. Isso posto, os limites corporais impostos ao ânus, ao papel de passivo e ao não beijar os clientes garantiriam a posição masculina, e uma suposta heterossexualidade, aos *boys*.

Considera-se que na prostituição viril, sob a perspectiva da interação destes profissionais com seus clientes do sexo masculino, vende-se a masculinidade, cabendo aos garotos de programa serem os mais masculinos dos homens e é justamente esse reforço das normas e da *performance* de gênero que garante aos acompanhantes a possibilidade de terem relações sexuais com outros homens, ao mesmo tempo em que se mantêm em uma posição heterossexual.

Nesse âmbito, o corpo caracteriza o local de inscrição primordial do gênero na prostituição de luxo. Retomando o conceito de corpolatria, pode-se considerar que é no corpo e pelo corpo que os *michês* demarcam e tornam visíveis aspectos ligados à masculinidade, à virilidade e à potência sexual. Corpos musculosos, principalmente com braços e peitos torneados, muitas vezes com tatuagens e barba por fazer, possuem um papel privilegiado nas práticas homoeróticas, assumindo não só a marca principal da prostituição de luxo, mas também carregando os aspectos simbólicos inerentes e necessários à essa. No oposto, corpos magros ou sem músculos, destoantes visivelmente do padrão musculoso ativo, tornam-se não só de menor

valor financeiro, como recai sobre seus possuintes a imagem de passividade e feminilidade. Dado o explorado, no exercício dos corpos na prostituição de luxo, na dinâmica com a clientela *gay*, observa-se a dinâmica musculoso/ativo e magro/passivo como reproduções da dinâmica patriarcal feminino/masculino, na qual é negada a masculinidade do passivo.

Para tanto, o uso de anabolizantes, por meio da produção farmacológica de si (LE BRETON, 2003), é um dos principais recursos para a conquista do corpo considerado ideal e valorizado no mercado. Como é analisado, o desejo de transformação está intimamente ligado à obtenção da gratificação de pertencer a um grupo de “valor superior”, no qual a matéria, dentro de uma corpolatria específica, é um signo distintivo (BOURDIEU, 2001). Ignorando os efeitos colaterais, os sintomas hepáticos e, muitas vezes, sem nenhum acompanhamento médico, o uso dos EAAs de forma estética, sinaliza em direção contrária à defendida pelos entrevistados, na qual a prostituição de luxo seria marcada não só pelo nível muscular, intelectual e cultural dos acompanhantes, mas também pela “limpeza” de seus corpos, que não seriam expostos a drogas ou a substâncias ilícitas, características do estilo de vida *fitness* vendido aos clientes.

Ademais, as noções de resistência e hegemonia ganham espaço também no ideal de potência sexual vendida aos clientes considerando outros aspectos além dos musculares. Não somente expresso no tamanho do pênis, aspecto amplamente valorizado e destacado nos anúncios, a eficácia sexual é viabilizada por meio do uso constante de estimulantes, apresentados como instrumentos que possibilitam a realização do trabalho sexual por longas horas e com múltiplos parceiros. Assim como no caso dos anabolizantes, o uso dos iPDE5 é realizado sem nenhum acompanhamento médico ou necessidade clínica, levando os participantes, como notado por meio das entrevistas, à ingestão de posologias superiores ao indicado e à possibilidade de efeitos colaterais diversos.

Referidos achados sinalizam para a necessidade de estudos acadêmicos (nas diversas áreas da saúde), que sejam dedicados à compreensão do uso dos EAAs e dos estimulantes sexuais como caminhos para a obtenção de características hegemônicas, principalmente quando considerados como fenômenos reforçados e de prática constante, porém velada, entre homens de diversas camadas populacionais e de diferentes faixas etárias que, como apontam as pesquisas consultadas, surgem como uma problemática de Saúde Pública (IRIART e ANDRADE, 2002; KORKES et. al., 2008; IRIART, CHAVES e ORLEANS, 2009; BOTH, 2015).

Outro ponto analisado, perpassa o relato sobre a necessidade e uso constante de preservativo na prática sexual com os clientes. Como declarado, a camisinha é fator impreterível para a realização dos programas, não havendo negociação monetária quanto ao seu uso, que aparece condicionado ao tipo de relação em que se está, não sendo as relações sexuais mantidas no campo da prostituição a principal via para ISTs ou para contaminação pelo HIV. Contudo, como é expresso nas falas, o preservativo é deixado de fora das relações quando são mantidas com alguém que julgam possuir certo grau de intimidade, sendo o “conhecimento do parceiro” um aspecto negativo para a constância do uso do preservativo. Desconhecendo a prevenção combinada (PEP e PrEP) e guiados pela “ciência do concreto” (LEVI STRAUSS, 1989) os entrevistados não só ajudam a entender as estatísticas que apontam o aumento do índice de infecções por HIV na população homossexual (BRASIL, 2017), como também indicam novos caminhos e diferentes estratégias de campanhas e formas de (re)pensar as ISTs, tanto em ações voltadas ao público LGBT quanto ao grupo de profissionais do sexo.

Na reflexão sobre os significados atribuídos às diferentes formas de prostituição, considera-se como norteadora a premissa de Barth (1996), pela qual a qualidade intrínseca do produto, seu refinamento e a confiabilidade legitimam uma pessoa/marca *premium*. Descrimina-se, assim, os acompanhantes de luxo (que por vezes escolheram a entrada no campo da prostituição como profissão) dos garotos de programa de rua e saunas que, de acordo com as diferentes pesquisas consultadas, acabam na prostituição viril como fonte de renda, dadas dificuldades financeiras e em conseguir emprego formal.

Pontua-se que, dentre os entrevistados, a prostituição é legitimada como fonte de renda e profissão atual. Apesar do relato de estigmas e de, por vezes, esconderem suas práticas e cotidiano de amigos e familiares, o ganho financeiro obtido pela comercialização do corpo e do sexo é traduzido na manutenção de um estilo de vida (marcado pela aquisição de bens e por gastos, muitas vezes, desmedidos), o qual, na visão dos *boys*, dificilmente seria possível por meio de empregos do mercado formal. Essa inserção no mercado capitalista aparece não apenas como motivo para a continuidade na prostituição, mas também na justificativa para entrada nesse ramo entre rapazes de classe média. A chamada legitimação da *microtugem* (PERLONGHER, 1987) traz não só novos contornos à prostituição como também coloca essa como uma prática marcada pelo querer, validando o termo “profissional do sexo”.

Com a consciência de se estar muito longe da totalidade das experiências e vivências desses sujeitos, diferentes temas emergem como possibilidades para futuros estudos: as

vivências amorosas e familiares, o uso de drogas, a prostituição como uma profissão emergente, as interconexões entre raça e gênero e, até mesmo, a mudança do foco dos profissionais para os clientes que os contratam, surgem como cenários de aprofundamento científico, colaborando e estimulando para a criação de ações educativas e políticas de saúde. Mediante a constatação da fragilidade dos estudos sobre prostituição masculina no Brasil (seja ela de luxo, de rua ou de saunas), ressalta-se a necessidade da aproximação com essa população, deixando de lado a superficialidade, os conceitos pré-estabelecidos e os modismos em prol de um encontro não usual.

Por fim, retoma-se o conceito de hierarquia de credibilidade (BECKER, 1977) para a análise das práticas que estruturam e validam as *performances* vendidas pelos garotos de programa de luxo aos clientes e os tornam objeto de desejo. Pretende-se, dessa forma, explicitar que se o objeto vendido é parcialmente padronizado, ele só é pois a masculinidade hegemônica e a concepção de corpo muscular, como sinal de virilidade prevalecem como ideais entre parte da população *gay* e de homens que fazem sexo com outros homens. Isso posto, conclui-se que os michês atuam na reprodução de uma concepção valorizada, e não somente na elaboração da sua própria noção de mercado, indicando a possibilidade de mudança de foco deles para uma população mais ampla e a confiabilidade dos resultados.

Se por um lado, essa apropriação de estereótipos pode ser interpretada como uma repetição de normas hierárquicas relacionadas à ideia da dominação masculina (BOURDIEU, 1996) por outro, foi possível também identificar na prática aquilo que Perlongher (1987) chama de paradigma da identidade *gay*, na qual, por meio de traços da masculinidade hegemônica como características identitárias, homens *gays* visam o caminho não só para a aceitação, dentro e fora da comunidade *gay*, mas também como possibilidade de felicidade, conquistas amorosas e sexuais e, por consequência, como fuga da feminização e de uma visão desvirtuada de si (explicitando a relação dinâmica e relacional de gênero). Resumindo o exposto nas palavras de Hermes: “Eles querem caras grandes, com cara de macho ativo. A onda agora é essa, é isso que vende. Se não for assim eles nem querem, ligam pra outro e pronto. (...) Se uma hora mudar, se eles pedirem algo diferente, sei lá, a gente vai ter que mudar também, se adaptar ao que eles querem pra poder ganhar dinheiro. (...) Sempre muda e uma hora acho que isso vai mudar também né?”.

Para além das considerações teóricas e da referência aos objetivos de pesquisa, questões sobre o processo e a temática merecem destaque, por mais que brevemente, nas conclusões deste trabalho.

Ao escolher estudar e aprofundar um tema como a prostituição, é necessário também considerar a polêmica que envolve o assunto, principalmente por ser relativo à prostituição exercida por homens, tão invisível não só no meio social, mas também no ambiente acadêmico. Entre muitas pessoas com as quais o tema foi discutido, gerou-se um misto de curiosidade, críticas e, muitas vezes, reprovação (já que, como notado ao longo desses anos, não julgam esse tema como digno de interesse, principalmente em uma tese de doutoramento). Assim como aponta Barreto (2017), é interessante perceber os indicativos de contaminação do pesquisador por esse estigma. A conclusão de algumas (ou muitas) pessoas é de que o indivíduo que se interessa por esse assunto, mesmo que para fins acadêmicos, na verdade é um ‘pervertido’, e está procurando esses profissionais por algum motivo sórdido. Há concordância com o exposto por Viana (2010) de que não foram poucas as vezes em que piadas foram ouvidas sobre o fato de que esse campo poderia trazer mais dinheiro do que a docência e, com quase certeza, praticamente todas as vezes em que foi respondida a pergunta sobre o tema da pesquisa, foi notado, no mínimo, um sorriso de lado e uma cara de espanto.

Como dito por Braz (2010), parte da riqueza dos estudos sobre sexualidades está presente justamente nos desafios metodológicos que, ao que parece, o estudo da sexualidade “obriga” o pesquisador a ver a si mesmo (e ser visto) como ser sexuado.

A ideia e desconfiança do pesquisador que se dedica às temáticas consideradas escusas é unanimemente apontada por aqueles que se dedicaram ao tema e também a alguns autores que fazem uma revisão geral do campo, seja no contexto norte-americano ou europeu (VANCE, 1995; BARRETO, 2013), apontando, inclusive, dificuldades práticas em conseguir bolsas, financiamentos, cargos quando formados e, até mesmo, estudantes para compor suas equipes.

Da mesma forma, a escrita dos resultados dessa pesquisa veio acompanhada de uma certa hesitação, além das já comuns. Algumas preocupações apareceram e continuaram em voga durante todo o processo de elaboração e escrita: Como descrever as práticas observadas sem que o texto soe como um conto erótico ou um roteiro de filme pornô? Quais palavras escolher e o quão explícito ser nas descrições? Como proceder diante do linguajar e das palavras ditas pelos garotos de programa? Existem termos e palavras inapropriados?

Aborda-se aqui a própria construção do texto e de qual o limite entre pornografia, “literatura” e ciência. Buscou-se fugir de uma abordagem que privilegiasse o tom do sensacionalismo, do curioso ou do bizarro com que a prostituição aparece nos escritos cotidianos. Considera-se ter buscado, em todas as partes desta tese, uma escrita que se adequasse não só ao padrão científico, mas também que não deixasse de lado, na tentativa de higienizar, os aspectos fundamentais desta temática: o erotismo e o desejo.

Uma outra questão, a qual já abordada por Perlongher (1987), que merece consideração é a dificuldade de aproximação dos sujeitos, marcados pela clandestinidade e ilegalidade social de suas ações. Ao driblar essa dificuldade com a seleção de participantes pela *internet*, considera-se o virtual como um campo de diversas possibilidades e usos, demonstrando ser um espaço alternativo aos mais variados aparelhos de controle e estigma social.

Ficou claro, ao longo de todo o processo, que o que afastava os garotos da pesquisa era o medo não só da exposição, mas do estigma que causaria nas suas vidas pessoais. Ao receber como devolutiva de um deles que este pesquisador foi uma das poucas pessoas que não o viu como um objeto sexual, mas sim como um trabalhador, firmou-se a linha de pensamento que deveria ser adotada, não só na análise, mas também na concepção da prostituição de luxo.

Por fim, considera-se que o grande ponto em torno de pesquisas sobre algumas temáticas específicas (como prostituição, masculinidades e homossexualidades), e o que as tornam tão complexas de serem realizadas, tanto para os pesquisadores quanto para os participantes, é o fato de que os temas criticados e/ou reprimidos em uma comunidade são os que normalmente põem em cheque as concepções mais amplas de seu funcionamento estrutural, como os conceitos de gênero, sexualidade, família, religião e, até mesmo, de cultura, os quais, por sua vez, apontam preconceitos e mostram como ainda são pregados valores que nos desigualam em vários aspectos, seja socialmente, economicamente, racialmente etc.

A questão é que ver expostos esses temas e assuntos (e num espaço tido como de *status* como o campo intelectual e acadêmico) é colocar na luz algo que não deveria estar ali, que não deveria ser pensado ou exposto. Nas palavras de Ray Bradbury, no prólogo de *Fahrenheit 451*:

Se não quiser um homem infeliz, não lhe dê os dois lados de uma questão para resolver; dê-lhe apenas um. Melhor ainda, não lhe dê nenhum. (...) Encha as pessoas com dados incombustíveis, entupa-as tanto com “fatos” que elas se sintam empanzinadas, mas absolutamente “brilhantes” quanto a informações. Assim, elas imaginarão que estão pensando, terão uma sensação de

movimento sem sair do lugar. E ficarão felizes, porque fatos dessa ordem não mudam.

Com isso, se o incômodo é um problema, então o problema dessas pesquisas é que elas fazem pensar.

REFERÊNCIAS

ABDO, C. H. N. **Sexualidade humana e seus transtornos**. São Paulo: Leitura Médica, 2010.

ALBUQUERQUE, G. A.; BELÉM, J. M.; NUNES, J. F. C.; LEITE, M. F.; SALDANHA, J. F. Expressões da homossexualidade masculina: práticas, contextos e vulnerabilidades em saúde. **Bagoas-Estudos gays: gêneros e sexualidades**, v. 10, n. 15, p. 223 – 247, 2016.

ALMEIDA, S. P. R. “A fim de que?”: Uma análise do aplicativo Grindr como ferramenta para a prostituição masculina gay. 2015. Monografia [Trabalho de Conclusão de Curso]. Instituto de Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2015.

ALVAREZ, G.; TEIXEIRA RODRIGUES, M. Prostitutas cidadãs: movimentos sociais e políticas de saúde na área de saúde (HIV/Aids). **Revista de Ciências Sociais**, v. 32, n.1/2, p. 53-68, 2001.

ANDRADE, A. G.; NUNES, E. L. G. Adolescentes em situação de rua: prostituição, drogas e HIV/ AIDS em Santo André, Brasil. **Psicologia & Sociedade**, v. 21, n.1, p. 45-54, 2009.

AQUINO, J. Turistas estrangeiros e mulheres locais: “mercado do sexo” e romance nas noites da Praia de Iracema em Fortaleza. **Revista De Antropologia**, v. 58, n. 2, p. 208-234, 2015.

ARAÚJO, L. R., ANDREOLO, J., & SILVA, M. S. Utilização de suplemento alimentar e anabolizantes por praticantes de musculação nas academias de Goiânia-GO. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v. 10, n. 3, p. 13 – 18, 2008.

ARAÚJO, L. B.; BANDEIRA, M. C. L.; SILVA, T. L. C. V. Prostituição de luxo: gênero, trabalho e sociabilidade na cidade de Belém. **Revista Pegada**, v. 16, n. 2, p. 364 – 377, 2015.

ARRAIS, P. S.; FERNANDES, M. E.; PIZZOL, T. D.; RAMOS, L. R.; MENGUE, S. S.; LUIZA, V. L.; et al. Prevalence of self-medication in Brazil and associated factors. **Rev Saude Pública**. v. 50, suppl 2, p.71 – 77, 2016.

AVERSA, A.; MAZZILLI, F.; ROSSI, T.; DELFINO, M.; ISIDORI, A. M.; FABBRI A. Effects of sildenafil (Viagra) administration on seminal parameters and post-ejaculatory refractory time in normal males. **Hum Reprod**, v. 15, n. 1, p. 131-134, 2000.

BAHRKE, M. S.; YESALIS, C. E. Abuse of anabolic androgenic steroids and related substances in sport and exercise. **Current opinion in pharmacology**, v. 4, n. 6, p. 614-620, 2004.

BAPTISTA, D. M. T. O debate sobre o uso de técnicas qualitativas e quantitativas de pesquisa. In: MARTINELLI, M. L. **Pesquisa Qualitativa: um instigante desafio**. São Paulo: Veras Editora, 1999. p. 212-231.

BARRETO, D. R. D. **Luta por invisibilidade ou reconhecimento?** Um estudo sobre a história de vida de acompanhantes de luxo. 2014. Dissertação [Mestrado] - Programa de Pós Graduação em Psicologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2014.

BARRETO, L. C.; SILVEIRA, C.; GROSSI, M. P. Notas etnográficas sobre prostituição masculina em Florianópolis: entre o trabalho, o afeto e a sexualidade. **Revista de Ciências Humanas**, v. 46, n. 2, p. 511 – 534, 2012.

BARRETO, V. H. S. **Vamos fazer uma sacanagem gostosa?** Uma etnografia da prostituição masculina carioca. 2013. Dissertação [Mestrado] - Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2013.

BARRETO, V. H. S. **Festas de orgias para homens** – territórios de intensidade e sociabilidade masculina. Salvador: Editora Devires, 2016.

BARRETO, V. H. S. **Vamos fazer uma sacanagem gostosa?** Uma etnografia da prostituição masculina carioca. Niterói: Eduff – Editora da Universidade Federal Fluminense, 2017.

BARROS, L. A. (2005). Mariposas que trabalham. Uma etnografia da prostituição feminina na região central de Belo Horizonte. **Jus Navigandi (online)**, 8, s/n. Disponível em: <egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/23531-23533-1-PB.pdf> Acesso em: 17 jun. 2018.

BARKER, C. **Cultural Studies: theory and practice**. London: Sage, 2000.

BARTH, C. A. S. M. **Marketing de produtos de luxo: simbolismo, marcas e estratégia**. 1996. Dissertação [Mestrado em Mercadologia] - Programa de Pós Graduação em Administração, Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 1996.

BAUDRILLARD, J. **Para uma crítica da economia política do signo**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo: A Experiência Vivida**. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1980.

BECKER, H. S. De que lado nós estamos. In: BECKER, H. (org) **Uma Teoria da Ação Coletiva**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1977. p.122-136.

BELÉM, J. M.; ALVES, M. J. H.; PEREIRA, E. V.; MAIA, E. R.; DA SILVA QUIRINO, G.; ALBUQUERQUE, G. A. Prostituição e saúde: representações sociais de enfermeiros/as da Estratégia Saúde da Família. **Revista Baiana de Enfermagem**, v. 32. s/n. p.1- 15, 2018.

BELTRAME, I. L. **Recontando histórias positivas**: narrativas de homens que fazem sexo com homens vivendo com HIV. 2002. Tese [Doutorado] – Programa de Pós Graduação em Saúde Pública, Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

BONFANTE, G. M. **Erótica dos signos em aplicativos de pegação**: performances íntimo-espetaculares de si. Rio de Janeiro: Luminária Acadêmica, 2016.

BOOLELL, M.; GEPI ATTEE, S.; GINGELL, J. C.; ALLEN, M. J.; Sildenafil, a novel effective oral therapy for male sexual dysfunction. **Br J Urol**. v. 78, p. 257 – 261, 1996.

BOTH, B. A matter of sexual confidence: young men's nonprescription use of Viagra in Addis Ababa, Ethiopia, **Culture, Health & Sexuality**, v. 18, n. 5, p. 495 - 508, 2015.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BOURDIEU, P. **Razões Práticas**: Sobre a teoria da ação. Campinas: Ed. Papyrus, 1996.

BOURDIEU, P. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

BOURDIEU, P. Conferência do Prêmio Goffman: a dominação masculina revisitada. In: LINS, D. (org.) **A dominação masculina revisitada**. Campinas: Papyrus, 2001.

BRAGA, J. Sobre o Luxo. **Revista Costura Perfeita**, n. 9, p. 12- 15, 2004.

BRAGA, L. M. S.; SANTOS, F. C. Marketing, Luxo e Prostituição: a série O Negócio. **Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação**, v. 9, n. 1, p. 1 – 15, 2015.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **CBO – Classificação Brasileira de Ocupações**, Menu da Família. Brasília: MTE, 2003. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/busca/descricao.asp?codigo=5198>>. Acesso em: fev. 2017.

BRASIL, MINISTÉRIO DA SAÚDE (MS). Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Ações Programáticas e Estratégicas. **Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem**: princípios e diretrizes. Brasília: MS, 2009.

BRASIL, Ministério da saúde. Secretaria de vigilância em saúde. Programa Nacional de DST, Aids e Hepatites virais. **Vulnerabilidade à AIDS em jovens gays**, 2014.

BRASIL, MINISTÉRIO DA SAÚDE (MS). Secretaria de Vigilância em Saúde - Departamento de Vigilância, **Boletim Epidemiológico - Aids e IST**. Brasília: MS, 2017.

BRAZ, C. “De Goiânia a “Gayânia”: notas sobre o surgimento do mercado “GLS” na capital de Goiás”. Trabalho apresentado na 28ª RBA (Reunião da Associação Brasileira de Antropologia). São Paulo. **Anais Eletrônicos - RBA**, 2007. p. 57 – 71.

BRAZ, C. A. **À meia luz**: uma etnografia imprópria em clubes de sexo masculinos. 2010. Tese [Doutorado] - Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

BRIGNOL, S.; DOURADO, I. Inquérito sociocomportamental sobre as práticas sexuais desprotegidas entre homens que fazem sexo com homens usuários da Internet. **Rev. bras. epidemiol.**, v. 14, n. 3, p. 423-434, 2011.

BRIGNOL, S.; DOURADO, I.; AMORIM, L. D.; KERR, L. R. F. S. Vulnerabilidade no contexto da infecção por HIV e sífilis numa população de homens que fazem sexo com homens (HSH) no Município de Salvador, Bahia, Brasil. **Cad. Saúde Pública**, v. 31, n. 5, p. 1-14, 2015.

BRITO R. S.; SANTOS D. L. A., MACIEL P. S. O. Olhar masculino acerca do atendimento na Estratégia Saúde da Família. **Rev Rene**, v. 41, n. 4, p. 135-142, 2010.

BRUNS, M. T. A.; GUIMARAES, R. M. **Garota de programa**: uma nova embalagem para o mesmo produto. Campinas: Átomo. 2010.

BURBULHAN, F.; GUIMARÃES, R. M.; BRUNS, M. A. de T. Dinheiro, afeto, sexualidade: a relação de prostitutas com seus clientes. **Rev. Psicologia em Estudo**, v. 17, n. 4, p. 669-677, 2012.

BUTTURI JUNIOR, A. Corpo, masculinidade e efeminização: uma análise da produção dos sujeitos homossexuais on-line. **Letras**, v. 24, n. 48, p. 303-322, 2014.

CASTELLS, M. *Sociedade em rede*. São Paulo: Paz e terra, 2011.

CASTERÈDE, J. **O luxo**. São Paulo: Barcarolla, 2005.

CAVALCANTI, R.; CAVALCANTI, M. **Tratamento Clínico das Inadequações sexuais**. São Paulo: Roca, 2012.

CECARELLI, R. Prostituição – corpo como mercadoria. **Mente & Cérebro – Sexo**, v. 4 (edição especial), p. 14-17, 2008.

CECCHETO, F. R. **Violência e estilo de masculinidade**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2008.

CECCHETTO, F. R.; MORAES, D. R.; FARIAS, P. S. Distintos enfoques sobre esteroides anabolizantes. **Comunicação saúde educação** v. 16, n. 41, p. 369-82, 2012.

CHAUÍ, M. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ed. Ática, 2000.

CONNELL, R. **Masculinities**: Knowledge, Power and social change. California: University of CA, 1995.

CONNELL, R. Masculinities, change, and conflict in global society: Thinking about the future of men's studies. **The Journal of Men's Studies**, v. 11, n. 3, p. 249-266, 2003.

CONNELL, R. **Gender**: In World Perspective. Cambridge: Polity Press, 2009.

CONNELL, R. **Gênero – Uma Perspectiva Global**. São Paulo: InVersos, 2015.

CONNELL, R. **Gênero em termos reais**. São Paulo: InVersos, 2016.

CORONA, J. P. **As meninas do centro**: Família, sociabilidades e subjetivação entre mulheres prostituídas de rua em Florianópolis. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso [Graduação em Ciências Sociais] - Centro Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2007.

CORRÊA, M. E. C. **Duas mães?** Mulheres lésbicas e maternidade. 2012. Tese [Doutorado] - Programa de Pós Graduação em Saúde Pública, Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paul, São Paulo, 2012.

CORRÊA, W. H.; HOLANDA, A. F. Prostituição e sentido de vida: relações de significado. **Psico USF**, v. 17, n.3, p.427-435, 2012.

COURTINE, J. J. Os stakhanovistas do narcisismo: bodybuilding e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. In: SANT' ANNA, D. **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 81-114.

COURTINE, J. J. Robustez na cultura: mito viril e potência muscular. In: CORBIN, A.; COURTINE, J. J.; VIGARELLO, G. **História da virilidade**. Vol. 3 – A virilidade em crise? Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2013. p. 554 – 578.

CYRULNIK, B. **Autobiografia de um espantalho**. Histórias de resiliência: o retorno à vida. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

DA MATTA, R. Tem pente aí? Reflexões sobre a identidade masculina. In: CALDAS, D. (Org.). **Homens**. São Paulo: Senac, 1997. p.31-49.

DELEUZE, G. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

DEMLING, R.H. Nutrition, anabolism, and the wound healing process: an overview. **Eplasty**, v.9, n. 9, p. 65 – 94, 2009.

DÍAZ-BENÍTEZ, M. E. Além de preto, veado: etiquetando sujeitos e experiências nos mundos homossexuais. **Sexualidade, gênero e sociedade**, v. 13, n. 26, p. 1 -11, 2006.

DÍAZ-BENÍTEZ, M. E. **Nas redes do sexo: os bastidores do pornô brasileiro**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

DÍAZ-BENÍTEZ, M. E. Prefácio – Uma etnografia das derivas do desejo. In: BARRETO, V. H. S. **Vamos fazer uma sacanagem gostosa?** Uma etnografia da prostituição masculina carioca. Niterói: Eduff – Editora da Universidade Federal Fluminense, 2017.

ECCEL, C.; ALCADIPANI, R. (Re) Descobrindo as Masculinidades. In: FREITAS, M. E.; DANTAS, M. (Org.). **Diversidade Sexual e Trabalho**. São Paulo: Cengage Learning, 2012. p. 51-78.

EDWARDS, T. **Cultures of Masculinity**. New York: Routledge. 2005.

ELIAS, N. **O processo civilizador: formação do Estado e Civilização**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editora, 1990.

EMSLIE, C; HUNT, K. The weaker sex? Exploring lay understandings of gender differences in life expectancy: a qualitative study. **Social science & medicine**, v. 67, n. 5, p. 808-816, 2008.

EVANS N. A. Current concepts in anabolic- androgenic steroids. **Am J Sports Med**, v. 32, n. 2, p. 534- 542, 2004.

FARRIMOND, H. Beyond the caveman: Rethinking masculinity in relation to men's help-seeking. **Health**: v. 2, s/n, p. 138-154, 2011.

FÁVERI, M. Mercado do sexo e códigos urbanos no tempo presente. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História da ANPUH, 21, 2011, São Paulo **Anais eletrônicos**. Disponível em: < <http://www.snh2011.anpuh.org/site/anaiscomplementares>>. Acessado em 16 de julho de 2018.

FELDMAN, M. B.; MEYER, I. H. Eating disorders in diverse lesbian, gay, and bisexual populations. **International journal of eating disorders**, v. 40, n. 3, p. 218 - 226, 2007.

FERNANDEZ, N. **Gerenciamento de riscos em tempos de novas tecnologias de prevenção na perspectiva dos direitos humanos**. Boletim ABIA. Rio de Janeiro: ABIA, 2015.

FERRAÇA, M. De más a boazinhas: as portas de saída da prostituição. **Revista Linguagem**. v. 22, n. 1, p. 1 – 19, 2015.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Aurélio Século XXI: O Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1999.

FILIAULT, S. M.; DRUMMOND, M. J. N. Athletes and body image: interviews with gay sportsmen. **Qualitative Research in Psychology**, v. 5, s/n, p. 311-333, 2008.

FOLCH, C.; MARKS, G.; ESTEVE, A.; ZARAGOZA, K.; MUNOZ, R.; CASABONA, J. Factors associated with unprotected sexual intercourse with steady male, casual male, and female partners among men Who have sex with men in Barcelona, Spain. **AIDS Education and Prevention**, v.18, p. 227- 242. 2006.

FREITAS, V. M. de; MENEZES, F. G. de; ANTONIALLI, M. M. S.; NASCIMENTO, J. W. L. Frequência de uso de inibidores de fosfodiesterase-5 por estudantes universitários. **Saúde Pública**, São Paulo, v. 5, n. 42, p. 965-967, 2008.

FRUGOLI, R. Academia de ginástica: contemporaneidade, expressões corporais e sentido. In: Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, 7, 2004, Coimbra. **Anais eletrônicos**, 2007. p. 1 - 17.

FUNARI, S. L. Sexo oral e HIV entre homens que fazem sexo com homens. **Cad. Saúde Pública**, v. 19, n. 6, p. 1841-1844, 2003.

FUSSEL, S. W. **Muscle. Confessions of an Unlike Bodybuilder**. New York: Avon Books, 1998.

GAGNON, J. **Uma interpretação do desejo**: ensaios sobre o estudo da sexualidade. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

GASPAR, M. D. **Garotas de programa: prostituição em Copacabana e identidade social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

GOLDENBERG, M. O corpo como capital. In: GOLDENBERG, M (org.). **O corpo como capital**: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. p. 39-53.

GOLDENBERG, M.; RAMOS, M. S. A civilização das formas: o corpo como valor. In: GOLDENBERG, M (org.). **Nu & Vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2007. p. 19-40.

GOMES, R. **Sexualidade masculina, gênero e saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2008.

GOMES R.; NASCIMENTO E. F.; ARAÚJO F. C. Porque os homens buscam menos os serviços de saúde do que as mulheres? As explicações de homens com baixa escolaridade e homens com ensino superior. **Cad Saude Publica**, v. 23, n. 3, p. 565-574, 2007.

GRANGEIRO, A. Da estabilização à reemergência: os desafios para o enfrentamento da epidemia de HIV/AIDS no Brasil. In: **Mito vs realidade**: sobre a resposta brasileira a epidemia de HIV e AIDS em 2016. Rio de Janeiro: ABIA, 2016. p. 32-44.

GUIRALDELLI, R.; SOUZA, M. F. Prostituição masculina em Belo Horizonte: evidências da questão social. **Oikos – Revista Brasileira de Economia Doméstica**, v. 24, n. 2, p. 77 – 88, 2013.

HANDELSMAN, D. J. Testosterone: use, misuse and abuse. **Med. J. Aust.**, v.185, n.8, p.436- 439, 2006.

HARTE, C. B.; MESTON, C. M. Recreational use of erectile dysfunction medications and its adverse effects on erectile dysfunction in young healthy men: the mediating role of confidence in erectile ability. **The Journal of Sexual Medicine**, v. 9, n. 7, p. 1852 – 1859, 2007.

HAWKINS, D. A.; JEFFRIES, D. J.; CHALLACOMBE, S. J.; EVANS, B. & TURNBULL, S. **Review of the Evidence on Risk of HIV Transmission Associated with Oral Sex**. London: UK Chief Medical Officers Expert Advisory Group on AIDS, 2000.

HORNUNG, M.; HALILA, G. C.; BARBOSA, V. Prevalência de universitários que fazem uso de medicamentos para tratamento de disfunção erétil. **Visão Acadêmica**, v. 13, n. 2, p. 27 – 32, 2012.

HORVATH, K. J.; ROSSER, B. R. S.; REMAFEDI, G. Sexual Risk Taking Among Young Internet-Using Men Who Have Sex With Men. **American Journal of Public Health**. v. 6, n. 98, p. 1059 - 1067, 2007.

HEILBORN, M. L. Gênero, sexualidade e saúde. In: HEILBORN, M. L. (org). **Saúde, Sexualidade e Reprodução-compartilhando responsabilidades**, Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 1997. p. 101-110.

IRIART, J. A. B.; ANDRADE, T. M. Musculação, uso de esteróides anabolizantes e percepção de risco entre jovens fisiculturistas de um bairro popular de Salvador, Bahia, Brasil. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 5, p. 1379-1387, 2002.

IRIART, J. A. B.; CHAVES, J. C.; ORLEANS, R. G. Culto ao corpo e uso de anabolizantes entre praticantes de musculação. **Cad. Saúde Pública**, v. 25, n. 4, p. 773 – 782, 2009.

JESUS, D. S. V. “Vem, Monstro!”: Suplementação Alimentar e Masculinidade Hegemônica em Perfis de Homens Fitness no Instagram. **Record: Revista de História do Esporte**, v. 10, n. 2, p. 17- 30, 2017.

KAMIN, R.; ITZHAK, B. Z.; BELLA, C.; BELMAKER, R. H. Sildenafil Effects on Sexual Function in Asymptomatic Volunteers: A Controlled Study, **Journal of Sex & Marital Therapy**, v. 32, n. 1, p. 37- 42, 2006.

KIMMEL, M. **The gendered society**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

KIMMEL, M. **Guyland** – The perilous world where boys become men. New York: Harper Collins Publishers, 2008.

KLEIN, A. **Little big men**: Body building subculture and gender construction. Albany: State University of New York, 1993.

KORKES, F.; COSTA-MATOS, A.; GASPERINI, R.; REGINATO, P.V. Recreational use of PDE5 inhibitors by young healthy men: Recognizing this issue among medical students. **J Sex Med**, v. 5, n. 3, p. 2414 – 2418, 2008.

LANZIERI, N.; HILDEBRANDT, T. Using hegemonic masculinity to explain gay male attraction to muscular and athletic men. **Journal of Homosexuality**, v. 58, n. 2, p. 275-293, 2011.

LANZIERI, N.; HILDEBRANDT, T. Using Objectification theory to examine the effects of media on gay male body image. **Clin. Soc. Work J.**, v. 44, n. 2, p. 105 – 112, 2014.

LAPLANCHE, J.; PONTALIS, J. B. **Vocabulário de Psicanálise**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LEACH, E. R. Cabelo Mágico. In: DA MATTA, R. (org.) **Edmund R. Leach**. São Paulo: Ática, 1983.

LEAL, A. F.; KNAUTH, D. R. A relação sexual como uma técnica corporal: representações masculinas dos relacionamentos afetivo- sexuais. **Cad. Saúde Pública**, v. 22, n. 7, p. 1375-1384, 2006.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. São Paulo: Editora Vozes, 2012.

LE BRETON, D. **Adeus ao corpo**. Campinas: Papirus Editora, 2013.

LEITE, G. S., MURRAY, L., & LENZ, F. The Peer and Non-peer: the potential of risk management for HIV prevention in contexts of prostitution. **Revista Brasileira de Epidemiologia**, v. 18, n.1, p. 7-25, 2015.

LEITE, J. F.; DIMENSTEIN, M.; PAIVA, R.; CARVALHO, L.; AMORIM, A. K. M. A.; FRANÇA, A. Sentidos da saúde numa perspectiva de gênero: um estudo com homens da cidade de Natal/RN. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 36, n. 2, p. 341-353, 2016.

LEJARRAGA, A.L. **Paixão e ternura** - um estudo sobre a noção de amor na obra freudiana. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

LEVI STRAUSS, C. **O pensamento selvagem**. Campinas: Papyrus, 1989.

LIMA, D. J. M.; PAULA, P. F.; LESSA P. R. A.; MORAES, M. L. C.; CUNHA, D. F. F.; PINHEIRO, A. K. B. Comportamentos e práticas sexuais de homens que fazem sexo com homens. **Rev. bras. enferm.**, v. 67, n. 6, p. 886-890, 2014.

LIMA, M. C. F. **Os homens no swing**: sexo, amor e heteronormatividade. 2018. Dissertação [Mestrado] - Programa de Pós Graduação em Psicologia Clínica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018.

LIMOEIRO, B. C. O corpo em foco: envelhecimento e diferenças de gênero na cidade do rio de janeiro. **Revista Todavia**, n. 3, v. 5, p. 69 – 77, 2012.

LIPOVETSKY, G. **A terceira mulher**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LIPOVETSKY, G. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2007.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das letras, 2009.

LIPOVETSKY, G; ROUX, E. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo, SP: Rocco, 2005.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A cultura-mundo, respostas a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

LOURO, G. L. Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, G. L. (org.) **O corpo educado** – Pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010. p.07-35.

MACHADO, A. R. **Linguagem e educação**: o trabalho do professor em uma nova perspectiva. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2009.

MACHADO, E. P.; FRAGA, A. B. Ratos de academia on-line: debates sobre musculação em um fórum virtual. **R. Bras, Ci. e Mov.**, v. 25, n. 1, p. 141 – 150, 2017.

MACHADO, J. N. C.; SILVA, S. C. S. **Perfil psicossocial da prostituição masculina em Belém**. 2002. Monografia [Trabalho de Conclusão de Curso] – Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, Universidade da Amazônia – UNAMA, Belém, 2002.

MACIEL JUNIOR, P. A. **Tornar-se homem** – Projetos masculinos na perspectiva de gênero. São Paulo: Livre Expressão Editora, 2013.

MAFFESOLI, M. **No fundo das aparências**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1996.

MALTA, M.; MAGNANINI, M.; MELLO, M.; PASCOM, A. R.; LINHARES, Y.; BASTOS, F. I. HIV Prevalence among Female Sex Workers, Drug Users and Men who have Sex with

Men in Brazil: A Systematic Review and Meta-analysis. **BMC Public Health** v. 10, p. 317 – 330, 2010.

MALYSE, S. Em busca dos (H)alteres ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: GOLDENBERG, M (Org). **Nu e vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002. p.79-137.

MARCOS J. M.; AVILIS, N. R; LOZANO, M. R.; CUADROS J. P.; CALVENTE, M. D. M. G. Performing masculinity, influencing health: A qualitative mixed-methods study of young spanish men. **Global Health Action**, v. 6, s/n, p. 211-234, 2013.

MASSEY, D. En qué sentido hablamos de problema regional? In: ALBERT, A. B. N. (org). **Doreen Massey – um sentido global del lugar**. Icaria, 2012. p. 89-112.

MARZANO – PARISOLI, M. M. **Pensar o corpo**. Petrópolis, Vozes, 2002.

MATTOS, R. **Sobrevivendo ao estigma da gordura**. São Paulo: Vetor, 2012.

MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naif, 2003.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Editora Hucitec, 2010.

MISKOLCI, R. Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. **Bagoas – Estudos gays, gêneros e sexualidades**, v. 8, n. 11, p. 51-78, 2014.

MISKOLCI, R.; PELUCIO, L. Prefácio – Aquele não mais obscuro negócio do sexo. In: PERLONGHER, N. **O negócio do Michê: prostituição viril em São Paulo**. São Paulo: Perseu Abramo, 2008.

MONCADA, I.; JARA, J.; SUBIRA, D.; CASTANO, I.; HERNANDEZ, C.; Efficacy of sildenafil citrate at 12 hours after dosing: re exploring the therapeutic widow. **Eur Urol.**, v. 46, n. 3, p. 419- 429, 2004.

MONTEIRO, M. Sujeito, gênero e masculinidade. In: ALMEIDA, H. B. (org.) **Gênero em Matizes**. Bragança Paulista: Estudos CDAPH, 2002. p. 319-351.

MORAES, D. R.; CASTIEL, L. D.; RIBEIRO, A. P. P. G. A. Não para jovens bombados, sim para velhos empinados: o discurso sobre anabolizantes e saúde em artigos da área biomédica. **Cad. Saúde Pública**, v. 31, n. 6, p. 1131 – 1140, 2015.

MORIS, V. L. **Preciso te contar?** Paternidade homoafetiva e a revelação para os filhos. 2008. Tese [Doutorado] - Programa de Pós Graduação em Psicologia Clínica, Pontíficia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

MOSER, C. The effect of sildenafil citrate on middle-aged normal men. **Journal of Human Sexuality**, v. 4, n. 9, p. 335-348, 2001.

NASCIMENTO, M. C. **Medicamentos**. Ameaça ou apoio à saúde? Rio de Janeiro: Vieira e Lent, 2003.

NETTLES, C. D.; BENOTSCH, E. G.; UBAN K. A. PHIL, M. Sexual risk behaviors among men who have sex with men using erectile dysfunction medications. **AIDS Patient Care and STDs**, v. 23, n. 12, p. 1017 – 1023, 2009.

NIDA (The National Institute on Drug Abuse). **Research Report Series**: Anabolic Steroids Abuse. Washington, DC: NIDA, 2001.

NOLASCO, S. **O mito da masculinidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

NOONE, J. H.; STEPHENS, C. Men, masculine identities, and health care utilisation. **Sociology of health & illness**, v. 30, n. 5, p. 711-725, 2008.

OLIVEIRA, L. Diversidade sexual e trocas no mercado erótico: gênero, interação e subjetividade em uma boate na periferia do Rio de Janeiro. In: DÍAZ BENITEZ, M. E.; FIGARI, C. E. (Orgs.) **Prazeres dissidentes**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

OLIVEIRA, A. Prostituição feminina, feminismos e diversidade de trajetórias. **Ex aequo**, n. 28, p.17 – 30, 2013.

OLIVEIRA, T. L. Viado não, canibal: masculinidades, sexualidades e produção de cidade na experiência do homoerotismo em João Pessoa – PB. **Revista Latino Americana de Geografia e Gênero**, v. 6, n. 2, p. 235 – 249, 2015.

OLIVEIRA, T. L. **Sobre o desejo nômade**. Pessoa, corpo, cidade e diferença no espaço da pegação. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

OSIS, M. J. D. Abordagem qualitativa em saúde reprodutiva. In: BARROS, N. F.; CECATTI, J. G.; TURATO, E. R. (orgs.) **Pesquisa qualitativa em saúde: múltiplos olhares**. São Paulo: Hucitec, 2005. p. 71- 85.

PARKER, R. **Na contramão da AIDS**: Sexualidade, intervenção, política. São Paulo: Editora 34, 2000.

PASINI, E. Limites simbólicos corporais na prostituição feminina. **Cadernos Pagu**, n. 14, p. 181 – 200, 1999.

PASINI, E. **Homens da Vila**: Um Estudo sobre Relações de Gênero num universo de Prostituição Feminina. Tese [Doutorado em Ciências Sociais] - Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

PELÚCIO, L. Gozos ilegítimos: tesão, erotismo e culpa na relação sexual entre clientes e travestis que se prostituem. In: DÍAZ BENITEZ, M. E.; FIGARI, C. E. (Orgs.) **Prazeres dissidentes**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009. p. 71-92.

PELUCIO, L. O amor em tempos de aplicativos: notas afetivas e metodológicas sobre pesquisas com mídias digitais. In: PELÚCIO, L.; PAIT, H.; SABATINE, T. **No emaranhado da rede: gênero, sexualidade e mídia – desafios teóricos e metodológicos no presente**. São Paulo: Anablume, 2015. p. 32-44.

PEREIRA, J. R.; DA MATA, J.I.S.; BISPO, T. C. F. Percepção de um corpo saudável para homens que frequentam academias de musculação. **Revista Enfermagem Contemporânea**, v. 2, n. 1, p. 3-18, 2013.

PERLONGHER, N. **O negócio do Michê**: prostituição viril em São Paulo. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

PETERS, R. J.; REGINA, J. R.; JOHNSON, J.; STEVE KELDER, A.; MESHACK, F.; JEFFERSON, T. Beliefs and social norms about sildenafil citrate (Viagra) misuse and perceived consequences among houstonian teenage males. **Am J Mens Health**, v. 1, n. 3, 208 – 212, 2007.

PINHEIRO, R. S.; VIACAVA, F.; TRAVASSOS, C.; BRITO, A. S.; Gênero, morbidade, acesso e utilização de serviços de saúde no Brasil. **Cien Saude Colet**, v.7, n.4, p. 687-707, 2002.

PIZANI, M. **Formas de Prazer**. Rio de Janeiro: Record, 1994.

POCAHY, F. A. **Entre Vapores e Dublagens: Dissidências homo/eróticas nas tramas do envelhecimento**. 2011. Tese [Doutorado] Programa de Pós-Graduação em Educação Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

POLLAK, M. A homossexualidade masculina, ou: felicidade no gueto? In: BEJIN, T. **Sexualidades Ocidentais**. Lisboa: Contexto, 1983. p. 51 – 73.

POPE, H. G.; PHILLIPS, K. A.; OLIVARDIA, R. **The adonis complex**: The secret crisis of male body obsession. The Free Press, New York, 2000.

PIROTTA, K. C. **Não há guarda chuva contra o amor**: estudo do comportamento reprodutivo e de seu universo simbólico entre jovens universitários da USP. 2002. Tese [Doutorado] - Pós Graduação em Saúde Pública, Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

PRADO, V. C. G. **Comportamentos e atitudes sexuais no cotidiano de um grupo de prostitutas e seus clientes**. 2016. Tese [Doutorado] - Programa de Pós-Graduação em Educação Escolar, Faculdade de Ciências e Letras, Araraquara, 2016.

PRECIADO, P. (B). **Pornotopía**: arquitetura y sexualidade em la Playboy durante la Guerra Fria. Barcelona: Anagrama, 2010.

RAXACHI, J. C.; TERTO JÚNIOR, V.; GARCIA, J.; PIMENTA, C.; ALMEIDA, V.; PARKER, R. **Práticas sexuais e conscientização sobre AIDS**: uma pesquisa sobre o comportamento homossexual e bissexual. Rio de Janeiro: ABIA; 2007.

REGES, M. **Brazilian Boys**: corporalidades masculinas em filmes pornográficos de temática homoerótica. 2004. Dissertação [Mestrado] – Departamento de Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

ROBERTS, N. **As prostitutas na história**. Rio de Janeiro: Record; Rosa dos Tempos, 1998.

ROBINSON, B. A. The Quantifiable body discourse: Height weight proportionality and gay men's body in cyberspace. **The Southern Sociological Society**, v. 3, n. 2, p. 172-185, 2016.

RODRIGUES, M. T. A prostituição no Brasil contemporâneo: um trabalho como outro qualquer. **Rev. Katál**, v. 12 n. 1 p. 68-76, 2009.

RONDINELLI, P. **A construção da masculinidade a partir de tabus corporais**: considerações no campo da saúde. 2013. Tese [Doutorado] - Programa de Pós Graduação Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

RUSSO, G. No labirinto da prostituição: o dinheiro e seus aspectos simbólicos. **Cad. CRH**, v. 20, n. 51, p. 497-514, 2007.

SABINO, C. Musculação: Expansão e manutenção da masculinidade. In: GOLDENBERG, M. (org) **Os novos desejos**: das academias de musculação às agências de encontros. Rio de Janeiro: Record, 2000. p. 61-104.

SABINO, C. **O peso da forma**. Cotidiano e uso de drogas entre fisiculturistas. Tese [Doutorado] – Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

SABINO, C. Anabolizantes: Drogas de Apolo. In: GOLDENBERG, M (org.). **Nu & Vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002. p.139-188.

SABINO, C. A louridade da loura. In: GOLDENBERG, M (org.). **O corpo como capital**: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. p. 137- 152.

SABINO, C.; LUZ, M. T. Ritos da forma: A construção da identidade fisiculturista em academias de musculação na cidade do Rio de Janeiro. **Arquivos em Movimento**, v. 3, n. 1, p. 51- 67, 2007.

SALLES, V. **Masculinidade e prevenção: a relação entre a prática sexual dos homens e a profilaxia pós-exposição sexual ao HIV (PEP)**. 2017. Dissertação [Mestrado] - Programa de Medicina Preventiva, Faculdade de Medicina da USP, São Paulo, 2017.

SAMAH, A.A. Multi-organ damage induced by anabolic steroid supplements: a case report and literature review. **J. Med. Case Rep.**, v.2, n. 340, p. 1752- 1780, 2008.

SANT'ANNA, D. B. de. As infinitas descobertas do corpo. **Cadernos Pagu**. N. 14, p. 235-249, 2000.

SANTTILA, P.; SANDNABBA, N.; JERN, P.; VARJONEN, M.; WITTING, K.; VON DER PAHLEN, B. Recreational use of erectile dysfunction medication may decrease confidence in ability to gain and hold erections in young males. **International Journal of Impotence Research**. v. 19, p. 591–596, 2007.

SANTOS, A. C.; CARVALHO, A.; MATOSO, L. R.; VALE, M. I.; COSTA, S. M.; RAMOS, M. T. Garoto de Programa: do gueto aos hotéis de luxo. **Revista e-RAC**, v. 3, n. 1, 2013.

SANTOS, E. N. Entre amores e vapores: as representações das masculinidades inscritas nos corpos nas saunas de michês. In: Congresso Brasileiro de Sociologia, 13, 2007, Recife. **Anais do XIII Congresso Brasileiro de Sociologia**, 2007. p. 1 – 15.

SANTOS, E. N. **Corpos à venda, corpos do desejo, corpos discursivos**: as relações de poder inscritas nos corpos das saunas de São Paulo. Comunicação apresentada no Seminário Internacional Fazendo Gênero 8. Florianópolis, 2008.

SANTOS, J. D. F. Desvelando o Mercado do sexo: Trajetória de vida dos garotos de programas da cidade de Salvador. Seminário Internacional Fazendo Gênero, 10, 2013, Florianópolis. **Anais Eletrônicos**. 2013, p.1 – 11.

SANTOS, M. A. Prostituição masculina e vulnerabilidades às DSTs/AIDS. **Texto Contexto Enferm**, v. 20, n. 1, p. 76 – 84, 2011.

SANTOS, M. F. S.; ALMEIDA, A. M. O.; MARAVILHA, L. M. M.; OLIVEIRA, E. C. Cuidar da saúde é coisa de homem? In: TRINDADE, Z.; MENANDRO, M. C. S.; Nascimento, C. R. R. (Orgs), **Masculinidades e práticas de saúde**. Vitória: Editora GM, 2011. p. 149-170.

SANTOS, É. N.; PEREIRA, P. P. G. Amores e vapores: sauna, raça e prostituição viril em São Paulo. **Estudos Feministas**, v. 24, n.1, p. 133-154, 2016.

SANTOS, R. S. S. **Na escuridão do arco íris**: A vivência das relações afetivo sexuais de jovens gays após o diagnóstico de HIV. 2015. Dissertação [Mestrado] - Pós Graduação em Saúde Pública, Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

SANTOS, R. C. S., OLIVEIRA, N. M., CAMPÉAS, A. E. Comportamento Sexual de Adolescentes Portadores do HIV: Revisão de Literatura. **Prática Hospitalar**, v. 15, n. 86, p.10-15, 2013.

SCOTT, J. **Gênero**: uma categoria útil para a análise histórica. Recife: SOS Corpo, 1990.

SCHOFIELD, T.; CONNEL, R. W.; WALKER, L. WOOD. J. F.; BUTLAND, D. L.. Understanding men's health and illness: a gender-relations approach to policy, research, and practice. **Journal of American college health**, v. 48, n. 6, p. 247-256, 2000.

SCHWERINER, M. R. “Você se dá ao luxo de ...?”, **Revista da ESPM**, v. 12, Janeiro/Fevereiro. São Paulo, 2005.

SILVA, E. R. A. **O corpo nu e as representações sociais do masculino**. São Paulo: Annablume, 2015.

SILVA, H. **Travestis**: entre o espelho e a rua. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

SILVA, J. V. D. De quenga a acompanhante: As diferenças de classe e a necessidade de uma regulamentação. Colóquio Nacional de Representações de Gênero e Sexualidade – CONAGES, 12, 2016, Capina Grande. **Anais Eletrônicos**, 2016.

SILVA, L. A. V.; IRIART, J. A. B. Práticas e sentidos do barebacking entre homens que vivem com HIV e fazem sexo com homens. **Comunicação saúde e educação**. v.14, n. 35, p. 739 – 752, 2010.

SILVA, L. N. **Era uma vez... meninas que engravidaram**: histórias e trajetórias. 2010. Dissertação [Mestrado] – Programa de Pós Graduação em Saúde Pública, Faculdade de Saúde Pública, São Paulo, 2010.

SMITH, G.; WORTH, H.; KIPPAX, S. **Sexual adventurism among Sydney gay men**. Sydney: National Centre in HIV Social Research, University of NSW, 2004.

SMITH, K. M.; ROMANELLI, F. Recreational use and misuse of phosphodiesterase 5 inhibitors. **J Am Pharm Assoc**, v. 45, n. 1, p. 63-72, 2005.

SOUZA NETO, E. N. **Entre boys e frangos**: análise das performances de gênero dos homens que se prostituem em Recife. 2009. Dissertação [Mestrado] - Instituto de Psicologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

STASEVSKAS, K. O. **Travessias do feminino: Potencialidades no mundo**. 2004. Tese [Doutorado] - Programa de Pós Graduação em Saúde Pública, Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SULLIVAN, P. S.; HAMOUDA, O.; DELPECH, V.; GEDULD, J. E.; PREJEAN, J.; SEMAILLE, C., et al. Reemergence of the HIV epidemic among men who have sex with men in North America, Western Europe and Australia. 1996 - 2005. **Annals of Epidemiology**, v. 5, n. 19, p. 423-431, 2009.

SWAMI, V.; TOVÉE, J. M. The muscular male: A comparison of the physical attractiveness preferences of gay and heterosexual men. **International Journal of Men's Health**, v. 7, n. 1, p. 59-71, 2008.

SZWARCWALD, C. L. **Taxas de prevalência de HIV e sífilis e conhecimento, atitudes e práticas de risco relacionadas às infecções sexualmente transmissíveis no grupo das mulheres profissionais do sexo no Brasil**. Brasília: Ministério da Saúde, 2009.

TAYWADITEP, K. J. Marginalization among the marginalized: Gay men's anti effeminacy attitudes. **Journal of Homosexuality**, v. 42. n.1, p. 1-28, 2001.

TEIXEIRA, A. Representação sobre a atividade de garotos de programa em Belo Horizonte (MG): emprego, trabalho ou profissão? Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais – Diversidades e (Des)Igualdades, 11, 2011, Salvador. **Anais eletrônicos**, 2011. p. 1- 18.

TEIXEIRA, F. A.; DE FARIA, F. R.; SPERANDIO, F. F.; CARDOSO, A. A.; CARDOSO, F. L. Insatisfação com a imagem corporal e fatores associados em homens homossexuais. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, v. 23, n. 4, p. 46-56, 2015.

TORRÃO FILHO, A. Uma questão de gênero: onde o masculino e feminino se cruzam. **Cadernos Pagu**, v. 24, s/n, p.127 – 152, 2005.

TORRES, M. A. Os significados da homossexualidade no discurso moral-religioso da igreja católica em condições históricas e contextuais específicas. **Revista de Estudos da Religião**, n. 1, p. 142-152, 2006.

TURATO, E. R. **Tratado de metodologia da pesquisa clínico - qualitativa**. Petrópolis: Editora Vozes, 2003.

VANCE, C. A antropologia redescobre a sexualidade: um comentário teórico. **PHYSIS: Revista de Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 7- 32, 1995.

VIANA, N. J. Q. “**É tudo psicológico! Dinheiro ... Pruuu! Fica logo duro!**”: desejo, excitação e prazer entre boys de programa com práticas homossexuais em Recife. 2010. Dissertação [Mestrado] – Pós Graduação em Psicologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010.

VILLELA, W. V.; ARILHA, M. Sexualidade, Gênero e Direitos Sexuais e Reprodutivos. In: BERQUÓ, E. (org.). **Sexo e Vida: Panorama da Saúde Reprodutiva no Brasil**. Campinas: Editora Unicamp, 2003. p. 95-150.

VIGARELLO, G. Treinar. In: CORBIN, A; COURTINE, J.J; VIGARELLO, G (Org.). **História do corpo**: as mutações do olhar - o século XX. Petrópolis: Vozes, 2013. p.197-250.

WHITEHEAD, D. L. Gay fathers: specific issues and policies. In: AMBERT, A. M. **Contemporary family trends**: same sex couples and same sex parent families. California: The Vanier Institute of the family, 2002. p. 172-207.

WHITSON, D. Sport in the social construction of masculinity. In: MESSNER, M.; SABO, D. **Sport, men and the gender order**. Illinois: Human Kinetics Books, 1990. p. 19-30.

WHO, World Health Organization. **Boys in the Picture**. Geneva: WHO, 2000.

WHO, World Health Organization. **Men, ageing and health**. Geneva: WHO, 2001.

WHO, World Health Organization. **Engaging men and boys in changing gender based inequity in health**: evidence from program interventions. Geneva: WHO, 2007.

ANEXO 1.

ROTEIRO TEMÁTICO NORTEADOR

1. DADOS PESSOAIS
Onde nasceu
Mês e ano de nascimento
Onde mora
Com quem mora
Situação conjugal
Religião
Escolaridade
Profissão
Ocupação
Orientação sexual
Renda
Escolaridade e renda dos pais

2. MERCADO DO SEXO
Com quantos anos você entrou no mercado do sexo?
O que o levou a escolher por essa carreira?
Quanto cobra por programa?
Onde você atende seus clientes?
Atualmente seu trabalho se concentra em qual segmento e com qual público?
Como lida com clientes que não sente atração sexual?
Já se envolveu com algum cliente?
Outras pessoas sabem de sua profissão? Como lida com sigilo?

3. MASCULINIDADES
O que é considerado masculino no seu ramo de trabalho?
O que seus clientes preferem ou consideram mais masculino?
Me explique como seria um corpo masculino ideal.
Existe algo que você se nega ou evita fazer com um parceiro/cliente?
Já fez uso de estimulantes sexuais?

4. PREVENÇÃO E USO DE CAMISINHA
Como se dá o uso de camisinha durante o trabalho?
O pagamento pode influenciar no uso de preservativos?
Você faz exames para ISTs com regularidade?

5. CORPO

Frequenta academia? Quantas vezes por semana?
 Faz ou já fez uso de anabolizantes ou suplementos? Quem indicou?
 Já fez ou faz algum tipo de dieta?
 Você acredita que seu corpo o faça sentir menos ou mais masculino?
 Há algum tipo de marca corporal que o faça sentir mais masculino?
 Como o corpo influencia no seu trabalho?
 Você nota algum tipo de preferência no estilo corporal ou por algum atributo corporal por parte dos seus clientes?

6. RELACIONAMENTOS

- Tem namorada (o) ou é casado?
- Como se conheceram? Como ele (ela) lida com a sua carreira?
- O seu trabalho já influenciou nos relacionamentos?
- Já sofreu algum tipo de preconceito pela sua profissão?

7. LAZER

Costuma sair dia de semana? Onde?
 Onde costuma sair aos fins de semana?
 Esportes
 Hobbies

ANEXO 2.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está, neste momento, convidado a participar de uma pesquisa de doutorado realizada na Faculdade de Saúde Pública da USP, denominada: "Segredos de um corpo nu: masculinidades e corpolatria em garotos de programa de luxo", do pesquisador Renato Caio Silva Santos, Psicólogo (CRP 06/107786), sob a orientação da Prof^a. Dr.^a Néia Schor, professora do departamento de Saúde, ciclos de vida e sociedade.

Este projeto visa compreender os sentidos atribuídos à masculinidade e ao uso do corpo entre garotos de programa de luxo, ou seja, estudar como a percepção de masculinidade e de corpo podem influenciar no seu trabalho.

Se você aceitar contribuir com esta pesquisa, participará de uma entrevista com duração aproximada de 60 minutos, respondendo a perguntas relacionadas ao objetivo descrito acima.

Para participar é necessário que você leia este documento com atenção, uma vez que pode conter palavras que você não entenda e, que cabe a mim explicar. Ressalto que sua participação é completamente voluntária e não será pago por sua participação.

Assim sendo, caso decida participar, deverá assinar esse termo de consentimento. Mesmo após a entrevista, há a possibilidade de desistir da pesquisa. Você deverá somente contatar o pesquisador pelo número que se encontra no final deste documento e informar de sua desistência.

Eu irei coletar as informações fornecidas por você, por meio de uma entrevista utilizando um gravador, caso você autorize, para diminuir o risco de distorções das informações no momento da transcrição e de sua análise. Somente eu, assim como a orientadora do estudo, teremos acesso ao áudio da gravação. A transcrição da entrevista será realizada em documento do Word e, assim como o áudio original, será armazenada em uma pasta digital de documentos, protegida por senha, de posse somente do pesquisador e sua orientadora. Tanto a entrevista em áudio, como a sua transcrição, serão guardadas pelo pesquisador pelo prazo de 5 (cinco) anos, sendo destruídos após esse prazo.

Em todos os registros e transcrições, seu nome será substituído por um código, garantindo o sigilo necessário e que este não será quebrado. Os discursos coletados serão usados para a avaliação da pesquisa e poderão ser revisados por membros do Comitê de Ética.

Sua identidade não será revelada em qualquer circunstância. Seus dados pessoais serão mantidos em sigilo e os resultados gerais serão utilizados apenas para alcançar os objetivos da pesquisa, incluída sua publicação na literatura científica especializada.

A pesquisa apresenta risco mínimo, ou seja, você poderá ou não se sentir desconfortável emocionalmente com algumas questões durante a entrevista. Serão abordados na entrevista a importância do corpo e da sexualidade nas suas relações de trabalho; percepções sobre o corpo masculino e conceito de masculinidade; o uso de suplementos protéicos e esteróides anabolizantes; estimulantes sexuais, uso de preservativos no seu cotidiano profissional.

Caso você tenha alguma dúvida ou queira desistir de sua participação, estarão garantidas todas as informações que você queira acerca da investigação, antes, durante e depois da pesquisa. Para tanto, você deve contatar o pesquisador Renato Caio Silva Santos pelo telefone: (11) 99415 – 5310 ou pelo e-mail pesquisa_doutorado@yahoo.com.br.

Caso você se sinta prejudicado em algum momento da pesquisa, o Comitê de Ética da faculdade de Saúde Pública estará disponível por meio dos telefones: (11) 3061-7779/ 7744, do e-mail: *coep@fsp.usp.br* e do endereço Avenida Dr. Arnaldo, 715 – Assessoria Acadêmica.

** A presente pesquisa foi submetida e aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Saúde Pública/USP sob o protocolo de número 50957515.0.0000.5421.

Declaro estar ciente do exposto e desejo participar da pesquisa

São Paulo, ____ de _____ de 2017.

Nome do participante: _____

Assinatura do participante: _____

☐ Autorizo a gravação da entrevista Não autorizo a gravação da entrevista ☐

Eu, Renato Caio Silva Santos, declaro que forneci todas as informações referentes ao projeto ao participante.

Assinatura do pesquisador _____ Data ____ / ____ / 2017

ANEXO 3.

CURRÍCULO LATTES DO ESTUDANTE

Curriculo Lattes

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

[English](#)
[📄](#)
[A+](#)
[A-](#)
[🔍](#)
[XML](#)
[?](#)

[Dados gerais](#) | [Formação](#) | [Atuação](#) | [Projetos](#) | [Produções](#) | [Educação e Popularização de C & T](#) | [Eventos](#) | [Orientações](#) | [Bancas](#) | [+](#)

Renato Caio Silva Santos

Bolsista de Doutorado do CNPq

🌐 Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/6825623332626330>

🕒 Última atualização do currículo em 02/12/2018

Psicólogo formado pela Faculdade de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Especialista em Sexualidade Humana pela FM USP. Possui título de Especialista em Neuropsicologia pela Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de São Paulo e pelo Conselho Federal de Psicologia de São Paulo, Especialista em Psicologia Hospitalar pelo Conselho Regional de Psicologia de São Paulo. Realizou Aprimoramento Profissional em Psicologia Hospitalar pelo Instituto de Infectologia Emílio Ribas- São Paulo (2012/2013) e mestrado em Saúde Pública pela Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, sob orientação da Prof Dr Néia Schor. Atualmente é doutorando em Saúde Pública pela Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (orientação Profª Drª Neia Schor). Atuou como professor assistente do curso de Psicologia das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU SP). Atualmente é professor assistente do curso de Psicologia da Universidade Metodista de São Paulo. Linhas de pesquisa: Saúde Pública, Desenvolvimento Humano, HIV, Prevenção, Masculinidades, Homossexualidade e Adolescência. **(Texto informado pelo autor)**

Identificação

Nome Renato Caio Silva Santos

Nome em citações bibliográficas SANTOS, R. C. S.

ANEXO 4.

CURRÍCULO LATTES DA ORIENTADORA

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

[Dados gerais](#) | [Formação](#) | [Atuação](#) | [Projetos](#) | [Produções](#) | [Educação e Popularização de C & T](#) | [Eventos](#) | [Orientações](#) | [Bancas](#) | [Citações](#) | [+](#)

Neia Schor

Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/6165875000902993>

Última atualização do currículo em 23/08/2017

possui graduação em Enfermagem pela Universidade de São Paulo (1972), mestrado em Saúde Pública pela Universidade de São Paulo (1978) e doutorado em Saúde Pública pela Universidade de São Paulo (1985). Atualmente é professor titular da Universidade de São Paulo. Tem experiência na área de Saúde Coletiva, com ênfase em Saúde Pública, atuando principalmente nos seguintes temas: adolescência, saúde reprodutiva, anticoncepção, aborto e gênero. *(Texto informado pelo autor)*

Identificação

Nome Neia Schor

Nome em citações bibliográficas SCHOR, N.;SCHOR, NÉIA