UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

THAIS HENRIQUES TIRIBA

**Uma atraente esposa brasileira ou seu dinheiro de volta: uma
análise de agências de casamento especializadas em unir
mulheres brasileiras a homens alemães**

VERSÃO CORRIGIDA

São Paulo

2017

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

**Uma atraente esposa brasileira ou seu dinheiro de volta: uma
análise de agências de casamento especializadas em unir
mulheres brasileiras a homens alemães**

Thais Henriques Tiriba

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Antropologia Social do Departamento de
Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências
Humanas da Universidade de São Paulo, para obtenção
do título de Mestre em Antropologia Social.

Orientadora: Laura Moutinho

De acordo:

VERSÃO CORRIGIDA

São Paulo

2017

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

T111a Tiriba, Thais
Uma atraente esposa brasileira ou seu dinheiro de volta: uma análise de agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães / Thais Tiriba ; orientador Laura Moutinho. - São Paulo, 2017.
166 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Antropologia. Área de concentração: Antropologia Social.

1. Gênero. 2. Raça. 3. Mercado matrimonial transnacional. 4. Marcadores sociais da diferença. 5. Mobilidades. I. Moutinho, Laura, orient. II. Título.

Para Cristina e Leo

Agradecimentos

Agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo pela concessão da Bolsa de Mestrado no país [Processo 2014/11322-1] e da Bolsa Estágio de Pesquisa no Exterior [Processo 2015/16551-1], que viabilizaram a elaboração da presente dissertação.

Chegando ao fim desse amplo processo, está bastante claro para mim que esse trabalho não seria completado, não tivesse eu contado com a solidariedade e generosidade de um grande número de pessoas.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a minha querida orientadora Laura Moutinho pelo essencial acolhimento proporcionado a mim ainda durante a graduação, pelo enorme carinho e entusiasmo com os quais sempre tratou essa pesquisa e pelo incentivo constante. Muito obrigada.

A Thaddeus Gregory Blanchette e Adriana Gracia Piscitelli, cujos trabalhos inspiraram fundamentalmente essa pesquisa, pelas valiosíssimas e generosas contribuições durante as bancas de qualificação e de defesa.

Ainda a Adriana Gracia Piscitelli, pelo meu recebimento em sua disciplina ministrada na UNICAMP, que proporcionou fantásticos debates, fundamentais para a conclusão desse trabalho.

A Sérgio Costa, supervisor durante minha estadia junto a Freie Universität Berlin, pela mais do que generosa disponibilidade em me receber e debater os desenvolvimentos de meu projeto de pesquisa.

Ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade de São Paulo, em especial a Heloísa Buarque de Almeida, cuja disciplina ministrada na graduação, a qual eu tive o privilégio de participar primeiro como aluna, e depois como monitora, vem proporcionando um importantíssimo primeiro contato com os estudos de gênero na Antropologia a muitas alunas e alunos.

Aos funcionários do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade de São Paulo, em especial a Soraya Gebara e aos funcionários do Latein Amerika Institut da Freie Universität Berlin, em especial a Marcela Osses.

Gostaria de expressar imensa gratidão aos solidários e competentes colegas pesquisadores do Núcleo de Estudos sobre Marcadores Sociais da Diferença (NUMAS), em especial às queridas Izabela Nalio Ramos, Fernanda Kalianny Martins, Mariane Pisani, Isabela Venturosa, Luiza Ferreira Lima, Milena Mateuzi e Renata Harumi. A todos os irmãos e irmãs de orientação, em especial Márcio Zamboni e Pedro Lopes, por toda solidariedade. A todos os ingressantes no mestrado do PPGAS/USP no ano de 2014, em especial a Thiago Haruo dos Santos e Hugo Prudente. E aos representantes discentes.

A meus queridíssimos amigos Natália Pascher de Barros e Alexandre Sarian pelo imenso carinho e pela oportunidade de ter novamente podido partilhar de momentos inesquecíveis, e que voltam a deixar muitas saudades.

A todos os moradores da ocupação Potse em Berlim pelo caloroso acolhimento, especialmente à inspiradora Pluli Plarre e aos queridos Tobias Schrammek e Lei Lu.

A Hanno Falkenberg, Christian Guise, Jacob Tischer e Thomas Davis, pelas instigantes trocas e pelos felizes momentos partilhados.

Com muito carinho a Thomas Mumford, com quem primeiro dividi as aflições que levaram a esse projeto.

A Luci Mansur, com quem dividi todas as outras aflições.

A Maria José Coutinho, Jéssica Henriques e Marina Amado, que somam tanto a nossas vidas.

A Adriano Giopato, pelo suporte técnico.

A Carol Bernardes, amiga querida, que não me deixa esquecer-me de meus sonhos e cujo brilho eu espero sempre poder contar.

A Janaína Gomes, por todas as deliciosas trocas, todo riso e toda angústia, e a Tita Patriarca, pelo enorme e incessante carinho e incentivo. E pela maravilha que é descobrir amigas incríveis no percurso.

Um agradecimento mais do que especial a Túlio Bucchioni, grande companheiro, com o qual tive o enorme privilégio de dividir, entre cozinhas e bibliotecas, em São Paulo e Berlim, todas as etapas desse processo.

A meu querido irmão, Thiago Tiriba, que com muita competência me ajudou com as primeiras leituras e revisões dessa dissertação. Por todo o cuidado e toda a

cumplicidade. Pelo excedente de carinho, e possivelmente de vírgulas, que sempre agrega a meus textos e a minha vida.

Finalmente, gostaria de agradecer às incríveis mulheres que nesse trabalho generosamente contribuíram com suas histórias.

Essa dissertação é dedicada a meus pais, Cristina e Leo. Por todas as lições de tolerância, justiça e generosidade que eu venho tentando seguir. Pelo enorme amparo que jamais cessaram em me proporcionar, e que se mostrou fundamental na conclusão desse processo. E pela paciência.

Muito obrigada.

Resumo

TIRIBA, Thais H. *Uma atraente esposa brasileira ou seu dinheiro de volta: uma análise de agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães*. Dissertação (Mestrado). 167p. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2016.

Essa dissertação de mestrado tem por objetivo perscrutar os valores atribuídos a relacionamentos afetivo-sexuais que se estabelecem através da mediação de *sites* de relacionamentos e agências de casamento entre homens do chamado “primeiro mundo” e mulheres do chamado “terceiro mundo”. Em particular, relacionamentos entre homens alemães e mulheres brasileiras. Tendo como pano de fundo as dinâmicas históricas e sociais que tornam relacionamentos desse tipo não apenas possíveis, mas também desejáveis, objetivo iluminar de que maneiras tais dinâmicas estariam implicadas na produção e reprodução do desejo e de interações tidas como íntimas, bem como essas dinâmicas mobilizariam noções de sexualidade e raça. Procuro, ademais, localizar o lugar ocupado pelas brasileiras nesse mercado internacional de fluxos matrimoniais e agências de casamento. Investigo ainda as motivações pessoais de indivíduos que fazem uso dessa forma de se buscar um/a parceiro/a compatível e questiono como relações mais amplas relativas a desigualdades de poder, gênero, raça e nacionalidade são pensadas nos processos de estabelecimento desses relacionamentos.

Palavras-chave: gênero; raça; marcadores sociais da diferença; mobilidades; mercado matrimonial transnacional

Abstract

TIRIBA, Thais H. *An attractive Brazilian wife or your money back: an analysis of introduction agencies specialized in uniting Brazilian women to German men*. Dissertation (Master). 167p. Post-Graduation Program in Social Anthropology, Faculty of Philosophy, Languages, Literature and Human Sciences, University of São Paulo. São Paulo, 2016.

This dissertation aims to scrutinize the values attributed to affective-sexual relationships that are established through the mediation of dating websites and introduction agencies between men from the so-called "first world" and women from the so-called "third world". In particular, relationships between German men and Brazilian women. Taking in consideration the historical and social dynamics that make such relationships not only possible, but also desirable, I aim to shed light into how such dynamics are implicated in the production and reproduction of desire and of intimate interactions, as well as how such dynamics mobilize notions of race and sexuality. Furthermore, I seek to find the place occupied by Brazilian women in the market of international marriage flows and marriage agencies. I also investigate the personal motivations of individuals who make usage of these tools to find a suitable partner and question how wider power, gender, race and nationality inequalities are thought through in the processes of establishing these relationships.

Key-words: gender; race; social markers of difference; mobilities; transnational marriage market

Sumário

Capítulo 1 - O Brasil e as brasileiras: a promessa do amor e da luxúria em <i>sites</i> de agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães	26
Os <i>sites</i> : representações do paraíso nos trópicos.....	27
Damengalerie: as nossas mulheres	36
Verlieben Sie sich in Brasilien – Apaixone-se no/pelo Brasil	47
Perigos no paraíso	50
“Vou-me embora pra Pasárgada”	57
Capítulo 2 - Traumfrau gesucht [procura-se mulher dos sonhos]: homens alemães buscando esposas na Europa Oriental e no Rio de Janeiro	61
Linguagem da narração: amor e oportunidades	64
Walther, Elvis, Dennis e cia	65
O mercado do amor: de Praga a Moscou.....	67
A cidade das praias bonitas e dos bumbuns durinhos	79
De São Petersburgo ao Rio de Janeiro.....	87
O risível e o perverso: recepção do programa e o tragitrash	98
Capítulo 3 – Do amor e outras demandas: masculinidades, nostalgia e a plataforma Brazilcupid.com	105
As trocas na plataforma	111
Experiência <i>online</i>	114
Narrativas tropicais.....	116
O que buscam em um relacionamento.....	119
Meus interesses genuínos	126
Considerações finais.....	129
Capítulo 4 - “Como tá o alemão?”: experiências de mulheres brasileiras casadas com alemães vivendo em Berlim.....	132
A decisão.....	136
O apaixonamento	140
Meu alemão	145
Transições	149
Casei, agora aguenta	152
Considerações finais.....	158
Algumas considerações finais.....	161
Referências bibliográficas.....	165

Introdução

Relacionamentos internacionais por correspondência – também chamados controversamente de *mail-order marriages* – são aqueles muitas vezes estabelecidos através da mediação de *sites* de relacionamento ou agências de casamento especializadas que oferecem o serviço de unir homens e mulheres de diferentes nacionalidades. O estudo da internet como ferramenta para a busca de parceiros/as compatíveis não é novidade (BELELI, 2012, 2015; ILLOUZ, 2011), entretanto, uma simples busca *online* não deixa de surpreender pela quantidade de *websites* voltados para a união de homens do chamado “primeiro mundo”¹ com mulheres do chamado “terceiro mundo” e do antigo bloco soviético.

Apesar de tal fenômeno não ser necessariamente recente, a partir dos anos 1990, quando catálogos de *mail-order brides* passaram a ser disponibilizados *online*, o número de *sites* de relacionamento e agências de casamento voltados para tal público masculino – frequentemente falante de inglês – proliferou rapidamente (CONSTABLE, 2003, 2009).

Trata-se de um mercado bastante amplo. É possível encontrar desde *sites* direcionados a indivíduos que buscam relacionamentos estáveis e casamentos até aqueles voltados para encontros casuais e para o chamado turismo sexual (CONSTABLE, 2003).

Essa dissertação de mestrado tem por objetivo perscrutar os valores atribuídos a relacionamentos afetivo-sexuais que se estabelecem através da mediação de *sites* de relacionamentos e agências de casamento entre homens do chamado “primeiro mundo” e mulheres do chamado “terceiro mundo”. Em particular, relacionamentos entre homens alemães e mulheres brasileiras.

¹ Grafo as expressões “primeiro” e “terceiro mundo”, bem como “Norte” e “Sul global”, entre aspas para lembrar o/a leitor/a de que as entendo como ficções. Como coloca Walter D. Mignolo (2014), “Geopolitical naming and mapping are fictions in the sense that there is no ontological configuration that corresponds to what is named and mapped. The act is possible through a control of knowledge; and it requires epistemic privilege that makes naming and mapping believable and acceptable”.

Tendo como pano de fundo as dinâmicas históricas e sociais que tornam relacionamentos desse tipo não apenas possíveis, mas também desejáveis, objetivo iluminar de que maneiras tais dinâmicas estariam implicadas na produção e reprodução do desejo e de interações tidas como íntimas, bem como essas dinâmicas mobilizariam noções de sexualidade e raça. Procuro, ademais, localizar o lugar ocupado pelas brasileiras nesse mercado internacional de fluxos matrimoniais e agências de casamento. Investigo ainda as motivações pessoais de indivíduos que fazem uso dessa forma de se buscar um/a parceiro/a compatível e questiono como relações mais amplas relativas a desigualdades de poder, gênero, raça e nacionalidade são pensadas nos processos de estabelecimento desses relacionamentos.

Este é um tema com o qual me deparei, inicialmente, em meados de 2011, enquanto realizava meu primeiro intercâmbio acadêmico, ainda durante a graduação, em Berlim. Tinha me tornado telespectadora assídua da série *Weird Weekends*, da rede de televisão inglesa BBC, na qual o apresentador Louis Theroux, em diferentes episódios, se aproximava de diferentes “subculturas” – como por ele chamadas – e entrevistava seus adeptos. Costumava abordar temas controversos, como festas de *swing*, *new born christians*, *gangster rap* e bordéis, em um formato que era uma espécie de “documentário para televisão”. Em um dos episódios da série, intitulado “Looking for love”, Louis viaja a Bangkok e entra em contato com agências de casamento especializadas em unir homens ingleses a mulheres tailandesas. Na Tailândia, o apresentador visita essas agências e entrevista seus donos e clientes ingleses. Os clientes são retratados como indivíduos instáveis, pouco atraentes, que não tiveram sorte no mercado matrimonial britânico.

Fascinada e muito surpresa pelo primeiro contato com tal universo de agências de matrimônio internacionais, passei a observar a abrangência do fenômeno. Tratava-se de um tempo em que eu acompanhava o campeonato inglês de futebol. Comecei a notar que em muitos fóruns *online*, onde se discutiam os altos e baixos desses times, eram muito comuns anúncios de agências de casamentos e *sites* internacionais de relacionamento. Na época, os mais comuns eram aqueles especializados no *matchmaking* com mulheres tailandesas, filipinas e russas.

Ciente das noções sexualizadas e racializadas de feminilidade que afetam migrantes brasileiras – conhecimento que até então estava mais atrelado ao nível da

experiência pessoal – e intrigada pela ausência de anúncios de agências de casamento especializadas em brasileiras nesses espaços, fui buscar o lugar ocupado por elas nesse mercado de *mail-order brides*. Para minha surpresa, os *sites* de agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens de uma nacionalidade específica tinham como público-alvo homens de origem alemã.

Depois de inúmeras buscas – idas e vindas no entorpecente e caótico espaço da internet – esses resultados me pareceram um pouco mais definitivos. Não foram encontradas agências de casamento que oferecessem o serviço de unir mulheres brasileiras a homens de uma nacionalidade específica que não fosse a alemã. O contrário, no entanto, não é verdadeiro. O grupo de países fornecedores de esposas para os alemães é encabeçado por mulheres polonesas, seguidas pelas turcas e, depois, pelas russas e tailandesas. As brasileiras ocupavam a décima posição². Dessa forma, também era de se esperar que fossem encontradas agências de casamento especializadas no *matchmaking* de homens alemães com mulheres de outras nacionalidades. Os mais populares são *sites* que visam à união de homens alemães a mulheres da Rússia e da Ucrânia. Também são encontradas agências especializadas em unir homens alemães a mulheres asiáticas, especialmente tailandesas e filipinas.

Passei então a visitar essas páginas de agências de casamento, fóruns de discussão sobre o fenômeno e a procurar artigos na grande mídia que tratassem desse arranjo conjugal. A forma como mulheres brasileiras e homens estrangeiros são descritos nesses espaços está repleta de binarismos e dicotomias, que explicam esses relacionamentos a partir de uma lógica bastante chapada. As mulheres seriam, ou vítimas de homens “dominadores”, ou hiperagentes buscando ascensão social através de estrangeiros “ingênuos”.

Os motivos e desejos masculinos frequentemente eram descritos por lógicas de uma suposta perversão – a forma como fariam uso de seu relativo poder econômico para buscar uma mulher subserviente – que se associava, ainda, a uma suposta baixa atratividade física e social, características que reduziriam suas chances nos mercados matrimoniais locais.

² Dados de 2007 – disponíveis em: <http://de.statista.com/statistik/studie/id/12478/dokument/hochzeit-und-ehe--statista-dossier-2012/>.

Tais explicações, maniqueístas no limite, pareciam falhar em dar inteligibilidade aos relacionamentos muito diversos estabelecidos entre homens estrangeiros e mulheres brasileiras que eu observava. Os primeiros contatos com os estudos antropológicos sobre gênero, raça, classe, sexualidade e nacionalidade, aos quais esse trabalho se filia e os quais abordarei mais adiante, permitiram a formulação de um recorte de pesquisa que me possibilitasse tratar das questões relativas à articulação desses múltiplos marcadores sociais da diferença, que estruturam as ações dos/as agentes, ao mesmo tempo em que são por eles/as manejados.

Dentre eles, destaca-se o trabalho de Laura Moutinho (2004), que, tratando de relacionamentos afetivo-sexuais inter-raciais no Brasil e na África do Sul, procurou ir além das explicações utilitaristas, amplamente observáveis na historiografia e literatura brasileiras, para lançar luzes sobre esse encontro. Nos trabalhos sobre o tema, o recurso explicativo era constantemente dado através da noção de mobilidade social para casamentos de homens negros com mulheres brancas, e de erotismo para casamentos de homens brancos com mulheres negras.

Para a autora, tal “síndrome utilitarista” explicitada pelo recorrente foco na “razão prática” dos estabelecimentos desses relacionamentos, construída a partir de uma hierarquia de raça, gênero e erotismo, talvez fosse “somente a lógica manifesta de uma outra razão, frequentemente não percebida ou não considerada por ser de outro tipo, ou mesmo, envolver mecanismos mais complexos” (MOUTINHO, 2004: 321).

De forma similar, também no decorrer de meu trabalho, e conforme será observável na leitura dos capítulos que o compõem, procurei ir além das explicações da ordem da “razão prática” para o estabelecimento de relacionamentos amorosos entre homens alemães e mulheres brasileiras.

Para tanto, uma aproximação dos sujeitos que se engajam nesse arranjo específico se fez necessária. Tal aproximação foi viabilizada pela bolsa de Estágio de Pesquisa no Exterior (BEPE/FAPESP), que me permitiu uma estadia de seis meses na Alemanha, junto ao *Latein Amerika Institut*, na Universidade Livre de Berlim.

Durante esse período – outubro de 2015 a abril de 2016 –, por meio de novos e antigos contatos, pude acessar algumas redes de amizade de jovens mulheres brasileiras que tinham migrado para a Alemanha por conta de seus relacionamentos

e casamentos com homens locais. Assim, em encontros em bares brasileiros, ou “tardes de beleza” na casa de alguma delas, pude começar a navegar por essas redes e a compreender as muitas complexidades do estabelecimento e manutenção desses relacionamentos.

Como os encontros se davam mais frequentemente entre mulheres, só conheci um marido alemão. Interessantemente, ele e outros homens alemães, com ou sem esposas estrangeiras, demonstraram visível desconforto em conversar comigo sobre meu tema de pesquisa. Observei tal desconforto amplamente em meu convívio social. Já tinham em suas mentes uma noção de quem seria esse homem alemão que buscava esposas estrangeiras. “A maioria é do sul [da Alemanha], não é?”, ou “aposto que muitos são da zona rural”, foram elaborações que ouvi algumas vezes quando dividi o tema de meu trabalho com essas pessoas.

Por conta disso, e da natureza dos encontros, via de regra, femininos, acabei por conhecer e entrevistar apenas as mulheres brasileiras casadas com alemães, e não seus maridos. Minha aproximação dos homens alemães se deu através de uma plataforma de namoro internacional chamada Brazilcupid.com, onde fiz inúmeras buscas por homens alemães procurando namoradas e esposas brasileiras, e com eles me correspondi. Dessa forma, as trocas específicas que culminaram neste trabalho se deram entre mim e (1) homens alemães buscando relacionamentos com brasileiras; e (2) mulheres brasileiras já em relacionamentos com homens alemães.

Dadas as explicações por vezes utilitaristas acerca do estabelecimento desses relacionamentos, fascinava-me que, como veremos ao longo desse trabalho, eles fossem expressos pelas agências de casamento, pelos *sites* de relacionamento, por homens alemães buscando esposas brasileiras e por mulheres brasileiras casadas com alemães através de uma linguagem do “amor”.

Cientistas sociais têm argumentado pela centralidade do amor na compreensão dos lados íntimos da globalização e da diversidade de formas pelas quais a intimidade é experienciada. (PADILLA et al, 2007). Amor, nesses trabalhos, é definido como uma vivência subjetiva que emerge e é pensada e atuada em função de relações sociais e normas culturais (SALAZAR, 2012).

Nesses termos, tal sentimento, comumente descrito como uma das vivências humanas mais íntimas, poderia vir a ser um ponto de partida e um lugar privilegiado para o estudo das complexas interconexões entre as esferas culturais, econômicas,

interpessoais e emocionais da experiência, de forma que permitiria à analista um lugar de onde considerar o poder e as funções das forças culturais, econômicas e sociais que atuam para moldar aspectos íntimos das vidas das pessoas. (PADILLA et al, 2007).

Elaborando uma revisão de trabalhos contemporâneos nas Ciências Sociais que tivessem como objeto de investigação o amor, Tania Rodríguez Salazar (2012) constata que tais estudos estão fortemente influenciados por três formas de se criar conhecimento: (1) dar voz aos atores; (2) interpretar condições sociais e mudanças; (3) fazer crítica social e cultural da influência do capitalismo, consumo e poder.

Tais preocupações também se fazem presentes nos estudos que visam à análise de novas possibilidades de relacionamentos afetivo-sexuais em tempos de globalização através do uso das tecnologias digitais de comunicação com pesquisadores perguntando-se como processos de larga escala seriam experienciados pelos sujeitos e como eles influenciariam os aspectos íntimos das vidas dos mesmos, acreditando que engajamentos teóricos com a globalização podem ser produtivamente combinados com considerações locais e etnográficas acerca do amor (PADILLA et al, 2007).

É também nessa *scholarship* que o tema *mail-order marriages* vem recebendo especial atenção contemporaneamente. Nessa introdução, gostaria de apresentar ao/à leitor/a parte de tal bibliografia que norteou as questões mais amplas dessa dissertação de mestrado.

Nicole Constable (2003) argumenta que os termos *mail-order marriages* e *mail-order brides* acabam por pré-definir as mulheres como vítimas. De acordo com o dicionário Oxford, *mail-order* significa: “a system of buying and selling goods through the mail”. Desse modo, encontrar-se-ia já na expressão a noção de que essas mulheres seriam “compradas” ou “vendidas”. Glodava e Onizuka definem *mail-order brides* muito amplamente como:

[...] women who find their spouses through the mail. The process may be initiated by an introduction agency, through the use of a catalog, newspaper or magazine advertisements, or a videotape service. It may be also initiated through introductions made by a friend or a relative (GLODAVA e ONIZUKA, 1994 *apud* CONSTABLE, 2003: 70).

Tanto feministas quanto acadêmicos/as tenderam a situar todas as *mail-order brides* dentro do quadro mais amplo do tráfico de mulheres. Esses trabalhos e a mídia acabam focando na suposta falta de agência das mulheres e sua vitimização em relação a processos globais (SCHAEFFER-GRABIEL: 2004). Tampouco é incomum tratar a chamada “indústria de *mail-order brides*” como um microcosmos da “indústria do sexo internacional” (CONSTABLE, 2003). Constable, contudo, argumenta que:

[t]he term “mail-order brides” discursively colonizes Third World women. The term evokes a homogenous image of foreign women who are helpless, oppressed ‘trafficked’, and thus in need of rescue. The mail-order bride is a ready symbol of female subordination, male power, and gendered and racialized images of Asian women. The problem with this symbol is that it predefines women as victims and prematurely forecloses on the possibility of their being otherwise (CONSTABLE, 2003:29).

A mesma autora sugere que as persistentes e negativas imagens estereotípicas sobre relacionamentos desse gênero oferecem uma ótima oportunidade para reflexão e crítica. Para ela, o desafio etnográfico está em como levar em consideração desigualdades estruturais e fatores socioculturais que circunscrevem as opções de homens e mulheres e que inspiram oportunidades e imaginários, enquanto, simultaneamente, transmitir a riqueza e dignidade de suas escolhas, sem reduzi-los a calculistas instrumentais ou ingênuos românticos.

Constable (2003) traz significativos dados de campo, segundo os quais, para muitas das mulheres trabalhadoras com quem entrou em contato, a divisão sexual do trabalho na qual o homem é o provedor e a mulher é a responsável pela reprodução do trabalho no âmbito doméstico era um modelo moderno e desejável. Liberação significa, conforme a autora, diferentes coisas para diferentes mulheres.

Nesse sentido, pensar relacionamentos internacionais por correspondência entre homens do “primeiro mundo” e mulheres do “terceiro mundo” a partir dos binários vítima-opressor não é suficiente para entender a complexidade e as muito sutis relações de poder que devem ser levadas em consideração quanto tratamos de *mail-order marriages*. Representações simplistas do fenômeno deixam de

demonstrar como imaginários globais afetam as vidas íntimas de homens e mulheres.

Constable (2003) tratou de relacionamentos por correspondência entre homens estadunidenses e mulheres chinesas e filipinas. Dentre as razões pelas quais seus interlocutores masculinos estadunidenses se correspondiam com mulheres asiáticas se destacava sua preferência por um casamento com uma divisão do trabalho “tradicional”. Eles rememoravam os casamentos da geração de seus pais e avós e, com nostalgia, entendiam as asiáticas como mulheres que não teriam sido “estragadas” pela exposição a ideias feministas. Para muitos desses homens, a mulher asiática representava a antítese da “feminista ocidental”, que era usualmente retratada em relação aos danos que teria causado aos valores de família e aos papéis de gênero.

Segundo Jennifer Johnson-Hanks (2007), as interações entre gênero, identidade, modernidade e consumo oferecem solo fértil para análises acerca da estrutura e da mudança. Nesse perspectiva, ela aborda temática similar, ao analisar mudanças sociais que vêm ocorrendo em Yaundé, Camarões, e acompanhar jovens que faziam uso de *sites* de relacionamento na internet para buscar companheiros estrangeiros. Tais jovens camaronesas urbanas, conhecidas como *yoyettes*, tinham noções muito bem desenvolvidas sobre a vida no exterior e isso acabava por moldar seus desejos, intenções e descrições pessoais. Entretanto, elas estariam buscando companheiros estrangeiros para conquistar – com base em noções locais – suas ideias de um casamento legítimo. Sendo o casamento central para aquilo que as *yoyettes* entendem por honra moderna, e não conseguindo encontrar parceiros desejáveis em sua localidade, muitas delas se voltavam para a possibilidade da internet como ferramenta para buscar parceiros adequados no exterior. A tecnologia ofereceria, dessa forma, uma importante ferramenta através da qual essas mulheres estariam buscando valores tradicionais em um contexto estrutural modificado. Segundo a autora, se não olharmos para o *schemata* cultural que informa as práticas dessas mulheres, elas seriam entendidas apenas como *mail-order brides* do “Sul”, buscando segurança em relacionamentos com homens estadunidenses e europeus (JOHNSON-HANKS, 2007).

Felicity Schaeffer-Grabiell (2004), trabalhando com *mail-order marriages* entre homens estadunidenses e mulheres mexicanas, afirma que existem muitas

razões pelas quais mulheres mexicanas desejariam casar com um homem dos Estados Unidos, mas que esses desejos frequentemente conflitam com os tipos de homens que as agências de casamento atraem. Elas estariam buscando um homem mais “feminista”. Entretanto, o fato de que a maioria dos homens estadunidenses vai ao México buscar uma mulher “tradicional”, na esperança de reafirmar sua masculinidade e poder em casa e no trabalho, complexifica essa imagem do homem estrangeiro “feminista”.

Muitos homens dos Estados Unidos estariam buscando uma esposa tradicional e relações familiares que eles nostalgicamente acreditam que existiram durante os anos 1950, antes do colapso da família nuclear devido aos movimentos sociais da década de 1960 e do feminismo *mainstream*.

Os homens também idealizam o amor como fora do tempo e espaço racionais: eles devem olhar para fora dos limites da nação, para fora dos limites do capitalismo, para encontrar o “amor verdadeiro”. De forma similar, mulheres no México precisam deixar a nação mexicana, que uma das mulheres chamou de “berço do machismo”. Elas equalizam o casamento e os relacionamentos nos Estados Unidos com a utopia do capitalismo, da democracia e da liberdade no (contexto do) primeiro mundo³ (SCHAEFFER-GRABIEL: 2004: 40).

Dados análogos também são trazidos por Constable (2003), que ilustrou situações nas quais esse encontro também apresentava embates de interesse, pois alguns de seus interlocutores masculinos estavam atraídos pela ideia dos “valores de família” dessas mulheres, mas estas, às vezes, estavam olhando para fora em busca de maridos e vidas mais “modernas”, como uma forma de escapar a restrições e obrigações.

A respeito da atração que estrangeiros exerceriam sobre mulheres brasileiras, Adriana Piscitelli (2011b) sugere que esta estaria relacionada com a fascinação provocada pelo contato com as diferenças idealizadas atribuídas aos mundos “ricos”. Para a autora, “essa atração se expressava na estetização desses países e também de seus habitantes, racializados como brancos, e na valorização de

³ Tradução minha.

seus estilos de masculinidade, com forte peso para o cuidado a eles atribuído” (PISCITELLI, 2011b: 564).

Buscando as razões pelas quais homens alemães estariam se casando com mulheres de países “economicamente mais fracos”, David Glowsky (2007) argumenta que esses relacionamentos estariam baseados em uma “troca” entre as características individuais das mulheres – “the extend to which wives from poorer countries are younger, slimmer and more educated than their husband is higher than in German-German marriages” (GLOWSKY, 2007: 21) – e a riqueza do país de origem do homem. De acordo com o sociólogo alemão, para as estrangeiras de “países economicamente mais fracos”, esses relacionamentos teriam como base a noção de mobilidade social. Para os alemães, seria a possibilidade de se obter uma parceira mais jovem e atraente.

O autor acrescenta que, diferentemente do que é retratado pela mídia e pelo senso comum, os alemães casados com mulheres de países mais pobres não diferem daqueles casados com alemãs em relação à aparência e ao status social. Uma melhor explicação, segundo Glowsky, seria dada pelo “*marriage-squeeze*” que sofrem homens alemães com mais de trinta anos de idade. Somente por conta disso, o autor defende, esses homens teriam dificuldades de encontrar esposas no mercado matrimonial local, o que por consequência aumentaria a probabilidade de buscarem esposas em países mais pobres, com o bônus de aí poderem encontrar mulheres mais atraentes, que, em contrapartida, valorizariam a riqueza do país de origem do homem alemão.

Razão entre os sexos, mobilidade social, uma esposa mais atraente – estes aspectos, como pontuado anteriormente, não me parecem, entretanto, explicar suficientemente a complexidade das escolhas desses indivíduos e os contextos em que elas se dão.

De forma oposta, Johnson-Hanks (2007) argumenta que, sem deixar de aspirar pelo conforto do consumo, suas informantes querem mais do que *visas* e mobilidade social. Elas buscam casamentos honrados com a complexidade emocional e as obrigações éticas daí advindas. Como sugere Schaeffer-Grabiell (2004), processos globais, ao aproximarem pessoas de áreas desigualmente desenvolvidas, oferecem às mulheres de países do “terceiro mundo” novos cenários nos quais imaginar papéis de gênero e estender o que seria possível em suas culturas

locais. Assim, uma análise desse gênero de *matchmaking* que leve principalmente em conta as questões de mobilidade social como sendo as “razões práticas” para o estabelecimento de relacionamentos desse tipo pode cair na armadilha de julgá-lo menos legítimo que outras formas contemporâneas de se buscar um/a parceiro/a compatível. Afinal, “todo relacionamento afetivo-sexual envolve algum tipo de cálculo, o que não quer dizer que seja marcado pelo utilitarismo” (MOUTINHO, 2004: 257).

Tratando da dissolução de antigas normas homogâmicas, Piscitelli (2011a) sugere ser ela nada banal, pois ao desafiarem tais regras homogâmicas e homocromáticas no mercado matrimonial, esses indivíduos, que se encontram em situações desiguais, segundo o posicionamento estrutural em seus países de origem, de classe e de acesso à documentação, são afetados por processos diferenciados de racialização, nos quais ocorre uma intensa erotização das pessoas situadas em posição inferior.

Nesses *encontros marcados por desigualdades*, a autora afirma que:

[n]o Brasil, como em outros países da América Latina e do Caribe cujas histórias foram marcadas por relações coloniais e pela presença de regimes de escravidão [...] há uma longa história de interpenetrações entre economia e sexualidade, que foi adquirindo matizes particulares, ancorada numa sexualização racializada da subalternidade e da pobreza. No registro dessas imbricações, os intercâmbios sexuais e econômicos aparecem ancorados em desigualdades que acionam, segundo momentos históricos e os contextos, diversas diferenciações, articulando gênero, classe social, raça e, em certos períodos, marcados pela migração internacional, também nacionalidade (PISCITELLI, 2011b: 544).

Tal sexualização racializada tem grande relevância nas mobilidades entre fronteiras para migrantes brasileiras, ganhando destaque na produção de subjetividades. Viajantes estrangeiros, Piscitelli (2011a) afirma, apreciavam seus estilos de feminilidade, entendidos como carinhosos e intensamente sexuais – uma feminilidade que era associada a sua cor morena. É interessantíssimo pensar que, na historiografia brasileira, a mulata aparece sempre marcada pelo erotismo, sendo definida pelo sexo, pela sexualidade e usualmente pelo desejo infrene. Ela sempre esteve presente no mercado dos afetos (MOUTINHO, 2004). Analisando tal

historiografia, Moutinho argumenta como “a mulata segue um percurso que vai do concubinato à prostituição – tendência que evidencia a sua não valorização no mercado matrimonial formal” (MOUTINHO, 2004: 346).

Também por essa razão, essa pesquisa aponta para um fator de grande relevância: as mulatas, que na historiografia ficavam de fora das uniões formais com brancos portugueses, estariam agora em demanda para uniões formais com europeus. Vale destacar: a mulata não apenas erotizada, mas também voltada ao lar e às relações familiares.

Ana Paula da Silva e Thaddeus Blanchette (2010) apresentam relatos de informantes estrangeiros masculinos que dizem ser as relações de gênero expressas na cidade do Rio de Janeiro “pré-modernas”, a modernidade sendo entendida como uma relação marcada por uma falsa igualdade, forjada pelo feminismo em que a mulher teria conquistado “os direitos do homem” sem, no entanto, assumir seus deveres. Nesse sentido, seus informantes estariam buscando a mulher do passado. A carioca seria entendida por esses homens como a combinação ideal de uma mulher sexualmente ativa e disponível, mas “tradicionalmente feminina” em seus valores.

Como veremos ao longo dessa dissertação, não é incomum entre homens alemães a compreensão acerca da feminilidade brasileira nessa chave, com ênfase também dada ao carinho e ao cuidado proporcionado por essas mulheres. Dessa forma, o exercício de pensar *mail-order marriages* entre mulheres brasileiras e homens estrangeiros nos contextos da feminização dos processos de imigração do trabalho pode ser relevante. Arlie Hochschild (2003) sustenta que o amor e o cuidado providos por mulheres do terceiro mundo poderiam ser pensados como um recurso não dissimilar ao ouro, marfim ou borracha do século XIX. Ela argumenta que o amor e o cuidado seriam esses novos recursos, uma vez que tal trabalho emocional estaria sendo extraído de regiões mais pobres para beneficiar regiões mais ricas a baixo custo (CONSTABLE, 2009; HOCHSCHILD, 2003). Tais formas de amor e cuidado beneficiam os países mais ricos na forma de empregadas domésticas, trabalhadoras do sexo, esposas e crianças adotadas. Todas elas estariam contribuindo para uma chamada “*chain of love*” (PARREÑAS *apud* CONSTABLE, 2009).

Essa perspectiva é bastante pertinente. Contudo, como comenta Piscitelli (2011a), análises similares frequentemente não levam em conta aspectos outros da oferta que não a intensificação da pobreza nos locais de origem de tais fluxos migratórios. Como demonstram Constable (2003), Johnson-Hanks (2007) e Schaeffer-Grabel (2004), mulheres do chamado “terceiro mundo” que se inscrevem em agências de casamento à procura de um companheiro estrangeiro não agem devido a uma desesperada carência econômica.

Além do mais, vale destacar que os marcadores sociais da diferença que recaem sobre as agentes não agem necessariamente de forma exclusivamente limitadora (MOUTINHO, 2004, 2006, 2010, 2014; SIMÕES et al, 2010; PISCITELLI, 2008, 2011a; ROSA, 2011). Articulando e negociando “desvantagens” que incidem sobre si, essas mulheres podem ter seu campo de atuação ampliado. Fazendo uso dos recursos materiais e simbólicos oferecidos pelos estrangeiros, mulheres migrantes brasileiras negociam suas posições nessas relações de racialização e sexualização e atravessam barreiras locais raciais e de classe (PISCITELLI, 2011a).

Como se pode observar, o tema deste trabalho permite tratar de diversos tópicos e se inseriria em diversos contextos, dependendo do tratamento a ele dado. Dentre eles, destacam-se ainda o estudo da comodificação das relações íntimas, a feminização dos processos de imigração, *marriage migration*, articulações entre turismo, sexo e migração, entre outros. Todas essas questões, no entanto, se relacionam, na medida em que ajudam a pensar as sutilezas das muito amplas relações de poder que têm que ser levadas em consideração quando falamos de relacionamentos por correspondência e relacionamentos inter-raciais e transnacionais entre homens alemães e mulheres brasileiras.

Dessa forma, e na linha da literatura acima apresentada sobre o tema – apresentação que se propõe apenas elucidativa –, pretendo com o presente trabalho perscrutar os valores atribuídos a relacionamentos afetivo-sexuais entre homens alemães e mulheres brasileiras, em particular aqueles que se estabelecem com o auxílio de agências de casamento e *sites* de relacionamento, de modo a pensá-los para além de binarismos simplistas. Na sugestão de Constable (2003), sem compreender homens alemães e mulheres brasileiras como ingênuos românticos ou calculistas instrumentais.

Essa dissertação de Mestrado é composta por quatro capítulos. No primeiro capítulo, intitulado “O Brasil e as brasileiras: a promessa do amor e da luxúria em *sites* de agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães”, elaboro uma extensa apresentação das páginas na internet de quatro agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães. Especificamente, trato dos discursos de que fazem uso para retratar a mulher brasileira, a potencialidade de um relacionamento com uma delas, o Brasil, suas paisagens e as relações sociais que se dão aí. Abordo suas escolhas estéticas na construção do *site*, bem como as escolhas das imagens utilizadas. Trato dos perfis femininos disponíveis nos *sites* e de todo o processo de mediação até o encontro da *mulher dos sonhos*. Nesse capítulo, argumento que as empresas, ao apresentarem a jovem exótica brasileira como fruto, parte e extensão da paisagem tropical, apresentam ao alemão um universo alternativo a seu contexto de origem, um espaço onde ele realizará aquilo que deveria primordialmente lhe caber: a escolha.

No capítulo de número dois, intitulado “*Traumfrau gesucht* [procura-se mulher dos sonhos]: homens alemães buscando esposas na Europa Oriental e no Rio de Janeiro”, organizo a apresentação e análise do programa de televisão *Traumfrau gesucht*. Trata-se de um *reality show* transmitido por uma emissora de televisão alemã desde 2012 no qual homens alemães de diferentes idades voltam-se a Europa Oriental, e posteriormente ao Brasil, para, com a ajuda de agências e agentes de casamento locais, buscar uma esposa que os agrade. Nesse capítulo, apresento os participantes alemães e narro significativas trocas entre eles e as mulheres estrangeiras. Trato primeiramente dos episódios que se passam na Europa Oriental para em seguida abordar aqueles que se passam no Rio de Janeiro. Posteriormente, elaboro um paralelo entre as diferenças nas abordagens e descrições da brasileira e da europeia oriental pelos participantes. Fecho o segundo capítulo desse trabalho com uma breve análise da recepção do programa e desse gênero televisivo.

No terceiro capítulo, intitulado “Do amor e outras demandas: masculinidades, nostalgia e a plataforma Brazilcupid.com”, trato da plataforma de relacionamentos internacional Brazilcupid.com e de minhas correspondências com homens alemães buscando relacionamentos com mulheres brasileiras nesse espaço. Apresento aos leitores essa plataforma de relacionamento, comparando-a com as

agências de casamento observadas nos capítulos anteriores e abordo algumas características gerais dos alemães membros dela. Baseada em minhas correspondências com alguns deles, apresento os altos e baixos de suas vivências *online*, suas experiências prévias no Brasil e América Latina e suas noções acerca da mulher brasileira e do Brasil em relação àquelas da mulher alemã e da Alemanha.

Depois de ter, nos capítulos anteriores, privilegiado a perspectiva masculina acerca de relacionamentos entre homens alemães e mulheres brasileiras, no quarto capítulo, intitulado “Como tá o alemão?: experiências de mulheres brasileiras casadas com alemães vivendo em Berlim”, trato das experiências de jovens mulheres brasileiras casadas com homens alemães vivendo em Berlim. O material desse capítulo é fruto de meu trabalho de campo *in loco*, cujas questões norteadoras foram na direção de procurar entender de que forma a experiência migratória a partir do relacionamento ou casamento com homem alemão informava possíveis papéis e relações de gênero, potencialmente dissimilares àquelas experienciadas em seus contextos de origem.

Vou-me embora pra Pasárgada
Lá sou amigo do rei
Lá tenho a mulher que eu quero
Na cama que escolherei

Vou-me embora pra Pasárgada

Vou-me embora pra Pasárgada
Aqui eu não sou feliz
Lá a existência é uma aventura
De tal modo inconseqüente
Que Joana a Louca de Espanha
Rainha e falsa demente
Vem a ser contraparente
Da nora que nunca tive

E como farei ginástica
Andarei de bicicleta
Montarei em burro brabo
Subirei no pau-de-sebo
Tomarei banhos de mar!
E quando estiver cansado
Deito na beira do rio
Mando chamar a mãe-d'água
Pra me contar as histórias
Que no tempo de eu menino
Rosa vinha me contar

Vou-me embora pra Pasárgada
Em Pasárgada tem tudo
É outra civilização
Tem um processo seguro
De impedir a concepção
Tem telefone automático
Tem alcalóide à vontade
Tem prostitutas bonitas
Para a gente namorar

E quando eu estiver mais triste
Mas triste de não ter jeito
Quando de noite me der
Vontade de me matar
— Lá sou amigo do rei —
Terei a mulher que eu quero
Na cama que escolherei
Vou-me embora pra Pasárgada.

Manuel Bandeira

Capítulo 1 - O Brasil e as brasileiras: a promessa do amor e da luxúria em *sites* de agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães

Por que se casar com uma estridente mulher europeia que só pensa em riqueza e, ainda jovem, se irritar até a morte, quando se pode viver saudavelmente e sem estresse com uma modesta e atraente brasileira que está sempre de bom humor?

(tradução minha)

Agência de casamento Amor Brazil

Com a companhia certa você está em primeiro plano. Aproveite os benefícios que uma mulher atraente pode oferecer a você – tanto pessoal quanto profissionalmente.

Por apenas 345 euros (28,75 por mês), você pode imediatamente conhecer de perto a alegria de viver brasileira.

(tradução minha)

Agência de casamento Marlu

*Você está procurando um amor para a vida*⁴? Com tais dizeres, a página inicial da agência de casamento Marlu, na internet, já antecipa os ideais que norteiam sua operação nesse mercado: a promessa do amor correspondido. Não se trataria, entretanto, de qualquer noção de amor, mas de uma que abraça as noções de luxúria em meio a certa permissividade que somente o clima e a paisagem dos trópicos parecem poder proporcionar.

Ao lado de Marlu, três outras empresas estão operando nesse peculiar mercado de agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães. Trata-se, argumento, da realização local de um fenômeno mais

⁴ Todas as traduções do alemão ao longo deste trabalho foram realizadas por mim. Neste capítulo, os trechos em *itálico* que acompanham o texto correspondem a dizeres dos *sites*, originalmente em alemão.

amplo que alguns denominam – controversamente – *mail-order marriages*, no qual homens do chamado “primeiro mundo” se utilizam dos serviços de *sites* de relacionamento e de agências de casamento para buscar esposas no chamado “terceiro mundo” e no antigo bloco soviético.

Esse não é um fenômeno recente, mas a partir dos anos 1990, quando catálogos de *mail-order brides* passaram a ser disponibilizados *online*, o número de empresas voltadas a esse ramo proliferou rapidamente. Neste capítulo, apresento os dados obtidos pela análise dos *sites* de quatro agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães. São elas: *Marlu*, empresa alemã com escritório em Berlim; *Brasil-Exterior*, empresa brasileira com sede em Recife; *Amorbrasil*, empresa brasileira com escritórios em Salvador e em Baden-Württemberg e *Brasilien dream*, empresa alemã, também, com escritório em Baden-Württemberg⁵.

No decorrer desse capítulo, objetivo conduzir o/a leitor/a pelas páginas na internet das agências de casamento. Abordando suas escolhas estéticas, uso de fotos e imagens, seus serviços, seus discursos sobre as paisagens e relações sociais brasileiras, bem como aqueles sobre a mulher brasileira, argumento que essas empresas objetivam apresentar o Brasil ao cliente alemão como um universo alternativo a seu contexto de origem. As descrições estão carregadas da promessa inebriante de um encontro sem igual: o encontro com uma brasileira, que é parte, fruto e extensão dessa paisagem tropical.

Os *sites*: representações do paraíso nos trópicos

A estética dos *sites* apresenta várias similaridades entre si. Todos mostram cenas tropicais, com praias e coqueiros, exibem bandeiras brasileiras, mulheres sorridentes caminhando pela areia e, não raramente, optam pelo uso das cores

⁵ Nenhum critério específico foi empregado na escolha por analisar essas empresas. As quatro empresas mencionadas são, de acordo com minhas buscas, aquelas que oferecem esse serviço de mediação. Seus endereços são: marlu.de; <http://brasil-exterior.com>; <http://brasiliendream.de/>; http://amorbrasil.com:8080/home.jsp?root_node_id=2006213114755866157&node_id=2006213114755866157

verde e amarela. O amor e a promessa da luxúria encontram-se, às vezes, nem tão eufemisticamente nesses espaços, um ambiente no qual o homem realizará aquilo que primordialmente deveria lhe caber: a escolha.

No *site* da Marlu, um *slide-show* à esquerda vai vagarosamente apresentando fotografias de algumas mulheres disponíveis em seu catálogo, todas invariavelmente sorridentes, algumas com poses e trajes que parecem pretender agenciar bastante sensualidade. Do lado oposto, no primeiro plano, uma água de coco e um par de havaianas, deixando-se ver, ao fundo, um mar azul e calmo: *venha conosco pelo caminho seguro!*

Homepage site Marlu

A página principal do *site* da agência Amor Brazil⁶ também faz uso dos tons verde e amarelo, da mesma forma que utiliza, como pano de fundo, a imagem de um casal abraçado, contemplando o pôr-do-sol em uma praia paradisíaca. Sobre o logotipo do Amor Brazil, duas alianças douradas de casamento. Sua página principal também conta com um *slide-show* mostrando fotos de mulheres. Ainda mais do que no *site* da Marlu, essas mulheres agenciam muita sensualidade. Não estão contidas aí apenas fotos de mulheres disponíveis no catálogo, mas também imagens mais genéricas – mulheres atraentes, vestindo trajes de banho e de festa. Outro tipo de imagem bastante utilizada nesse *site* são aquelas de casamentos na praia. Noivas com sofisticados vestidos e seus maridos sobre a areia dando ares de romance à

⁶ Amor Brazil é de propriedade de G. Kahmann, que também conta com a página Latineuro.de.

cena. Não me parecem se tratar de casamentos que de fato ocorreram entre clientes alemães e brasileiras, e sim de fotos retiradas de bancos de imagens. Encontramos aí, ademais, algumas fotos de casais unidos pela agência.

Homepage site AmorBrazil

O *site* da agência Brasil-Exterior, apesar de bastante organizado, tem uma identidade visual menos moderna. É, de modo curioso, a única empresa que não parece explicitamente fazer uso de uma semi-nudez feminina para adornar suas páginas. Com a exceção da lindíssima morena de corpo curvilíneo e cabelos cacheados que aparece, logo na *homepage*, vestindo um top frente única com a bandeira do Brasil deitada de lado sobre uma canga, as poucas fotos de mulheres que podem ser vistas no *site* são das brasileiras do catálogo – e são, em sua maioria, de rosto ou de busto. Não se encontram fotos de corpo inteiro. Para além dessas imagens das moças do catálogo, nesse *site* encontram-se fotos de aparência relativamente antiga. Duas delas mostram casais unidos pela agência: mulheres jovens com vestidos brancos bufantes ao lado de seus novos maridos, de aparência relativamente mais velha. Em outra foto, um desses casais posa ao lado do que acredito ser os donos da agência, também em um visual anos 1990. Os donos da agência em questão também são um casal de homem alemão e mulher brasileira. Os quatro posam na rua, possivelmente, do lado de fora de onde acaba de ser realizado o casório.

Homepage site Brasil-Exterior

Finalmente, o *site* da agência Brasilien Dream tem uma produção gráfica de aparência menos elaborada. Parece não ter sido uma preocupação a escolha de cores, tamanhos e modelos de tipografia que combinassem entre si. Na sua página principal, vemos o busto de três sorridentes morenas de semblante bastante natural. Parece seu objetivo ser articular uma aura de autenticidade. No plano de fundo, vemos o Cristo Redentor de costas, em meio a um horizonte montanhoso. Abaixo, três pequenas fotos de praias nordestinas – a última delas, contendo duas jovens mulheres caminhando na areia. Não parecem se tratar de fotos profissionais.

A despeito de algumas importantes diferenças, essas empresas operam de forma bastante similar. Todas as agências apresentam dois sítios distintos na internet: um voltado ao público alemão e outro voltado às mulheres brasileiras. O primeiro deles, escrito em alemão, é bastante completo e contém detalhadas informações de todo o processo de mediação até o encontro da *mulher dos sonhos*. Além de longos textos tratando das vantagens de se contrair matrimônio com uma bela mulher brasileira, eles apresentam suas equipes, exibem suas referências e “histórias de sucesso”, da mesma forma que contam com uma aba de “perguntas frequentes” e falam extensamente das cidades brasileiras onde se darão esses encontros. Orgulhosamente, as empresas também ostentam as suas *Damengalerie*,

catálogo virtual das damas⁷ interessadas em buscar um alemão *responsável e fiel*. O segundo, escrito em português, é mais sucinto. Apresenta informações gerais sobre o processo, um formulário para o cadastro e as ferramentas para o carregamento das fotos que se tornarão disponíveis nos perfis das brasileiras.

Homepage site Brasilien Dream

Nas quatro empresas o processo de mediação é muito semelhante e é apresentado como simples e eficiente: *4 passos até sua mulher dos sonhos (Amorbrasil)*:

4 passos para a felicidade!

Se você seguir os quatro passos aqui descritos, nós garantimos que dentro de pouco tempo você entrará em contato através do Amorbrasil com sua mulher desejada⁸.

O alemão interessado em contrair matrimônio com uma *jovem exótica brasileira* ganha acesso à Damengalerie. É nesse espaço que ele seleciona entre dez

⁷ Nos sites das agências usa-se frequentemente o termo “dama” [Dame] para se referir às brasileiras disponíveis nos catálogos.

⁸ Tradução minha. Disponível em:

http://amorbrasil.com:8080/site.jsp?root_node_id=2006213114755866157&node_id=2006213133033597133 Acesso em 16/05/2015.

e vinte mulheres que desejaria vir a conhecer. Essa seleção de favoritas é enviada à agência que, por sua vez, entra em contato com as mulheres para verificar se o interesse é mútuo. À brasileira são exibidas uma ou mais fotos do alemão, informações sobre idade, profissão, e uma carta de apresentação⁹. Em caso de interesse, o casal em potencial já pode começar a se corresponder, na maioria das empresas, por intermédio das agências¹⁰.

Tendo sido frutífero o contato estabelecido com as mulheres, o cliente já é então encorajado a começar a planejar sua viagem de reconhecimento ao Brasil, onde será formalmente apresentado a elas. Os encontros acontecem, via de regra, na presença de um/a intérprete/assessor/a, que estará a serviço do cliente por toda sua estadia no país. Durante o período em que esse cliente estiver no Brasil, ele realizará os encontros com todas as mulheres com quem está em correspondência. O alemão tem ainda a possibilidade de se encontrar com damas outras do catálogo, ainda que não tenha previamente se correspondido com elas.

Se uma das mulheres que o cliente conhecer nesses *encontros descontraídos à beira mar (AmorBrazil)* vier a ser sua mulher dos sonhos, as empresas oferecem assistência completa – *nós o acompanhamos até o final feliz (Marlu)* – para providenciar os documentos necessários para o casório, que poderá ser realizado no Brasil ou na Alemanha. Antes disso, é comum também que o cliente convide sua *favorita*, como chamada por algumas empresas, para passar até três meses a seu lado na Alemanha. Se assim desejar, as agências organizam também a viagem da dama à terra de origem do alemão.

A empresa Amor Brazil apresenta uma extensa lista dos serviços incluídos em seu pacote completo:

⁹ Cabe aqui apontar que não existem nos *sites* em português voltados às mulheres uma galeria contendo os perfis masculinos. Estas devem esperar até que algum alemão demonstre por elas interesse.

¹⁰ A agência Amorbrasil é a única que fornece os endereços de e-mail das mulheres. Eles dizem o fazer para que o cliente fique ainda mais seguro de sua existência real.

Serviços profissionais 2015:

Grátis: registro na Damengalerie.

Grátis: seleção de 20 damas na Damengalerie.

Mantenha correspondência por e-mail com uma dama desejada.

Grátis: Teste de Harmonia na seleção das damas na Damengalerie.

Grátis: Checagem de disponibilidade das damas selecionadas.

Grátis: Análise astrológica das damas selecionadas, se requisitado.

Estabelecimento de contato profissional com as damas.

Tradução da carta de apresentação do cliente.

Tradução da solicitação de contato do cliente.

Elaboração de uma carta de contato às mulheres selecionadas.

Tratamento das fotos do cliente para a carta de contato.

Envio das cartas por e-mail às mulheres.

Contato telefônico de follow-up com as damas selecionadas.

Envio dos resultados de contato para o cliente.

Criação de uma lista de favoritas dentre as mulheres pelas quais o cliente se interessou, na ordem em que o cliente deseja conhecê-las em Salvador.

Entrevistas com as mulheres que concordaram se encontrar com o cliente.

Organização da viagem de conhecimento do cliente a Salvador.

Se requisitado, reservas dos voos e hotel do cliente.

(...)

Arranjo dos encontros com as mulheres da lista de favoritas.

Apresentação das mulheres interessadas em Salvador.

Se requisitado, serviço de interpretação dos encontros.

3 anos de garantia de mediação.

Se requisitado, serviço de interpretação em Salvador.

Todas as mulheres cadastradas recebem um curso de alemão de self-study.

Se requisitado, registro da mulher escolhida em uma escola de idiomas.

Elaboração de um plano de estudos para a dama desejada.

Providenciamos os documentos necessários para o casamento.

Transfer da mulher para o aeroporto em Salvador.

Se solicitado, assistência também na terra de destino¹¹.

¹¹ Tradução minha. Disponível em:

http://amorbrasil.com:8080/site.jsp?root_node_id=2006213114755866157&node_id=2006213133218993142. Acesso em: 16/06/2015.

Os custos desses serviços variam bastante de empresa para empresa. Algumas cobram separadamente o acesso à *Damengalerie* e a organização da viagem. Outras fazem pacotes mais completos, por períodos maiores de tempo¹². Sendo as empresas similares, posto que ofertam serviços parecidos, elas parecem procurar se destacar no segmento. Marlu aparenta tentar protagonizar esse mercado oferecendo mais alternativas – *discretas, eficazes e simples* – para contatar sua mulher dos sonhos. Uma delas é o serviço *light*, que proporciona durante doze meses a possibilidade de contato sem limites com as brasileiras da *Damengalerie*. Eles sustentam que auxiliam o alemão durante todo o processo até a escolha da mulher *certa*. Caso isso não venha a acontecer, eles garantem a devolução do pagamento. Essa possibilidade, de acordo com a empresa, é confortável e tem ótimo custo-benefício.

Se o alemão decidir não levar a cabo sua viagem de reconhecimento ao Brasil, ele pode convidar sua *favorita* para conhecê-lo na Alemanha. Nesse caso, a viagem a ser organizada pela agência é a da mulher brasileira. Marlu parece ser um pouco cautelosa nessa variedade, sugerindo que o homem deve se certificar de que existam de fato interesses em comum. Eles enfatizam garantir a chegada da brasileira na Alemanha.

Outra possibilidade, talvez ainda mais cômoda, é trazida pelo serviço *Ponto de Encontro Alemanha*, oferecido também pela agência Marlu. Nesse modelo, os alemães têm acesso aos perfis de brasileiras que já estejam vivendo na Alemanha ou em países vizinhos, na Europa. Eles colocam:

¹² Para ilustrar, a empresa Brasilien Dream cobrava 290 euros por seis meses de acesso à *Damengalerie*, podendo o cliente contatar até 10 mulheres. A empresa Amor Brazil cobra 1990 euros pelo pacote de serviços detalhado acima, e 2990 euros se incluídos o voo a Salvador e a estadia na cidade (preços consultados entre 2014 e 2015).

Traga nova energia para sua vida... com uma atraente e alegre companheira brasileira, da qual você pode se orgulhar. Faça uso de nosso serviço único e cômodo para conhecer sua mulher dos sonhos imediatamente na Alemanha¹³.

A empresa Amor Brazil também apresenta diferenciais. Eles oferecem um serviço de busca sob medida, de acordo com o perfil feminino desejado pelo cliente. O cliente manifesta suas preferências em relação às características que sua futura esposa deve ter e a Amor Brazil busca mulheres apropriadas, tanto em sua própria galeria quanto em outras que ofereçam serviço de mediação com mulheres da América Latina. Eles vendem ainda a possibilidade de organizar o casamento do cliente na praia, em Salvador.

Até recentemente, a empresa Marlu também oferecia “viagens de grupo” ao Rio de Janeiro, que duravam por volta de uma semana. O grupo seria acompanhado desde Frankfurt e teria a assistência dos intérpretes por toda a viagem. Viagens de grupo nesses moldes são conhecidas neste mercado como *romance tours* e são comumente oferecidas por *sites* de relacionamento e agências de casamento especializadas em mediar o encontro de mulheres do antigo bloco soviético com homens estrangeiros, usualmente falantes de inglês. Essa mesma empresa, durante a Copa do Mundo de 2014, também oferecia em seu *site* pacotes ao Rio de Janeiro que incluíam a possibilidade de assistir aos jogos.

Além da oferta de diferentes serviços, uma outra maneira de tentar protagonizar o mercado seria, aparentemente, se gabando de sua respeitabilidade e tradição. Marlu descreve seu serviço como individual, pessoal, discreto e sério. A agência Amor Brasil insiste em seus 37 anos de experiência na mediação de casais alemão-brasileiros e diz contar com um time de funcionários experientes e com nível superior. Dizem ainda ter o melhor custo-benefício e as mais belas mulheres em sua *Damengalerie*. Finalmente, sustentam oferecer os e-mails pessoais dessas mulheres como forma de garantir sua existência. Seu slogan é: *Mediação com sistema, coração e mente*. A empresa Brasil-Exterior também afirma contar com um experiente *staff* de indivíduos muito simpáticos que vão dar assistência pessoal ao cliente desde seu primeiro contato até o casamento. Seu lema é *confiança e discrição*.

¹³ Tradução minha. Disponível em: <http://marlu.de/treffpunkt.htm>. Acesso em 16/06/2015.

Similarmente, a Brasilien Dream também se coloca como empresa cuja melhor propaganda são seus muitos clientes satisfeitos. Estes atestam sua seriedade e também a de suas damas.

Damengalerie: as *nossas* mulheres

Você pode escolher sua mulher desejada entre as mais de 1300 mulheres sérias, atraentes e educadas da nossa Damengalerie.

Todas as brasileiras procuram um parceiro sério e experiente na Europa, ou em qualquer outro lugar do mundo.

Muitas brasileiras falam, além de português, sua língua materna, inglês, espanhol e, ocasionalmente, alemão, e gostariam de conhecer um parceiro condigno de confiança e começar um relacionamento feliz na terra de origem dele.

Você seleciona grátis até 20 mulheres da Damengalerie que você achar simpáticas e que gostaria de conhecer.

Uma diferença de idade de 15 a 20 anos não é problema para muitas brasileiras. Em primeiro lugar conta para uma brasileira a simpatia e afeição de um homem, e não sua idade¹⁴ (*Amor Brazil*).

As fotos das *candidatas*, como são chamadas por algumas empresas, costumam aparecer por todo o *site*, e não apenas sob a aba *Damengalerie*. Na página da Marlu, como mencionado acima, um *slide-show* vai mostrando fotos ampliadas de algumas moças disponíveis no catálogo. São fotos bem trabalhadas de mulheres muito bonitas. Algumas delas parecem ter sido tiradas por profissionais. Em tais fotos elas sorriem e fazem pose. Uma parte significativa delas está em meio a alguma forma de natureza: banhando-se no mar, cercadas de plantas, deitadas na areia, sentadas na grama, invariavelmente sorrindo. Seus contornos são sempre enfatizados, às vezes de forma bastante explícita. Algumas estão com poses ainda mais *sexy*, na cama; outras articulam sua sensualidade com uma linguagem corporal mais largada. Parece ser assim que elas de fato vivem, na praia, em meio à natureza. E sorrindo. Não parece ser à toa que são despreocupadas e que no vocabulário

¹⁴ Tradução minha. Disponível em: Acesso em:

http://amorbrazil.com:8080/site.jsp?root_node_id=2006213114755866157&node_id=2006213133033597133. 16/06/2015.

brasileiro a palavra “estresse” seja desconhecida, como coloca a empresa Brasil-Exterior. Essas fotos escolhidas pela empresa Marlu para abrir seu *site* articulam certa tropicalidade, exibindo os corpos livres dessas mulheres disponíveis, *candidatas* apresentadas quase que como uma extensão da paisagem tropical local.

Candidatas *site* Marlu

Em certo sentido, as fotos das mulheres inscritas na agência Marlu diferem das fotos das brasileiras inscritas nas outras três agências. Nessas últimas, encontramos produções menos sofisticadas, menos trabalhadas, mais caseiras. As fotos são frequentemente tiradas dentro de casa: *selfies* na frente do espelho, sentadas ao sofá etc. Também encontramos fotos ao ar livre, sobre a grama ou na praia. As fotos têm, entretanto, qualidade inferior. Em comparação com o *site* Marlu, encontramos, inclusive, uma maior quantidade de brasileiras com mais de quarenta anos, bem como um maior número de mulheres negras.

Podemos observar essas distinções mais claramente nas três imagens seguintes, retiradas das Damengalerie das empresas Amor Brazil, Brasil-Exterior e Brasilien Dream respectivamente.

Parte Damengalerie: Amor Brazil, Brasil-Exterior e Brasilien Dream

Nos *sites* Brasil-Exterior e Amor Brazil, é possível realizar na Damengalerie uma busca por mulheres conforme intervalos de idade e altura, e ainda por signo do zodíaco. Como visitante não-membra dos *sites*, só tive acesso aos perfis¹⁵ das

¹⁵ Apesar de se tratarem de perfis visualizáveis por qualquer visitante das páginas das empresas, e não apenas membros ou clientes, optamos por ocultar os nomes e rostos das mulheres cujos perfis aqui apresentamos. Entendemos que, apesar de disponíveis, a elaboração dos perfis e fotos tinha como objetivo específico seu uso por visitantes das páginas das empresas. Sendo esses dois palcos bastante dissimilares – de um lado, os *sites* das agências e, de outro, uma dissertação de mestrado –, acreditamos que se faz aqui necessária a preservação de seu anonimato.

mulheres na página do Brasilien Dream e de algumas poucas candidatas do *site* Marlu. Nos outros dois *sites*, Amor Brazil e Brasil-Exterior, só é possível a visualização do catálogo geral, com apenas uma pequena foto de cada candidata e seus dados gerais. Abaixo, apresento alguns desses perfis que nesses espaços¹⁶ encontram-se disponíveis:

L. é uma jovem muito simples e afável. Ela é solteira e não tem filhos. Ela estaria preparada para fundar uma família na Europa. Ela não demanda nada específico de seu parceiro. Ela gosta de passear na natureza, de ir ao cinema ou de sair para dançar. Ela se descreve como tolerante, sentimental, sincera, autoconsciente, fiel, romântica e honesta.

B. é solteira e tem um filho. Ela gosta de cozinhar, ler livros e se descreve como honesta, tolerante e sentimental. Para B. não é importante onde ela morará com seu companheiro. Para ela o que importa é a simpatia para iniciar um relacionamento. Ela espera de seu companheiro absoluta fidelidade e confiança.

¹⁶ Traduções minhas. Perfis disponíveis em: <http://brasiendream.com/Unsere-Damen.4.0.html> e <http://marlu.de/pv-light.htm>. Acesso em: 16/06/2015.

Alter:	25 Jahre
Sternzeichen:	Fische
Gewicht:	52 kg
Größe:	1,68 m
Alterswunsch:	23 - 50 Jahre
Sprachen:	etwas spanisch, portugiesisch

Sucht einen gut situierten Partner aus Europa. Sie ist ledig und hat keine Kinder. In Zukunft möchte sie in Europa mit ihrem Partner eine Familie gründen, sofern auch der Partner damit einverstanden ist. Sie ist für jeden Spaß zu haben. Ihre Freizeit füllt sie mit tanzen, Musik hören, und Kinbesuche aus. Sie selbst beschreibt sich als gefühlvoll, kontaktfreudig, lustig, romantisch, ordentlich, zärtlich, und ordentlich.

E. busca um parceiro da Europa de boa situação. Ela é solteira e não tem filhos. No futuro ela deseja começar uma família com seu companheiro na Europa, se ele concordar. Ela está sempre disposta a se divertir. Seu tempo livre ela preenche dançando, ouvindo música e indo ao cinema. Ela se descreve como emocional, sociável, engraçada, romântica, organizada e afetuosa.

Alter:	32 Jahre
Sternzeichen:	Schütze
Gewicht:	60 kg
Größe:	1,68 m
Alterswunsch:	35 - 60 Jahre
Sprachen:	portugiesisch, etwas englisch, spanisch

Sucht einfach einen Mann der Sie liebt. Sie hat keine großen Ansprüche. Allerdings sollte er aus ordentlichen Verhältnissen kommen. Sie beschreibt sich als kinderlieb, liebevoll und romantisch. Sie ist ledig und hat 1 Kind. In ruhigen Stunden hört sie gerne musik und liest gerne.

M. procura simplesmente um homem que a ame. Ela não coloca grandes requisitos. Sobre tudo ele deve vir de um ambiente organizado. Ela se descreve como alguém que gosta de crianças, amorosa e romântica. Ela é solteira e tem um filho. Nas suas horas calmas ela gosta de ler e escutar música.

Alter:	58 Jahre
Sternzeichen:	Junfrau
Gewicht:	58 kg
Größe:	1,61 m
Alterswunsch:	55 - 65 Jahre
Sprachen:	portugiesisch

hat leider noch nicht den richtigen Partner gefunden. Sie ist Apothekerin. Ihr zukünftiger Partner sollte ein gepflegtes Erscheinungsbild haben. Sie ist ledig und hat 1 erwachsenes Kind. Sie beschreibt sich als aufgeschlossen, ehrlich, tolerant, häuslich, liebevoll, lustig, humorvoll, unternehmenslustig, sensibel romantisch und treu. In ihrer Freizeit liest sie gerne Bücher oder unternimmt kleinere Reisen.

S. ainda não encontrou o companheiro certo. Ela é farmacêutica. Seu futuro companheiro deve ter uma aparência bem-cuidada. Ela é solteira e tem um filho crescido. Ela se descreve como receptiva, honesta, caseira, amorosa, engraçada, com senso de humor, empreendedora, sensível, romântica e fiel. No seu tempo livre ela lê livros e faz pequenas viagens.

Alter:	41 Jahre
Sternzeichen:	Steinbock
Gewicht:	60 kg
Größe:	1,75 m
Alterswunsch:	40 - 70 Jahre
Sprachen:	portugiesisch

Sucht sehr zugig nach einem Partner aus Europa. Je schneller sie einen findet, desto besser. Sie ist eine sehr korrekte und aufgeschlossene Person. Sie ist sehr direkt, was manchmal eher von Vorteil ist. Sie selber beschreibt sich als ehrlich, kinderlieb, romantisch, ordentlich, zuverlässig und treu. Sie ist ledig und hat 1 Kind. Das Kind würde bei einer Beziehung in Brasilien bleiben, sofern vom Partner gewünscht. In ihrer Freizeit meditiert sie gerne, oder geht tanzen.

R. procura com muita avidez um parceiro da Europa. Quanto mais rápido o encontrar melhor. Ela é uma pessoa muito correta e receptiva. Ela é direta, o que às vezes é inclusive um ponto positivo. Ela mesma se descreve como honesta, alguém que gosta de crianças, romântica, organizada, confiável e fiel. Ela é solteira e tem um filho. No caso de um relacionamento, a criança pode permanecer no Brasil, se for o desejo do companheiro. No seu tempo livre ela gosta de meditar ou de sair para dançar.

N.

Escolaridade: Ensino Médio

Idiomas Estrangeiros: Inglês, Espanhol

Profissão: Estudante de universidade

Autodescrição: alegre, conversadora, engraçada

Hobbies: dançar, pintar, cantar, cinema, música

Características do companheiro:

romântico, amoroso, simpático

L.

Escolaridade: Ensino Superior

Idiomas Estrangeiros: Nenhum

Profissão: Estudante de universidade

Autodescrição: simpática, carismática, romântica, prestativa.

Hobbies: viajar, cinema, filmes

românticos

Características do companheiro:

simpático, romântico, inteligente

G.

Escolaridade: Ensino Médio

Idiomas Estrangeiros: Espanhol

Profissão: Rancheira

in *Bahia*

Größe	Gewicht	Raucherin	Haarfarbe	Augen
1,66	65	nein	schwarz	d. braun
Schulbildung		<i>Hochschule</i>		
Fremdsprache		<i>Englisch</i>		
Beruf		<i>Physiotherapeut</i>		
Selbst einschätzung		<i>liebervoll, Kumpel, aufmerksam</i>		
Hobbys				
<i>lesen, verreisen, Sport, Kino, Theater</i>				
Partnerwunsch		<i>fleißig, liebevoll, nett, ehrlich</i>		
Eigenschaften				

E.

Escolaridade: Ensino Superior

Idiomas Estrangeiros: Inglês

Profissão: Fisioterapeuta

Autodescrição: amorosa, camarada, chama a atenção

Hobbies: ler, viajar, esporte, cinema, teatro

Características do companheiro: diligente, amoroso, simpático, honesto

in *Rio de Janeiro*

Größe	Gewicht	Raucherin	Haarfarbe	Augen
1,73	69	nein	schwarz	schwarz
Schulbildung		<i>sekundarstufe</i>		
Fremdsprache		<i>keine</i>		
Beruf		<i>verkäuferin</i>		
Selbst einschätzung		<i>romantisch, liebevoll, treu</i>		
Hobbys				
<i>Kino, TV</i>				
Partnerwunsch		<i>verantwortungsvoll, charakterfest</i>		
Eigenschaften				

C.

Escolaridade: Ensino Médio

Idiomas Estrangeiros: Nenhum

Profissão: Vendedora

Autodescrição: romântica, amorosa, fiel

Hobbies: Cinema, TV

Características do companheiro: responsável, de caráter forte

in *Rio Grande do Sul*

Größe	Gewicht	Raucherin	Haarfarbe	Augen
1,70	65	nein	blond	d. braun
Schulbildung		<i>Hochschule</i>		
Fremdsprache		<i>keine</i>		
Beruf		<i>Zahnärztin</i>		
Selbst einschätzung		<i>romantisch, sympathisch, ehrlich, vertrauensvoll, treu</i>		
Hobbys				
<i>verreisen Wassersport, Kino, romantisch Essen gehen, Strand</i>				
Partnerwunsch		<i>romantisch, der mich liebt, treu, gebildet</i>		
Eigenschaften				

H.

Escolaridade: Ensino Superior

Idiomas Estrangeiros: Nenhum

Profissão: Dentista

Autodescrição: romântica, simpática, honesta, responsável, fiel

Hobbies: ler, viajar, esportes aquáticos, cinema, jantares românticos, praia

Características do companheiro: romântico, que me ame, fiel, educado.

D.

Escolaridade: Ensino Superior

Idiomas Estrangeiros: Espanhol/Italiano

Profissão: gestão em escritório

Autodescrição: amorosa, engraçada,

romântica, tolerante, determinada

Hobbies: cinema, palestras, teatro, praia,

exibições

Características do companheiro: sincero,

honesto

Colecionando os perfis disponíveis para minha visualização, e como ilustrado pelos que acima reproduzo, observa-se que eles não diferem muito entre si, pelo menos no que se refere aos dizeres. As poses escolhidas para as fotos costumam procurar articular uma certa sensualidade, ao mesmo tempo em que também são similares as descrições de si e do que seria desejável em um parceiro. As mulheres usualmente se qualificam como tolerantes, amorosas, fiéis, sentimentais, românticas, entre outras características. Seus hobbies são a música, a dança e o cinema. Seus futuros maridos devem ser fiéis, responsáveis e amorosos. A forma como são apresentadas em seus perfis contém os mesmos traços de personalidade que as empresas dizem ter a brasileira típica.

Eva Illouz (2011) argumenta que a apresentação das pessoas em perfis não estaria orientada para um indivíduo específico, e sim para um público geral de candidatos abstratos e desconhecidos. Para essa autora, os processos de se descrever a si mesmo baseiam-se em roteiros culturais do que seria uma personalidade desejável e, apresentando-se de maneira incorpórea, as pessoas usam convenções estabelecidas do que seria o eu desejável e as aplicam sobre si mesmas. No caso das brasileiras cujos perfis apresentei acima, sugiro que seu público não seja talvez tão abstrato, e sim as noções que elas têm do que seria o alemão-médio visitante desses *sites*. Illouz coloca ainda que o uso da linguagem

acaba por criar uniformidade e padronização, o que seria irônico, uma vez que os perfis como tais devessem singularizar indivíduos.

Não apenas nas *Damengalerie*, mas por todo o *site*, as empresas enfatizam as inúmeras qualidades da mulher brasileira, bem como as vantagens de se contrair matrimônio com elas. No *site* Marlu são descritas como “exóticas, bonitas, apaixonantes, alegres e cheias de vida”. A empresa segue argumentando que “quem as conhecer de perto, acrescentará que elas têm acima de tudo uma inclinação para o lar e fundamentalmente sonham com uma vida familiar harmoniosa ao lado de um companheiro amoroso e fiel”. Via de regra, são descritas em oposição à mulher europeia¹⁷. Similarmente ao observado por Thaddeus Gregory Blanchette (2011), cujos informantes estrangeiros anglofalantes julgavam suas conterrâneas não mais saberem agir como mulheres, uma feminilidade “natural” da brasileira é ressaltada pelos *sites*, bem como o fato de ser voltada para o lar e para as relações familiares.

Contudo, é interessante notar que tais características não são aplicadas exclusivamente às brasileiras. Agências de casamento especializadas em unir homens alemães com mulheres de outras nacionalidades “não-ocidentais” também qualificam “suas” mulheres como “femininas”, “exóticas” e “voltadas ao lar”¹⁸. Como

¹⁷ Tenho a impressão de que o *site* Amor Brazil é aquele que apresenta essas características de forma mais explícita. Enumerando as vantagens de se contrair matrimônio com uma brasileira eles escrevem:

Porque no Brasil existem muitas mulheres sérias, atraentes e educadas.

Porque as brasileiras não são materialistas como muitas europeias.

Porque uma brasileira se casa por amor e carinho e deseja começar uma família na terra natal do marido.

Porque uma brasileira não é retraída e inflexível como muitas europeias.

Porque uma diferença de idade de 10 a 15 anos são representa um problema para as brasileiras.

Porque uma brasileira gosta de um homem europeu porque ele é educado, sensível, respeitador e leal.

Porque uma brasileira não gosta de homens brasileiros que não conseguem ser respeitadores e leais.

Porque uma brasileira exala alegria e encantamento, mas é sempre feminina em sua aparência.

Porque uma brasileira é positiva, alegre, talvez um pouco ingênua e descomplicada.

¹⁸ Uma agência de casamento especializada em unir homens alemães a mulheres filipinas escreve: “Não é possível estabelecer comparações entre as mulheres filipinas/asiáticas e as mulheres alemãs. A igualdade entre homens e mulheres, lugar comum na Europa, (...) é ausente na região da Ásia. (...)”

sugere Blanchette (2011), tais descrições seriam “baseadas em imagens genéricas, não necessariamente fundamentadas nas relações de gênero vividas em qualquer lugar, e sim nas expectativas ‘fantásticas’ desses homens (BLANCHETTE, 2011: 78)”. O autor apreende dois atributos de gênero principais, independentemente da nacionalidade não-ocidental em questão: (a) a existência de uma biologia diferenciada que faz a mulher ser sexualmente *sui generis* e (b) um comportamento “tradicionalmente feminino”.

Ao mesmo tempo, as agências dizem que elas buscam um marido com as exatas características do homem alemão, como coloca a empresa Brasilien Dream:

Uma mulher brasileira tem como objetivo uma sólida e honesta parceria com um esposo fiel; tudo isso é o que nós homens alemães procuramos por tanto tempo. Devido à sua mentalidade e educação, amor, carinho, candura e reconhecimento não são estranhos para a mulher brasileira, e sim objetivos e necessidades importantes de uma relação a dois harmoniosa. É explicitamente falso quando se assume que as mulheres brasileiras só agem por interesse.

Mulheres da América do Sul gostam de iniciar relacionamentos com um homem um pouco mais velho (uma diferença de idade de 15 anos não é incomum). A razão para isso é o fato de que, em sua opinião, homens mais experientes dão mais valor a uma vida familiar harmoniosa do que os mais jovens. Importante para elas é um companheiro que possa oferecer segurança, lealdade e cuidado [Geborgenheit]. Alguém que mostre um senso de responsabilidade e que se preocupe com a família. Se seu companheiro tiver essas características, ela o recompensará com uma

Uma outra característica da mulher asiática é a habilidade de ler os desejos do seu companheiro em seus olhos e fazer da vida de seu companheiro a mais bonita e agradável possível” (tradução livre). Disponível em: <http://www.myfilgi.de/fragen-und-antworten/wie-unterscheiden-sich-philippinische-frauen-von-deutschenfrauen/>. Acessado em 05/03/2014. Já a agência de casamento Valenthai, especializada em unir mulheres tailandesas a homens alemães coloca: “Outra razão essencial para a popularidade da mulher tailandesa: não uma carreira, mas um casamento harmonioso e sua própria família estão para ela em primeiro lugar. Uma mulher tailandesa vive e ama seu papel de mulher no sentido mais tradicional” (tradução livre). Disponível em: <http://www.valenthai.de/thaifrauen.shtml>. Acessado em 05/03/2014.

bondade [Warmherzigkeit] que ele, como um europeu vivendo na Alemanha, nem pode imaginar.¹⁹

Interessantemente, não apenas “a mentalidade e a educação” são reivindicadas pelos *sites* para explicar tal sensualidade e valor dado à vida familiar. Também são usados tons naturalizantes, essencialistas e raciais para explicar as idiossincrasias da brasileira e sua feminilidade peculiar, como fica bastante claro no trecho reproduzido a seguir, extraído do *site* da agência Brasil-Exterior.

A mistura de diferentes culturas e formas de vida de portugueses, europeus, indígenas e africanos na terra do sol produziu a singular e bonita brasileira. O clima tropical faz a sua parte para que ela seja bondosa e alegre. Com isso, ela emite uma inacreditável alegria pela vida.

A “brasileira típica” é feminina e dá muito valor a uma aparência bem cuidada. Inteligentemente, ela sabe usar suas qualidades naturalmente femininas juntamente com seu charme para atingir seus objetivos. A música e a dança estão em seu sangue. Seu caminhar é leve e dançante.

A mulher brasileira é animada e ama o romance e a harmonia. De modo geral, ela é equilibrada. A palavra estresse é desconhecida do vocabulário brasileiro. Ela supera os problemas do dia a dia e as preocupações cotidianas com um otimismo incomum para os europeus. Sem ser irrealista, ela consegue relaxar e se indulgir em diferentes atmosferas.

O maior valor de todos ela dá à lealdade e a uma vida familiar harmoniosa. As crianças ela ama sobretudo. Apaixonada e um pouco ciumenta, ela vai fazer de tudo para que seu amado parceiro seja feliz. Para isso, ela demanda lealdade absoluta. Quando uma brasileira presenteia alguém com seu coração, ela ficará sempre a seu lado e caminhará com ele nos momentos bons e maus.²⁰

Nota-se, nestas palavras, a relação metonímica entre o feminino adequado para o casamento, a nação (feminilizada), a miscigenação\mistura e os trópicos. O

¹⁹ Tradução minha. Disponível em: <http://brasilindream.com/Vorwort.30.0.html>. Acesso em: 16/06/2015.

²⁰ Tradução minha. Disponível em: http://brasil-exterior.com/brasilianerin_de.aspx. Acesso em: 18/06/2015.

casal no centro desta cena - mulher brasileira (mestiça) e homem estrangeiro (branco) - emula uma construção tradicional de nação, sendo ainda o oposto do que ganhou destaque na pesquisa de Laura Moutinho (2004), que discute o lugar da relação homem negro\mulher branca no atual processo de miscigenação.

Ao analisar as razões sociais, afetivas e sexuais que norteiam relacionamentos afetivo-sexuais heterossexuais entre negros e brancos, a autora argumenta ainda que as diferenças raciais engendram atributos eróticos, estéticos e sexuais: “na economia dos prazeres e dos afetos que movimenta o mercado erótico conjugal, as diferenças raciais são (...) um aspecto de grande relevância” (MOUTINHO, 2004: 49). Por conta disso, é significativo pensar as noções de mistura/miscigenação como frequentemente articuladas para “explicar” a sensualidade da mulher brasileira (BLANCHETTE, 2011; PISCITELLI, 2008, 2011a; SILVA e BLANCHETTE, 2005, 2010; SILVA, 2011;). Como apontaram Silva e Blanchette (2010), seria uma suposta “contaminação implícita na mistura das raças – e não a simples ‘contaminação por sangue africano’ – o fator (...) decisivo na produção da sexualidade que eles (seus informantes estrangeiros) entendem e valorizam como tipicamente brasileira” (SILVA E BLANCHETTE, 2010: 235).

Pesarosamente, contudo, a terra que criou tais mulheres sensuais e maternais não produziu com o mesmo esmero o homem brasileiro. Sua relativa inferioridade é ressaltada pelos *sites* como um dos motivos para essas mulheres buscarem seus maridos fora de seu país. No *site* Marlu podemos ler: “Já que os homens em sua terra natal não levam a sinceridade, a fidelidade e a responsabilidade a sério, muitas mulheres procuram sua felicidade na Alemanha, onde elas desejam encontrar um marido com essas características. Nós as ajudamos com isso”. A agência Brasilien Dream leva o argumento mais longe e o embasa na “razão entre os sexos”, afirmando que “no Brasil, para cada homem, existem 1,5 mulheres. Isso significa que: enquanto a mulher brasileira anseia por uma parceria sólida, o homem brasileiro acha muito difícil escolher a mulher certa”.

Verlieben Sie sich in Brasilien – Apaixone-se no/pelo Brasil

No *site* Marlu encontra-se uma aba exclusiva onde são oferecidas informações sobre o seu serviço de mediação mais completo: a mediação seguida de

viagem ao Rio de Janeiro. Ao fundo, os contornos do Pão de Açúcar se confundem com os dos quadris, coxas e pernas morenas em primeiro plano, deitadas de lado sobre a areia branca. Um casal caminha abraçado pela praia, romantizando a imagem. Lemos: *Rio de Janeiro: um programa de relaxamento e diversão lhe aguarda.* E ainda: *Combine suas férias com a busca por uma esposa.*

Aba "Rio Reise" no site Marlu

As quatro empresas analisadas nesse capítulo oferecem a organização da viagem do cliente ao Brasil, onde idealmente devem se dar os primeiros encontros com as suas *candidatas favoritas*. Nesse sentido, argumento que elas não deixam de operar também como agências de viagens, oferecendo o serviço de reserva de voos, hotéis e passeios para o cliente enquanto em terras brasileiras. *Você só precisa agendar suas férias*, escreve a empresa Marlu em seu *site*. Eles organizam todo o resto.

Com a exceção da empresa Brasilien Dream, que não aparenta oferecer nenhum destino brasileiro específico, as agências pesquisadas oferecem viagens a destinos diferentes. A empresa Marlu oferece viagens ao Rio de Janeiro, a empresa Brasil-Exterior ao Recife e a empresa Amor Brazil a Salvador.

No *site* Marlu, um número de fotos de paisagens cariocas emoldura as descrições da cidade maravilhosa, invariavelmente incluindo o mar. Em uma delas, vemos um grupo de mulheres dançando na areia, em outra, mais um grupo de mulheres de biquíni, no que aparenta ser algum tipo de espetáculo. Ao lado de uma mulher de salto, vestida de biquíni e plumas carnavalescas, os dizeres:

Escolha das mulheres

Você pode escolher as suas favoritas de antemão entre mais de 100 sociáveis mulheres do Rio. Todas as mulheres para quem nós o apresentarmos buscam um homem alemão. Lá está garantido o melhor para você!

Nos primeiros dias nós lhe apresentaremos várias das mulheres por você escolhidas. Paquere como desejar e escolha sua mulher dos sonhos. Por suposto nós o ajudamos com todos os conhecidos serviços Marlu, por exemplo, a superação da barreira do idioma, a organização da chegada de sua favorita, e muito mais.²¹

Para além dos serviços básicos, Marlu enumera as muitas atividades extras que pode proporcionar ao cliente, e, dentre elas, estão inclusas *city tours*, jantar com show de samba, caminhada noturna pela Lapa e visita à favela da Rocinha.

De forma equivalente, as cidades de Recife e Salvador também são apresentadas com uma certa aura de luxúria e romance, seja através das imagens escolhidas ou dos longos textos tratando das maravilhas desses destinos paradisíacos. Amor Brazil escreve: *conheça sua mulher dos sonhos e as praias mais belas do Brasil e tenha suas férias dos sonhos*. Falam ainda do ambiente onde se darão os primeiros encontros com as candidatas favoritas do cliente. Descrevem o *ótimo* restaurante à beira mar em Salvador *onde as fundações das simpatias mútuas são exploradas em um ambiente descontraído e sofisticado*. Em meio a fotos do Pelourinho, das praias e do Farol da Barra, comenta-se ainda do carnaval. Tratar-se-ia de *uma experiência sensorial na qual tradições portuguesas e ritos africanos de macumba trazem o carnaval mais selvagem do mundo*. Continuam afirmando que, *por conta do calor, aí não se veem fantasias muito elaboradas, e sim muitas peles descobertas. Bastante álcool e nudez dão o tom do evento*.

Para a empresa Brasil-Exterior, as belezas de Recife e Olinda valeriam por si só a viagem. Com fotos da praia de Boa Viagem e de uma sorridente brasileira segurando os longos cabelos cacheados, eles colocam que *Recife tem mais a oferecer*

²¹ Tradução minha. Disponível em: <http://marlu.de/RioreiseMarlu/reiseangebot.htm>. Acesso em: 18/04/2015.

do que nossa página pode mostrar. Por que você não deixa que sua futura esposa te mostre as belezas de nossa cidade?

Tal paisagem tropical, da qual as brasileiras seriam parte, fruto e extensão, é apresentada sob uma atmosfera de possibilidades e luxúria, nada similar à terra de origem do alemão. Trata-se de um lugar longínquo, desconhecido, exótico e tropical. Para além da mediação e do encontro da futura esposa, está também sendo a ele oferecida uma experiência sem igual, como fica claro no trecho a seguir, extraído do *site* Marlu, em referência à viagem ao Rio de Janeiro.

Vivencie uma alegre e despreocupada semana de férias com um acompanhamento tanto bonito quanto simpático, e leve – se quiser – ambos de volta para casa: impressões inesquecíveis da capital mundial do “joie de vivre” e uma alegre e charmosa brasileira, que gostaria de morar na Alemanha a seu lado.²²

Perigos no paraíso

Da maneira como acima construída, trata-se de uma proposta difícil de resistir. O cliente, além de ter as férias de sua vida num lugar paradisíaco, pode vir a conhecer a mulher de sua vida, e levar as duas coisas de volta para casa: a experiência tropical e a futura esposa.

Entretanto, essa viagem ao desconhecido não deve ser feita sem a assistência de uma dessas empresas, uma vez que tais destinos exóticos e luxuriosos estão também envolvidos em uma aura de perigo. É nessa perspectiva que as empresas buscam passar ao cliente em potencial uma impressão de terem profundo conhecimento sobre a terra de destino e sobre as relações sociais que se dão nesses lugares.

De certa forma, poderíamos considerar que, do modo como é apresentado pelas agências, esse possível matrimônio consistiria em um paraíso da troca, dado que mulheres brasileiras e homens alemães estariam buscando parceiros com as

²² Tradução minha. Disponível em: <http://marlu.de/RioreiseMarlu/reiseangebot.htm>. Acesso em: 18/04/2015.

exatas características que os *sites* dizem eles ter. Teriam nascido uns para os outros. Contudo, para que esse amor se realize, é preciso abordá-lo com cuidado e seriedade.

Todas as empresas dizem cultivar uma relação próxima com todas as candidatas e garantem que estas são mulheres honestas, que buscam de fato um companheiro para a vida. Alegam ter informações sobre o histórico e as condições de vida delas, e que elas vêm *de um bom ambiente*.

As *suas* mulheres, de *suas* Damengalerie, são às vezes descritas em oposição às conhecidas hiperagentes brasileiras: mulheres golpistas, interesseiras, que potencialmente arruinarão o inocente estrangeiro desavisado – e desassistido. Tal representação da mulher brasileira nesses termos é bastante comum em fóruns alemães de discussão *online* que têm como tema o Brasil ou relações Brasil-Alemanha²³. No trecho a seguir, ofereço um fragmento bastante ilustrativo da maneira pela qual as mulheres brasileiras são frequentemente retratadas nesses espaços:

Casar com uma brasileira: o sonho e a realidade» Segunda 12. Abr 2010, 08:45 » Eu leio aqui no fórum sobre homens recém-apaixonados, que gostariam de se casar com sua exótica mulher brasileira dos sonhos. O amor não torna alguém apenas cego, mas também aparentemente burro! Depois de quatro anos de casamento com uma brasileira, devo descrever aqui a rotina nem tão romântica do casamento. A maioria das brasileiras não tem interesse em se integrar aqui na Alemanha. Através do Orkut e de outras brasileiras é construído um círculo de amigos puramente brasileiro. Alemães são rejeitados categoricamente como amigos. O homem precisa aprender português para poder também conversar em situações sociais. Entre as brasileiras existe uma solidariedade que é exclusiva a seus compatriotas, que infelizmente com frequência gozam de uma prioridade maior que seus cônjuges. (...) Virtudes alemãs como

²³ Postagens similares são encontradas com frequência e apontam para o dualismo observado por Constable (2003) em seu trabalho sobre *mail-order brides* asiáticas. Para a autora, estas eram tidas como *oriental dolls* ou *dragon ladies*. Nesse dualismo simplista, as mulheres são apresentadas ou como vítimas passivas dos homens ocidentais ou como perigosas hiperagentes que poderiam “arruinar” o homem estrangeiro.

pontualidade, diligência, lealdade ou confiabilidade só se encontram no Brasil raramente. O que mais me incomoda é que aos olhos dos brasileiros um alemão é automaticamente rico e que os pedidos de dinheiro são uma possibilidade legítima. (...) O direito de residência é geralmente adquirido após três anos ou com o nascimento de uma criança alemã. Este é geralmente o ponto em que os casamentos se rompem. O que resta é um homem quebrado e arruinado que depois de meses ainda não entendeu o que aconteceu com ele. (...) Será que sua esposa quer realmente se tornar alemã?²⁴

Estando conscientes desse tipo de representação da mulher brasileira e tendo investido no exercício oposto de descrevê-las como exóticas dóceis futuras mães, essas empresas se deparam com a necessidade de, se não contradizer esses portais, relativizar seus conteúdos.

A agência que mais explicitamente o faz é a Amor Brazil. Eles colocam que os tópicos que falam a respeito das mulheres brasileiras nesses fóruns não são, de forma alguma, objetivos ou realistas, e que a reputação das brasileiras é melhor do que aquela apresentada pelos usuários desses espaços. Dizem se tratar de comentários feitos por pessoas que estiveram uma vez ou outra no país e que agem como se fossem profundos conhecedores desse lugar. Sobre os usuários alemães que vivem de fato no Brasil e que postam esse tipo de comentário, a Amor Brazil afirma que eles possivelmente só conhecem seus arredores imediatos e não o Brasil como um todo. Nesse sentido, seus comentários seriam falsos e presunçosos. Eles colocam: “a diferença de mentalidade das pessoas brasileiras de Manaus ao Rio Grande do Sul é tão enorme quanto a comparação de pessoas dos Montes Urais e de Portugal”.

Eles julgam, contudo, que esses desentendimentos e esses distorcidos retratos da mulher brasileira se dão também por conta dos diferentes “níveis de educação”, *que são muito importantes para a avaliação da cultura, educação e nível das pessoas brasileiras*. A seguir, reproduzo os quatro diferentes “níveis de educação” que, segundo a agência, encontramos no Brasil:

²⁴ Tradução minha. Disponível em: <http://brasilienfrende.net/brasilianerin-heiraten-der-traum-und-die-realitaet-t14381.html>. Acesso em 01/06/2015.

Nível I

Mulheres e homens principalmente dos bolsões pobres – favelas [favelas] – que não visitaram a escola e não sabem ler e escrever. Nesse grupo encontram-se mulheres muito bonitas que encontramos nos lugares turísticos, que flertam com os turistas e estão à caça de homens. Quando um turista se envolve com uma mulher assim e, no pior caso, casa com ela, ele não deveria se surpreender quando o casamento se desintegra depois de pouco tempo e o estrangeiro se depara com uma bagunça.

Nível II

Aqui se encontram homens e mulheres da chamada classe média. Essa se desenvolveu positivamente nos últimos anos. Apesar de ela não ser tão pronunciada como, por exemplo, em alguns países europeus, ela está se tornando cada vez mais importante e se tornou referência para o continuar da prosperidade brasileira. Nesse grupo encontram-se mulheres que completaram cursos profissionalizantes e que tem uma renda mensal fixa. Essas mulheres não estão procurando um homem na Europa por conta do benefício da segurança social, mas principalmente um homem que tenha um nível de educação adequado, uma profissão e que trate uma mulher com respeito e dignidade.

Nível III

Nesse nível de educação encontram-se pessoas com um nível de formação mais alto, com profissões especializadas e nível superior. Esse grupo de pessoas ganha um bom dinheiro e pode viver a vida sem preocupações. É muito difícil para um estrangeiro conhecer uma mulher com esse nível de formação no Brasil, porque essas mulheres estão nos núcleos familiares de amigos e em clubes privados, aos quais um estrangeiro não tem acesso. Mulheres desse ambiente se cadastram no Amorbrasil através do [site www.amorbrasil.com.br](http://www.amorbrasil.com.br) e www.latineuro.com.br para encontrarem um homem de alto nível.

Nível IV

Nesse grupo encontram-se pessoas da elite no Brasil, como gerentes, acadêmicos, empreendedores, juízes, promotores, advogados, políticos, artistas e outros, que podem fazer praticamente tudo o que seus corações mandarem. O que esse grupo, entretanto, não pode comprar com dinheiro é o amor e o afeto de uma pessoa. Mulheres desse ambiente confiam no

Amorbrasil para conhecerem um parceiro adequado, que possa oferecer atenção, respeito, honestidade, tolerância, transparência, lealdade e sinceridade, nas bases de uma vida feliz e harmoniosa no país natal do homem ou no Brasil.

Conclusão

Nos fóruns, as contribuições dos usuários estão voltadas principalmente às mulheres de nível I. Sobre experiências com mulheres dos níveis II, III ou IV não se encontram relatos nos fóruns²⁵.

É nesse sentido que o auxílio de uma agência de matrimônio seria se torna uma ferramenta fundamental para o alemão *buscador-de-esposa*²⁶. Ele precisa dessa assistência para não cair nas armadilhas que as paisagens e mulheres dos trópicos podem lhe impor. Dessa forma, essas empresas frisam que estarão disponíveis para o cliente por todo o processo: *Nós o acompanhamos na busca pela felicidade do amor (Marlu); Nosso compromisso e nossa ambição é acompanhá-lo desde o primeiro contato até o final feliz! (Brasil-Exterior)*.

Uma vez que a potencialidade do perigo permeia todo esse espaço tropical, é fundamental que as empresas também garantam sua própria idoneidade, além daquelas de *suas* mulheres. Elas se preocupam em dizer que todas as mulheres da *Damengalerie* buscam de fato um relacionamento sério, e que aí não se encontram *Lockvögel*, perfis falsos de mulheres que serviriam como chamarizes. A agência Amor Brazil declara ainda que contata todas as mulheres de sua galeria a cada três meses para ter seus dados atualizados, e que, se não responderem, têm seu perfil apagado do *site*. Eles escrevem também que só medeiam mulheres sérias, atraentes e educadas que tenham cursos superior e profissionalizante. Acrescentam que não comprem endereços de mulheres em *mailinglists* suspeitas, tampouco distribuem panfletos pelas praias brasileiras: “mulheres que se prostituem ou que são viciadas

²⁵ Tradução minha. Disponível em:

http://amorbrasil.com:8080/site.jsp?root_node_id=2006213114755866157&node_id=2006213132725543125. Acesso em: 18/06/2015.

²⁶ *Partnersuchender*, como são chamados pelos *sites*.

em drogas não estão na Amor Brazil. Somos a favor de uma mediação limpa, e para tanto lutamos todos os dias há 36 anos”.

Uma outra preocupação dessas empresas é a sombra que paira na aproximação de seus serviços com o tráfico de pessoas. A empresa Amor Brazil busca se afastar dessa questão não oferecendo a variedade, diferentemente das outras agências, de realizar a viagem da brasileira a Alemanha, sem que antes o cliente a tenha conhecido no Brasil:

Por que é melhor conhecer a mulher no Brasil do que convidá-la a Alemanha?

No nosso *website* nós repetidamente afirmamos que os homens só podem conhecer as mulheres da Galeria no Brasil e que as mulheres só viajam para a Europa com o próprio consentimento ou o de seus pais.

Nós não lidamos com tráfico de pessoas, tampouco enviamos mulheres para a Europa para se casarem com homens desconhecidos.

Quando *sites* de relacionamento oferecem a possibilidade de mandar mulheres de sua Galeria para a Europa, como um simples pedaço de papel, sem conhecer a origem ou reputação do cliente, isso é tráfico de pessoas.

(...) Nós podemos nomear quais são essas agências, se solicitado²⁷.

A falta de idoneidade parece ser um problema geral da concorrência:

Nós mantemos uma relação pessoal com todas as mulheres que se encontram na Damengalerie. Nós obtivemos informações sobre o histórico e condições de vida das mulheres. As mulheres vêm confiantes até nós por conta de nossa conhecida reputação. Elas procuram um companheiro para a vida. Essa abordagem nos dá uma vantagem de desempenho em relação a outras agências. Conosco você não encontra “Lockvogel-Modelle” ou fotos cafonas de mulheres ou casais que não estão disponíveis para você e que têm pouco a ver com a vida real. Nós levamos

²⁷ Tradução minha. Disponível em:

http://amorbrazil.com:8080/site.jsp?root_node_id=2006213114755866157&node_id=2006213133500375178. Acesso em: 18/06/2015.

o tempo necessário para a escolha de mulheres e garantimos uma mediação adequada²⁸. (Brasil-Exterior)

Aspecto importante dos discursos de que fazem uso essas empresas a ser destacado, é a relação íntima que dizem ter com as mulheres de suas *Damengalerie* e o profundo conhecimento da “mentalidade” brasileira que declaram possuir. O cliente então necessita desse *know-how* e acesso privilegiado que as empresas dizem ter às mulheres brasileiras *certas*.

A análise de múltiplos trechos comuns a todos os *sites* permite ainda sugerir que existem mais mecanismos de que se utilizam essas empresas para se certificarem do conforto e da satisfação do alemão em meio aos tensos ambientes do *internet dating* e dos trópicos. Um deles é a garantia de que todas as mulheres inscritas na agência só se correspondam com um pretendente alemão de cada vez. Dessa forma, o alemão se certifica de que as candidatas com quem troca e-mails estão em contato apenas com ele²⁹.

As respostas para essas potenciais preocupações dos clientes se dão, assim, através de um suposto controle que as empresas exercem sobre *suas* mulheres, que estarão disponíveis de forma exclusiva para quem primeiro se mostrar interessado.

²⁸ Tradução minha. Disponível em: http://brasil-external.com/qualitaet_de.aspx. Acesso em: 18/05/2015.

²⁹ Brasil-Exterior: “Conosco você tem direito exclusivo sobre as damas com quem começou a se corresponder. Nossas mulheres se correspondem com um interessado. Sua parceira desejada não será mediada por nós a outra parte(...). Assim fica garantido que não haverá sobreposições e que as damas se encontram exclusivamente em correspondência com você”. Amor Brazil: “Todas as mulheres por quem você se interessar são reservadas para você por um período de três meses. Durante esse tempo, as mulheres reservadas não serão mediadas a nenhum outro cliente Amorbrazil”.

“Vou-me embora pra Pasárgada”

Explícita ou implicitamente, as agências analisadas no decorrer da pesquisa descrevem qual seria o perfil de seu cliente alemão. São homens *decididos e determinados que desejam conhecer sua esposa brasileira dos sonhos de forma discreta e simples (Marlu).*

Tal sujeito, *que não quer perder tempo, devido a suas demandas mais altas, que se dão por conta de suas experiências de vida e status social (Marlu),* precisa de um serviço *tailor-made*. Tratar-se-iam de procuradores-de-esposas, na maior parte dos casos, *profissionais liberais, acadêmicos, médicos, advogados, servidores públicos, cientistas, que não têm tempo de ficar horas por dia a fio na frente do computador em sites de relacionamento (Amor Brazil).*

Esse indivíduo *discreto, e que sabe o que quer,* precisa de um serviço que faça jus a seu alto status social. *O acompanhamento individual do cliente é para nós central (...) Podemos fazer com que você trave conhecimento de forma rápida e confiável com uma companheira que combine com você (Marlu).*

Tal acompanhamento individualizado teria grandes vantagens em relação aos sites de relacionamento comuns, *impessoais, onde o buscador-de-esposas é só mais um número (Amor Brazil).*

Argumento que o retrato que as empresas se esforçam em fazer de seus clientes é dissimilar – se não oposto – às representações que se tem no senso comum acerca de homens alemães que buscam *mail-order brides*. Na Alemanha, são por vezes entendidos como homens cuja baixa atratividade física e social reduz drasticamente suas oportunidades no mercado matrimonial nacional e os leva a casar com mulheres de países mais pobres (GLOWSKY, 2007)

Para além dessas representações locais, posso talvez já acrescentar que o retrato elaborado pelas agências sobre seus clientes também difere dos perfis dos alemães que visitei – e com alguns dos quais troquei mensagens – no site de relacionamento Brazilcupid.com³⁰. Nesse espaço, com frequência me deparei com indivíduos que diziam querer buscar “um novo amor para sua vida”, queriam uma

³⁰ Brazilcupid.com é um site de relacionamento comumente utilizado por homens estrangeiros e mulheres brasileiras – mas não apenas – que desejam se corresponder. O trabalho nessa plataforma será apresentado no capítulo 3 dessa dissertação.

mulher “simples, honesta e sincera” e que diziam ter “muito amor para dar para a mulher certa”. Alguns diziam buscar uma mulher que os pudesse amar, “sem mentiras, e possivelmente para sempre”. Alguns falavam ter “situações financeiras modestas, porém estáveis”. Procuravam “mulheres interessadas e não interesseiras”, como colocou outro. Falavam de suas negativas experiências passadas e diziam querer mudar essa situação. Afirmavam querer voltar a amar.

Acredito serem esses importantes dados, no sentido de que, diferentemente daquilo que é apresentado pelos *sites* – homens sérios, decididos, de alto status social que não têm tempo a perder –, no espaço do Brazilcupid.com, os alemães demonstram certa fragilidade, oculta nos retratos que as empresas fazem deles.

Podemos encontrar nos *sites*, entretanto, indícios dessa fragilidade masculina alemã. Sob a aba de “Perguntas Frequentes” estão contidas questões que comumente abordam temas que remetem a ela:

-Como posso saber se as damas estão disponíveis?

Você pode sossegadamente partir do pressuposto de que nossas damas estão disponíveis e de fato buscam um companheiro.

-O que acontece se nenhuma dama responder meu pedido de contato?

Nossas damas respondem às nossas solicitações. Em casos excepcionais, nós telefonamos para a casa das damas ou pedimos ajuda para nossos agentes *in loco*. Se uma dama sumir, nós a rastreamos. Uma resposta é garantida em todos os casos.

-Como posso saber se as damas de fato existem?

Essa pergunta seria completamente justificável para muitos de nossos concorrentes. Nós estamos em contato direto com nossas candidatas. Os registros originais de todas as damas se encontram em nosso escritório e podem ser vistos, se desejado. Ao mesmo tempo, você também pode ter uma conversa telefônica com a dama de sua escolha.

-Qual é o idioma no Brasil, como eu supero a barreira do idioma?

O Brasil foi uma colônia de Portugal e é o único país sul-americano onde o português é falado. Ainda assim, os brasileiros compreendem o espanhol. Muitas de nossas damas falam um pouco de inglês, algumas poucas até alemão. (...) DICA: Nossa experiência mostra que damas sem

conhecimento de idiomas estrangeiros raramente estão registradas em *sites* de relacionamento internacionais. VANTAGEM: Pode-se assumir com isso que, via de regra, elas não estão em contato (*chats*) com outros homens³¹. (Marlu)

A resposta ao que estou chamando de fragilidade masculina é, dessa forma, dada pela suposta garantia do controle que as agências dizem exercer sobre *suas* mulheres. Mas não apenas. É também reforçada pelo peso dado ao poder de escolha masculina frente à grande seleção de mulheres disponíveis para ele³². *Nos primeiros dias nós lhe apresentaremos várias das mulheres por você escolhidas. Paquere como desejar e escolha sua mulher dos sonhos. Faça sua escolha e comece com êxito uma vida a dois.* Na Damengalerie: *Todos os meses novas mulheres!* (Marlu). Fala-se muito pouco dos desejos das mulheres ou de suas escolhas. Tudo o que elas querem é um alemão – *como você*.

Elas são *candidatas*. Fazem parte da oferta de exóticas mulheres criadas pela mistura tropical. De modo mais restrito, fazem parte da oferta de brasileiras *certas*, selecionadas pela agência e cuja procedência esta atesta. São o produto ideal para o consumidor ideal³³. *Goze desse conforto: com a companhia certa você está em*

³¹ Tradução minha. Disponível em: <http://marlu.de/faq.htm>. Acesso em: 18/06/2015.

³² Illouz (2011) argumenta que no *internet dating* o encontro é organizado sob a égide da ideologia liberal da escolha, a partir da noção do eu como “selecionador” e do encontro romântico sendo resultado da melhor escolha possível. Tratar-se-ia, nesse sentido, de uma barganha sem precedentes, na medida em que o indivíduo pode visualizar o mercado de parceiras em potencial, transformando o eu – no caso de minha pesquisa, o “outro” – num produto embalado que compete com outros num mercado aberto, regulado pela lei da oferta e da procura. O encontro é, então, transformado no resultado de um conjunto mais ou menos estável de preferências, e o processo de busca é cerceado pelo problema da eficiência.

³³ Vale aqui apontar que não estamos sugerindo que as brasileiras que mantêm seus perfis nesses *sites* careçam de agência. Afinal, elas ativamente criam seus perfis, se descrevem da maneira pela qual acreditam que terão mais interessados, fazem o *upload* de suas fotos, e decidem se se corresponderão ou não com o alemão que por ela demonstrar interesse. O exercício analítico deste capítulo se manteve no nível da representação. Como argumenta Schaeffer-Grabel: “Many accounts

primeiro plano! Beneficie-se das vantagens que uma mulher atraente pode oferecer – tanto pessoal quanto profissionalmente (Marlu).

É difícil se privar do ilustrativo exercício de imaginar o homem alemão adentrando os *sites* das agências. Mulheres jovens, suas peles douradas de estética desejável. Elas querem alguém *como você*. Fiel, responsável, carinhoso. Elas querem que você as leve para casa. Você deve escolher uma. A que gostar mais. De repente, aquela aura estereotipificante sobre o alemão supostamente rejeitado de seu próprio mercado matrimonial (GLOWSKY, 2007) já não está colada nele – ele é superior. As brasileiras também são superiores às mulheres europeias com quem ele não pôde – ou quis – se relacionar no mercado dos afetos local.

O lugar de rejeição e de fragilidade, como desenhado pelo senso comum e, possivelmente, pelas experiências em *sites* de relacionamento usuais, não está no Brasil das agências de casamento. O alemão das agências é um sujeito decidido. Pragmático, ele não tem tempo a perder. Nesse espaço ele é o “eleitor”, indivíduo valorizado.

Os discursos das agências estariam realinhando o alemão aos ideais de masculinidade que a paisagem, em seu contexto de origem, o teria negado. Essa nova paisagem, de que a brasileira, como foi dito, é parte, fruto e extensão, traz consigo a promessa da realização daquilo que talvez lhe tenha sido roubado.

Sugiro, dessa forma, que os *sites* das agências de casamento fazem o exercício de apresentar ao alemão um universo alternativo à sua suposta realidade. Na chegada a um lugar paradisíaco encontram-se mulheres exóticas, atraentes e alegres que estão à procura de um alemão exatamente *como você*. O Brasil, como nesses espaços apresentado, é o lugar onde as fantasias se cumprirão. Talvez aí ele possa se reinventar. Ele não é mais o rejeitado do mercado matrimonial. Ele é sujeito-consumidor-eleitor. É amigo do rei.

of women's involvement in these industries assume they are objectified by companies' sites and catalogues in which women are advertised as superior commodities (than women in the United States) to be consumed by men in the global marketplace (...). This proves to be an accurate account of the representation level, demonstrating companies' complicity in shaping men's expectations for docile, feminine and sexualized Latinas. An analysis of the webpages alone, however, does not get at the complexity of these relationships that ethnographic models provide (SCHAEFFER-GRABIEL, 2004 :36)".

Capítulo 2 - *Traumfrau gesucht* [procura-se mulher dos sonhos]: homens alemães buscando esposas na Europa Oriental e no Rio de Janeiro

Câmera acompanha Walther caminhando em uma rua berlinense. Narração: *O homem de 53 anos está a caminho de uma nova agência de casamento. E lá eles medeiam mulheres do [pausa dramática] Brasil!* Começa então a tocar a canção “Mas que nada”, versão do Jorge Ben.

Corta para Walther em sua casa. Ele para a câmera: “Não quero esperar até amanhã ou depois de amanhã para que alguém esteja preparada para mim. Eu quero viver o hoje e quero aproveitá-lo completamente. Quero que seja alegre e divertido. Por conta disso, acho que as brasileiras são as melhores mulheres para mim”.

Corta para Walther entrando no escritório da agência Marlu em Berlim. Ele cumprimenta Roland Rudloff, dono da agência. Walther novamente para a câmera: “Fiquei surpreso que o mediador era um homem. Homens não são tão bons assim com questões de sentimentos. Bem, eu sou uma exceção nesse sentido. [...], mas talvez ele possa melhor entender os desejos e demandas de um homem”.

Câmera filma o escritório da agência. Fotos das brasileiras dos catálogos, um mapa do Brasil. Filma o computador do Sr. Rudloff. Trata-se ainda de seu *site* antigo. Walther olha algumas fotos. Ele pergunta: “Um homem de cinquenta e poucos anos pode procurar uma de 28?”. Sr. Rudloff: “Mas é claro! No Brasil as mulheres entendem que quando um homem é mais velho ele é também mais sensato”. Narração: *Isso é música para os ouvidos de Walther!* Close em seu amplo sorriso. Walther: “Eu acho que uma brasileira seria ótima para mim. Eu também tenho esses altos e baixos, como em uma telenovela. Eu gosto de dar presentes. Às vezes as pessoas riem disso”. Sr. Rudloff em tom indulgente: “Imagine, Walther! Todas as mulheres gostam de receber presentes. E os homens de hoje não fazem mais isso. Isso é *oldschool*”. Walther não se contém: “Muito obrigado”. Sr. Rudloff diz que preparou uma pasta para Walther com sugestões de mulheres com quem ele poderá se encontrar no Brasil e seus respectivos perfis. “Para melhor entender o que você está procurando”. Acrescenta: “Todas têm menos de 36”.

Corta para outra localização. De volta à casa de Walther, ele começa: “Brasileiras: divertidas, alegres, sempre bem vestidas com muitas cores,

igual a um colibri na floresta. [...] Mulheres que gostam de ouvir música, de dançar, falar besteira. Mulheres que você pode levar no braço, que levam a vida de forma leve. Tudo que o Walther gosta, elas gostam também. São mulheres que têm alegria de viver, que não podam tanto o homem, que não criticam o homem como as mulheres alemãs. São mulheres que são simplesmente Evas, que vivem no Brasil como no paraíso”.

Corta. Agora na frente do escritório da agência Marlu. Walther fala com o cinegrafista depois de seu encontro com o Sr. Rudloff: “Eu sou um homem completamente novo! Essas fotos dessas mulheres lindas, esse homem com muita experiência [referindo-se ao Sr. Rudloff]. Estou totalmente *happy!*”

Anotações da análise do Doku-Soap *Traumfrau gesucht*. Temporada 3, Episódio 21. Nov/2015

Extraí o trecho acima de minhas anotações do Doku-Soap *Traumfrau gesucht*. *Traumfrau gesucht* é uma *Scripted-Reality-Docu-Soap* alemã, desde 2012 transmitida pelo canal RTL II, que se encontra agora em sua sexta temporada. Em episódios com cerca de quarenta e cinco minutos, homens alemães de diferentes idades são acompanhados na busca por sua *mulher dos sonhos*. Tendo resultado suas procuras prévias na Alemanha em pouco sucesso, esses homens voltam-se a Europa Oriental e, posteriormente, ao Brasil. E, com a ajuda de agências e agentes de casamento locais, visitam esses lugares com o intuito de aí conseguir encontrar uma companheira que os agrade. E que os queira.

Com o subtítulo “*das Geschäft mit der Liebe*” [O mercado do amor], o programa gira em torno das dinâmicas entre os clientes alemães, as mulheres com quem têm os encontros românticos e as agências e agentes de casamento que fazem a mediação entre as partes desejantes. Seguidos por uma equipe de filmagem, a audiência presencia em casa os encontros com as respectivas candidatas bem como outros encontros sociais de suas viagens. Alemães, mulheres locais e agentes de casamento também falam às câmeras em um momento confessional pós-encontro para avaliarem o resultado destes. O programa conta ainda com uma narração feminina *voice-over* que dá o tom à história, deixando claro para a audiência, juntamente com a trilha sonora, se devemos achar graça, sentir embaraço, vergonha alheia ou se se trata de um momento romântico.

No episódio de que o trecho que abre esse capítulo trata, Walther visita a agência Marlu em Berlim, cujas páginas na internet abordamos no capítulo anterior. Trata-se de um dos episódios finais da terceira temporada do programa. Antes disso, Walther e os outros participantes estiveram em muitos outros países da Europa Oriental. Walther diz sentir-se um *homem novo* saindo da agência Marlu. Sendo o objetivo mais amplo dessa dissertação perscrutar os valores atribuídos a relacionamentos entre homens alemães e mulheres brasileiras, principalmente aqueles que se estabelecem com a mediação de agências de casamento e *sites* de relacionamento, bem como tentar identificar o lugar ocupado pela mulher brasileira nesses mercados, acredito ser a análise desse programa potencialmente reveladora.

No primeiro capítulo dessa dissertação de Mestrado, elaborei uma análise dos *sites* de quatro agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães. Apresentei essas páginas abordando sua estética, seus discursos e os perfis femininos. Argumentei que os *sites* dessas agências apresentariam ao alemão um universo alternativo a suas realidades em seus contextos de origem. Apresentando as *jovens exóticas brasileiras* como fruto, parte e extensão do paraíso tropical brasileiro, este parece ser um lugar de possibilidades onde o alemão realizará aquilo que primordialmente deveria lhe caber: a escolha. Nesses espaços – como descrito pelas empresas – ele não é o suposto rejeitado do mercado matrimonial alemão, ele é um sujeito consumidor valorizado.

No presente capítulo, proponho a apresentação e análise das três primeiras temporadas deste programa, que foram ao ar entre 2012 e julho de 2014 – um total de 24 episódios, transmitidos semanalmente, domingo à noite. Acredito-a pertinente, no sentido em que permite, primeiramente, a observação dos serviços de agências de casamento, de funcionamento similar àquelas tratadas no capítulo anterior. Em segundo lugar, oferece algumas pistas para pensar as diferentes formas pelas quais são representadas mulheres provenientes da Europa Oriental e brasileiras. Mulheres da Europa Oriental estão entre as mais populares a serem mediadas por agências de casamento, com um mercado também presente na Alemanha. Finalmente, a análise da recepção do programa serve de importante termômetro para medir os ânimos gerais a respeito de casamentos entre homens alemães e mulheres estrangeiras.

Isto colocado, devo, entretanto, acrescentar que não compete ao escopo desse trabalho uma análise completa desse gênero midiático. Objetivo, por meio desse capítulo, seguir buscando reverberações, impressões e pontes que possam servir ao propósito mais amplo de complexificar as noções acerca do estabelecimento de relacionamentos entre homens alemães e mulheres brasileiras.

Início esse capítulo tratando do programa de televisão. Apresento os personagens e narro importantes trocas e acontecimentos entre os participantes, agentes de casamento e mulheres locais. A primeira parte deste capítulo trata dos episódios que se deram na Europa Oriental. A segunda parte trata daqueles que se deram no Rio de Janeiro. Estes últimos correspondem a apenas 5 episódios, um especial de fim de temporada. Em seguida, traço um paralelo entre as diferenças nas abordagens às mulheres do Brasil e da Europa Oriental e finalizo o capítulo com uma breve análise da recepção do programa e desse gênero televisivo na Alemanha, e suas potenciais consequências.

Dennis, Walther e Elvis, em cartaz promocional da série

Linguagem da narração: amor e oportunidades

Os episódios do programa se iniciam ao som de *Toxic*, da cantora estadunidense Britney Spears. É uma sugestão bastante explícita: são mulheres intoxicantes. Envenenantes, aditivas e apaixonantes, elas vão *enfeitiçar o coração* do alemão. O programa já deixa evidente o tom com o qual apresentará as mulheres da Rússia, Ucrânia, Polônia, Romênia, Bielorrússia, Bulgária, Eslováquia e República Tcheca, países por onde passarão Walther, Elvis, Manfred, Dennis, Dirk e Gottlob. Semanalmente, os episódios e seus respectivos quadros são abertos por cenas das cidades nas quais cada um desses homens *tentará ganhar o coração das mulheres*. As imagens escolhidas são as de jovens mulheres caminhando pelas ruas. O *close* está, invariavelmente, em seus sapatos de salto alto, seus decotes e suas nádegas. Seja em São Petersburgo ou em Varsóvia, a linguagem utilizada para a descrição das

idades e das mulheres locais não varia: *São Petersburgo: a cidade das mulheres mais lindas do mundo. Kiev: a cidade das mulheres bonitas. Odessa: mulheres da cidade mais bonita do país. A Bulgária é famosa por suas mulheres bonitas e temperamentais. Varsóvia é conhecida por sua hospitalidade, boa comida e ... mulheres bonitas.*

As breves descrições da cidade se limitam àquilo que poderia interessar aos participantes homens e, por extensão, à audiência que os acompanha em casa. São Petersburgo: *aqui há 10 milhões de mulheres a mais do que homens. Moscou: a expectativa de vida do homem russo é de 57 anos. Homens estrangeiros nessa faixa de idade podem aí encontrar sua chance. Kiev: Em Kiev existem milhares de mulheres sozinhas em casa.*

Está dada a premissa do programa: a leste da Alemanha encontram-se tais países com um excedente de jovens atraentes mulheres, onde homens estrangeiros *podem encontrar sua chance.*

Walther, Elvis, Dennis e cia

Os participantes são para a audiência apresentados em suas casas na Alemanha. Walther, 53 anos, agente de viagens e residente em Berlim, conta que já está há vários anos buscando possíveis companheiras na Europa Oriental. Em seu lar, mostra os catálogos e *sites* com os quais busca parceiras compatíveis: “As alemãs são muito reservadas, prefiro as russas. São mais sexy e também um pouco mais ingênuas”. Diz que as mulheres devem usar sua beleza para surpreendê-lo. Em seu primeiro *date* em São Petersburgo, elogia a pele bem-cuidada da economista russa de 25 anos. “As alemãs têm beleza fria”. Procura mulheres de vinte a quarenta anos. “Essas mulheres jovens valorizam as experiências de vida de um homem de mais idade. Muitas procuram segurança”, explica.

Elvis, 32 anos, desempregado da Baixa Saxônia, nunca teve um relacionamento que durasse mais de três meses. Olhando o *site* de uma agência de casamento da Ucrânia em seu desarrumado apartamento, comenta com o amigo: “Mulher gata assim não tem por aqui, não é mesmo?” Diz ter sido um grande conquistador em anos anteriores, quando ainda jogava futebol. Depois de uma lesão, largou o esporte e ganhou muito peso. Por que busca namoradas fora da Alemanha? “As alemãs são diferentes das mulheres da Europa Oriental. As alemãs não podem

mais escolher ficar em casa. Vão dizer que isso é medieval! Depois elas ficam velhas e sozinhas e ninguém mais vai querê-las. Uma mulher deve poder fazer o que ela quiser!” Questionado sobre o que teria a oferecer a uma mulher ucraniana, ele diz: “Sou alemão. Isso já conta para alguma coisa”.

Manfred, 42 anos, empresário bávaro. Em seu amplo escritório em Dachau, a 20 quilômetros de Munique, se gaba de ter tudo na vida. Falta-lhe, entretanto, uma mulher. “Trabalhei muito na vida. Meu maior objetivo agora é encontrar uma mulher com quem eu possa começar uma família”. Diz que poderia ter uma mulher alemã, mas não quer. Em sua chegada a Odessa, na Ucrânia, relata essa parecer ter sido uma viagem ao passado, a um outro mundo. “Por que as ucranianas são diferentes das alemãs? A Europa Oriental está 20 anos atrás nesse sentido. O homem tem que ganhar dinheiro, a mulher tem que cuidar da casa, das crianças, se fazer bonita para o marido”.

Dennis, 25 anos, trabalhador do ramo de imóveis e cantor amador em Colônia, é divorciado. Procura uma mulher mais madura e experiente. Sua ex-mulher também era mais velha. “Eu achava meio embaraçosa essa ideia de agência de casamento. Mas, no fim das contas, não é diferente do que eu faço como corretor. Também coloco compradores e vendedores em contato”.

Gottlob, à esquerda, e seus amigos

Gottlob tem 47 anos e é empresário. Está solteiro há dois anos. É divorciado e tem duas filhas. Em sua residência em Baden-Württemberg mostra seus carros, motos, celulares. Diz ter muito o que dividir. Conversando com amigos, em sua casa,

diz não querer “mulher emancipada” [Emanze]³⁴. “Se ela ganha dois euros a mais do que você – o que no meu caso é bem improvável – o homem já tem que cozinhar”. Sobre as russas: “essas são mulheres de verdade. São mulheres ainda! Se uma delas termina comigo não vai achar homem igual”.

Dirk, 50 anos, está solteiro há um ano. É um *coach* de motivação e tem um filho de cinco anos. “Para mim, são importantes tetas durinhas, bumbum durinho, pernas bonitas e olhos legais. Um olhar vivo”. Indagado a respeito de sua preferência por mulheres do leste europeu, diz que “o homem tem que ser tradicional. Ele que deve decidir sobre a direção das coisas”. Dirk busca mulheres entre 25 e 35 anos. “Com mais de 40 elas perdem a alegria, eu acho”.

O mercado do amor: de Praga a Moscou

Os encontros românticos mediados pelas agências de casamento se dão sempre da mesma maneira. São sugeridas pelas agentes algumas mulheres, e, uma vez em cada cidade de destino, os alemães encontram-se com elas. As agentes de casamento estão presentes no início de cada primeiro encontro e, dependendo da habilidade da candidata em falar inglês ou alemão³⁵, podem permanecer até o fim para auxiliar na comunicação.

Tais *dates* acontecem em parques, restaurantes, bares. Mas também tivemos piqueniques no topo de edifícios, aulas de cerâmica e de culinária. São normalmente organizados pelas agências, mas os homens também tinham a liberdade de planejar seus próprios encontros. Os homens também, em inúmeras ocasiões, tentaram abordagens solo. Seja indo a discotecas e procurando ali a sua sorte, ou através de encontros com mulheres locais que conheceram em *sites* de relacionamento internacionais, e não através das agências de casamento.

³⁴ *Emanze*, é um termo utilizado usualmente de forma pejorativa para referir-se a mulheres emancipadas. O termo vem de Emazipiert Frau.

³⁵ Todos os participantes homens do programa demonstravam alguma habilidade em se comunicar em inglês, ainda que alguns de forma modesta.

Os encontros, usualmente, não terminam em muito sucesso. Não à toa o programa está em sua sexta temporada³⁶. Mais comumente, a falta de interesse em outros encontros é feminina. Presenciamos, todavia, um número de casos em que os homens não quiseram seguir adiante, e terminaram os *dates* em poucos minutos. Na Romênia, Manfred mal se aproxima da mulher que o esperava em um banco do parque. Diz para a agente de casamento, apontando para a mulher à distância: “Ela é um tipo barato. Eu quero uma mulher top”. Manfred, como os outros, não pode perder tempo. Investiram tempo e dinheiro naquelas viagens.

Não só a rejeição acontece à primeira vista. Os apaixonamentos se são da mesma forma. Em Moscou, em uma discoteca estéril, Elvis vê uma garota do outro lado da pista. Tenta se aproximar, mas a perde de vista. Fica visivelmente decepcionado. “Ela era perfeita”. Não tinham conversado. Em Varsóvia, também em uma discoteca, na companhia de Dirk, trocam olhares com duas moças para quem tentam comprar bebidas. Elas desaparecem em seguida. Dirk tenta consolar Elvis: “Precisamos encontrar substitutas”. São muitas, são substituíveis e intercambiáveis. Em Odessa, em um passeio de limusine, uma ucraniana decide sair do carro, depois de Manfred ameaçar fazer um *strip-tease*. Ele não se abala: “Foda-se. Tenho outra Barbie”. Refere-se a Mila, fotógrafa com quem tinha tido um encontro mais cedo no mesmo dia.

Eis, novamente, a noção que é premissa do programa: à leste da Alemanha encontram-se essas nações onde há um excedente de jovens mulheres bonitas e disponíveis. Disponíveis, importante salientar, para eles, homens estrangeiros. Gottlob pergunta surpreso à bela eslovaca de 37 anos, com quem tem um encontro romântico em um simpático bar em Bratislava: “Você é tão bonita! Como nunca se casou? Aposto que muitos homens que vieram para cá gostariam de ter se casado com você. Você não quis?”

Acreditando em tal premissa, com o passar dos episódios, os participantes vão adquirindo cada vez mais confiança. Um ganho de autoestima que se explicita na maneira como passam a abordar mulheres na rua. Chegando mais uma vez na Ucrânia, em uma manhã ensolarada, Walther aborda em uma praça uma menina de

³⁶ Walther, Dennis e Elvis estiveram no programa em todas as temporadas. Manfred participou apenas da primeira temporada, enquanto Gottlob e Dirk da segunda e terceira temporadas. A análise aqui proposta se atará às primeiras três temporadas do documentário-novela.

aparência muito jovem. Elogia sua beleza e pergunta se ela gostaria de jantar com ele. Ela diz que não, agradece e já se distancia. Para a câmera, Walther diz: “Ah, foi tão lindo. Essa atmosfera. Simplesmente poder abordar alguém na rua. Por que não? Na Alemanha é tudo tão restrito. ‘Isso não se pode’, ‘aquilo não se faz’! Que coisa sem sentido! Tão bonito [suspira]. Uma linda pequena lembrança de minha chegada a Kiev”. Elvis também se alegra com o que entende por dissimilar a Alemanha:

“Eu ainda não tinha visto tantas mulheres bonitas ao mesmo tempo. Ainda mais mulheres que são naturais, soltas, abertas. Que não conhecem ressentimento. Aqui [em São Petersburgo], diferentemente da Alemanha, as mulheres andam muito mais sozinhas na rua. Na Alemanha só andam em grupo. Aqui andam sozinhas, como que numa passarela para serem abordadas”. Aborda uma moça na calçada: “Você é solteira? Você aprenderia inglês pra mim?”. Continua: “Eu me senti como em uma loja, onde você pode comprar o que quiser e tem dinheiro ilimitado”.

As respostas das mulheres abordadas na rua ou na noite por todos eles foram majoritariamente negativas. Esse fato não parece afetar as suas ideias acerca de suas chances e de seus *assets* nesse mercado. Aliás, nenhum outro *fato* parece poder desconstruir suas noções muitíssimo enraizadas sobre as mulheres locais ou as suas chances de conquistar uma linda europeia oriental.

Ainda em Kiev, Walther tem um *date* com a lindíssima Vetlana, 26 anos. Ela é apresentada à audiência chegando no restaurante em câmera lenta. Ele se surpreende em saber que ela é psicóloga de crianças. Tinha entendido que era professora de jardim de infância. Logo no início do jantar ela pergunta qual seria sua mulher ideal. Ele diz: “Eu olho muito para a aparência. Para mim, você é ideal. Veste roupas bonitas, tem o cabelo bem feito, usa bem a maquiagem”. Ela imediatamente responde: “Compre então uma boneca! Eu acho que você precisa de uma mulher mais velha, porque já não tem aparência tão jovem”. Eles continuam o jantar. De volta no hotel, Walther diz para a câmera: “Não entendo como uma mulher que trabalha com crianças pode ser tão fria!” Tratava-se então de uma mulher fria.

Em outro encontro em Kiev, num *skybar*, ele conhece Roxana. Walther sabe que ela tem um filho pequeno. Ele diz para ela: “Está faltando um homem. Talvez um segundo pai.” Ele então lhe dá um presente destinado à criança. Ela abre o pacote e vê que se trata de um carrinho de pilha. Ele diz que comprou também uma chave de

fenda para a casa dela, já que ela ia precisar de uma para colocar as pilhas no brinquedo. Roxana o interrompe, segurando a ferramenta que ele acabara de entregar a ela: “Você acha mesmo que eu não tenho isso em casa?”.

Na Romênia, Manfred se apaixona à primeira vista por Cristina, 26, assistente da agente de casamento Antoinette. Durante todos os encontros com outras mulheres, ignorou-as tentando seduzir Cristina. Quando finalmente declara abertamente seu interesse por ela, Cristina rebate: “Você sabe o que eu estudei? Você me perguntou sobre minha faculdade ou minha família? Em todas as nossas conversas você falou apenas dos meus olhos, de minha aparência, de meu sorriso. Se você quer se casar e decide se casar com uma mulher da Europa Oriental, todos pensam que é por conta de ela ser bonita, que nós não temos nenhum sentimento, nenhum pensamento”. Ela vai embora. Manfred olha para a câmera e diz: “Ah, mulheres...”. Continua: “Eu acho que o destino vai me trazer a mulher certa. Se não deu certo com essa era porque não era para ser”.

Xsenia Droben, proprietária da agência cujos serviços foram utilizados pelos alemães em São Petersburgo e Moscou, propôs um *workshop* com dois homens alemães, entre eles o Walther, e algumas mulheres russas. Sua ideia era convocar um bate-papo no qual homens e mulheres diriam o que estavam buscando no/a parceiro/a de outra nacionalidade. Quando perguntado sobre a faixa de idade a partir da qual buscava mulheres na Europa Oriental, elas respondem para ele: “As noções que você tem das mulheres russas são da ordem dos sonhos [träumerisch]. Mulheres de 30 anos aqui não procuram segurança. Elas têm vidas próprias, têm trabalhos.” Walther não se deixa abalar.

Em Varsóvia, Dirk aguarda a chegada de seu próximo encontro. Vendo-a aproximar-se, ele faz uma careta e diz não ser *aquilo* que ele está buscando. Não a achou atraente. De qualquer forma, concorda em almoçar com ela. Abaixo, uma das trocas desse evento:

Ela: (falando alemão impecavelmente) O que você procura em uma mulher?

Dirk: Bem, eu quero encontrar uma mulher para a vida, mas ela tem que ser *sexy*, bonita, ter um peito assim bonito (faz gesto com as mãos), eu dou muito valor para isso. Já vi lá fora pela janela os modelos certos. Mas é isso, silhueta certinha [knakige figur], essas coisas.

Ela: E isso é tudo para você?

Dirk: Isso é o mais importante.

Ela: Eu tenho mais uma pergunta. Se a mulher vem da Polônia, Ucrânia, Rússia etc, e não fala nada de alemão. Tudo bem para você?

Dirk: Ela tem que ter a prontidão de, depois, aprender alemão!

Ela: E você aprenderia polonês em três meses?

Dirk: Não. A mulher tem que se adaptar ao homem.

Ela: Mas não é porque você é homem que você pode ser preguiçoso.

Dirk: Não é preguiça. O homem tem as suas obrigações. A mulher também. Tem que se fazer chique para o homem sair com ela, tem que cozinhar. E para isso o homem também ganha o dinheiro. Para ela ter com o que cozinhar, para ela poder fazer as unhas.

Ela: Mulheres da Europa Oriental esperam muito mais de um homem do que comprar seus sapatos.

Ela [para a câmera, quando o encontro terminou]: Olha, para dizer a verdade, foi bem cansativo. Ele quer uma mulher que seja só bonita. Isso é superficial. Para mim, é muito pouco.

Em Moscou, ao final de um encontro interpretado por Xsenia, Ana, de 27 anos, responde para Dirk se teria interesse em vê-lo novamente: “Não... seria melhor, talvez, ele buscar uma mulher mais madura. Alguém com os dois pés no chão e que não quisesse tentar coisas novas, ou buscar outras coisas”. Outras mulheres, ao final dos 20, também disseram a mesma coisa. “Ele poderia ser meu pai”, ou “seria melhor alguém da idade dele” foram *feedbacks* constantes, principalmente para Dirk e Walther, que sempre procuraram mulheres mais novas.

Em São Petersburgo, Walther vai à agência de Xsenia Droben procurar saber de outras mulheres com as quais poderia se encontrar. Xsenia, que jamais teve paciência para as demandas de Walther, reponde suas solicitações apontando para os perfis das mulheres em seu computador: “A Natália cancelou porque a diferença de idade é muito grande. Essa também. Essa falou que você poderia ser pai dela. A Maria não tem interesse”. Xsenia sugere então outra mulher, Walther não se convence, e replica agressivamente: “Olha o que ela está vestindo! Uma mulher de jeans? Você sabe que não gosto de mulheres de jeans. Se eu levo essa mulher num restaurante ela vai me envergonhar!”. Xsenia: “Walther, uma *escort-girl* vai vestir o que você desejar. Suas demandas não cabem no cotidiano dessas mulheres.” O que se segue é Walther levantando a voz e se mostrando muitíssimo ofendido com o

comentário da agente de casamento. Ele grita: “Eu não tenho interesses perversos. Eu sou um homem completamente normal. A única diferença é que seu sei o que eu quero”.

Essa cena conflituosa apresenta elementos intrigantes, pois Walther não é o único a alegar normalidade e pragmatismo quando têm suas *legítimas* intenções questionadas. Na forma como explicam suas demandas, são homens que sabem o que querem e enumeram as características femininas desejadas sempre na chave de uma complementaridade ao masculino. Mas não apenas. Os elogios às mulheres certas são, tenho a impressão, elogios a si mesmos que emanam de uma autossatisfação de se entenderem como homens de verdade. Não há nada de errado com eles. O problema se encontra na sociedade alemã e nas ultrapassadas noções de “emancipação” feminina, que eles julgam também já ter ultrapassado. São superiores. Também superior é a mulher da Europa Oriental.

Walther sai muito aborrecido e ofendido do escritório da agência de casamento. Entra em seguida em um *cyber* café, onde acessa a internet para navegar em um *site* de relacionamentos. A câmera o acompanha observando as fotos. Seu olhar encontra o perfil de uma moça de 26 anos. Ela diz não se importar com a idade do futuro esposo. Em umas das fotos veste uma cinta-liga, deitada na cama com as pernas para o ar. Que elegante, ele diz. Ele, como em outros momentos do programa, parece sexualmente excitado. “Como ela ia combinar comigo! Não existem regras nesse negócio. A diferença de idade não importa. Isso prova que a Sra. [Xsenia] Droben está errada”. Com os olhos fixos na tela, suspira: “Maravilhosa... Fantástica”. A câmera o filma saindo do café, não sem antes perguntar para a jovem funcionária se gostaria de jantar com ele. Ela responde negativamente. Entretanto, só um passeio pelos perfis do *site* internacional de relacionamentos já bastou para recuperar sua autoestima, e reassegurá-lo da legitimidade de suas demandas *normais*.

Xsenia Droben diz não mais querer trabalhar com Walther. Não foi a única vez que as agentes de casamento “demitiram” os participantes. Elvis, ao insultar uma jovem veterinária russa, dizendo ser ela egoísta por não querer beber com ele a vodca e o energético que tinha levado ao encontro, também é rechaçado por Xsenia. “Eu não permito a homem nenhum, não importa o que tenha alcançado na vida, que ofenda minhas mulheres” afirma ela, levando a jovem pelo braço. No escritório da

agência de Minsk, na manhã seguinte a um encontro no qual se embriagou e destratou uma médica bielorrussa, Dennis também é demitido. “Você entende que o seu comportamento foi inaceitável? Que você agiu como criança? Você jamais vai encontrar mulher alguma. Jamais!”, esbraveja a jovem agente de casamento. Para a câmera, ela diz: “Dennis acha que é perfeito, porque veste um terno e tem um trabalho. Isso não é tudo”.

Em várias outras ocasiões, as agentes de casamento tentaram ajustar as expectativas deles. Em Praga, num encontro de *feedback* com Renate, agente de casamento tcheca, Dennis se diz um pouco decepcionado. Esperava que as mulheres que encontraria aí seriam mais bonitas, “mais como modelos”. Renate replica educadamente, em tom pedagógico: “você tem grandes demandas. Gosta de mulheres atraentes, como modelos. Se uma mulher é atraente, significa que ela é esbelta. Se ela é esbelta, também vai querer um homem atraente e esbelto. E, no momento, você não é isso”. Ela, para a câmera: “O Dennis certamente não pode ter uma modelo! As mulheres verdadeiramente atraentes têm muitas demandas e o Dennis não tem muito a oferecer”. De volta ao hotel, Dennis fala para a câmera: “Ok, eu não tenho o corpo perfeito. Mas, como cliente, me deveria ser dada a oportunidade de pelo menos ir a encontros com essas mulheres-modelo!”.

A noção de que, por serem clientes pagantes, deveriam ter acesso às mulheres que desejassem não é apenas prerrogativa de Dennis. Manfred mostrou-se sempre muito descontente com as mulheres apresentadas a ele. Quando Antoinette, dona da agência de casamento romena, diz a ele não pode seguir vendo as menores falhas em todas as mulheres, ele replica: “Eu sou como eu sou”. Ele continua afirmando que, se ela não pode providenciar o tipo de mulher que ele procura, então o problema é dela, e não dele.

Antoinette: Você é muito superficial. Não seja tão inflexível.

Manfred: Eu quero o que há de melhor.

Antoinette: Isso o que você está procurando é um sonho. É uma *Traumfrau* que só existe na internet.

Manfred: Eu não entendo qual é o problema. Eu digo que eu quero uma mulher *top* e o que mostram é uma mulher média, de rosto médio, roupas médias...

Antoinette, que está nesse mercado há vários anos, diz já estar familiarizada com a clientela. “Isso é tipicamente alemão! ‘Eu paguei, e com meu dinheiro quero as características A, B, C ...’. Querem uma mulher ‘assada’ da forma como encomendaram”. A maior parte das agentes de casamento que apareceram no programa, todas mulheres, parecia precisar se certificar o tempo todo de que os homens manteriam um bom comportamento e que teriam expectativas razoáveis. Antoinette fala para Dirk, antes de seu primeiro encontro na Romênia: “Elas não gostam que você fique tentando pegar nelas”; para o cinegrafista completa, “eu falei aquilo porque ele me pareceu esse tipo de homem”. Dirk não gosta do comentário e fala que não voou até a Romênia para “comprar gato por lebre³⁷”. Ksenia sugere a Walther que pare de presentear as mulheres a todo o momento. E também que evite “dar palestras”, referindo-se a seu hábito de falar longamente sobre assuntos que não interessam a elas. Xsenia pede a Elvis um número de vezes que vista roupas melhores para ir aos encontros com as mulheres. Ela diz que ele a estaria embaraçando na frente de suas mulheres vestido daquela forma, com chinelos de dedo, bermuda e camisetas amarrotadas. Ele não lhe dá ouvidos, alegando que, se elas o amarem de verdade, o amarão da forma como ele é.

Os homens permanecem, via de regra, surdos tanto às sugestões quanto aos protestos das agentes de casamento. Desconfio de que tal fato se dá devido a um *sentido de direito* que eles trazem na bagagem. São, afinal, homens que não querem perder tempo, que são absolutamente normais em suas demandas e reivindicações, que fizeram o esforço de se deslocar até esses países, e que estão pagando pelos serviços de mediação. “Tem que valer a pena! Tem que fazer mala, vir até aqui, desfazer mala...”, explica Dirk para a agente de casamento, chegando em Varsóvia.

Como já sugerido, suas noções acerca da dimensão da oferta de belas jovens mulheres locais acabam por funcionar como um antídoto que obscurece as trocas reais, na maior parte dos casos, não positivas, que esses homens experienciam. Essa é uma das razões, acredito, que permite que eles sigam acreditando na promessa que é premissa do programa. Em seu apartamento em Berlim, regressando da

³⁷ A expressão usada por Dirk foi ‘Katz in Sack kaufen’, que em tradução livre significaria comprar gato no saco e é usada para se referir à aquisição de algo sem que antes sua qualidade seja comprovada.

viagem sem sucesso a São Petersburgo, Walther já está no *site* de outra agência de casamento. “As russas são muito metidas. Vou agora procurar na Ucrânia”. Em Odessa, num evento organizado pela agência de casamento local, Manfred e Elvis foram apresentados a um grupo de 15 jovens mulheres simultaneamente. Empolgadíssimos com a escolha, decidem como “separar” as mulheres que seriam mais interessantes para cada. Na Eslováquia, depois de um encontro com uma moça de quem não gostou, Gottlob dá de ombros: “Não dá pra fazer todas elas felizes”.

O que aqui chamo de *sentido de direito* toma não raramente calibres e caminhos perigosos. Na Polônia, Dirk vai ao encontro de Maria. Vestindo uma camiseta que, em alemão, dizia ‘estou solteiro porque a oferta é uma merda’, ele a cumprimenta com um beijo quase na boca. Diz o quanto a achou bonita e estilosa. Leva Maria para um canto mais remoto do parque e continua suas tentativas de beijá-la na boca, enquanto roça as mãos em sua coxa. Ela pede, sem graça, que ele pare. O inglês da moça não é muito bom, mas Dirk garante para a câmera que ela também se sentiria atraída por ele. Na manhã seguinte, a agente de casamento o encontra para informá-lo que Maria não quer mais vê-lo, pois não tinha gostado das aproximações dele no primeiro encontro. Para a câmera, a agente de casamento diz: “Maria o achou desrespeitoso, ofensivo. Ela, na hora, não fez nada, mas me disse que deveria ter dado um bofetão nele”. Sobre suas ofensivas, Dirk diz: “Bem, é a vida...”.

Na Rússia, Dirk já toma a mão de Ana, 27 anos, momentos depois do início do encontro. A moça, mais tarde, diz à câmera: “a iniciativa de pegar a minha mão foi dele. Eu, como sou uma pessoa educada, não recusei, mas eu achei extremamente desconfortável uma pessoa que eu não conheço nem há dez minutos entrar na minha esfera privada dessa forma”.

Na costa do Mar Negro, na Romênia, Dirk tenta apalpar a jovem Greta. Ela o rechaça e diz para a câmera: “Se fosse um homem por quem eu estivesse interessada, não teria problema. Mas como não é o caso, isso me incomodou”.

As ideias de que as mulheres locais são mais abordáveis e assediáveis também são de Dennis, que chega a dizer em uma boate local que “na Bulgária, ‘não’ significa ‘sim’”.

As mulheres com menores conhecimentos de inglês ou alemão são as mais passíveis de serem assediadas, e Walther é o participante do programa que mais o faz. Num passeio de carruagem em São Petersburgo, ele tenta a todo momento tocar

o corpo da jornalista Natália, de 29 anos. Ele a presenteia com chocolates, levando-os a sua boca. Toca seu broche, seu casaco. É uma cena imensamente difícil de assistir, pois a moça está claramente constrangida e não fala inglês³⁸.

Ainda em São Petersburgo, depois de se desentender com Xsenia, Walther vai a uma boate sozinho. Ele pede para dançar com uma moça, que educadamente recusa. Ele se ajoelha, pega em sua mão. Ela continua a recusar. Então, em um gesto repentino, a pega no colo e a tenta levar para a pista de dança, contra a sua vontade. Uma amiga da mulher intercede aos gritos. Ele a solta e vira de costas, rindo. As mulheres continuam a insultá-lo. Ele sai da discoteca, depois de dançar com uma outra mulher, dizendo que, sim, é completamente capaz de, sozinho, sem o intermédio das agências, buscar mulheres para si.

“A Sophia Lauren russa”, é como Walther descreve Natália, 42 anos. Tiveram um encontro em sua simples residência em São Petersburgo, interpretado por Xsenia. Natália o achou infantil e disse não querer mais vê-lo. Walther não aceita sua negativa e, antes de ir embora da Rússia, volta sozinho até sua casa. “Eu sei onde ela mora”, diz sorrindo. Natália acaba aceitando sair com ele novamente, mas termina o encontro no meio. “Foi absolutamente péssimo”, ela diz desconcertada. “Fomos num restaurante caro, mas, em vez disso, ele podia ter contratado uma tradutora. Ele sabe que eu mal falo inglês. Ele tampouco me perguntou de mim ou o que eu queria fazer”. Ela não tem muita paciência de falar com o cinegrafista na saída do restaurante. A vemos caminhar sozinha, indo embora na rua escura. Walther diz não compreender porque ela foi tão pouco razoável. “Eu tentei de tudo...”, suspira.

Na Ucrânia, marca um fim de semana em um hotel com duas mulheres que conheceu em *site* internacional de relacionamento. “É arriscado, mas é um experimento psicológico importante”. Na manhã seguinte, quando elas se conhecem, uma delas acha a situação muito cômica, enquanto a outra parece estar muitíssimo irritada. As duas estão certas. É patético, é perverso. “Nenhum homem vem à Ucrânia para encontrar apenas uma mulher”, admite para elas. Todo esse fim de semana é descabido. Em suas fantasias, ele imaginava um cenário em que elas competiriam por ele. A todo instante, ele dita as regras do que farão juntos. Brincadeiras,

³⁸ Xsenia fala com muita irritação ao cinegrafista: “Não cabe no primeiro encontro. Tocar o chocolate com as mãos sujas, ficar tocando ela. Não cabe”. Xsenia não estava presente no passeio de carruagem.

momentos na piscina, jantar. Veste sua roupa de capitão e pede que coloquem asas de anjo sobre suas roupas de banho. No jantar, insiste para que vistam as roupas que ele comprou para presenteá-las. “Eu jamais usaria aquele sapato de *stripper*”, debocha Elena, para a câmera. “Isso é um *muss*, Elena. Nenhum outro homem vai dar isso para você”, referindo-se aos sapatos e ao vestido, quando ela se recusa a trocar de roupa. Ambas vão embora antes do fim da estadia. Elena deixa um bilhete na recepção dizendo: “Você é louco. Eu não deixo ninguém me tratar assim”. Já Helena tenta sair na surdina, mas ele a vê. Corre atrás dela, vestido de faraó, pedindo para ficar. Ela o xinga em russo: “Deixe-me em paz. Você é doente”. Vai embora.

Walther sempre presenteia as mulheres com quem tem encontros românticos. Frequentemente leva mais de um item, e as faz participar de brincadeiras constrangedoras para recebê-los, fazendo-as os procurarem nos lugares onde escondeu. Ele explica a Karsten, um ingênuo alemão de meia idade que conhece na Rússia, sua estratégia. Mostra para ele um broche dourado de borboleta: “Isso para a gente custa um euro, mas elas adoram. Você dá para elas e já pode colocá-lo em sua blusa, aproximando-se de seus seios e do corpo dela”. Mostra outros presentes que levou para elas, entre eles, um barato jogo de maquiagem.

Em quase todos os encontros, Walther, imediatamente após entregar seus presentes, tenta beijá-las, coloca a mão em seus corpos, acaricia seus rostos. A ousadia dos carinhos está diretamente relacionada ao conhecimento de inglês ou alemão das mulheres. Aquelas que menos falam alguma das línguas são as mais passíveis de serem assediadas. “É incrível como você pode se comunicar bem com uma mulher que tem apenas inglês iniciante”, fala empolgado sobre um piquenique em Kiev, que organizou com uma mulher que conheceu em um *site* de relacionamento na internet. Ele a toca o tempo todo. Tenta beijá-la. Ela não consegue negociar limites com ele³⁹.

³⁹ Uma mulher que sorri embaraçada a suas tentativas é a ideal. São mais facilmente descartadas aquelas que dominam o alemão. Mais difícil escrever histórias sobre mulheres que podem falar de e por si. Interessantemente, também observei ser descartado outro padrão de mulher, aquelas com maior capital cultural. Walther não tenta tocar a jovem Irina, de 23 anos, em seu passeio a cavalo. A linda menina, que falava inglês fluentemente, já tinha morado em Paris e cavalgava melhor do que ele, não precisou desviar de seus beijos. “Não teve química”, ele disse. Gottlob tampouco quer seguir no *date* com a lindíssima eslovaca que conhece através da agência de casamento no bar. Ficava

Quando conhece Julia, 26 anos, com quem se correspondia através de um *site* de relacionamentos da Ucrânia, a leva para fazer compras. “Se uma mulher viaja doze horas para te ver, você realiza os sonhos dela. Eu entro na loja e ela fica contente. ‘Esse é um homem que me comprou uma bolsa, e não é uma bolsa barata. Como eu tenho um homem legal’, ela vai dizer. Ela ficou toda orgulhosa”. Saindo da loja, imediatamente, pega em sua mão, a acaricia e diz que vai levá-la para seu quarto do hotel. O quarto está enfeitado com rosas e com as fotos do perfil de Julia que estavam no *site* de relacionamento, todas impressas. Em muitas delas, Julia está vestindo trajes de banho. Walther suspira. Ele dá para ela um vestido vermelho de festa e pede que ela logo vá ao banheiro colocá-lo no corpo. Também a presenteia com um conjunto de lingerie.

Os objetos escolhidos para presentear as mulheres querem dizer muito sobre o imaginário desses homens a respeito da europeia oriental. Em um número de ocasiões Walther comprou sapatos e vestidos para as mulheres com quem viria a se encontrar, antes de conhecê-las, fazendo uso de suas medidas, disponíveis nos perfis dos *sites* de relacionamento. Manfred não esconde sua obsessão por sapatos de salto muito alto. Foi às compras com algumas mulheres durante o programa adquirir sapatos desse tipo. Em Odessa, no segundo encontro com a fotógrafa Mila, de 36 anos, a acompanha experimentando os altíssimos pares que ele escolhe. Machuca, ela reclama. “Não vou conseguir caminhar com sapatos dessa altura!”, ela diz em tom de brincadeira. “Se machuca é porque é bom”, ele fala rindo. Compra dois pares de sapato para Mila. Diz ao cinegrafista: “na verdade, o presente é para mim!”.

As informações que os homens carregam sobre os diferentes países que visitaram na Europa Oriental são rasas e intercambiáveis. Nenhuma grande particularidade de cada localização ou população foi levantada.

Dirk presenteia a jovem corretora de imóveis em seu segundo encontro com cosméticos franceses da marca L’Occitane. “Foi caro, mas foi um investimento”. Ela não abre o presente, o que claramente o frustra. “Na Rússia, é educado não abrir presentes no momento da entrega”, explica a narradora. Gottlob fica muitíssimo

repetindo o quanto ela era incrivelmente bela. Em Moscou, Walther termina o encontro com a muitíssimo elegante e bem-educada ex-modelo de 32 anos, inventando uma desculpa qualquer.

surpreso em abrir uma boneca numa feira de artesanato em Moscou e descobrir muitas outras menores bonequinhas ali dentro. “Você nunca tinha ouvido falar em uma boneca russa?”, pergunta sua *date*, incrédula.

Quando questionam a jovem russa de 21 anos, antes de seu encontro com Elvis, acerca de sua preferência por maridos alemães, ela responde: “eu procuro um homem alemão porque eu acho que homens estrangeiros respeitam mais as mulheres, são diligentes, têm uma posição em seus trabalhos, respeitam nossa cultura e nos valorizam pelo que somos”. Não quis um segundo encontro com ele.

No momento em que Manfred conhece a bela romena Cristina, 36 anos, em Colônia, na Alemanha, sua expressão facial é de perplexidade. Eles são apresentados por Antoinette. Manfred não tem palavras para agradecê-la. “Ela é perfeita. Tudo o que eu andei buscando”, diz à agente de casamento, tendo apenas cumprimentado Cristina. Uma mulher produzida, usando saltos altos, de unhas e cabelo muito bem-feitos. Como em outras ocasiões, o apaixonamento se dá à primeira vista. Não surpreende. A narrativa já foi, afinal, há tempos construída. Ela será escrita e reescrita sobre os corpos calados que, doce e femininamente, respondem *ja, nein, Danke* às perguntas que lhe são feitas. São ingênuas, femininas, os aceitam da forma como são. “Você é tão *sexy*”, diz Manfred a Cristina, antes de beijar seu rosto.

A cidade das praias bonitas e dos bumbuns durinhos

No Brasil, ao lado do Cristo Redentor e do Pão de Açúcar, encontra-se a metrópole famosa por seu temperamento e por bumbuns durinhos. As mulheres mais lindas do mundo estão aqui.

A segunda maior cidade do Brasil é famosa por seu ritmo e curvas quentes. As mulheres daqui são muito conscientes de seus corpos. Não à toa, Dennis quer encontrar sua mulher dos sonhos aqui.

Na cidade das praias bonitas e bumbuns durinhos vivem mais de seis milhões de pessoas.

A metrópole é conhecida pelo samba, carnaval e mulheres temperamentais.

Assim é apresentado o Rio de Janeiro a cada episódio. As imagens escolhidas são as da orla carioca e de mulheres caminhando na praia de biquíni, seus seios e nádegas. Diferentemente das apresentações das outras cidades filmadas no programa, nas quais a trilha sonora era sempre de música disco genérica, no Brasil os quadros eram abertos ao som de música local, geralmente algum samba *upbeat*.

Walther e Sr. Rudloff no escritório da agência Marlu, em Berlim

Walther, 53 anos, e Dennis, 25 anos, vão ao Rio de Janeiro no final da terceira temporada de *Traumfrau gesucht*, e aí usam os serviços da agência de casamento Marlu e de seu proprietário Roland Rudloff, uma das agências trabalhadas no capítulo anterior. Como em todos os episódios do programa, vão se intercalando os quadros, retratando alternadamente as cidades onde se encontram os participantes. O Rio de Janeiro é apresentado ao lado de quadros das cidades de Bratislava, onde se encontra Gottlob, Varsóvia, onde está Elvis, e Moscou, onde está Dirk.

Tais mudanças de quadro tornam bastante claras as profundas diferenças a partir das quais são apresentadas as cidades do leste europeu e o Rio de Janeiro. “Eu já estive em muitos lugares. Bulgária, República Tcheca, Bielorrússia... agora quero encontrar minha princesa tropical”, fala Dennis ao cinegrafista, em seu quarto de hotel em Copacabana. “Mulheres brasileiras? Ah, seu temperamento, erotismo... é simplesmente pura feminilidade. Tudo o que há de positivo no planeta!”

Dennis já não usa terno. Com visual muito mais descontraído, parece gozar de férias. Seu primeiro encontro acontece na orla de Copacabana. Em um quiosque, o esperam Sr. Rudloff e Carla, 28 anos. Sr. Rudloff faz a interpretação.

Dennis: O que importa num relacionamento para você?

Carla: Ah, fidelidade.

Dennis: Eu sou fiel. [Direcionando-se a Herr Rudloff em alemão] Ela tem um corpo bonito. Bastante ... [faz um gesto com as mãos].

Herr Rudloff: Proporcional.

Dennis [em alemão, para Herr Rudloff]: As tetas poderiam ser maiores, mas isso você não precisa traduzir.

Dennis gargalha, Carla tem expressão de constrangimento.

Dennis [em alemão, para Herr Rudloff]: Ela é um pouco reservada. Poderia estar usando salto, talvez uma minissaia. Parece que ela acabou de sair da piscina.

Walther também tem um desapontamento em seu primeiro encontro. Ainda em Copacabana, aguarda junto a Sr. Rudloff a chegada de Ângela, 28. Enquanto ela se aproxima, vestindo salto alto, um biquíni amarelo, brincos de festa longos e uma canga que não cobre o corpo, Walther comenta com o agente de casamento que a achou mais gordinha do que a foto. O alemão tampouco gostou do fato de ela usar aparelho fixo nos dentes. “Uma frustração!” Menores detalhes não o impediram de, uma vez a seu lado, na praia, tocá-la e beijá-la na boca. “Você é uma menina muito bonitinha”, diz ele.

Walther e Ângela

Walther, no passado, tinha vivido em São Paulo. Por conta disso, fala um pouco de português, e é nesse idioma que se comunica com as brasileiras. Durante o encontro, ela se mantém muito polida com ele, mas pede que ele não tente mais beijá-la na boca. Para o cinegrafista, ao fim do encontro, ela diz, séria: “Achei ele muito ousado. Me beijar assim, sem nunca ter me conhecido, e com o pouco que a

gente conversou. Muito ousado”. Walther diz que não a achou tão empolgada. “Faltou algo...”.

Walther e Dennis têm um encontro duplo, com um grupo de três brasileiras e Sr. Rudloff em um bar naquela noite. Walther flerta com duas delas, e Dennis dança com a outra, antes de ir embora embriagado com ela em um táxi, dizendo precisar levar a princesa ao castelo. Walther toca a mão de uma delas, dá repetidos beijos em seu rosto, cheira seu pescoço. Explica para o cinegrafista: “Amor, carinho e sexo são muito normais no Brasil. É como comer e beber. Vêm de toda essa atmosfera daqui. Do ar quente, do sol, do erotismo, da praia. E isso é absolutamente normal”.

Em seu encontro com a dançarina Gláucia, 34 anos, no Palácio do Catete, Walther pede para ela dançar. Ela, hesitante, samba para ele. “No Brasil, isso é uma profissão de verdade, a de dançarina de samba”, ele explica ao cinegrafista. Repete para Gláucia que ela é elegante. “Você carrega isso no sangue”, ele diz. Dá para ela um broche de passarinho, e explica que escolheu para ela um presente tropical. Walther coloca o broche em seu vestido, sobre seus seios. Tenta beijá-la. Ela o afasta, sem pestanejar. “Eu não gostei do avanço dele, entendeu? Mas ele não ultrapassou os limites. Quando eu falei que não, ele parou”, diz ela ao cinegrafista na saída do Palácio, ao fim do encontro. A câmera filma a candidata enquanto ela caminha indo embora: “Que sonho... o jeito que ela caminha. Tão elegante”, suspira Walther.

Walther e Gláucia

Nos dias seguintes, Walther se encontra com mais duas mulheres. Leva Silvia, 34 anos, a um restaurante e se encontra com Patrícia, de 26 anos, no Corcovado. A primeira o acha muito chato e pragmático, e a segunda diz que ele é um sabe-tudo que não para de falar. Patrícia é descrita por ele como um anjo descendo do céu com um esvoaçante vestido de verão. Walther a faz rezar com ele, de mãos dadas sob a estátua, em outra cena pouco palatável.

Dennis conhece Cristiana, 28 anos, numa loja de fantasias. O encontro acontece com a presença da intérprete Sônia, que trabalha para Sr. Rudloff. “Baby, você é muito gostosa. Se eu fosse manteiga derreteria”. Beijam-se calorosamente do começo ao fim do encontro. “Esse lugar é muito romântico”, diz Dennis sobre a loja de fantasias baratas no centro carioca. Experimentam algumas peças. Ela, de Branca de Neve; ele, de príncipe. Entram juntos no provador.

No dia seguinte, ainda enamorado de Cristiana, Dennis tem um encontro com Vânia, 32 anos. Antes de encontrá-la, Sr. Rudloff diz a Dennis: “Essa não é uma mulher para se fazer carnaval. É uma mulher que está procurando um parceiro sério”. O cinegrafista a filma se aproximando. Em um salto médio e um vestido verde pastel bem escolhido, ela sorri para Dennis. “Vânia me conquistou imediatamente”, diz ele mais tarde à câmera.

Dennis e Vânia

Na companhia de um guia, Dennis e Vânia fazem um passeio pela favela da Rocinha. Música melancólica ao fundo enquanto Dennis observa a seu redor. “A diferença entre a favela e Copacabana é realmente grande. As pessoas não vivem em lugares legais como em Copa”. Durante o resto do passeio, Dennis ignora o guia e flerta com Vânia. Ao fim do encontro, observam a baía desde um mirante. Ele está apaixonado. “Foi muito gostoso. Apesar das favelas, pudemos conversar bem”.

Dennis encontra-se agora dividido. Diz a Walther e a Herr Rudloff que está entre Cristiana e Vânia e que precisa escolher. Decidir entre as duas. Tem então mais um encontro com Cristiana. Ele a espera na praia, todo vestido de branco, com um buquê de flores. Beijam-se do começo ao fim do encontro. Num canto mais escondido da praia, diz a ela: “Baby, estou ficando com tesão”, enquanto se amassam

contra uma rocha. Para o cinegrafista, quando ela vai embora, ele diz: “Ela responde sempre ‘yes, honey’ ou ‘yes, baby’, mesmo quando não está entendendo nada. [Gargalha] Se ela diz ‘sim’ para tudo, aí é maravilhoso!”. Com uma expressão mais séria: “Eu não sei se fico com a Vânia ou com a Cristiana...”. Em nenhum outro país visitado, Dennis esteve nessa suposta posição de escolha.

Dennis e Cristiana

Decide-se por Vânia e comunica sua escolha a Sr. Rudloff, para que ele organize mais um encontro com ela. Encontram-se em Ipanema e sentam-se na areia. Ele tira a camisa e exhibe seu corpo, fora de forma. “Percebi que ela achou meu corpo muito masculino”, diz ele à câmera. “Deixe-me te ajudar com isso”, ele fala, abrindo o zíper da blusa dela. Ela parece constrangida. Ele sugere que ela tire também sua bermuda. “Seu corpo é muito sexy. Já estou sonhando”. Ela sorri sem graça, “ah, você é tão doce”. Dennis repete o quanto a acha sexy. Ele a beija nos lábios.

Ela mantém um sorriso embaraçado e uma polidez até o fim da gravação. Mesmo quando se sentam em um quiosque, e Dennis propositalmente derruba champanhe no corpo dela, para poder secar sua virilha com um guardanapo. Ele esfrega sorvete no braço dela, e tira com uma colher. “I think this is strange. I think this is too much”, ela diz com uma risada nervosa. Ele, mesmo assim, continua. “You are so funny”, ela diz com simpatia forçada.

A preferida de Walther viria a ser Alina, 24 anos. “Suas fotos eram muito naturais, me impressionaram”, diz ele antes de conhecê-la. Ela chega com Herr Rudloff no Observatório Nacional, onde Walther espera por eles. Ele tem na face, quando ela se aproxima, vestindo uma calça justa e sandálias de salto, aquela

conhecida expressão de quando vê uma mulher que considera atraente,. “Silhueta, calça e coxas legais”, diz ele a Sr. Rudloff em alemão, entusiasmado.

Walther e Alina entram no observatório astronômico recebidos pelo responsável. Walther a faz agachar-se para olhar ao telescópio. Walther se mantém em pé atrás dela, bastante próximo a seu corpo agachado. Sem que ela possa vê-lo, ele contorna seu quadril como que fingindo tocá-la. “Para um homem, isso é muito excitante. Eu só contornei, mas não pude tocar. Queria mesmo tocá-la, mas não podia. Tinha outro homem lá. E também porque não nos conhecemos direito ainda”. Ele a presenteia dizendo ter registrado uma estrela com seu nome. “Ela ficou perplexa”, disse depois à câmera. “Eu sou um cara que doa [*ein Geber-typ*], não só um cara que toma [*ein Nehmer-typ*]. Para mim, é ‘sexo para a alma’ quando eu vivencio um momento assim”, lembra ele com autossatisfação.

Walther e Alina

Já de noite, os dois observam a vista do lado de fora. Ele coloca a mão em sua cintura, depois em seu quadril. “Eu tinha que usar aquela oportunidade. Ela gostou”, diz ao cinegrafista. “Parece que já faz tempo que não te tocam assim com carinho. No cabelo, no ombro”. Ele dá repetidos beijos em seu rosto. Ela o corta dizendo: “Então, foi um prazer conhecê-lo. Espero poder conhecê-lo mais”. Seu tom de voz é educado, porém sério. Ela parece querer por fim ao encontro. Ele não sai de sua frente, mantendo-a encostada contra a mureta. “Você se sente bem comigo?”, Walther pergunta. “Sim, você é muito agradável”. “Quer me dar um beijinho?”, pergunta ele, umedecendo os lábios e aproximando seu rosto. Ela vira, oferecendo a bochecha. Walther toca o tórax dela, sobre o pingente de estrela que lhe deu de presente. Ele a pega subitamente no colo, tentando beijá-la novamente. Acredito não ser exagero sugerir que Alina não tem como escapar dessa situação. Ela está

claramente desconfortável, mas parece não querer causar uma cena na frente da câmera.

De volta ao hotel, descreve entusiasmadíssimo o encontro. Fala de como seus corpos estavam próximos, de como ela se deixou tocar, se deixou pegar o braço, enquanto, na realidade, assistimos de casa, mais uma vez, a cenas bastante claras de assédio, onde mulheres, constrangidas, têm que inventar meios de escapar das investidas agressivas desses homens.

Walther e Alina

No dia seguinte, Walther encontra Alina para um passeio no centro carioca. Ela chega usando um vestido colorido que ele descreve como um “maravilhoso vestido de verão com cores tropicais”. “Como você é linda. Uma maravilha. Está de primeira categoria”, diz a ela, pedindo para que dê uma voltinha. Para a câmera: “As brasileiras são muito femininas. Elas têm em si um símbolo original [*Ursymbol*] – uma Eva”.

Walther passeia com sua Eva pelas ruas, brinca com bolhas de sabão. Está em estado de euforia. Entram em uma loja de calçados. “Olha que coisa bonita”, aponta ele para uma bolsa. “Depois eu vi que custava mais de 150 euros. Fora de questão. Mas encontrei algo que gostei depois”. Refere-se ao sapato que ele escolhe para ela, e a faz provar. Ele se ajoelha para colocar os sapatos nela, umedecendo os lábios. Uma vez que saem da loja, ele pega em sua mão. Walther aparenta estar muito orgulhoso de si. “Os brasileiros não fazem isso, logo comprar sapatos de presentes. A mulher sabe que esse é um homem que vai realizar seus sonhos. Se você, como homem, não faz essas coisas, aí você não tem mais uma Eva, só uma mulher. E eu quero uma Eva”, explica ao cinegrafista.

De São Petersburgo ao Rio de Janeiro

Como dito no início desse capítulo, uma instigante possibilidade que a análise de *Traumfrau gesucht* permite é a observação das diferenças e similaridades na comparação das noções existentes, a partir dos participantes alemães e da produção do programa, entre as mulheres da Europa Oriental e do Brasil e seus contextos de origem.

Como já mencionado neste trabalho, as “expectativas fantásticas” de homens do chamado primeiro mundo sobre mulheres entendidas como “não-ocidentais” apresentam muitas similaridades (BLANCHETTE, 2011). Tanto mulheres brasileiras quanto europeias orientais foram durante o programa representadas como mais tradicionais, mais voltadas à família, e principalmente mais femininas. São mulheres mais abordáveis, menos ressentidas e que darão ao homem mais reconhecimento. Ressentimento e reconhecimento me parecem termos bastante cabíveis para pensar aquilo que os participantes do programa entendem que receberiam de mulheres alemãs, de um lado, e de mulheres europeias orientais e brasileiras, de outro.

Importantes diferenças devem ser, entretanto, apontadas. E aqui gostaria de abordá-las a partir de dois pontos. O primeiro é a forma como a viagem e o deslocamento são apresentados no programa; o segundo são as diferentes representações da europeia oriental e da brasileira nos respectivos *sites* de relacionamento.

As visitas aos países da Europa Oriental onde ocorreram os encontros românticos entre os participantes alemães do programa e as mulheres locais aparentavam ser intercambiáveis. Bratislava, Varsóvia ou Moscou e suas mulheres foram retratadas de formas muito similares e tanto os participantes quanto a narração as tratavam, via de regra, como a ‘Europa Oriental’ e as ‘europeias orientais’. A feminilidade de suas mulheres, em relação a suas aparências, estava frequentemente associada aos longos cabelos, peles brancas bem cuidadas, unhas compridas e sapatos de salto alto. Para sua qualidade tradicional, uma chave explicativa temporal foi por vezes utilizada. *A Europa Oriental está 20 anos atrás nesse sentido*, como coloca Manfred. Para Gottlob, as russas são mulheres *ainda*. Como apontado por outros trabalhos com temática similar, os participantes do

programa localizam fora da Alemanha mulheres que não teriam sido ainda contaminadas pelo feminismo e pelas ideias de emancipação (CONSTABLE, 2003).

A chave explicativa temporal também é reivindicada em relação ao Brasil e às brasileiras. Ela toma, contudo, alguns atributos complementares. Para Walther, as brasileiras carregam em si um símbolo original, seriam verdadeiras Evas, que viveriam no Brasil como no paraíso, onde o sexo e a sexualidade seriam tão naturais como comer e beber. Se a Europa Oriental é a Alemanha de algumas décadas atrás, o Brasil pode ser entendido, em alguns aspectos, como um destino pré-civilização de promiscuidade primitiva. Ou possivelmente um Éden pré-pecado original. Os deslocamentos geográficos, de um lado a Europa Oriental e de outro o Brasil, são feitos em direção a temporalidades distintas.

Pensar as diferentes temporalidades para onde se dão tais deslocamentos geográficos torna-se ferramenta importante para refletirmos como marcadores sociais de gênero e raça são nesses contextos compreendidos e articulados. Voltarei a esse ponto no próximo capítulo, mas parece já possível salientar que, ao negarem a essas localidades e a suas mulheres contemporaneidade, explicitam os pressupostos hierárquicos dos relacionamentos afetivo-sexuais daí estabelecidos.

Walther e Dennis comportam-se no Brasil de forma distinta de como se comportaram nos outros destinos. Parecem no Rio de Janeiro gozarem de férias. As outras viagens foram por vezes descritas como cansativas. Um mal necessário. *Tem que fazer mala, desfazer*, reclamou Dirk em Varsóvia. Uma vez no Rio de Janeiro, já não vestem terno. Como argumentei no capítulo anterior, e diferentemente das europeias orientais, a brasileira foi também durante o programa entendida e explicada como parte, fruto e extensão da paisagem tropical.

Acredito que mais pontos importantes posso trazer com o auxílio das páginas de duas das agências de casamento de que fizeram uso na Europa Oriental, Ksenia Droben, especializada na mediação Rússia-Alemanha, e Antoinette, especializada na mediação Romênia-Alemanha, e também com um trecho das anotações de minha entrevista com o proprietário de uma agência especializada em unir mulheres brasileiras.

Página da agência Ksenia Droben (Ksenia na primeira foto)

Os nomes das duas agências são aqueles de suas proprietárias, que apareceram amplamente durante todo o programa de televisão. Ambas muito experientes e há muitos anos no mercado, procuravam ajustar as expectativas dos homens alemães e garantir que respeitassem *suas* mulheres.

Nos dizeres de suas páginas, que praticamente não contêm fotos das paisagens locais e não promovem a viagem à Rússia ou à Romênia como inesquecíveis e luxuriantes experiências, elas procuram relativizar as aparentemente conhecidas noções a respeito de casamentos com mulheres de seus países.

Em seu *site*, Ksenia Droben possui um número de curtos vídeos onde responde a questões frequentemente colocadas por homens alemães. Exemplifico.

Quão grande é a minha chance de conhecer uma jovem atraente russa e/ou ucraniana?

Nos é frequentemente perguntado por homens se eles teriam a chance de conhecer uma mulher mais jovem. Não é tão simples responder a essa pergunta em uma frase. Por isso, vou tentar esclarecer de um modo mais completo. Para melhor compreender essa possibilidade, tem que se levar em consideração o tamanho da diferença de idade. Por exemplo, se o homem tem 35 anos e deseja uma mulher de 25 anos, isso está em ordem, não é um problema. Isso funciona, isso é realista. Mas se o homem tem 50

e diz 'sim, eu me sinto muito jovem e eu quero encontrar uma mulher de 25 anos', aí tem que ser feita a pergunta: o que ele tem a oferecer a essa mulher? E 'oferecer' eu digo em todos os níveis, não apenas o dinheiro e a segurança financeira. Se o homem não conquistou nada de muito especial na vida, se ele ainda vive com a mãe, ou em um apartamento pequeno, se ele não tem nenhuma formação especial, e ganha pouco, aí ele espera com 50 anos encontrar uma jovem loura bonita que goste de sua personalidade, que o aceite, que não esteja atrás de seu dinheiro, isso é completamente fora da realidade. Talvez ele encontre essa mulher. Mas depois de três anos, com o visto permanente, ela vai com certeza desaparecer. Isso não está certo. Esse casal não tem nada em comum. Ou, por exemplo: um homem com filhos quer uma mulher sem filhos e diz 'ah, não aceito de jeito nenhum ter mais filhos no futuro, eu já tenho alguns'. Isso significa que a mulher escolhida por esse homem tem que desistir da maternidade só porque o homem já tem filhos. Por que a mulher tem que tolerar isso? Ela tem o direito de guiar sua própria vida, de viver o seu próprio destino. Com crianças e com um homem que também queira isso. Com alguns homens também é interessante. Eles dizem: 'ah, com mulheres com mais de 40 anos eu não me imagino começando nada [nenhum relacionamento]'. Aí nós perguntamos: onde está a diferença entre uma mulher de 39, com quem ele se veria tendo um relacionamento, e uma de 41, com quem ele não pode se imaginar tendo um relacionamento? Como uma mulher mudaria drasticamente em dois anos? Existem mulheres que com 40 anos aparentam ter 30. Existem mulheres de 20 anos que aparentam ter 30. E existem tantas diferenças. Não se pode usar os números como critérios principais. O principal é que [...] o casal combine entre si. Bem, queridos homens, quando vocês decidirem, quando estiverem preparados para viajar a Rússia ou a Ucrânia para encontrar sua parceira dos sonhos, sejam, por favor, realistas. Olhem a si mesmos no espelho. Não esperem que a mulher esteja simplesmente preparada/disponível para tudo, ou que o grande amor caia do céu. As mulheres também têm as suas demandas/reinvindicações e, sim, elas também buscam seus companheiros dos sonhos. Bem, mantenham-se realistas e não sonhem tanto. Obrigada!

Parece-me muito significativo que Ksenia Droben peça a seus clientes que sonhem menos na busca pela mulher dos sonhos. A ironia encontra-se, desconfio, nesse particular mercado de agências de casamento. De um lado, as conhecidas

noções a respeito da mulher “não-ocidental” informam significativamente os desejos de se encontrar uma esposa fora da Alemanha. Por outro lado, essas empresárias estão cientes de que suas mulheres não correspondem às “expectativas fantásticas” desses homens. Esse ponto ficará mais claro no trecho a seguir, retirado da página na internet da empresa Antoinette. São alguns trechos de uma carta aberta a seus clientes:

Página da agência Antoinette (Antoinette na foto à direita)

Prezados interessados,

Depois de mais de 20 anos de mediação de sucesso, hoje eu gostaria de dizer uma coisa com toda a honestidade. Muito mudou. Muito.

Naquela época quase não havia celulares e eu só fazia publicidade em jornais caros, porque a internet quase não era conhecida.

Hoje em dia, infelizmente, a internet levou muitas empresas à falência [...]

Cada vez mais observamos frustração, depressão e solidão na sociedade!

Quem procura a mulher “tipo-modelo”, com longas pernas e cabelos, lindo rosto de anjo [...], sem interesses financeiros, [...] que fala alemão perfeitamente, honesta, leal - de preferência, para “ontem” e enviada junto a um serviço 5-estrelas-tudo-incluso? Tudo isso, claro, numa oferta especial super barata. Não, meu senhor, quem te promete tal absurdo não está sendo sincero. O caminho da minha mediação termina em sucesso, mas eu não estou aqui para enganá-lo.

É o meu desejo ajudá-los. A você e às mulheres da Romênia. Eu conheço as duas situações muito bem. Comecei com uma taxa de 400 DM (marcos alemães) por ‘mediação até o sucesso’, até o homem alemão encontrar o sonho do casamento e família. Para seguir ajudando e para me manter no

mercado, e para poder continuar com a mesma esforçada ajuda e serviço, eu precisei ajustar as taxas aos custos ao longo desses anos.

[...]

Os tempos mudaram: não apenas as fronteiras foram abertas, mas também a emancipação vem devagar chegando à Europa Oriental. Sobre esse ponto, tivemos muitas más experiências com homens do Ocidente que trataram as mulheres como cidadãs de segunda classe e as exploraram. Hoje, com a praticamente total liberdade de viagem, muitas mulheres preferem deixar o país para trabalhar do que para casar.

A velha ideia, de muitos homens, de que haveria massas de mulheres *Playmates* falantes de alemão da Europa Oriental que estariam esperando eles chegarem do Ocidente, de braços aberto (só porque eles pagaram alguns euros de taxa de mediação), é coisa do passado e coisa da ordem dos sonhos.

Queridos clientes, hoje em dia, todas essas mulheres escolhem tanto quanto vocês! Sentimentos não se compram e a famosa faísca [Funke] salta quando você menos espera. A vida é cheia de surpresa, e frequentemente acontece de forma diferente do planejado. As fotos são, na maior parte das vezes, enganosas. Depende da química entre duas pessoas, do carisma, da atitude, do caráter e do seu desejo de, de fato, conquistar uma específica dama. Espontaneidade, determinação, ação, divertimento [Lockerheit], boas maneiras, senso de realidade e uma atitude positiva também auxiliam para um final feliz. Dúvida, desconfiança, avareza e uma atitude negativa certamente dificultarão o seu caminho para o sucesso.

Os tempos mudaram, Antoinette frisa. Ela refere-se às enraizadas noções, enfatizadas pelo programa, de que na Europa Oriental existiria um excedente de jovens mulheres mais do que dispostas a encontrar um futuro marido na Alemanha. Para ela, os tempos mudaram, mas não as noções acerca dessas mulheres. Ao mesmo tempo em que a *emancipação [feminina] vem devagar chegando à Europa Oriental* e as mulheres escolheriam tanto quanto os homens, estes pareceram ao longo do programa, e como veremos no próximo capítulo, pouco dispostos ou preparados para repensarem a promessa da ampla oferta e da escolha.

No trecho que abre este capítulo, Walther, ao sair do escritório da agência Marlu em Berlim, diz sentir-se um *homem novo*. Até então, ele tinha lidado

principalmente com os serviços de Ksenia Droben e Antoinette, que incessantemente tentavam ajustar suas expectativas da *ordem dos sonhos*. Diferentemente de Sr. Rudloff, que, muito mais indulgentemente, as reforçava. Os *sites* trabalhados no capítulo anterior e aqueles de Ksenia Droben e Antoinette oferecem serviços muito similares, mas o abordam, como explicitado nos trechos acima colocado, de forma um pouco distinta.

No trecho a seguir, apresento trecho editado do diário de campo⁴⁰ referente à entrevista que realizei com Albert Weissmann⁴¹, proprietário de uma agência de casamento especializada em unir mulheres brasileiras a homens alemães no início de fevereiro de 2016. Apesar de relativamente longo, ele traz alguns pontos relevantes para a presente discussão.

Tínhamos marcado nossa entrevista para às 18:30, mas ambos chegamos mais cedo. Estava perto da porta e ele imediatamente me reconheceu e me cumprimentou em português. Disse-me que gostava daquele lugar porque ali se podia fumar. Agradei que ele tivesse aceitado me encontrar. Ele, sorrindo, disse não haver problema. Que se alegrava em me ajudar. Perguntou como cheguei a esse tema. Falei dos fóruns de futebol. Falei que, quando fui buscar agências especializadas em brasileiras, pensei ser o arranjo bem específico. Por que então o homem alemão? “Os alemães têm uma boa reputação no Brasil. São pontuais, responsáveis, confiáveis”. Senhor Weissmann estava na casa dos 60 anos. Conta-me que nasceu no interior da Alemanha e que na juventude se mudou para o Brasil. O que achou do Brasil, perguntei-lhe. “Gostei muito. Muito bonito, muita mulher bonita”. Sobre aquela época, me diz: “Eram outros tempos. Era outro lugar. Não tinha essa coisa de drogas, roubo. A bagunça toda começou em 1983, com a redemocratização”.

⁴⁰ Apresento aqui o relato na forma de anotações de diário de campo. As falas de Sr. Weissmann, grafadas entre aspas, foram reproduzidas a partir de minhas anotações durante a entrevista, dado que ele não me autorizou a gravar a conversa.

⁴¹ Ao longo da pesquisa, tentei contatar todos os proprietários das agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães. Raramente obtive respostas. Albert Weissmann é o nome fictício de uma dessas pessoas. Optamos por manter sua identidade anônima na dissertação.

Conta-me de onde veio a iniciativa de criar a agência de casamentos. Na década de 1990, em uma viagem a Hamburgo, na Alemanha, com sua esposa, passeavam por botecos brasileiros. “Não sei se eles ainda existem, mas na época estavam em todo o lado. A gente percebeu que o homem alemão era louco pelas brasileiras. Ficavam loucos. Quando a gente estava no Brasil as nossas amigas mulheres sempre diziam ‘ah, traz um alemão loiro de olhos azuis pra mim’. Foi assim que começou”.

Senhor Weissmann enfatiza a dificuldade do início, dizendo o trabalho ser muito “árduo”. “Naquela época não tinha essa coisa digital”. Tratava-se de um catálogo simples, em preto e branco. Fazia anúncios em jornais e cobrava 100DM pelo envio do catálogo. Pergunto em que tipo de jornais ele anunciava. “Tipo [o jornal] Segunda Mão”.

“Naquela época havia já uma agência em Recife. Uma mulher de Gelsenkirchen fazia esse serviço. Ela cobrava no passado 20.000DM pela mediação. E tinha gente que pagava! É o preço. Quer, quer, não quer, vai embora. Mas aí, quando caiu o muro, tudo mudou. A procura por brasileiras caiu muito. De repente, para o homem alemão ir de ônibus para a Polônia encontrar mulheres de lá tinha ficado muito mais fácil”. Acrescenta: “E muitas delas também falavam alemão”.

Conta-me também da dificuldade gerada pela chegada das grandes empresas de *internet dating*, como, por exemplo, a atualmente bastante popular Parschip.de, que anunciava por todo o país. “Mas não é a mesma coisa que uma agência de casamento. E nessas empresas não tem brasileiras”.

Para Senhor Weissmann, o uso de agências de casamento costumava ser muito comum na Alemanha. “Hoje não mais. Apenas aquela parcela da população com muito dinheiro. Por exemplo, o filho de um grande diretor de uma empresa, que procura uma mulher de um mesmo nível social que ele. Eles pagam às vezes 20 ou 30 mil euros por esse serviço”.

E como se adaptaram a essas mudanças? “Nós fomos os um dos primeiros a ter *site* na internet. Até 2002 os negócios iam melhor, depois começou a cair”.

Mas o seu serviço é diferente dos *sites* de relacionamento comuns, mesmo os internacionais. “Sim, nós temos serviços, garantias. Se num desses *sites* o homem compra a passagem para a mulher e ela não vem, por exemplo. Nós garantimos que a mulher chegue”.

E quem são seus clientes? “São homens mais desconfiados, não querem perder tempo”. Voltamos a esse ponto algumas vezes, mas pareceu claro que ele os apresentou como sendo de dois tipos: (1) querem buscar uma

mulher mais jovem, e isso não seria possível na Alemanha: “que mulher alemã de 28 ou 35 anos aceitaria se casar com um homem de 45 ou 50? Já é um museu”; ou (2) homens que não saberiam se apresentar, se colocar, e precisariam da ajuda de uma agência para conhecer mulheres.

Perguntei-lhe sobre os diferentes tipos de mediação. Disse-me que ultimamente os clientes estavam mais interessados em “convidar” as mulheres para a Alemanha do que no serviço de viagem ao Brasil com mediação.

Demonstrei estranhamento. Ele reagiu de forma a concordar comigo: “Eu também acho! Para mim também faz mais sentido a viagem ao Brasil. O homem escolhe umas dez mulheres, vai para o Brasil, consegue conhecer umas cinco ou seis, aproveita. Mas eles preferem o “Einladung” [Convite], é mais barato. Nesse modelo, o homem convida uma mulher para vir passar até 90 dias com ele na Alemanha para se conhecerem. “Aí a brasileira vem, eles passam duas semanas de farra e depois ela vai embora. Sai barato”. Em nenhuma ocasião chamou-as de damas.

“Mas tem uns até que casam”, me disse em outro momento sobre seus clientes. Disse não poder se responsabilizar pelas reais intenções dos clientes. Mas me falou que usar o serviço da agência também era mais seguro para as mulheres. “Se um cliente é violento, prende ela, não sei, aí ela tem como falar com a gente aqui. A gente vai buscar”.

“O cliente fala que quer casar, que quer algo sério, mas depois a gente fica sabendo que não é bem assim. Mas eu vou fazer o que? Eu dou os contatos. Não tenho como saber. Até teria, mas ia ficar muito caro. Para saber das mulheres também. Eu falo para o cliente, ‘olha, é mais 500 euros pra ter essas informações das mulheres’, o cliente não quer pagar. Eu dou os contatos. Faço Kontaktvermittlung, Partnervermittlung eu já não sei”.

Ele elaborou sobre isso quando perguntei como ele tentava se afastar do espectro da prostituição em seu serviço. Ele não entendeu minha pergunta, e me disse: “Não tem como eu saber se elas são prostitutas, se elas fazem programa. Tem brasileiras aqui que a gente sabe que fazem programa. A gente sabe. Eu acho que mulher nenhuma - talvez [haja] alguma exceção - mas mulher nenhuma faz isso porque gosta. Faz porque precisa. Eu entendo isso. Mas o alemão não entende. Não quer a prostituta.” Senhor Weissmann falava dos ‘alemães’ sem parecer se incluir na categoria nacional.

“Ele não quer a prostituta, ele diz que quer a mulher com ‘essa’ e ‘essa’ qualidades. Mas quando está no meu escritório olhando as fotos, ele escolhe aquela com a saia bem curta, com aquela cara [de puta]. Aí eu

mostro de novo a boa moça, a que tem mais a ver com ele, mas não. Ele quer a outra, a que ele achou mais bonita”.

“Mas eu não tenho como saber [se ela é prostituta], tenho? O homem convida ela pra vir, aí ela começa a sair. Eu não tenho nada a ver com isso. Eu só forneço os contatos”.

E quantas mulheres você tem hoje na Galeria? “Mulheres não faltam. Os clientes que são menos”. Como o senhor faz a seleção? “Qualidade das fotos, idade, aparência”.

Então o critério é a aparência? “Sim, ela pode ser de ouro por dentro, mas o exterior é feio. Não tem o que eu possa fazer. Às vezes elas não entendem. Eu explico que não sou uma plataforma, que não posso cadastrar todo mundo. E o homem não vai querer pagar pra ver mulher feia no catálogo, né? Quer mulher jovem e bonita”.

Mais uma vez sobre os clientes: “Nessa idade [a partir de 45 anos], muitos já foram casados com alemãs, se separaram e agora querem começar a vida com uma mulher mais jovem. Impossível na Alemanha. Então procuram uma mulher de fora”.

Mas por que uma brasileira? Os homens alemães se casam mais com polonesas e tailandesas, por exemplo. “Sim, Polônia é aqui do lado”. E Tailândia e Filipinas, por exemplo? Existem muitas agências com esse serviço e elas também dizem que as mulheres são femininas, caseiras, querem uma vida familiar harmoniosa. “Sim, elas também não se importam com a aparência do homem. Pode ser feio. Também são mais subservientes. O homem pode dominar”. E os homens alemães não têm essa percepção sobre as brasileiras? “Às vezes, não”.

Entretanto, em outro ponto da conversa em que falávamos sobre a má fama da brasileira, me disse que os homens alemães tinham muitas vezes impressões erradas da brasileira, achavam que poderiam dominar a relação, mas aí veem que não é bem assim. “As brasileiras têm muita má fama. E isso é ruim para os negócios”.

E como eles fazem a escolha? Como você faz sugestões de moças? “Eles preenchem um questionário, com idade, altura. Aí eu mando as mulheres e eles escolhem seis, oito, dez. Aí dá para mais ou menos saber o gosto. Quando chega alguém novo, ou alguém que a gente conhece, eu mando também. Aí eu dou a sugestão”.

E quais são as expectativas desses homens? “Que ela seja bonita, que os outros homens viem a cabeça para olhar. Uma beleza jovem, que fique em casa, que seja fiel. A verdade é que talvez essa não seja a vida que ela esteja procurando. Ficar em casa, num povoado na Alemanha. Não tem

visita a qualquer hora com a campainha tocando. Aqui tem que marcar hora.”

Então como se faz para dar certo? “Ele tem que se colocar no lugar dela, tem que levar para passear. A brasileira mais nova quer sair para dançar, essas coisas. Muitos não entendem. É bem difícil. O alemão é mais frio”.

Seus clientes já tiveram experiências em *international dating sites* na internet? “Alguns sim. Aí chegam para mim já cansados, já gastaram dinheiro e não deu certo”.

E as mulheres, o que buscam? “Querem ir embora do Brasil. Querem uma vida mais tranquila. Outro dia mesmo me escreveu uma. Disse que queria ir embora, que a corrupção estava em toda a parte, que não aguentava mais”. Depois falou um pouco sobre governantes brasileiros contemporâneos, que não são verdadeiros “homens de estado”.

Em outro momento, quando perguntei novamente a mesma coisa, mas em outro contexto, me disse que “as mulheres querem melhorar de vida”. Eu completei: os homens também. “Não, os homens não precisam melhorar de vida. Eles já têm melhores condições financeiras”. Continua: “Elas, às vezes, preferem um homem mais velho. Aquelas que já foram casadas antes, com homens mais novos, agora querem um homem mais velho. Elas acham que aí vão ter mais segurança”.

Conversei com o ele sobre o programa *Traumfrau gesucht*. Qual a vantagem de ser um “casamenteiro” homem? “É melhor ser mulher. Os homens se comportam mais quando é mulher, respeitam. E as mulheres também têm mais confiança quando é mulher”.

Repetiu que, para os homens que vão para os países mais a leste a da Alemanha, a busca é bem mais simples. “As agências chamam as mulheres, elas ficam enfileiradas e eles apontam quais as que gostaram. As brasileiras nunca aceitariam isso. Se dissessem para ela que o homem ia conhecer outras mulheres, ela diria: ‘uai, faz ele me conhecer por último então’. As polonesas etc, aceitam isso. As brasileiras só aceitariam se eu pagasse”.

Disse ainda que o homem alemão, em geral, não sabe muito bem flertar. E o brasileiro sabe. “O homem brasileiro não ia precisar do serviço de uma agência de casamento”.

Durante nossa conversa, em várias situações, ele repetiu que os negócios não iam bem. “Eu já sou aposentado, já estou cansado. Eu penso em desistir, mas aí aparecem três clientes no mês. A gente segue, né? O que dá dinheiro mesmo é sexo. Já me perguntaram, ‘por que você não monta uma agência de *escort*?’ Eu até pensei, mas acho melhor não. Não quero me meter nisso. Tem muita máfia, muita sujeira”.

Depois de mais de três horas de informal conversa, Senhor Weissmann disse precisar ir embora. Antes, perguntou-me de meus planos para depois dessa pesquisa. Vou tentar ingressar no programa de doutorado e seguir trabalhando nessa área. “Ah, elas acham que isso acontece. Que vai trabalhar, estudar... mas aí casa e depois não faz mais nada”. Eu sorri e agradei muitíssimo por sua disponibilidade em conversar comigo. Ele recusou categoricamente meu pedido de deixar que eu pagasse a conta. Chamei-o novamente de Herr Weissmann e ele me disse: “Não precisa [me chamar de] Herr Weissmann, não, me chame de Albert. Afinal, já estou te chamando de Thais”. Desejou-me sorte no meu trabalho.

Diário de campo 04/02/2016.

No trecho acima, Sr. Weissmann recupera a história da criação da agência na década de 1990. Desde então, as mudanças na paisagem desse mercado também afetaram seus negócios. Assim como é observável nos trechos retirados das páginas de Ksenia Droben e Antoinette, Sr. Weissmann também enfrenta a realidade dos por vezes conflitantes desejos de homens alemães e mulheres europeias orientais e brasileiras. Interessantemente, entretanto, nem durante o programa nem nas páginas na internet de sua agência, Sr. Rudloff, de forma equivalente a Sr. Weissmann, se propõe a ajustar expectativas masculinas e femininas.

As contradições desse peculiar mercado, como notado durante as três primeiras temporadas de *Traumfrau gesucht*, são patentes. No tópico a seguir, que fecha esse capítulo, procuro localizar o programa de televisão entre outros, de formato análogo, que estão sendo transmitidos na Alemanha. Refletir sobre seu contexto e sua recepção poderá nos ajudar a compreender como tais discursos podem vir a informar as noções acerca de estabelecimentos de relacionamentos afetivo-sexuais entre homens alemães e mulheres estrangeiras.

O risível e o perverso: a recepção do programa e o *tragitrash*

Programas de televisão com fórmulas similares, os chamados *Kuppelshows*, nos quais homens vão buscar a realização do amor, já são conhecidos da audiência alemã. Exemplos não faltam, entre eles, o popular *Bauer sucht Frau* [camponês busca

esposa] e *Schwiegertochter gesucht* [procura-se nora] parecem continuar a entreter e ter mais e mais temporadas comissionadas. Esses dois programas, também transmitidos pela RTL, apresentam conceitos similares. Homens convidam mulheres desconhecidas para passar alguns dias em suas residências. No primeiro, tratam-se de trabalhadores “solitários” da zona rural e, no segundo, homens que primordialmente ainda vivem com suas mães ou pais, que também participam do programa, daí o seu título.

Diferentemente de programas como *The Bachelor*⁴², não estamos nesses casos assistindo a homens e mulheres atraentes, abastados e jovens. Tais *Kuppelshows* têm como participantes indivíduos de alegadamente difícil mediação devido a suas aparências ou habilidades sociais. O entretenimento se dá, dessa forma, na construção de personagens risíveis para o público espectador, uma vez que os tons de comédia são produzidos por mecanismos de vergonha alheia.

São programas populares que estão no ar há vários anos. Ao longo desse tempo, foram feitas inúmeras críticas a esses *reality shows*. O ex-presidente da Associação Alemã de Agricultores criticou o formato de *Bauer sucht Frau*, dizendo estar a produção do programa reforçando um falso clichê, muitíssimo distante da realidade, representando camponeses como homens toscos que não saberiam se portar socialmente. O programa também sofreu críticas da Associação Federal dos Produtores de Leite da Alemanha, que fez uso de argumentos similares.

A temporada comemorativa de 10 anos de *Schwiegetochter gesucht*, que teve seu primeiro episódio em 2007, apresentado pela conhecida Vera Int-Veen, estava prevista para ser televisionada ainda esse ano. Em fins de maio, entretanto, o programa de televisão comandado por Jan Böhmermann levou ao conhecimento da audiência alemã o processo de escolha dos participantes. A eles, indivíduos provenientes, usualmente, de classes baixas e de baixa escolaridade, seria paga apenas uma única parcela de 150 euros, por 30 dias de gravação. Valor muito baixo se comparado aos 90.000 euros do custo do minuto do comercial durante a exibição

⁴² *Der Bachelor*, em alemão, transmitido pela RTL, segue o formato do programa produzido pela rede de televisão estadunidense ABC desde 2002.

do programa. A crítica, que virou um escândalo nacional⁴³, seria a de que a emissora e a apresentadora estariam deliberadamente usando essas pessoas para ridicularizá-las, com grandes ganhos e pequenos custos.

Tal fórmula conhecida, criticada e supostamente divertida, é novamente usada pela RTL em *Traumfrau gesucht*. Os homens alemães que aparecem na *Doku-Soap* também são, em certa medida, risíveis. Uns mais do que outros. Quando Elvis, 32 anos, fora de forma e malvestido, flerta na noite em Odessa e alega que “aqui [na Ucrânia] eu sou o Johnny Depp”, isso é motivo de riso para os espectadores. Assistir a Walther, 55 anos, navegando pelos catálogos de mulheres muito mais jovens que ele do leste europeu na internet e dizendo-as elegantes ao ver suas fotos de lingerie, também é um gatilho de humor. A audiência alemã sabe estipular os valores desses dois homens no mercado afetivo-sexual nacional e se diverte ao assisti-los tentado, quase sempre sem sucesso, conquistar mulheres jovens e atraentes no estrangeiro.

Apesar de serem de fórmulas similares, as críticas a *Traumfrau gesucht* foram em outra direção. Obviamente, nenhum indivíduo ou organização se mostrou disposto a defender os “buscadores-de-esposa” da ridicularização pública. Nos artigos publicados sobre o programa disponíveis na internet, geralmente publicações de tipo tabloide, os comentários feitos pelos usuários usualmente repetiam aquilo que seria esperado do formato. “Embaraçoso”, “vergonha alheia” eram respostas comuns, ou ainda “espero que as mulheres russas não achem que todo alemão é assim”. Muitos diziam achar o conteúdo divertido, mas sempre colocando os comportamentos e as expectativas masculinas na chave do vexatório.

Crítica mais incisiva foi feita pela organização feminista *Terre des Femmes*, que, em carta aberta para a emissora, enunciou suas preocupações com a proposta do programa ainda antes de sua estreia, solicitando sua suspensão.

⁴³ <http://www.tagesspiegel.de/medien/boehmermann-und-verafake-rtl-gesteht-fehler-bei-schwiegertochter-gesucht-ein/13591514.html>

Berlim, 29.11.2011

Prezadas senhoras e senhores,

Com irritação lemos o programa planejado pelos senhores “Traumfrau gesucht – Das Geschäft mit der Liebe”, no qual homens da Alemanha viajam ao exterior na busca por companheiras, para ali encontrar uma.

Com mais de 30% de solteiros na Alemanha, sendo que na maioria das cidades há mais mulheres do que homens, não se pode falar de uma falta de pessoas solteiras do sexo feminino na Alemanha. Para que então precisam os homens do seu programa fazer uma longa viagem a Ucrânia, Romênia ou Rússia?

Depois de uma breve visita à página do seu programa, nós duvidamos muito que esses homens estejam interessados em uma parceria igualitária. Elvis, 28 anos, escreve, por exemplo, que a mulher que ele busca deve ser “esportiva e bonita, mas principalmente deve saber cozinhar e limpar bem”.

Entre a Alemanha e os países de origem das mulheres por vocês escolhidas prevalece uma grande diferença econômica, o que faz dos candidatos do programa homens superficialmente atraentes para as mulheres. Com isso, o programa apoia uma relação de gênero reacionária e patriarcal, na qual o homem “forte” é provido de monopólio de poder dentro da relação e a mulher é financeiramente dependente – e isso no século 21.

Além disso, mulheres que se mudam do exterior para a Alemanha por conta de um esposo são prejudicadas pela legislação alemã.

Desde 01 de julho de 2011, é necessário que o casamento já dure três anos, antes de a mulher poder obter a permissão de residência independente do marido. Os homens têm praticamente três anos de “garantia de devolução” no caso de não se sentirem satisfeitos com a mulher.

Em serviços de aconselhamento somam-se os pedidos de migrantes mulheres que, frequentemente sob falsas noções e promessas dos futuros maridos, vêm para a Alemanha e aqui são usadas como força de trabalho gratuita. Essas mulheres alcançam a Alemanha frequentemente com a assistência de agências de casamento como as do seu programa. E tudo isso para entretenimento da audiência. Com isso, vocês normalizam o “comércio” da “mercadoria” mulher e promovem [unterstützen] uma parceria que objetiva a discriminação [Benachteiligung].

Nós pedimos aos senhores, dessa forma, que suspendam a transmissão do programa.

Atenciosamente,
Sibylle Schreiber
Diretora de departamento TERRE DES FEMMES – Menschenrechte für die
Frau e.V.⁴⁴

Esse gênero de crítica aos chamados *mail-order marriages* é, como trabalhado na introdução dessa investigação, bastante usual e acaba por vitimizar um amplo e diverso grupo de mulheres que, por diferentes razões, migram em direção a Alemanha para se unir a seus esposos. Ao mesmo tempo em que as colocações da *Terre des Femmes* são problemáticas e, por vezes, recusam às mulheres agência, elas trazem pontos importantes para a análise, como as leis de imigração que estão servindo aos indivíduos cidadãos alemães.

Está muitíssimo claro que esses homens não estão atrás de parcerias igualitárias e que seus motivos de buscar esposas fora da Alemanha não estão na razão entre os sexos em seu país de origem, apesar de eles fazerem uso de argumento similar para explicar um alegado excedente de mulheres nos países onde buscam esposas⁴⁵.

Em resposta à organização feminista, a emissora replica:

As mulheres mostradas no programa exercem uma profissão [berufstätig] e se responsabilizam pela sua própria subsistência. O programa não satisfaz [erfüllt] nenhum clichê, ao contrário, ele mostra mulheres conscientes de si e instruídas que, da mesma forma que os homens, estão à procura do grande amor⁴⁶.

⁴⁴ Disponível em: <http://frauenrechte.de/online/index.php/themen-und-aktionen/frauenhandel/aktuelles/archiv/922-frauenverachtende-dokusoap-bei-rtl-ii-terre-des-femmes-fordert-traumfrau-gesucht-nicht-auszustrahlen>

⁴⁵ O próprio programa faz uso desse argumento, quando diz na Rússia ser a expectativa de vida masculina 57 anos.

⁴⁶ Disponível em: <http://www.bild.de/unterhaltung/tv/traumfrau-gesucht/rtl2-traumfrau-gesucht-sorgt-vor-start-fuer-wirbel-21811258.bild.html>

Na direção oposta ao declarado pela emissora, o programa satisfaz, sim, um número de clichês, seja através das imagens das mulheres que abrem seus quadros, seja pela linguagem da narração que, desde a primeira temporada, contribui para a objetificação dos corpos das mulheres que aparecem no programa. Mas não apenas. Em cadeia nacional, o programa exhibe tanto os discursos machistas dos participantes quanto as claras cenas de assédio de que são vítimas algumas mulheres. Essas e outras questões não são problematizadas pelo programa, que se abstém reiterando a mesma criticada fórmula, com consequências ainda mais sérias.

Na lógica de uma televisão que fomenta o *trash*, esses homens seriam risíveis demais para serem entendidos como perversos⁴⁷. Entretanto, eles encontram, às vezes, algum sucesso. Existiram jovens mulheres atraentes durante o programa que de fato se interessaram por eles. Tal relativo sucesso, juntamente com a experiência adquirida com as repetidas viagens e encontros, acaba por normalizar as práticas e discursos dos participantes, outrora risíveis.

Sr. Weissmann relata um aumento na procura por seus serviços no período seguinte à transmissão dos episódios que se dão no Rio de Janeiro. Não me surpreenderia que o mesmo tenha ocorrido com as outras empresas retratadas no programa e atuantes nesse ramo. Isso em si não constitui um problema. Acredito, contudo, que o perigo resida em normalizar discursos e comportamentos potencialmente ofensivos dentro de um formato enganosamente inofensivo.

Informados pelo que parecem ser mitos acerca da europeia oriental e da brasileira, os alemães participantes do programa abusam de seu lugar de privilégio. Real e imaginado. É descabido o assédio proveniente das noções sobre essas mulheres que ocupam outros lugares hierárquicos, geográficos e temporais – mulheres que estão disponíveis para serem avaliadas e consumidas por homens estrangeiros de países de maior poder econômico. Surpreende que nada que ocorreu durante o programa, nenhum desapontamento, nenhum comentário das mulheres ou das agentes, pareceu capaz de alterar suas percepções ao longo dos muitos e longos episódios da série. A promessa que é premissa do programa

⁴⁷ Interessantemente, parte da opinião pública sobre o programa entende Walther, ou como um incompreendido romântico, ou como um coitado.

continuará a informar o não sem frequência impertinente comportamento masculino.

Desapontados com a falta de sucesso de suas tentativas de encontros ao Mar Negro, na Bulgária, Dennis e Elvis aventuram-se no *Lovemobil*, como apelidaram seu carro alugado de dois assentos – a caminho do interior do país. Na estrada, encontram um pequeno vilarejo de aparência pacata e empobrecida. Na parte exterior de um bar estão sentados alguns velhos e crianças. Em inglês, perguntam a eles se naquele lugar eles poderiam encontrar mulheres bonitas. Não são compreendidos. Sentam no bar e continuam trocando gestos e palavras com eles. Elvis abre uma Playboy e aponta para a loira seminua que estampa uma página dupla: “Estamos procurando mulheres assim para casamento”. Ele repete a mesma coisa para um menino de cerca de 10 anos. “Tem mulheres assim aqui?”. Franzindo a testa, a criança responde com segurança: “Assim não”.

Capítulo 3 – Do amor e outras demandas: masculinidades, nostalgia e a plataforma Brazilcupid.com

Eu vivo há dois anos sozinho, mas não quero mais passar o entardecer da vida assim – já não sou mais tão jovem. Como eu não saio muito e moro numa cidade pequena – onde minha ex também mora, e ela e seu novo amante estão em todas as festas – eu “saio” na internet. [...] No momento, eu acredito que posso mesmo encontrar alguém aqui – vamos ver.

Jürgen – 56 anos, troca de correspondência na plataforma Brazilcupid.com

Jürgen_56⁴⁸ vive em uma cidadezinha da Bavária, estado ao sul da Alemanha. Certifica-se de, em mais de uma ocasião, me contar que está procurando apenas mulheres *de uma certa idade*, 30 a 48 anos. *O que uma menina de 20 anos vai querer com um saco velho como eu? Ok, minha grana.*

Brazilcupid.com é parte da companhia *Cupid Media*, que opera mais de trinta *dating sites* especializados. Fundada em abril de 2000 na Austrália, a empresa afirma já ter operado a inscrição de mais de 30 milhões de solteiras e solteiros em suas diferentes plataformas, que selecionam seus públicos-alvo baseados em preferências de “etnicidade, religião, aparência física, interesses especiais, estilo de vida e mais⁴⁹”. Como argumenta Iara Beleli (2015):

A proliferação de *sites* específicos para “namoro”, enfatizando desde a procura por amizade até encontros sexuais, particularmente de pessoas entre 30 e 50 anos, valeu-se de uma estratégia utilizada por diferentes mídias, que justapõe emoções aos produtos oferecidos, buscando estabelecer certa intimidade com os consumidores. Não por acaso, esse mercado é pautado por uma expansão da segmentação, calcada nas

⁴⁸ Os nomes dos participantes da pesquisa foram trocados.

⁴⁹ <http://www.cupidmedia.com/en/aboutus>

diferenças de gênero, sexualidade, geração e, mais recentemente, de religião (BELELI, 2015: 94).

Alguns interessantes nichos-alvo da empresa se manifestam nos seguintes sites do grupo: AfroIntroductions.com, BlackCupid.com, BBWCupid.com [BBW=Big Beautiful Women], ChristianCupid.com, FilipinoCupid.com, GayCupid.com, InterracialCupid.com, MilitaryCupid.com, Muslima.com, RussianCupid.com e SingleParentLove.com.

Nichos targuetados pelo grupo

Sob *About Us*, BrazilCupid.com se diz um *dating e matchmaking website* que auxilia pessoas do Brasil e de backgrounds ocidentais⁵⁰ a encontrar seu *match* perfeito. A/O usuário/a que deseja criar sua conta na plataforma tem de optar por se dizer homem ou mulher buscando homem ou mulher. Entretanto, de forma

⁵⁰ Não me parece ser o que ocorre na prática, uma vez que recebi um número significativo de mensagens de homens da África, Oriente Médio e América Latina.

similar ao observado em outras páginas do grupo, parece claro que o *site* se destina ao encontro de mulheres locais com homens de outras nacionalidades⁵¹.

Já tinha ouvido sobre a plataforma através das mulheres membras do grupo do Facebook “Confissões – casadas com gringo vida no exterior”. Pesquisas em ferramentas de busca na internet também me levaram ao BrazilCupid.com, quando procurava “namorar estrangeiro” ou buscas similares. Não encontrei outra grande plataforma especializada em unir membros brasileiros a pessoas de outras nacionalidades. Apesar de não se tratar de *site* especializado no *matchmaking* Brasil-Alemanha, como é a proposta mais ampla desse trabalho, aí é possível realizar buscas específicas de nacionalidades estrangeiras interessadas em relacionamentos com indivíduos brasileiros. Encontrei muitos perfis ativos de homens alemães procurando companheiras brasileiras.

Diferentemente das agências de casamento que tratei amplamente no primeiro capítulo desse trabalho, e tangencialmente no segundo, os perfis nessa plataforma são bastante completos. Para melhor entender o funcionamento do *site*, suas ferramentas disponíveis, bem como maximizar minhas possibilidades de resposta, criei aí um perfil. Este começa com um texto de apresentação onde somos

⁵¹ Apesar de o *site* não se dizer voltado exclusivamente ao público heterossexual, nenhuma das fotos dos casais unidos pela plataforma era de casal homossexual e consistia majoritariamente de casal homem estrangeiro – mulher brasileira. Pode-se ler em sua página os testemunhos de 696 felizes usuárias/os que alegadamente encontraram aí sua melhor metade. Os primeiros 31 testemunhos possuem fotos dos casais heterossexuais. 24 deles são formados por mulheres brasileiras e homens estrangeiros, 5 de mulheres brasileiras com homens que eu não soube dizer se eram brasileiros ou não, 1 casal de brasileiros e 1 casal de estrangeiros. No entanto, durante os meses em que tive meu perfil ativo, recebi mensagens e demonstrações de interesse também de homens brasileiros.

encorajados a escrever brevemente sobre nós. Nesse campo, apresentei-me como pesquisadora brasileira vivendo na Alemanha e buscando homens alemães com disponibilidade de colaborar com minha pesquisa.

A seguir, são apresentados os dados *Basic* – sexo, idade, cidade de moradia e se estaríamos dispostos a nos realocarmos para outro país. Em seguida, sob *Appearance*, são preenchidas informações sobre nossa aparência, como na figura abaixo. Na pergunta “Your ethnicity is mostly:” as possíveis alternativas eram Arab, Asian, Black, Caucasian, Hispanic/Latino, Indian, Mixed, Pacific Islander e Other⁵².

Profile

More About Me

Add Favorites

Block User

Report Abuse

CupidTags

Charismatic

Food

Kind

Learning

Sense Of Humor

[Edit]

Member Overview [Edit]

I'm a social anthropologist from São Paulo currently living in Berlin and working on my master's research which focuses on relationships between German men and Brazilian women, especially those that develop online I'd like to get in contact with people who would be perhaps interested in sharing th... [read more >>](#)

About This

Matches My Criteria

She's Looking For

I Match Their Criteria

Basic [hide unanswered questions] [Edit]

Gender:	Female	Male
Age:	29	26 - 99
Lives in:	São Paulo, São Paulo, Brazil	Germany
Relocate:	Willing to relocate to another country	Any

Appearance [Edit]

Hair color:	Black	Any
Hair length:	Short	Any
Hair type:	Curly	Any
Eye color:	Black	Any
Eye wear:	None	Any
Height:	161 cm	Any
Weight:	49 kg	Any
Body style:	Slim	Any
Ethnicity:	Mixed	Any
Facial hair:	N/A	Any
Best feature:	Don't Know	Any
Body art:	None	Any
Appearance:	Attractive	Any

Lifestyle [Edit]

Drink:	Occasionally drink	Any
Smoke:	Occasionally smoke	Any
Marital Status:	Divorced	Any
Have children:	No	Any
Number of children:	N/A	Any
Oldest child:	N/A	Any
Youngest child:	N/A	Any
Want (more) children:	Not Sure	Any
Have pets:	No Pets	Any
Occupation:	Education / Academic	Any
Employment status:	Part Time	Any
Income:	Prefer not to say	Any
Home type:	Apartment / Flat	Any
Living situation:	Prefer not to say	Any

Background / Cultural Values [Edit]

Nationality:	Brazil	Germany
Education:	Bachelors Degree	Any
Languages spoken:	English, German, Portuguese	Any
English ability:	Fluent	Any
Portuguese ability:	Fluent	Any
Spanish ability:	Good	Any
Religion:	Christian - Catholic	Any
Religious values:	Not Religious	Any
Star sign:	Pisces	Any

Perfil expandido

⁵² Na esmagadora maioria dos perfis que analisei, os alemães buscando brasileiras não especificavam a “etnicidade” das mulheres. Alguns colocaram Hispanic/Latino no campo de “etnicidade” desejável. Infelizmente, não tive acesso aos perfis femininos para coletar suas declarações e preferências de “etnicidade”.

108

Sob *Lifestyle*, encontramos informações sobre consumo de bebidas alcóolicas, tabagismo, estado civil, números de filhos existentes, pretensão de tê-los, animais de estimação, profissão, renda anual, tipo e situação de moradia. Sob *Background/Cultural Values*, preenchem-se dados sobre nacionalidade, educação, idiomas falados, religião, valores religiosos e signo do zodíaco. Em *Hobbies & Interests* escolhem-se itens a partir de longa lista de possibilidades de hábitos de lazer, preferências gastronômicas e esportes. Finalmente, em *Seeking*, sugere-se que escrevamos o que é que estaríamos procurando em um/a parceira/o.

Minha estratégia nessa plataforma foi a de buscar perfis de homens alemães que estivessem procurando relacionamentos com mulheres brasileiras. Minhas buscas por perfis masculinos sempre se deram com os requisitos básicos homem alemão de 26 a 99 anos. Sempre encontrei mais de 1000 perfis ativos⁵³ que tivessem estado logados pela última vez dentro do último mês.

Desses mil perfis disponíveis, visitei os 200 primeiros para coletar informações⁵⁴ que pudessem me ajudar a compreender o perfil médio do homem alemão buscando uma namorada brasileira nessa plataforma. Os resultados encontram-se na tabela a seguir, onde estão apresentados os dados a respeito de suas idades, estado civil, escolaridade, valores religiosos, se possuem filhos, “etnicidade” e idade da companheira desejada⁵⁵.

Idade	
Média de Idade	48.9 anos
< 29 anos	3.5%
30 - 39 anos	11.0%
40 - 49 anos	35.0%
50 - 59 anos	42.0%

⁵³ O site só apresenta os primeiros 1000 perfis.

⁵⁴ Coletei os seguintes dados: idade, estado de moradia na Alemanha, intervalo de idade da companheira, estado civil, escolaridade, etnicidade, valores religiosos, filhos, altura e signo do zodíaco.

⁵⁵ A maioria esmagadora dos homens que optaram por *Other* para descrever sua etnicidade seriam entendidos na Alemanha como brancos. A distribuição dos usuários por estados na Alemanha era muitíssimo similar à distribuição populacional alemã.

60 - 69 anos	7.5%
> 69 anos	1.0%

Estado Civil

Solteiros	54.5%
Divorciados	32.0%
Separados	10.0%
Viúvos	3.0%
Casados	0.5%

Escolaridade

Ensino Superior	43.0%
Sem Ensino Superior	57.0%

Valores religiosos

Religiosos	35.5%
Não religiosos	58.0%
Sem resposta	6.5%

Possui filhas/os

Sim	41.0%
Não	59.0%

Ethnicity

White (Caucasian)	72.0%
Other	22.5%
Mixed	3.5%
Hispanic	1.5%
Black	0.5%

Idade desejada da companheira

Média da diferença entre a idade do homem e a idade mínima da mulher	22.91 anos
Média da diferença entre a idade do homem e a idade máxima da mulher	4.7 anos
Média da amplitude da idade desejada para a mulher	18.07 anos

O site oferece três tipos de *membership*, uma simples e duas pagas. Optei pela Platinum, paga, pois assim eu poderia enviar mensagens também para membros

não-pagantes da plataforma. Como colocado por Iara Beleli (2012), a requisição do pagamento de assinatura em plataformas desse gênero deixa clara a relação destas com o mercado – a variação dos tipos de *membership* e valores das assinaturas informando os tipos de acesso dos usuários. Além disso, como me foi relatado, o número de mulheres membras pagantes era insignificante. Assim como nas agências de casamento trabalhadas no primeiro capítulo dessa dissertação, o custo do processo do namoro recai sobre o lado masculino.

Fundamental para este trabalho, além das características da plataforma e de seus usuários, seria a correspondência com os membros alemães buscando namoradas/esposas brasileiras. Para isso, apresentando-me como antropóloga, elaborei uma mensagem intitulada “Pesquisa :)” [Forschung :)], onde os convidava a colaborarem com minha pesquisa em andamento sobre “relacionamentos entre homens alemães e mulheres brasileiras que se iniciam na internet”.

Enviei essa mensagem a cerca de 30 pessoas. Pude trocar correspondências com um total de 15 alemães. O que segue deste capítulo é fruto dessas conversas.

As trocas na plataforma

Consciente das questões ético-metodológicas de tal campo virtual, procurei deixar sempre claros meus objetivos enquanto membra da plataforma, tanto em meu perfil quanto em meu e-mail de apresentação. De toda forma, completei os formulários com meus próprios dados, gostos e interesses, e carreguei algumas fotos. Tratava-se, assim depois o percebi, de um perfil atraente. Apesar de conter em si a potencialidade de gerar encantamento, seguramente ele não constituía uma “armadilha” (PELÚCIO, 2015).

Reagiram de formas diversas a meu convite. Boa parte demonstrou prontidão - *claro, o que você quer saber?* - alguns já me enviando seus e-mails pessoais, identidades de Skype e uns poucos até mesmo seus endereços. Outros reagiram afirmativamente, achando, entretanto, graça de minha proposta - *primeiramente, não posso deixar de dar risada, mas claro, se eu puder te ajudar*. Apenas um me pediu informações mais detalhadas sobre minha pesquisa. Três deles disseram estar interessados em *o que vai sair daí*.

Correspondiam-se comigo em meio a suas tarefas diárias, às vezes durante o trabalho. *Estou agora no escritório meio apertado de tempo, te respondo primeira coisa amanhã*, desculpa-se Jürgen_56. *Bom, tenho que continuar a trabalhar, Thais, hoje à noite termino de responder as suas perguntas*, garante-me Michael_55⁵⁶. A partir de poucas trocas de mensagens, começam também a dividir comigo como passaram seus dias, seus fins de semana. *Concertei o telhado; peguei um leve resfriado; levei minha filha no campeonato de futebol; visitei minha ex-mulher na clínica de reabilitação*.

Alguns deles, eu sentia, pareciam consumir prazerosamente nossa troca de mensagens. Esses respondiam-me frequentemente no mesmo dia, e me escreviam

⁵⁶ Na tabela abaixo, encontram-se alguns dados a respeito dos alemães cuja correspondência aqui é trabalhada.

Nome	Idade	Estado Civil	IMiB	IMaB	Ensino Superior	Religioso	Filhos
Christian	44	divorciado	25	36	Sim	Não	Sim
Felix	44	solteiro	23	35	Sim	Sim	Não
Gerhardt	55	divorciado	24	35	Sim	Não	Sim
Johannes	40	solteiro	23	40	Não	Não	Não
Joseph	53	divorciado	29	49	Não	Não	Sim
Jürgen	56	divorciado	30	48	Não	Sim	Não
Leopold	44	divorciado	35	47	Não	Não	Sim
Michael	55	divorciado	52	58	Não	Sim	Sim
Peter	45	solteiro	18	40	Sim	Não	Não
Rainer	50	solteiro	27	40	Não	Não	Não
Stephan	39	solteiro	30	40	Não	Não	Sim
Tillmann	37	solteiro	18	45	Sim	Não	Não
Uwe	57	solteiro	25	48	Não	Não	Sim
Wolff	47	solteiro			Não	Sim	Não
Wolfgang	52	divorciado	29	46	Não	Sim	Sim
IMiB:	Idade Mínima da Brasileira						
IMaB:	Idade Máxima da Brasileira						

novamente caso eu tardasse em responder⁵⁷. *Você pode fazer perguntas mais detalhadas se quiser, Thais*, ofereceu Michael_55.

Michael foi um de meus colaboradores mais eloquentes. Retornara a Bremen há um ano, depois de viver em Minas Gerais com a ex-mulher por três anos, com quem foi casado por dez. Tinha muitíssimo a dizer. Escreveu-me sobre economia, impostos, mão-de-obra, corrupção. Suas mensagens eram, às vezes, tratados sociológicos que ilustravam suas leituras a respeito de nossa *mentalidade*. Dizia sentir saudades de “Minas”.

A prontidão das respostas e a voracidade em dividir suas opiniões sobre meu país natal, que tomavam por vezes tons ‘explicativos’, podem estar relacionadas a um vazio existencial desses homens de meia idade (PELÚCIO, 2015). Não apenas pelas minhas correspondências, mas também através da observação de perfis na plataforma, não é precipitado sugerir que muitos desses conteúdos estivessem marcados por solidão. *Decidido a encontrar minha próxima parte da vida*, lia-se no perfil de Gerhardt_55. Muitos outros apresentaram essas similaridades.

Escuta interessada que fui, acredito que meu lugar de pesquisadora era, para parte desses homens, menos representativo do que meu lugar de mulher brasileira na faixa de idade onde usualmente buscavam namoradas. Eu não significava para eles ‘a mulher feminista’, a *Emanze* que muitos desdenham, talvez por temerem sua própria emasculação. Não hesitavam em dividir comigo suas narrativas por vezes carregadas de preconceitos de gênero, raça e nacionalidade, às vezes de forma tão banal. Eu não representava para eles nenhum perigo. Não seria capaz de julgá-los ou ridicularizá-los, como estou segura que aconteceria, caso professassem esses discursos em outros palcos. Afinal, da forma como me explicam e como veremos adiante, é a sociedade alemã ou europeia que acaba por criar suas mulheres de forma tão oposta àquilo que acreditam que foi a minha criação. E o meu meio

⁵⁷ A troca de mensagens era às vezes para mim um pouco trabalhosa, uma vez que ela era feita via de regra em alemão. Por vezes levei algum tempo a mais para responder, tendo que traduzir trechos que vez ou outra escapavam a meu entendimento imediato, e elaborar respostas em tom apropriado. Muitos deles não faziam uso do registro formal da escrita, incorporando muitas gírias e abreviações em suas mensagens.

ambiente. A brasileira mais quente, mais amável, mais voltada à família, que leva a vida de forma leve, era também eu.

Experiência *online*

No excerto que abre esse capítulo, Jürgen_56 diz acreditar poder encontrar alguém para ele na plataforma. O otimismo das primeiras correspondências não perdurou.

Eu já não sei se vou encontrar uma companheira aqui, porque o entendimento é difícil, explicar para a outra pessoa como você se sente, o que você pensa, flertar em inglês, para mim, também não é tão fácil, e eu tenho para mim que as diferenças entre as praias do Rio [de Janeiro] e a Bavária [local de seu vilarejo] são gigantes. Mas vou me deixar surpreender ainda, senão vou me despedir daqui, que já não quero pagar todo mês.

O entendimento foi a questão que mais me levantaram. *Eu mesmo percebi que é difícil. O outro idioma e a distância. Muitos homens querem uma mulher do Brasil*, relata-me Johannes_40. Mesmo assim, continua na procura. *Estou na busca por uma latina. Esse é meu maior desejo. Essas mulheres têm para mim o melhor carisma [Ausstrahlung] e temperamento [Temperament⁵⁸]*. Johannes diz ter muita vontade de conhecer o Brasil. Diz não fazer a viagem por não dominar o inglês. O problema do idioma também é relatado por Stephan_39. No entanto, afirma conversar com elas

⁵⁸ *Ausstrahlung* e *Temperament* foram palavras comumente usadas nos elogios às brasileiras. São, entretanto, de difícil tradução. *Ausstrahlung* remete a uma qualidade de emanar um magnetismo pessoal, que talvez ‘carisma’ não comporte. *Temperament* refere-se a um jeito de ser dinâmico e cheio de vida.

sobre tudo. *Sobre todos os temas. Parece que tem uma que vai vir em abril por três meses.*

Quando os perguntei há quanto tempo tinham o perfil na plataforma, surpreendeu-me que alguns o mantinham há vários anos. Wolff_47 entrou na plataforma pela primeira vez há oito anos. *Desse tempo, deixei o site por seis anos quando encontrei uma pessoa. Agora estou de volta porque me separei.* Felix_44 tinha voltado ao Brazilcupid há apenas duas semanas, quando começamos a nos corresponder. A primeira vez em que estive lá tinha sido há quatro anos. Como Wolff, nesse meio tempo também estive em um relacionamento.

Joseph_53 e Rainer_50 disseram ter entrado na plataforma para praticarem português. *Talvez possa também conhecer algumas mulheres simpáticas*, diz Joseph. Ambos preferiram se corresponder comigo em alemão.

Leopold_44, como outros membros não pagantes da plataforma, tinha uma atuação vitrine. Podia navegar pelos perfis, demonstrar interesse e criar listas de favoritas. Leopold afirma ter entrado na plataforma por não ter tido sorte em seus relacionamentos anteriores com mulheres alemãs. *Já que o Brasil e as pessoas me agradam, ainda que eu nunca tenha estado lá, e também me agrada o carisma [Ausstrahlung] das mulheres, eu procuro encontrar minha sorte aqui*, me conta.

Enquanto nos correspondíamos, Wolfgang_52 esteve em Santa Catarina e me contou sobre um encontro com uma membra da plataforma.

Encontrei já uma dama. Mulher muito interessante, falava quatro idiomas, jornalista, incrível conhecimento geral, 43 anos e já tinha morado em alguns países. Realmente simpática, mas ela mentiu um pouco nas fotos. Ela era muito gorda, ainda não tinha visto algo assim.

Não pareceu, entretanto, perder o otimismo. Wolfgang tem seu perfil na plataforma há três anos. *Acho que é possível encontrar alguém que combine com você*, escreve.

Tillmann_37 e Felix_44 dizem flertar com a possibilidade de se mudarem para o Brasil. *Nesse caso seria vantajoso ter uma companheira brasileira*, afirma o último. Tillmann está estudando português e fazendo seu bacharelado em Silvicultura. Tem interesses por matérias-primas renováveis. Afirma, por isso, ser

para ele o Brasil um destino interessante. *Sozinho, de qualquer forma, eu não quero viver.*

Narrativas tropicais

Um número dos homens com quem me correspondi tinha tido experiências de viagem ao Brasil e/ou outros países da América Latina.

Eu gosto dessa despreocupação [Unbekümmerheit] – ok, isso falta um pouco em nós alemães, e a alegria de viver [Lebenslust], a música, sim, apesar de eu não saber dançar, e simplesmente a aura [Flair] das cidades antigas. Pela noite tomar um café na Plaza de Armas, ou um sorvete, e observar as pessoas. Te escrevo amanhã de novo. Jürgen_56

Jürgen_56 esteve pela primeira vez na América Latina aos 28 anos. “Eu não tinha nenhuma ideia do país ou das pessoas. Tinha planejado uma viagem de três semanas pela Califórnia. Aí eu percebi que o dinheiro ficou curto. Conheci uma pessoa que me falou que o México era legal”.

Do outro lado da fronteira, eu, sem nenhum conhecimento de espanhol, subi no trem para Guadalajara. Lá [no trem], um mexicano me abordou umas duas horas depois, me perguntando por que eu não estava comprando o sorvete que as mulheres estavam vendendo, se eu não gostava de sorvete mexicano. Falei para ele que eu não falava espanhol. A viagem de trem durou 30 horas e o Juan, que estava viajando com sua mãe, me contou das pessoas. Ele comprava sempre alguma comida que estava sendo oferecida, me explicava o que era cada comida, e nós ficamos amigos. Fomos depois juntos para a Cidade do México. Lá, encontramos uma antiga colega de trabalho dele e ficamos na casa dela. A família dela me levou para ver Tehuacán e, depois, para comer, ou para sair nos barzinhos do lugar. Sim, mesmo incrível a hospitalidade, principalmente se você era abordado como gringo. Eu dizia ‘gringo não, alemán’. Oh, então as pessoas cuidavam de você e você era convidado para as coisas.

Wolfgang_52 costuma passar alguns meses do ano no interior de Santa Catarina, onde tem um sítio. Suas narrativas sobre as primeiras experiências no lugar estão marcadas por tons de afetividade.

Eu me lembro do primeiro dia no sítio, há 22 anos, quando eu decidi comprá-lo. Nós caminhávamos até o topo da montanha, onde pastavam as vacas, e quando atingimos o topo nos sobrevoou em ritmo elevado uma grande borboleta azul... Isso sem contar a absolutamente maravilhosa vista das centenas de verdes colinas.

Tais narrativas tropicais estão sendo produzidas a partir [de] e contra seus próprios contextos correntes. Nesse sentido, pensar como a nostalgia atravessa seus discursos pode ser ferramenta de análise relevante. Aqui, entendo nostalgia como:

a 'longing for what is lacking in a changed present... a yearning for what is now unattainable, simply because of the irreversibility of time' (Pickering ad Keightley 2006: 920), is a central notion that permeates present-day discourses and practices. Theorists see in it a distinctive attitude towards the past inherent to contemporary culture, 'a reaction against the irreversible' (Jankélévitch 1988: 299) to be found everywhere and now often commodified, the result of 'a new phase of accelerated, nostalgia-producing globalization' (Robertson, 1992: 158) (ANGÉ; BERLINER, 2014)

Rainer_50 trabalhou por alguns anos, bem no início dos anos 2000, no interior de São Paulo. *Foi um tempo muito bom, me diz. Depois do trabalho [poder] fazer um churrasco ou tomar uma cerveja. Conheci muitas pessoas.*

Felix_44 conta-me empolgado de sua viagem a *Sampa* em 2008, quando primeiro visitou o país a negócios. Levado para passear por um amigo de um amigo, diz ter achado as pessoas muito abertas e hospitaleiras. Tal abertura é relatada em relação à contrapartida alemã. *A vida no Brasil é mais livre, você conhece as pessoas com mais facilidade. Os alemães são mais fechados, menos sociáveis. Os brasileiros são mais espontâneos. Os alemães planejam mais, até mesmo sua vida cotidiana*, diz Gerhardt_55, que esteve no Brasil pela primeira vez em 2001.

Suas narrativas estavam atravessadas por uma exaltação a um “aproveitar a vida”, arte supostamente dominada por brasileiros (e latino-americanos). *As pessoas no Brasil são mais serenas [gelassener], não se estressam tanto e aproveitam bastante tempo com as coisas boas da vida. Tudo com calma. Nada dessa correria [Hektik] como na Europa*, compara Rainer_50.

Michael_55 esteve pela primeira vez no país em 1994, tinha 34 anos.

Eu era solteiro e tinha um bom salário. Em 1993 eu terminei de reformar a casa do meu avô. Eu vivi lá por um ano com mais dois outros caras [...]. Eu não me sentia bem nessa casa, também não gostava da minha vida segura de tanta rotina. Então eu decidi passar férias no Brasil⁵⁹.

Para Joseph_53, o país também significava a possibilidade de aventuras. Esteve no Brasil pela primeira vez em 1990. *O país exercia sobre mim uma forte atração desde meus dias de menino. Naquela época, o Brasil era um país absolutamente exótico e aventureiro [abenteuerlich] para onde eu um dia gostaria de viajar*, me conta.

Wolfgang_52 também fala de suas primeiras experiências no país em tom nostálgico. *E naquela época não existiam celulares nem séries de televisão cafonas. Em outras palavras, o mundo ainda estava em ordem. Era um outro mundo*. Reassegure-me, entretanto, que apesar do *desenvolvimento maluco* do Brasil nos últimos 22 anos, as coisas no interior de Santa Catarina ainda estão bem. *É ainda bastante rural e nas suas cidadezinhas pode-se encontrar tudo o que se precisa para viver*.

Durante parte de nossa correspondência, Wolfgang_52 encontrava-se em seu sítio em Santa Catarina. Alegria-se que seu velho Fusca já funciona novamente. Problemas o alemão está tendo com a internet. *Mas quando eu, do meu terraço, observo os pássaros e gozo da paz, eu posso sentir que o paraíso se encontra muito próximo daqui*.

Episódios de suas experiências passadas nos trópicos, em um número de casos em suas juventudes, parecem permanecer congeladas naquele tempo.

⁵⁹ Trecho original em português.

Os latino-americanos aproveitam o agora, a vida, e não são como nós que tentamos pensar no depois de amanhã, temos medo de como vamos poder pagar pelas coisas se acontecer alguma coisa. Eles aproveitam o momento e a vida.

Ok, eu sou autônomo e preciso lutar todos os dias para manter o meu negócio [...]. Mas o Juán, por exemplo, dizia ‘mas por que você pensa no amanhã? Vamos aproveitar por hoje’. Me falta um pouco disso.

Hoje falta a Jürgen_56, desconfio, o desprendimento característico de uma época em que era possível *subir no trem para Guadalajara, sem conhecimento prévio do país ou do idioma*. Como outros, tinha estado há anos na América Latina. Possivelmente entendem-se como homens cuja juventude ficou para trás, *já não sou mais juvenzinho [taufersch]*, e se veem com a urgência de escrever os próximos capítulos. Nesse novo enredo, já não querem estar sós. Talvez a percepção acerca de seu próprio envelhecimento os faça novamente revisitar esses episódios, que eles reconstroem marcados por felicidade, leveza. Talvez aí ainda tivessem a sensação de ter a vida toda pela frente. Com uma jovem brasileira, imagino, poderiam novamente bebericar esses momentos.

O que buscam em um relacionamento

Eu desejo um relacionamento, um amor com coração e alma! Não quero um caso! Uma parceria para o amor, grande paixão, beijos, mãos dadas, conversa, gestos, erotismo, sensualidade, [...] um só nós! *Proximidade*; não só espacial, mas também no espírito. Um com o outro conversar e calar, rir e chorar, poder se prender e se soltar. Hábitos amorosos, sem o sentimento de monotonia. Tempo, para conhecer o outro e sempre descobrir coisas novas. Uwe_57

De um relacionamento romântico eu espero *proximidade* corporal e emocional. Tem-se que sentir corporalmente e sentimentalmente atraídos pelo parceiro e vivenciar um sentimento de vazio quando o companheiro não está lá. Através de criatividade deve-se manter o romantismo depois dos primeiros meses de empolgação. Ao mesmo tempo, tem-se que internalizar que o parceiro não “pertence” a si, e que não se pode podá-lo. Felix_44

A proximidade requerida, corporal e emocional, parece ser elemento fundamental na “construção da relação amorosa” (BELELI, 2012). Nesse sentido, a parceria com a brasileira parece ser muito superior àquela que teriam com uma mulher alemã. Nesse campo de metáforas térmicas (MOUTINHO, 2004), a brasileira foi mais uma vez retratada através das adjetivações nessa dissertação já trabalhadas. Quando os inquiri a respeito dos motivos de buscarem especificamente mulheres brasileiras (ou latino-americanas, para alguns), as respostas eram produzidas em linhas bastante similares. *Eu gosto do carisma [Ausstrahlung] dessas mulheres, elas aproveitam mais a vida*, Leopold_44. *Essas mulheres têm para mim o melhor carisma [Ausstrahlung] e temperamento [Temperament]*, Johannes_40. *Eu também gosto muito da cor de pele que-lembra- caramelo das brasileiras*, Tillmann_37.

Desde que eu fui para o Brasil, curto muito as brasileiras. Quero muito encontrar uma. Brasileiras são muito diferentes das europeias. As europeias são muito frias [kalt]. No Brasil a família é muito importante. Sim, eu sei que não são todas assim. Pelo menos aquelas para as quais eu escrevo [são]. Estão, em todo caso, preparadas para aprender alemão. E podem se imaginar morando aqui.

A carreira delas não é tão importante. Sei que muitas brasileiras telefonam uma vez por dia para a mãe. Para dizer oi. Acho também que as brasileiras são fiéis, se tudo dá certo, só um homem, românticas, amorosas etc.

As mulheres alemãs olham primeiro as carreiras delas. Depois, talvez, a família. E fiéis elas não são. Elas usam o fim de semana para se divertir e jamais telefonam pra suas mães para dizer ‘oi’. Stephan_39

Eu busco uma brasileira porque acredito que as mulheres brasileiras sejam tipicamente mais calorosas [wärmer], mais afetuosas [herzlicher] e mais abertas do que as mulheres alemãs. Elas também parecem ser mais orientadas à família e mais religiosas. Felix_44

As descrições da brasileira como, ao mesmo tempo, tipicamente mais calorosa e afetuosa, e mais orientada às relações familiares e à religião⁶⁰, apontam para as idealizações de estrangeiros sobre o país, já tratadas por Thaddeus Gregory Blanchette e Ana Paul da Silva⁶¹ (BLANCHETTE E SILVA, 2010). Uma vez que o retrato da mulher brasileira era elaborado, via de regra, em oposição ao da mulher alemã, procurei saber como explicavam essas profundas diferenças entre essas mulheres. *É difícil dizer de onde vem a diferença entre as mulheres alemãs e brasileiras*, diz Feliz_44. Explica-me mesmo assim. *Na Alemanha o clima é, no geral, pior que no Brasil. É menos quente e menos claro. Por isso as pessoas são menos bem-humoradas*. Gerhart_55 observa a origem da diferença nas diferentes educações [Erziehung].

A diferença essencial é que as brasileiras são tão conscientes de si [selbstbewusst] quanto as mulheres alemãs, e também querem mostrar isso, mas sem parecerem arrogantes.

A diferença é assim tão expressiva porque a educação [Erziehung] é diferente. Damas alemãs são criadas para terem que realizar alguma coisa [etwas leisten zu müssen] – profissionalmente, por exemplo, e muitas

⁶⁰ Constava em 5 dos 15 perfis dos homens com quem me correspondi serem “religiosos”. As opções do site para a questão *religious values* eram: *very religious*, *religious* ou *not religious*. Infelizmente não coube ao escopo desse trabalho abordar esse tópico em detalhe. De qualquer forma, parece tratar-se de um ponto relevante. Felix_44 e Michael_55 tratam da religiosidade brasileira como um aspecto positivo, e o abordam como contraponto à sociedade alemã contemporânea: “No Brasil, a unidade da família parece ser mais pronunciada do que na Alemanha. Os brasileiros também parecem ser, em muitos casos, mais religiosos. Eu acho isso amável [sympatisch]”, coloca Felix_44. “E mais! Religião: na Alemanha há mais de 30 anos as pessoas já não se voltam às igrejas católica e luterana. A igreja hoje quase não tem um papel na Alemanha. Todo ano se fecha ao menos uma igreja em Bremen, porque quase não vão pessoas para elas. Quando, no Brasil, as pessoas saem da igreja católica, eles vão para outras igrejas – existem tantas pequenas igrejas no Brasil, isso é inacreditável! Eu acho interessante, mesmo em Brasília, e desde o Lula, com os socialistas no governo. Apesar disso, eu acho que o Lula e a Dilma rezam em segredo.... psssst, não conte para ninguém!”, brinca Michael_55.

⁶¹ Que brasileiros e brasileiras seriam dotados de sexualidade ‘natural’ acentuada, que as relações sociais e papel da mulher na família seriam típicas de outro tempo, e que o lugar de origem seria um espaço socioeconômico que não proveria adequadamente a seus habitantes. Voltarei à última idealização mais adiante (BLANCHETTE; SILVA: 2010).

sofrem com isso, ficam inseguras e agem de forma arrogante. *As brasileiras conhecem seu valor* e cuidam dele, tanto física quanto mentalmente. Elas não se deixam pressionar pela realidade da sociedade como as alemãs. Elas cedem [nachgeben] a certas “pressões” sociais também, mas gostam disso (ênfase minha).

As brasileiras conhecem seu valor. Gostam de ceder a algumas pressões sociais. Diferentemente da alemã, que sofre por ter que *realizar alguma coisa* e acaba tornando-se insegura e agindo de forma arrogante. Gerhardt₅₅ apresenta de forma bastante clara o que acredito ser o espírito geral que rege as colocações de parte dos homens com quem conversei. A brasileira conhece seu valor porque conhece seu lugar.

Tal lugar reservado por esses homens alemães às mulheres brasileiras de cor de pele *que-lembra-caramelo* é, em um importante aspecto, dissimilar àquele que a historiografia brasileira reservou para a mulata, símbolo nacional, em seu envolvimento com o homem branco de origem portuguesa.

Enfatizo os elementos atribuídos ao ‘branco miscigenador’, porque seu principal par – a ‘mulata’ – aparece sob basicamente o mesmo registro em todos os autores: o erotismo. Algo ora concebido como positivo ora de maneira negativa (MOUTINHO, 2003: 55)

Marcada pelo erotismo, a mulata, entretanto, não era desejada na esfera formal dos relacionamentos afetivo-sexuais. Por extensão, tampouco poderia ser entendida como voltada ao lar ou às relações familiares.

Interessantemente, uma brasileira também marcada pelo erotismo está sendo demandada no mercado matrimonial internacional.

Duas temporalidades estão em questão nessa resolução da contradição moral entre a “garota de programa” e a “moça de família”, ou entre a “mulher amante” e a “mulher do lar” (BLANCHETTE, 2010; MELO ROSA, 2000). Uma remete a um tempo pré-civilização de uma promiscuidade primitiva, e a outra, a um tempo mais recente, marcado por relações sociais mais tradicionais e papéis “complementares” de gênero e de uma divisão sexual do trabalho à la anos 50 (CONSTABLE, 2003). O

casamento das *proximidades corporal e emocional*, e das qualidades de uma mulher que não *olhe primeiro para a sua carreira*, não poderia ser selado com a parceria com uma conterrânea de meus colaboradores, de acordo com eles mesmos⁶². Como bem colocou Felicity Schaeffer-Grabiel,

Os homens [seus interlocutores estadunidenses buscando esposas mexicanas] também idealizam o amor como fora do tempo e espaço racionais: eles devem olhar para fora dos limites da nação, para fora dos limites do capitalismo, para encontrar o ‘amor verdadeiro’ (2004: 40)⁶³.

Parece-me significativo que, ao mesmo tempo em que procuram o ‘amor verdadeiro’ fora dos limites da nação contemporânea e fora do capitalismo, louvando um modo de vida mais ‘simples’ nos trópicos, expressam contradição ao lidarem com as dinâmicas do estabelecimento desses relacionamentos em tais plataformas. *Procuro uma mulher interessada, e não interesseira*, coloca Dieter_56 em seu perfil. Para Stephan_39, que prefere que as mulheres vão até a Alemanha para o primeiro encontro cara-a-cara, algumas perguntas são importantes de serem feitas:

É melhor que as damas venham para a Alemanha para [a gente] se conhecer. Se elas podem, podem ficar três meses sem visto. É o suficiente para conhecer. E descobrir diferentes coisas [sobre o outro]. Com três meses tem que descobrir diferentes coisas. O que você quer? Só dinheiro?

⁶² Wolff_47, Gerhardt_55 e Wolfgang_52 namoraram mulheres brasileiras no passado. Descreveram a típica mulher brasileira e seus modos da forma como no texto apresento. Para suas ex-namoradas reservaram retratos outros. *Ela recebeu tudo de mim e, como forma de me agradecer, me traiu*, conta Wolff_47. *Ela era, infelizmente, doentiamente ciumenta, [o que era] completamente infundado. Nesses dois anos estive no céu e no inferno*, relata Wolfgang_52. Gerhardt_55 descreve seu relacionamento como afetuoso e cheio de ciúme. *Típico de mulheres brasileiras*, completa. Quando o perguntei os motivos de a relação ter chegado ao fim, me disse que era por ele *não gostar de mentiras*, ou de *promessas falsas*. Perguntei sobre o ciúme. *São históricas. Só porque eu paguei a conta para a garçoneite. E muitas coisas mais. Não quero explicar tudo*. Mesmo com as más experiências, como apontado no capítulo anterior, seguem reproduzindo o “mito” da mulher brasileira.

⁶³ Tradução minha.

Você é séria? Ou você só quer morar na Europa e ter uma vida melhor? Esses são os pontos mais importantes para descobrir.

A última vez em que entrei no perfil de Jürgen_56, antes de ele deixar a plataforma, lia-se *Can't send money to everyone in Brazil, sorry*. Conta-me da ocasião em que enviou cinquenta euros para uma brasileira com quem estava em correspondência. Ela disse que precisava pagar seu IPVA. Algumas semanas depois, ele me conta que ela pediu mais 350 euros para quitar a mensalidade da faculdade. *Eu hesitei. Expliquei que entendia a situação dela, mas que eu não podia salvar a economia brasileira! Aí ela ficou puta, disse que achava que eu queria que a gente ficasse junto, que ela não ia poder terminar a faculdade. Ok, foi o fim. Uma pena, mas ok.* Continua:

Eu procuro uma mulher que me ame, talvez também porque ela esteja atrás de segurança. Eu entendo que, nesses tempos, na situação econômica atual do Brasil, cada um tem que lutar pelo pão de cada dia para poder ter um futuro melhor para si e para a família.

Homens queriam mulheres que os amassem. Da forma como são. Alguns narraram com suspeição aquelas que estariam *apenas* atrás de dinheiro. Por outro lado, e bastante interessantemente, também entendiam que o que tinham a oferecer a elas era da ordem do econômico - segurança. Segurança me foi narrada como sendo a estabilidade financeira parte fundamental dela. Argumento aqui que suas noções sobre segurança, assim como aquelas dos participantes do programa de televisão trabalhado no capítulo anterior, estão muito relacionadas a uma estabilidade financeira, algo que eles acreditam que podem oferecer às damas por conta também de seus pertencimentos nacionais.

Toda mulher tem o direito de querer fazer algo com sua vida, e se o que ela quiser for se mudar para um país novo, [por conta de] seus desejos por uma vida mais segura, por um companheiro que não a veja apenas como objeto sexual [...], [pela] liberdade de viajar, de ter um trabalho e ganhar dinheiro pra viver, eu acho que isso é para muitas um objetivo que vale a pena.

[...] Esses homens dos sonhos [Traummänner] alemães já estiveram também várias vezes na Europa Oriental e lá encontram mulheres com nível e formação, como trabalhadoras autônomas ou médicas, professoras, advogadas [...]. Elas simplesmente veem que, no seu ambiente, no seu país de origem, já não podem seguir adiante e querem mudar – apesar de não ser fácil para elas deixar seus países. Jürgen_56

Ao mesmo tempo em que eles, e seu estado nacional por extensão, podem proporcionar às mulheres mais segurança, falam com bastante empolgação a respeito de uma vida *mais simples* que eles localizam no Brasil. Relacionado *ao aproveitar a vida, ou viver a vida de forma leve e aproveitar o agora*, uma atração pelo apelo à simplicidade também é observável em suas falas. Felix_44 acha que *a vida na Alemanha não é melhor do que no Brasil*. Explica:

É comprovado que riqueza não necessariamente traz felicidade. As pessoas na Alemanha são, na média, mais abastadas que no Brasil, nem por isso são mais contentes [zufriedener] ou mais felizes. No Brasil, a unidade da família parece ser mais pronunciada do que na Alemanha. Os brasileiros também parecem ser em muitos casos mais religiosos. Eu acho isso amável [sympatisch]. Muitos brasileiros acreditam que na Alemanha tudo é melhor do que em seu país. Na minha opinião isso não está correto. Logo que as empresas alemãs começarem a exportar menos, a economia piorar e o desemprego aumentar, a Alemanha terá muitos problemas.

Um certo pessimismo em relação à sociedade alemã deve ser também levado em consideração, no que diz respeito às exaltações de uma certa modéstia nos costumes brasileiros.

No Brasil existe uma lei: se sua firma não dá para a rua – e, sim, fica em um terreno - ela não é uma firma oficial, e por conta disso não precisa pagar impostos. Com isso muitas famílias podem produzir coisas para vender, por exemplo, salgados. Eu amo essa lei!!

Na minha opinião é essa diversidade, que permite que o Brasil sobreviva uma crise, ou uma grande crise como agora. Michael_55

Wolfgang_52 procura visitar Santa Catarina todos os anos, durante o inverno Europeu. *É muito bom poder viver nos dois países e de cada um deles aproveitar o que*

existe de bom. Felix_44 tem também planos de se mudar, pelo menos durante parte do ano, para o Brasil.

Frequentemente acontece de mulheres brasileiras viverem com seus maridos na Alemanha e deixarem suas famílias. Com isso elas sentem falta do calor [Wärme] de seu país – tanto humano quanto climático. À minha futura esposa brasileira eu posso oferecer ‘o melhor dos dois mundos’: de um lado, confiança e respeito, e de outro, ela não precisaria deixar a sua pátria, uma vez que eu consigo me imaginar passando muito tempo no Brasil. Isso também inclui uma certa segurança financeira, que permite uma vida confortável. Além disso, sou bem-humorado, aberto para coisas novas e também, certamente, não sou iletrado.

Ao oferecer o melhor dos dois mundos e ao localizar a confiança e o respeito do lado europeu, Felix_44, como seus conterrâneos com quem na plataforma conversei, não põem em questão o fato de ser o pertencimento a um desses mundos o que permite o gozo de ambos. A exaltação a uma vida simples e a relativização da riqueza no contexto de origem - *é comprovado que riqueza não traz felicidade* - podem ser maneiras de explicar, através de uma lógica de complementaridade, uma diferença que é hierárquica.

Vale acrescentar que tal simplicidade também costuma ser localizada na mulher brasileira. Gerhardt_55 diz ter sido seu relacionamento com uma gaúcha que conheceu em São Paulo, em 2001, muito harmônico. *Eu podia facilmente reconhecer suas necessidades e desejos*, me conta. *Elas [as brasileiras] têm suas maneiras típicas. Que se repetem. Não são tão difíceis. São mais básicas. As mulheres alemãs “precisam” [de] e preferem coisas sem importância.*

Meus interesses genuínos

Juliana [ex-mulher brasileira] e eu gostávamos de assistir a *Traumfrau gesucht* juntos. Nós morríamos de rir com os homens alemães. Eles ainda acham que, como são do primeiro mundo, podem conseguir as mulheres só com uma caixinha de Ferrero Rocher! Muito embaraçoso!

Michael_55

Eu conheço o programa e, no começo, era engraçado. É, no entanto, também vergonhoso. O que vão pensar as mulheres estrangeiras dos homens alemães se o suposto agente de viagem Walther se comporta daquele jeito e aquele desempregado gordo [referindo-se a Elvis] só fica atrás das Topmodels?

Jürgen_56

Se você fosse a Neide, minha conhecida de Bremen, você me mostraria as fotos das suas tias separadas ou viúvas. A Neide fazia isso com os homens alemães. Ela era como uma mini-agência de casamento. Era sempre muito engraçado os homens que, de repente, apareciam na casa de Neide. Eles chegavam a comprar as passagens para as mulheres virem para cá do Rio de Janeiro. A situação era parecida com a de *Traumfrau gesucht*. Mas aqui a Neide garantia que os homens se comportassem. A maioria das mulheres voltava, entretanto, ao Rio. Os homens eram mesmo muito bestas!

Michael_55

Costumava perguntar aos homens se já tinham assistido ao Doku-Soap *Traumfrau gesucht*, trabalhado no capítulo anterior. Aqueles que me responderam positivamente achavam o programa divertido e embaraçoso. Nenhum me disse enxergar a si em personagens como Walther e Elvis. Seus discursos e narrativas são, de qualquer forma, similares.

Localizava-se para além de si o ingênuo, o machista, o “turista sexual”. *Amanhã eu te respondo melhor, só uma coisa eu queria já te dizer: não, eu nunca tive contato sexual com mulheres da América Latina ou do Sul*, faz questão de me escrever Jürgen_56, quando lhe pergunto sobre relacionamentos passados com mulheres dessa parte do mundo. Diz que muitos homens *alemães que ficam passeando aqui no site gostariam de pescar uma brasileira atraente como troféu*.

Uma esposa-troféu eu poderia descrever como uma mulher bonita do Brasil, por exemplo, que se deixou trazer para cá por um alemão. Ele estava de viagem no Brasil, ela gostou dele porque ele cuidou dela, convidou-a [para fazer coisas], deu presentes e posou de alemão rico. Mas na Alemanha, agora, é diferente. Ele está orgulhoso de sua bonita de pele escura e exhibe ela para os camaradas, mas agora é vida normal de novo e o tempo dos presentes e da diversão [Lockerheit] acabou.

Jürgen_56 me dá como exemplo a história sem final feliz de seu amigo Ingo, *que com 40 anos era ainda solteiro.*

Um camarada bacana, mas baixinho, que ainda morava com a mãe. Aqui não se interessava nenhuma mulher bonita por ele, mas no Rio [de Janeiro] ele pegou essa menina de 21 anos [...] e convidou ela para a Alemanha, pagou a passagem, e acomodou a menina na casa da mãe, num vilarejo de 600 habitantes, onde ninguém fala inglês nem português [...] e ela passa o dia sentada no apartamento até o Ingo voltar do trabalho [...] de noite vão pelos bares para passear, para mostrar ela para os camaradas e para de noite ter alguém na cama. Resultado: depois de ela voltar, pediu várias vezes dinheiro para ele [...] e também quando ela ficou grávida, para fazer um aborto, ele pagou 700 euros, depois, de novo, o aluguel, depois duas vezes as mensalidades do curso, agora está tudo acabado.

Jürgen_56 localiza no outro o alemão ingênuo da esposa-troféu. Repetiu um número de vezes estar procurando apenas *mulheres de uma certa idade*. Michael_55 conta que raramente teve sorte com os homens alemães que conheceu no Brasil. Falou com desdém dos “turistas sexuais” que conheceu na Bahia, em 1996.

Eles estavam, de repente, no mesmo bar que eu. Eu morava em Itapuã, longe do centro. Depois de um mês chegavam mais e mais alemães, e homens de outros países. [...] Deve ter corrido o boato na Europa de que em Itapuã se encontravam as prostitutas top. Eu mantinha minhas conversas com esses homens a um mínimo, e no fim do meu curso deixei a Bahia. Desde então eu já não tive mais relações com homens alemães no Brasil. Em Minas, de qualquer forma, não tinham muitos.

Eles procuravam elaborar suas narrativas de uma forma que ficassem claras para mim suas puras intenções e sua moralidade. Para tanto, costumavam localizar em outros alemães as expectativas ingênuas e os desejos perversos que os faziam procurar companheiras brasileiras. Aproximavam-se, entretanto, do estereótipo do homem alemão quando lhes convinha uma distância do espectro do homem machista brasileiro. *Ouvi já de mulheres brasileiras que elas preferem homens alemães, porque eles são respeitosos, fiéis [treu] e honestos [ehrlich]. Supostamente*

muitos homens brasileiros não têm essas características, diz Felix_44. Já ouvi de mulheres brasileiras que os homens brasileiros só querem sexo e depois vão embora. E não querem família. Daí muitas mulheres querem um homem da Europa, explica Stephan_39.

Considerações finais

Poderíamos também perguntar se, na insistência com que os turistas mencionam que os alemães “não sabem mais sorrir”, não se poderia ver também um modo de avaliar a situação com um certo ranço “evolucionista”. Segundo essa avaliação, o Brasil vive hoje um período passado da Alemanha, onde havia tempo e lugar para o riso. Portanto, a frase “No meu país as pessoas não sabem mais sorrir” denota uma noção de atraso: o Brasil lembra-lhes um período de seu passado. Na imagem do brasileiro que “sabe sorrir”, apesar das dificuldades em que vive, passa a noção do “bom selvagem”, mencionada pelos evolucionistas, e a do “homem cordial”, que Sérgio Buarque de Holanda (1979) tão bem caracterizou no seu livro *Raízes do Brasil* (LEHMANN-CARPZOV, 1994: 143).

Ana Rosa Lehmann-Carpzov (1994) entrevistou turistas alemães homens no Recife no início da década de 1990. Para essa autora, a construção das imagens de gente “alegre” e “descontraída” que os alemães fazem dos brasileiros, em contraposição a suas autoimagens, retrata um aspecto importante da “forma de ser do alemão” em seu país de origem: formal, distante e sério.

Este parece ser um ponto bastante relevante para considerar a ambição de homens alemães estabelecerem relacionamentos afetivo-sexuais “sérios” com mulheres brasileiras.

Como já mencionado na introdução deste trabalho, David Glowsky (2007) foi buscar a razão de homens alemães estarem se casando com mulheres de “países economicamente mais fracos”. Para esse autor, nos estudos existentes sobre *marriage migration*, os motivos masculinos mal são levados em consideração, ou são

tratados como secundários, sendo os homens descritos como sujeitos não atraentes, com um pronunciado *underclass habitus* e déficits psicológicos, que se casariam com uma mulher obediente para compensar seu complexo de inferioridade. Tal imagem genérica sobre o homem do chamado “primeiro mundo” buscando esposas estrangeiras já havia sido criticada e complexificada em trabalhos nas últimas décadas (CONSTABLE, 2003).

Glowsky (2007) faz uso dos dados de painéis socioeconômicos na Alemanha para comprovar que o homem alemão que se casa com mulheres estrangeiras de “países economicamente mais fracos” em nada difere, em relação a *status* social e aparência, do homem alemão que se casa com sua conterrânea. Para esse autor, a única razão que levaria um homem alemão a se casar “para fora” seria um “marriage squeeze”, que dificultaria a busca por companheiras alemãs entre homens com mais de 30 anos. Esse indivíduo, optando por se casar com uma mulher de um “país economicamente mais fraco”, contaria então com o “bônus” de aí poder encontrar uma parceira mais jovem e mais atraente do que encontraria na Alemanha.

Concordando com as críticas a respeito da imagem genérica que paira sobre o procurador-de-esposa-estrangeira, acredito que a solução encontrada por Glowsky tampouco parece poder explicar os contextos mais amplos que informam os desejos para o estabelecimento de romances e relacionamentos desse tipo. Como já levantado por Laura Moutinho (2004), a chamada “síndrome utilitarista” pode estar ocultando razões de outro gênero.

Abri esse capítulo trazendo alguns dados sobre a plataforma Brazilcupid, cuja companhia mãe, *Cupid Media*, opera um grande número de *dating sites* especializados, muitos deles visando à união de homens de “*background* ocidentais” a mulheres de outros países. Apresentei à/ao leitor/a alguns dados gerais sobre o perfil médio do homem alemão buscando companheiras brasileiras nessa plataforma e discuti alguns tópicos de minha correspondência com quinze deles.

Tanto a mulher brasileira quanto o Brasil foram retratados em patente oposição à mulher alemã e a Alemanha. Nessas correspondências, eles levantaram os altos e baixos do namoro na internet, disseram estar buscando relacionamentos com proximidade corporal e emocional. Para eles, seus ideais de relacionamento não podem ser alcançados em seus contextos locais. Muitos tinham já estado no Brasil e/ou América Latina e tinham impressões na linha das já trazidas por Lehmann-

Crapzov, cujo excerto abre esse tópico. Entendem a mulher brasileira como mais afetuosa e mais voltada à família e compreendem o Brasil como um país economicamente menos estável, de relações sociais não modernas. As relações que no Brasil se dão e suas mulheres eles explicaram, por vezes, em relação ao clima/natureza e à educação, ambos muito dissimilares da Alemanha. Informados por essas noções, acreditam ser capazes de propiciar às mulheres brasileiras segurança e confiança.

Nossas correspondências eram às vezes marcadas por tons de nostalgia e solidão. Diferentemente daquilo que comumente ouvi entre alemães sobre o estereótipo do homem que busca esposas estrangeiras, os colaboradores de meu trabalho não me pareceram sujeitos socialmente inaptos e, pelas fotos de seus perfis, não se poderia dizer que eram sujeitos não atraentes.

Parecem-me, entretanto, homens descontentes com sua realidade local. Retornando à troca de mensagens, não pude furtar-me de perceber que a insatisfação com o seu Estado e sociedade era amplamente observável. *A vida no Brasil é mais livre*, coloca Gerhardt_55. Uma das razões que faz com que Wolff_47 considere se mudar para um país mais quente é *a falta de liberdade na Alemanha. Tudo é fixado/prescrito pelo Estado*, critica. Felix_44 coloca: “A União Europeia também não funciona e pior ainda é o euro. Ao contrário do Brasil, a Alemanha está muito mais próxima do epicentro das crises na Ásia e África. O perigo do terrorismo, assim como o perigo pelos muçulmanos radicais, é muito maior na Alemanha”. Tillmann_37 se mostra preocupado: “A crise dos refugiados e a considerável falta de habilidade do governo, que caminha de mãos dadas com o espectro político da esquerda (sociais-democratas, socialistas, comunistas), de reconhecível tendência fascista, me causam grande preocupação”.

Tais comentários de cunho conservador aliados às suas ideias acerca de como devem ser os papéis de gênero dentro de um relacionamento, suas noções sobre a mulher brasileira e sobre aquilo que poderiam a ela oferecer são, acredito, termômetros mais precisos que colaboram para informar o desejo de se casarem com uma mulher brasileira.

Capítulo 4 - “Como tá o alemão?”: experiências de mulheres brasileiras casadas com alemães vivendo em Berlim

Foi uma história complicada. Não é nem complicada, é interessante. Eu trabalhava numa empresa. Eu trabalhei seis anos lá. Empresa de microcrédito, dava empréstimo pra pequenos comerciantes.

[...] Aí vieram dois consultores. Ver como era o nosso trabalho pra dizer o que é que estava ruim e estava bom. E era uma consultoria gratuita de uma empresa alemã. Veio um austríaco e um alemão. E eles passavam o dia inteiro comigo! Eu levei eles pra andar de trem velho, de mototaxi, eu fiz eles fazerem tudo o que eu faço no dia, mas eu fiz eles fazerem num dia só! Pra eles verem a dificuldade, né? Andar de mototaxi pra visitar cliente, andar de trem velho – era caído aos pedaços. [...] Aí eu fiquei, ‘ah que legal. Eles são tão legais. Acho que eu quero um relacionamento com um estrangeiro’. Aí eu procurei na internet. Fiz uma busca no Google ‘relacionamento com estrangeiro’. Aí saiu esse *site* [Brazilcupid.com]. Aí eu me cadastrei. Acho que fiquei lá uns 6 meses. Só que... [baixando a voz] eu comecei namorando um irlandês. Nesses três meses ele foi me visitar no Brasil, foi conhecer minha família. Aí acho que uma semana depois que ele foi [embora] eu conheci Holger. Pensei: ‘pobre do irlandês’.

Tina, 28 anos.

Como tá o alemão?, perguntavam umas às outras. Sorriam, entendendo a piada. *O marido tá bem, já a língua...* As dificuldades em relação ao idioma acometiam a todas. Era um tema muitíssimo corrente e via de regra tratado como extremamente frustrante. Manipular o difícil idioma com autonomia, significava ser capaz de resolver questões bastante básicas do dia a dia, mas que demandavam grandes habilidades com o alemão. *Me senti adolescente emancipada*, brinca Natália, 37 anos, contando para as outras de sua primeira visita sozinha à ginecologista.

Tina, 28 anos, conta que ficou dois meses sem sair de casa, quando primeiro foi passar um tempo na Alemanha com seu futuro marido, Holger, 44, que ela tinha conhecido na internet. *Ele perguntava, tu saiu de casa hoje? E eu mentia... dizia que*

tinha saído. Mas eu tinha medo de me perder [...]. Eu não entendia o mapa. Eu olhava assim: 'que diabo é isso?'.

Ainda que visitando cursos e progredindo nos estágios do idioma, a não completa dominação da língua as privava de um convívio social mais amplo com as pessoas locais. *Vou não. Pra ficar com cara de tacho?*, disse Tina sobre a recusa de um convite do marido para sair com os amigos dele. Melhorias mais consistentes narraram aquelas que já estão no mercado de trabalho e as que falam alemão em casa. *Meu alemão melhorou cinquenta por cento desde que eu comecei a trabalhar*, me contou Karina, 26 anos, depiladora de um salão de *brazilian wax* há quatro meses. Sobre falar alemão em casa, Tina me diz que *isso é perfeito. Eu faço cara feia, mas eu sei que é bom. E, às vezes, eu..., é muito engraçado. Às vezes a gente tem conversa eu falando em português e ele em alemão. Aí ele fala 'deeeutsch' [alemmããã] e eu falo 'cala a booooca'!*

A habilidade de falar inglês, ausente na maioria dos casos, era tratada como uma faca de dois gumes. Por um lado, poderia facilitar bastante a comunicação logo na chegada ao país. Por outro, poderia servir de muleta para a não prática do alemão, entendido como mais difícil. Reclamavam bastante de professores de alemão que se voltavam ao inglês durante as aulas para explicar tópicos que os alunos não tinham entendido. Sobre o primeiro curso que visitou, Manuela, 25 anos, que não dominava a língua, conta: *aí ele começava, explicava pra todo mundo em inglês. Não tá certo. Ele tem que dar um jeito, fazer mímica, virar de cabeça pra baixo, no último caso falar inglês. Mas não, falava duas vezes, e já falava em inglês.*

Muitas contam que passaram os primeiros anos na Alemanha dependendo dos maridos para tudo, inclusive financeiramente. Manuela, 25 anos, diz ser *horrível* a sua situação de dependência financeira. Está em Berlim há um ano, e só agora lhe é permitido trabalhar meio período. *Thais, você não sabe como é difícil. Eu trabalho desde os 15 anos. Aí de repente eu tô aqui e o Peter me dá uma... a gente chama brincando de 'pensão'!* Manuela conheceu Peter, 32, no aplicativo de relacionamentos *Tinder* no Rio de Janeiro. Peter estava realizando um estágio na cidade. Manuela é do interior da Bahia e se mudou para o Rio sozinha aos 15 anos. Trabalhou como babá, depois em um café e finalmente como vendedora e gerente de uma loja de moda feminina na zona oeste carioca. *Quando eu virei gerente [...] aí comprei a casa. Pelo menos investi em alguma coisa! Eu já tinha reformado a casa,*

comprei a casa da minha tia. Aí foi vindo todo mundo. Refere-se a sua mãe e seus três irmãos, que seguem morando no Rio de Janeiro.

Mariângela, 33 anos, está na Alemanha há quatro anos e meio. Se diz já mais acostumada. *Eu sei que eu cometo erros gramaticais, mas eu consigo me virar.* Ela é uma das depiladoras do salão brasileiro. Suas amigas a chamam de *alemôa* por estar bem adaptada e aderindo a alguns costumes. Ela diz que a adaptação foi mais fácil, pois ela morou com o marido alemão no Brasil, em Blumenau, onde o conheceu, antes de mudarem-se para a Alemanha. *Ele é mais tolerante com os costumes da gente,* ela fala.

Muitas das que não estão trabalhando, narram rotinas um pouco frustrantes durante o dia. *A gente tem que inventar o que fazer,* diz Talita, 28 anos, há 2 em Berlim.

Tina era a maior articuladora da rede de mulheres brasileiras que pude acessar.

Eu acho legal porque eu sei que muitas que estão aqui não trabalham ainda. Não falam ainda alemão. Porque eu fico imaginado... coitadas... imagina essas mulheres, que não conhecem nada, que não falam a língua, que vão parar em *Dorf* [vilarejos]... às vezes quer fazer o curso, mas o marido não paga, aí fica lá na *Dorf*. Não tem carta de motorista, não fala alemão. Ficava lá enfiada. Tem que separar, né? Ou divórcio, ou loucura ou o quê? Então eu acho legal essa coisa do grupo. Porque muitas não falam alemão ainda. Não trabalham, não tem muita opção. Então se tiver alguém pra encontrar de vez em quando... A Daiane. A Daiane fala alemão muito bem. Mas sofre porque mora longe, entendeu? Porque ela mora na região de Brandemburgo [Estado que circunda Berlim] Porque não tem vizinho. Tina, 28 anos

Tina conheceu Daiane, 25 anos, *na época do Orkut.*

A gente tava naquela comunidade 'relacionamento com homem estrangeiro' [Confissões, casada com estrangeiro e vida no exterior], sabe? Você tá também... Eu queria ver. As meninas, ver o que elas faziam, como era no exterior, aí eu vi Daiane lá. Via as postagens dela. Eu não tinha nada pra fazer e ficava procurando essas coisas. Mesmo porque quando eu

cheguei [em Berlim] em 2012 eu ainda não conhecia ela direito, eu não sabia sair. Tinha medo de sair. Aí ela teve bebê. No ano seguinte que eu fui conhecer ela, o marido, o bebê. E depois que eu fui pro Brasil ela continuou me escrevendo. A gente meio que criou uma amizade *online*. Quando eu voltei [para Berlim] ela tinha acabado de conhecer a Flá. Tina, 28 anos

As discussões deste capítulo são fruto do material etnográfico que coletei entre os meses de novembro de 2015 e abril de 2016 em Berlim, Alemanha. As mulheres cujos relatos aqui se encontram fazem parte de dois grupos distintos. O primeiro, eu acessei através de postagens nos grupos do Facebook “Confissões...” e “Brasileiras em Berlim”. Em meu post, eu apresentava minha pesquisa em andamento, e perguntava por mulheres que tivessem interesse em dividir suas histórias comigo. Recebi um número de respostas nos dois grupos. Entre elas, Tina, 28, que me enviou uma mensagem privada me convidando para um evento que ela estava organizando em um café brasileiro, que aconteceria dentro de alguns dias. Tratava-se de um evento que objetivava reunir algumas mulheres brasileiras vivendo em Berlim. Em sua descrição, o evento era colocado como despretensioso: um encontro para trocar ideias, experiências e fazer novas amizades.

Mariela, 30, gosta dos encontros porque as mulheres vão entender pelo que ela passa. *Eu gosto muito daqui, mas às vezes eu só quero umas amigas para poder reclamar das coisas que eles [os maridos] não vão entender!*”. Disse estar se sentindo um pouco só, e por isso foi a um dos encontros organizados pelo grupo de brasileiras em Berlim do Facebook. *Meu plano para 2016 é fazer amigos*, ela diz.

Por volta de 20 mulheres compareceram ao evento, e com algumas delas eu já vinha trocando mensagens depois de minha postagem nas duas páginas do Facebook. Algumas delas já se conheciam entre si, outras, como eu, estavam se reunindo pela primeira vez. Quase a totalidade das mulheres presentes no encontro encontrava-se em relacionamentos com homens alemães. Desse encontro seguiu meu ingresso no grupo mais restrito de *whatsapp* de que hoje fazem parte 25 mulheres brasileiras vivendo em Berlim e na região. *A regra era acrescentar meninas que alguma outra já conhecia; no fim as pessoas iam me dando os números*, me conta Tina, que administra o grupo no aplicativo. A partir daí eu pude frequentar outras atividades sociais que organizavam, como encontros em bares, cafés ou “tardes de

beleza”, na casa de alguma delas. Para além dos encontros sociais, tive encontros individuais com cinco delas, quando pude entrevista-las.

Entrei em contato com o segundo grupo de mulheres através de Juliana, 37, que eu conhecia de uma estadia prévia em Berlim, durante o ano de 2011. Juliana é do interior da Bahia, onde conheceu seu marido Frank, 52. Frank e ela administram juntos um *studio* de depilação brasileira em Berlim. Eu já havia visitado o *studio* em algumas ocasiões em 2011. Uma vez novamente em Berlim em 2015, voltei ao salão para vê-la e buscar contatos de mais mulheres brasileiras casadas com alemães. Conheci então Mariângela, 33, e Karina, 26, duas funcionárias do salão, ambas casadas com alemães. Fiz um número de visitas ao salão, sempre no horário do expediente, e cada vez era atendida por uma delas. Os relatos que colhi de Juliana, Mariângela e Karina deram-se então na minha curiosa condição de “cliente”, enquanto do momento de depilação.

O material deste capítulo é fruto desses encontros. Especificamente, das experiências de nove mulheres. Optei por privilegiar os relatos daquelas que tinham tido suas primeiras experiências no exterior a partir de seus relacionamentos com os namorados e maridos alemães. Estas são sete delas. Seis delas são negras, oito delas têm maridos mais velhos e em sete casos o marido é mais de dez anos mais velho. Três delas têm nível superior. Cinco são nordestinas (BA, PE, CE), duas cariocas, uma catarinense e uma brasiliense. São mulheres jovens. A mais velha tem 37 anos e a mais nova 25. Das nove mulheres, apenas quatro têm mais de 30 anos.

A decisão

Diferentemente de parte da literatura, e muito do senso comum, que trata de migrações por matrimônio, principalmente aqueles que se dão pela internet, como resultado de um desespero econômico, essas mulheres, mesmo as de origens familiares com menos poder econômico, narram grande dificuldade em finalmente tomar a decisão de migrar. Proximidade da família, receio do que poderia vir a ser o relacionamento e seus trabalhos no Brasil as faziam levar muito em consideração.

Natália, 37, conheceu Tobias, 27, no Rio de Janeiro, *na Lapa, debaixo dos Arcos*. Ele estava na cidade há duas semanas e ficaria por nove meses em intercâmbio com um instituto de pesquisa local.

Ele mexeu comigo, ficou me chamando, me chamando, 'porra, o que tu quer?' 'Quero falar com você'. 'Fala'. 'Ah, prazer, me chamo Tobias'. 'Vixi, não é brasileiro'. 'Sou de Alemanha'. E aí a gente começou a ficar esse dia. Era de sexta pra sábado. De sábado pra domingo tinha um luau, que era aniversário de um amigo dele. Aí a gente passou a se ver toda sexta, sábado e domingo.

No fim da sua estadia no Rio, decidiram que gostariam de seguir se relacionando. Ele convidou Natália para visita-lo em Berlim quando tivesse férias. *'Eu só não posso pagar sua passagem', ele falou. 'Não, eu compro, beleza'. Aí ele veio embora dia 10 de junho de 2011 e dia 28 de julho eu vim [para Berlim]. Nunca tinha andado de avião na minha vida. Nunca tinha saído do Brasil e meu primeiro voo já foi Rio – Frankfurt.*

Ficaram três anos *nesse vai e volta*, até decidirem *tentar* definitivamente em Berlim. *'O que você acha de aprender a língua e conhecer o outro lado', ele falou. Ok, vamos tentar.*

A gente viu as possibilidades pra eu vir. Eu podia vir como aluna de curso, como estudante, mas aí eu não ia ter muitos direitos, eu não ia poder trabalhar, não ia poder isso, não ia poder aquilo. [...] A gente falou, 'ah, quer saber? Vamos casar logo'. A gente resolveu casar, porque, claro, se a gente não tivesse nenhum problema de visto a gente tava morando junto, não precisava casar.

Tina, 28 anos é cearense da região metropolitana de Fortaleza. Conheceu Holger, 44 anos, em 2008 na plataforma de relacionamentos Brazilcupid.com. *A gente ficou de relacionamento na internet e tudo, e 2009 ele foi no Brasil, conhecer, conheceu a família.* Ela me conta das dificuldades do percurso. Holger, que trabalhava como marceneiro, pediu demissão para concluir sua dissertação de mestrado. *Ele ficou antissocial e a gente não pode se ver em 2010.*

Aí em 2011 ele já tinha começado um estágio, tava ganhando pouco, mas mesmo assim ele comprou a passagem pra mim. Aí eu vim de férias, um mês, aí em 2012 no começo do ano, a empresa faliu, a empresa que eu trabalhava faliu. Aí eu não tinha mais nada no Brasil. Que eu dizia sempre:

‘ah o meu trabalho’, ‘o meu trabalho’, ‘o meu trabalho’. Aí a gente veio com o visto de estudante. Porque ele ainda tava no estágio, era bom não casar no momento, que a gente não tava com tanto dinheiro. Aí eu vim com visto de estudante. A gente até pensou em casar três meses antes de eu vim, mas aí eu tava muito querendo ir pro Brasil. Ele tava com um chefe infernal. Aí eu falei, ‘pede demissão, eu vou pro Brasil, fico com a minha família’, só que aí foi muito complicado. A gente sofreu muito separado... depois de um ano inteiro juntos. Foi terrível.

Tina está hoje satisfeita. *Tudo aconteceu na hora que tinha que acontecer.* Conta-me que também precisou considerar a situação de sua família no Ceará antes de se mudar definitivamente para Berlim. *E eu fiquei muito preocupada também quando eu vim porque eu pensei ‘e agora? Quem fica? Eu não vou trabalhar, né? Eu ainda não tinha permissão, mas aí eu fiquei tranquila que minha irmã e meu irmão tavam trabalhando na época. Ou seja, fiz demais já, né? ‘Fica aí vocês e me deixa em paz’. Quando eu tiver dinheiro eu envio.*

Para Manuela, 25, a maior dificuldade seria estar longe de sua família. Disse que já tinha passado sete anos morando sozinha no Rio de Janeiro, e só há três anos sua mãe e irmãos juntaram-se a ela. *Foi difícil. Minha sobrinha tinha acabado de nascer. 6 meses. E eu sou madrinha dela.* Ela me conta com alegria da rotina de sua casa no Rio. *Minha família, Thais, a gente é pobre. Mas sabe aquele pobre que se diverte com tudo? É muito engraçado!*

Manuela conhecia Peter há nove meses quando ele a convidou para ir morar em Berlim com ele. *Falei ‘Peter, é muito cedo. Estamos juntos só há pouco tempo. Não dá pra eu ir pra lá agora’. Ele falou ‘Manu, vai ser legal, lá você vai ter oportunidade de estudar melhor, aprender uma outra língua’.* Dividiram um apartamento na Barra da Tijuca nos dois últimos meses da estadia de Peter no Rio de Janeiro. *Faltava alguma coisa. Uns perrenguezinhos. A gente nunca tinha brigado. Falei ‘ta, a gente tem que fazer uma viagem pra ver como que a gente é junto. Uma viagem longa’.* Passaram 30 dias viajando pelo Brasil. Manuela me contou empolgadíssima desse tempo, que disse ter sido o melhor mês de sua vida. Ela estava então decidida. *Compramos a passagem, tudo direitinho, eu comprei a metade, ele comprou a outra metade....* Havia, entretanto, mais uma fonte de incerteza no caminho.

Fiz tudo. Mas aí um mês antes de ir embora, eu tava na feira, um mês antes tava trabalhando na feira, em Copa, aí uma mulher chegou, da Globo, perguntou se eu não queria participar da seleção pro Big Brother.

Aí quando eu contei pro Peter, o Peter chorou tanto... Ele 'por favor não, por favor, não. É só pra mostrar sua bunda e peito, é só isso, você vai ser só uma figurinha para o povo ficar te olhando, pra tua bunda... Por favor, não, não, não....' Eu tava chorando também, eu falei 'Peter, eu quero ser famosa, eu quero ganhar dinheiro fácil, eu quero ser capa de revista.

Manuela ria enquanto me contava esse episódio. A escolha não foi, no entanto, simples. *Aí eu parei pra pensar. Todo mundo perguntado, Manu, o que é que você vai fazer?*

Gente, o que eu posso fazer? Big Brother tem gente que fica famoso, tem gente que não, continua na mesma vidinha... do outro lado tem a oportunidade de conhecer outra coisa, outra língua, tipo, o Peter é *muito* bom pra mim. Com meu ex-namorado eu já fui muito burra. Gente, eu não vou trocar o certo pelo duvidoso, porque eu já fiz isso.

Os meus três ex-namorados, todos são leoninos. Todos. Marcelo é de leão, pro Marcelo você falava, deita, caga, rola, ele fazia... Aí eu troquei o Marcelo pelo Leo. Leo era um vagabundo. Não trabalhava porra nenhuma. Só queria farra. 'Você quer trocar o certo pelo duvidoso?' Aí Deus falou 'agora toma Márcio'. No rabo. 'Pra você aprender que tem que dar valor'. Aí me deu o Márcio por três anos. Tomei direitinho... aí veio o Peter.

Aí Deus me deu de um lado o Peter, do outro o Big Brother. Falei, 'meu Deus, e agora?' Falei, 'tá, eu não vou fazer a mesma burrice. Trocar o certo pelo duvidoso'.

A maioria das mulheres que conheci primeiro foi a Alemanha depois de já ter iniciado o relacionamento no Brasil. Passou um ou três meses. Com a exceção de Daiane, 25, e Mônica, 30, a maioria não casou logo no início do relacionamento e tiveram um tempo de convivência probatório. *Eu não queria casar sem saber como era a convivência. Porque uma coisa é o namoro lá e cá, e vem e vê e volta, né, outra coisa é tá todo dia junto. E no início foi bem difícil. Eu estressada com o alemão [idioma], com a convivência, tudo. E ele lá ficando firme, me acalmando, conta-me Tina.*

O apaixonamento

Mesmo porque, da forma como me narram, a relação de amor, e o próprio apaixonamento se deram com o tempo. Com a construção da relação amorosa. Isso parece bastante interessante, uma vez que é o oposto ao observado no capítulo 2, onde os apaixonamentos se davam à primeira vista⁶⁴.

Na realidade eu não me apaixonei de início por Holger. Imagina! Você vê um homem na *webcam*, careca, de óculos, com uma barba *enorme*... é o Bin Laden, né?

Mas é porque realmente eu gostei. A gente no primeiro dia, a gente conversou de tudo – ele tem todos os e-mails, ele botou tudo no Word e tá lá salvo – e a gente conversou sobre tudo, e ele me ligou! Pediu pra me ligar na *lan house*. Conversei com ele 3 horas seguidas. Meu pé tava inchado, não entrou no sapato, eu tive que chamar um mototaxi. Tina, 28

Manuela narra o primeiro encontro com Peter, sem grande emoção. *Primeiro foi normal. Não achei nada assim, [...] mas aos poucos ele foi me conquistando. As conversas, as brincadeiras. Então, foram essas coisas assim que foram me conquistando. As brincadeiras, a conversa e tal. A gente deu um beijo no primeiro encontro, mas bem no final. Ele vinha, eu falava 'não'... fiz a santa, né?* Ela o compara com relacionamentos anteriores. *Com o Peter não... O Peter dividia as tarefas de casa. Me buscava no trabalho, fazia a janta. Essas coisas foram me cativando.*

A *conversa* parece ter sido para muitas delas um fator importante no estabelecimento da relação amorosa e do apaixonamento. Como relata Natália,

[...] essa coisa da confiança no relacionamento, de conversar muito, de estar sempre junto, de confiar, de... [...] A gente, desde o primeiro dia, a gente tinha essa coisa de um confiar no outro, de tratar bem, de dialogar muito sobre as coisas, de não impor... A gente sempre dialogava, sentava pra bater papo. Foi uma coisa muito amiga, ele foi muito camarada. Muito companheiro, muito amigo de debater sobre isso. E isso foi bastante legal.

⁶⁴ Michael_55 e Gerhardt_55, cuja correspondência trabalho no capítulo 3, também dizem terem se apaixonado à primeira vista por sua ex-mulher e ex-namorada brasileiras.

Para Daiane, 25 anos, que como Tina conheceu seu marido na plataforma Brazilcupid.com, o bate-papo virtual foi fundamental para a escolha de vir a se encontrar cara a cara com o alemão.

Ele clicou na opção 'mandar interesse', eu olhei o perfil, ele tava lá bem charmoso. Aí gostei também. Aí ele escreveu um e-mail pra mim dizendo 'olá', aí eu, 'por que não?'. Adicionei. [...] No outro dia ele tava *online*. Ele foi muito simpático. Ele não falou pornografia. Ele conversava... Super agradável. Perguntava sobre mim. Eu gostei. Da conversa dele.

A conversa entre Daiane, 25, e Klaus, 48, se deu no início em inglês, com ambos fazendo uso de ferramentas de tradução.

Eu traduzia, mandava... Quando eu não sabia, eu mandava em português ele traduzia. Escrevia frases bem simples. Aí ele pediu meu número. Ele queria ligar pra mim, pra gente conversar. Aí ele ligou. Achei muito legal. Ficava rindo o tempo todo, porque ele começava a falar, a gente não entendia. Eu amava conversar com ele. E foi tudo tão rápido. Fazia uns 5 dias que a gente tava escrevendo, ele já tava dizendo 'eu pretendo ir ao Brasil, quero conhecer o Brasil' e tal, 'talvez em janeiro', era dezembro, só que era mentira! Ele tava falando pra me impressionar. Ele perguntou se eu tava conversando com alguém, eu falei: 'com um francês que falou que vai vir em abril'. Quando eu falei do francês aí ele ficou com medo! Ele ficou com medo, então ele correu e comprou uma passagem. No dia ele disse isso aí, eu não acreditei. Pra mim era brincadeira. Eu achava tão legal a conversa todo dia...

Pergunto se ela estava empolgada com a perspectiva de vê-lo.

Tava. Tava. Eu acho que sim, eu acho que sim. Porque passou muito rápido. Muito rápido. E deu tudo certo. E ele tinha medo. De chegar lá [em Recife] e eu não gostar dele. Ele me mostrava tudo, a casa, a filha dele, a mãe dele. Foi na casa dela e me mostrou a mãe dele. Ele mostrava as coisas do jeito que ele podia. Mandava foto. Teve um tempo que eu fiquei sem computador e tinha que ir pra *lan house*. E eu passava horas lá sentada pra ver ele. Ele ficava até duas horas da manhã, por causa do horário, e no

outro dia tinha que trabalhar... 'vá dormir, você tem que trabalhar', ele 'não... não tô cansado não'... Até o dia que ele chegou.

Curiosamente, uma anedota de paixão queimadora, avassaladora, não me foi contada por nenhuma delas. As mulheres que me recontaram as origens e histórias dos relacionamentos com seus companheiros atuais, as contam, como coloquei acima, na chave de uma construção progressiva e contínua baseada na conversa e na confiança.

Interessantemente, a grande maioria delas vinha de experiências amorosas que elas contavam como atribuladas com homens brasileiros. Colecionei narrativas de imaturidade, traição, ciúme e posse. *Já estava cansada de dar murro em ponta de faca*, conta Natália. *Tive um relacionamento de dois anos e meio. Aí depois passei 10 anos na pegação. Ninguém me levava a sério, também não ia levar ninguém a sério. Até o dia que eu conheci o Tobias. Eu tinha 33 quando eu o conheci. Já tava meio desiludida. Não tava muito esperançosa nessa coisa de casar.*

Natália trata com irritação o caráter desigual das relações amorosas que experenciou no Rio de Janeiro.

Mulher não pode beber, mulher não pode fazer sexo casual, mulher não pode, mulher não pode, mulher não pode se comportar assim... eu não sei o que é esse 'assim'.

Acho que por isso eu não quis me aprofundar em relacionamento. Tipo, você vai vendo só de ficar com a pessoa esse comportamento, você vai querer aprofundar o que? Aprofundar uma distância!

Minha mãe sempre falou isso pra mim 'sabe por que você não tem namorado? Porque você é uma pessoa muito expansiva, uma mulher que quer estudar demais, que você fala demais, fala alto, gesticula, quer sair todo fim de semana, quer beber... homem não gosta disso'.

Antes de se cadastrar na plataforma Brazilcupid.com, Tina tinha namorado um rapaz gaúcho que conheceu em Fortaleza. *Aí eu descobri. Eu fui 'a outra' sem saber. [...] O desgraçado ainda ia na minha casa... Eu falava 'mãe, diz pra ele que eu não tô'. Foi várias vezes lá em casa, disse que tinha terminado com a moça. Mas não valia mais... eu tinha sido enganada.* Tina diz que por conta de seu trauma teria

dificuldade em novamente confiar em um homem brasileiro. *Realmente eu não ia ter um relacionamento em paz como eu tenho aqui. Não, não.*

Daiane, 25, explica sua entrada na plataforma Brazilcupid.com como uma saída para um momento de tédio e frustração, relacionado também a seu envolvimento com o pai brasileiro de sua primeira filha.

Ele não queria formar uma família... era inseguro. Pode ser a idade... [ela 17, ele 20] No momento que eu fiquei grávida, tinha uma coisa na minha cabeça: agora vai mudar tudo. Agora eu tenho uma família, agora eu vou ser mãe e eu tenho que pensar diferente, eu não posso mais pensar em comprar uma moto, ou fazer uma viagem, eu tenho outras prioridades agora... só que pra ele não era assim. Ele tinha ainda essa coisa... Ele tinha o emprego dele, ele queria usufruir das coisas. E, eu tinha me envolvido com outra pessoa já, só que não deu certo. Eu tava assustada. Não queria mais nada dessa vida. Não queria mais saber de ninguém. Foi assim, num momento de tédio, eu pesquisei no Google e esse *site* apareceu primeiro. Foi o que apareceu. Foi o primeiro. Me cadastrei.

A maneira como elaboram o contar de suas trajetórias deixa por vezes marcas de rejeição aos papéis de gênero entendidos como possíveis em seus contextos no Brasil. Tina disse ser essa uma das razões que a levou a buscar relacionamentos com homens estrangeiros.

Eu não gosto dessa ideia da mulher ter que fazer tudo. Ainda tem que ser mãe, ainda tem que ser esposa... pelo menos o que eu via em casa eu odiava. A minha mãe sendo dona de casa, cuidando dos filhos, tendo que ser esposa, não trabalhava fora porque tinha muito pra fazer, meu pai tudo na mão, isso eu odiava, [...] tinha que dar água na mão, tinha que dar comida, se minha mãe esquecesse ele ficava com raiva, aí ele não queria mais comer [...]. E ele não tá nem caduco, ele tem 50 e poucos anos. [...] Eu não quero isso pra mim nem a pau. É tanto que quando eu conheci Holger, eu logo falei 'não sei cozinhar', ele falou 'tudo bem'.

De forma oposta aos ex-namorados brasileiros, os homens alemães são descritos, na imensa maioria dos casos, como homens companheiros que dividem

igualmente as tarefas domésticas. Em tom de piada ou de choque, elas se sentem satisfeitas com essa realidade.

Menino prendado. Agora ele aprendeu a costurar. Ele aprendeu a costurar na mão pra consertar umas roupas deles. Aquelas roupas que ele ama de paixão que ele queria concertar. Ele pedia pra eu fazer, mas eu falava que não ia fazer agora não. 'Quando eu tiver com saco eu faço'. Ele falou 'não vou ficar mais dependendo de você não'. Sentou lá e aprendeu. Ele me vê fazendo e aprendeu. Aí ele foi lá, pregou botão. Concertou as calças, comprou botão.

Minha mãe acha que é maldade. 'por que você não faz?' A roupa é dele. Por que eu tenho que fazer? Ele é tão capaz quanto eu. E é bom que ele aprenda. Ele tem que aprender a se virar sem mim. Aí eu crio uma pessoa dependente que só vai comer quando eu tô em casa, que só vai sobreviver quando eu tô por perto. Eu não gosto dessa coisa de dependência não. E ele tem essa relação comigo também. Natália, 37

Tina já tinha observado isso no seu trabalho como *au pair* em Berlim.

Tô vendo com o bebê que eu cuido. A mãe dele comprou um kit de cozinhar, tem um fogão lá, um fogão de madeira. Eu falei 'meu deus, um pai brasileiro nunca ia aceitar isso. Ia dizer que isso é coisa de menina'. Só que pra mim isso é super normal porque ele vê a mãe e o pai cozinhando. Não tem esse negócio de dizer isso é pra menina isso é pra menina, ele vê os dois cozinhando, isso é normal. Só que um brasileiro acha isso um absurdo. Nesse sentido eu gosto muito da situação aqui.

Interessantemente, ao mesmo tempo que rejeitavam os papéis de gênero possíveis em seus contextos de origem, elas não colocavam em questão o arranjo monogâmico heterossexual do casamento nem o ideal de família. Para Natália, as pessoas têm investido pouco nos relacionamentos amorosos contemporaneamente.

Hoje em dia as pessoas têm muito disso de relacionamento líquido, essa coisa de você querer praticidade. Quando aparece qualquer probleminha você pula fora. Ninguém tá disposto a enfrentar problemas ou a batalhar por algo juntos. As pessoas tão sempre querendo praticidade. [...] 'Tem

tanta gente por aí, pra que que eu vou passar por algum problema'. No mundo moderno tudo está muito descartável.

Quando Manuela me conta das divertidas confusões que criou quando primeiro começou a usar o aplicativo *Tinder*, eu respondo, em tom de brincadeira, que da próxima vez que ela usar no aplicativo ela já vai estar mais experiente. Ela imediatamente me interrompe: *Não vai ter próxima vez, Thais.*

Meu alemão

Tava lá em casa uma amiga. Sabe essa coisa de que um quer um passaporte e o outro quer um escravo? Meu marido tava cozinhando. 'Tem algo de errado nessa história. Quem quer o passaporte e quem é o escravo?' Ele falou: 'viu? Eu tenho que cozinhar, chegar e arrumar a casa. Eu sou o escravo!'

Natália conversou bastante sobre os estereótipos que acometem relacionamentos como o dela. Como outras, gostava de brincar com as inversões de papéis de gênero possíveis em seus relacionamentos. Os maridos alemães são, para o bem e para o mal, descritos em relação e oposição àquilo que entendem que seja o homem brasileiro. *Ai, no Brasil é a questão mesmo da criação. A criação que eles têm aqui [é diferente]. O homem no Brasil não varre casa*, diz Tina em tom de indignação.

Dois aspectos chamaram-me primordialmente a atenção pois apareceram na imensa maioria dos relatos. Os maridos foram via de regra descritos como homens *tranquilos* que dão a elas *segurança*. Essas duas características estão relacionadas, na medida em que a tranquilidade era expressa usualmente para explicar o fato de eles não se abalarem ou até incentivarem as vidas pessoais delas, das quais eles não faziam parte. Mariângela me conta que o marido, cansado de sair para dançar com ela, sugeriu que ela procurasse suas próprias amigas brasileiras, já que ele preferia ficar em casa com as crianças. *Ele só pede para eu mandar uma mensagem quando estiver voltando, para ele saber caso aconteça alguma coisa.*

Eu me sinto muito bem, porque ele não tem aquela crise de homem muito jovem, de homem adolescente que tem ciúme de tudo. Não sei se é a cabeça do alemão. Né? Ele é maduro, ele é sem neuras. Eu quero sair ele

diz 'vá, meu bem', eu lá no Brasil e eu 'eu quero ir com fulano de tal em tal canto' ele diz 'vai' eu digo 'eu tenho que viajar' ele 'vai'. Entendeu? Era sem problema. 'E quando chegar lá se tiver internet manda um e-mail pra mim'. Coisas assim. Era sem preocupação nenhuma. Ele sempre me empurrou. Ele não queria que eu ficasse em casa, triste, pensando... com saudade. Então ele sempre quis que eu aproveitasse pra não ficar muito triste. Tina, 28

Tina diz que em Berlim essa relação não mudou. Karina, 26, também explica a *tranquilidade* de seu marido 12 anos mais velho, a partir da chave da maturidade. *E às vezes em casa eu quero brigar por umas coisas, e ele me entende. Ele já teve a minha idade. Ele diz, 'ah, se eu tivesse 26 anos talvez eu também fosse querer brigar por isso'. Ele tem mais experiência.*

Segurança, de maneira similar, estava também relacionada à possibilidade de vivenciar o relacionamento sem *neuras*. Natália me explica:

Natália: Ele me passa muita segurança.

Eu: Como assim?

Natália: Porque ele me dá liberdade também de fazer as coisas, e não fica querendo que eu fique dependente dele pra fazer tudo, como ele também não fica. 'Ah, vou sair com o pessoal, a gente vai fazer um *tour* de *bike* pra Polônia, a gente volta dia x'. Ele me manda foto, ele me liga. Aos poucos você vai ganhando confiança. Ele foi uma vez, foi duas, foi três. Eu também posso fazer. Mas minha mãe achou o cumulo do absurdo. Se eu falo, 'ah, fui no barzinho com as amigas', ela fala 'sem o seu marido?' É. Qual é o problema? Na cabeça da minha mãe e de umas amigas minhas isso não entra não.

Segurança e confiança andavam juntas também para Mariângela.

O alemão é mais sincero. O brasileiro conta mentirinhas. O alemão põe mais confiança em você. Se o alemão fala que quer ficar com você, se quer você de verdade, ele está falando sério. Não fala assim que gosta à toa. Ele é sincero. O brasileiro é muito mais ciumento, até porque apronta mais também.

Tal ponto me pareceu particularmente interessante. Tanto os participantes do *reality show Traumfrau gesucht* analisado no capítulo 2 dessa dissertação, quanto os homens alemães com quem me correspondi na plataforma Brazilcupid.com, de que trato no capítulo 3, por vezes disseram poder oferecer a suas futuras esposas da Europa Oriental e do Brasil segurança. Para eles, como já colocado anteriormente, segurança estava relacionado a uma estabilidade primordialmente econômica, que eram capazes de prover também devido a seu pertencimento nacional.

Para as mulheres brasileiras que colaboraram aqui com seus relatos, segurança também estava relacionada à estabilidade. Entretanto, tratava-se de uma estabilidade que ia muito mais na direção de uma estabilidade da relação afetiva em si. Uma estabilidade de saberem-se queridas e de não terem o receio de serem traídas.

Karina: O meu marido me dá muito mais segurança

Eu: Segurança? Como assim?

Karina: É, segurança. Eu sei que ele gosta de mim e que ele me quer aqui. O alemão não enrola, sabe? Se ele gosta de você, vai ficar com você, se deixar de gostar, vai te falar. O brasileiro não. Se passa uma mulher bonita na rua, ele [o alemão] não vai virar pra olhar. Mesmo que ele também ache ela bonita. Isso dá mais segurança. Mais confiança.

As características mais *difíceis* de seus maridos, eram compartilhadas na chave da *diferença cultural*. Pergunto a Tina sobre possíveis dificuldades do dia-a-dia de seu casamento:

Ah, a questão mesmo de pensamento. Que pra ele, eles dizem que a gente é dramático, que os brasileiros são intimistas. Essas coisas e tudo. É complicado nesse sentido. Mas já me acostumei, né? Mas é questão meio cultural mesmo, né? Então era isso aí que tava dando atrito. Mas ele sempre muito paciente.

A *sinceridade* alemã era tratada como positiva até o limite onde ela proporcionava segurança. Mariângela diz que eles são mais diretos. *Você pergunta*

pra ele: ‘eu tô gorda?’ Ele te fala ‘sim, você deu uma engordada’. Eles são assim, mais diretos, mais lógicos, mais sinceros. Mas não é por mal, garante-me ela.

Ela me conta um episódio, ainda no Brasil quando moravam em Blumenau, quando seu irmão e cunhada estavam em sua casa para uma visita. A cunhada disse algumas vezes que estava indo embora. Mariângela dizia ‘fica mais um pouquinho’, *como é de costume a gente fazer*. Isso se repetiu algumas vezes, até que na última delas, o marido alemão disse: ‘*mas Mariângela, são dez horas da noite, as crianças estão lá fora e vão incomodar os vizinhos*’. A cunhada saiu na mesma hora, e Mariângela disse que achou a postura de seu marido um pouco *grossa*. Ela disse que teve que se explicar no dia seguinte para seu irmão, pois a cunhada tinha se chateado.

A famosa *frieza* alemã me foi relatada principalmente a partir de histórias que me contavam de outras brasileiras. Mariângela me diz que suas amigas reclamavam bastante das diferenças entre elas e seus maridos e das dificuldades que vinham daí. Ela me diz que as amigas diziam que eles eram mais *frios* que os brasileiros. *Menos safados, você sabe como é.*

Eu: E essa coisa que dizem que o alemão é mais frio. Como é que você vê isso?

Tina: Mulher, até hoje eu não sei. Porque... por exemplo, nesse curso eu tenho uma amiga, ‘ah mulher, o Stephan passa o dia no computador, não quer me ajudar a falar alemão, só quer falar português, aí reclama que eu não sei falar alemão, e fazer o negócio [refere-se a sexo] é só a cada duas semanas’. Eu, ‘o quê? Filha lá em casa é todo dia. Que conversa é essa?’ ‘Pois aqui é assim’. Eu já ouvi história. Que eles não são tão.... sexuais. Mas só ouvi história.

Em um dos encontros, conheci uma brasileira que dividia com as outras o fato de já estar saturada dos convites de seu marido alemão para *fazer amor*, que ela entende como muito mornos. *Ele chega do trabalho e me pergunta, ‘vamos fazer amor’? Aí ele entra no banho. Quando sai, me pergunta, ‘você não vai tomar banho’?*

Da mesma forma que a mulher brasileira é entendida como mais “quente” em relação à alemã, ao homem brasileiro⁶⁵ por vezes também foi atribuída essa característica. Entretanto, a superioridade do homem brasileiro, quando levantada, estava limitada à esfera erótica e do desempenho sexual (MOUTINHO, 2004).

Transições

Eu adoro chegar na construção. Eu chego lá, e ele todo sujo! Tudo homem. É raro ter mulher na construção. No meio da construção. Aí eu chego, vou em direção a ele. Abraço, beijo. Sabe? Ele gosta também! Daiane, 25

Além de se sentirem mais seguras, muitas disseram também sentirem-se mais desejadas. *Coloco batom vermelho, vestido juntinho, e ele sai de braço dado comigo, todo orgulhoso*, conta Daiane sobre Klaus. Seu marido é mestre de obras. Muitos importantes estudos apontam para a necessidade de pensar a racialização e sexualização exotizante que recai sobre a mulher brasileira, gerando discriminação, mas também fazendo com que muitas mulheres possam ter seu campo de atuação ampliado. Para muitas das mulheres com quem conversei, isso acabava também produzindo uma afirmação de uma identidade possível.

Ah, eu sinto falta de mamão, de abacate... o que eu ver na frente eu vou comprando. Meu foco é também produto de cabelo! [...] Quem me salvou esse tempo todo foi a Daiane, né? Porque ela vai pro Brasil. Tina viajaria a Fortaleza na semana

⁶⁵ Isso nos traz uma questão pertinente que é a situação dos homens locais, que infelizmente não pude explorar mais significativamente neste trabalho, mas que renderia frutíferas discussões. Como argumenta Jennifer Johnson-Hanks (2005), ao declararem com veemência que casamento com homens locais são indesejáveis, preferindo homens europeus, suas interlocutoras acabam por reproduzir hierarquias racializadas de poder e privilégio. A autora afirma que “when women act autonomously in their own interests, the consequences are not necessarily liberatory (JOHNSON-HANKS, 2005: 654). Similarmente, Felicity Schaeffer-Grabel (2004) põe que suas entrevistadas mexicanas desqualificavam seus conterrâneos sem, contudo, trazer à discussão a falta de oportunidades econômicas que limitava suas possibilidades de competir com homens estadunidenses, entendidos como economicamente estáveis, viajados e experientes.

seguinte a nossa entrevista em Berlim. Estava bastante empolgada e não tinha avisado a família que iria. *Vai ser surpresa*. Pergunto a ela o que pretende fazer durante esses quinze dias por lá. Além de matar a saudade da família e ir à praia, seus maiores interesses eram a comida e os produtos de cabelo brasileiros, entendidos como superiores, principalmente entre as mulheres de cabelo crespo. Pergunto a ela o que usa. *Uns cremes mais específicos de lá, né? Yamasterol, até Elseve, Seda. Um Seda aqui custa 6,95. Eu não vou comprar um Seda aqui. Por esse preço [lá] eu compro uns 3 talvez. Então não dá. Eu comprei a primeira vez [aqui] porque eu tava desesperada mesmo, né?*

Seis das nove mulheres que constituem o universo desse capítulo, como dito anteriormente, são negras. Todas elas tinham o cabelo *natural*, e três delas tinham passado pelo processo de transição capilar depois que conheceram seus maridos alemães⁶⁶. *Primeiro foi em 2009. O Holger foi lá pro Brasil. Falou 'não alisa mais não, amor, deixa seu cabelo'. Eu falei: 'quer saber? Então vou deixar'*, conta Tina. Manuela já tinha passado pelo processo de transição no Brasil. Trata-se de um processo potencialmente bastante doloroso, uma vez que o cabelo *alisado, relaxado* e/ou com *química*, deve ser cortado muitíssimo curto. *Minha prima já tinha ido pra beleza natural. Mas eu não queria ficar careca. Não quero, não quero, não quero. Só que não teve jeito. O que eu vou fazer?*, ela conta. Manuela diz que ainda gosta de usar escova às vezes, mas já não usa com muita frequência. *Mesmo porque o Peter odeeeia escova*.

Em nossa entrevista Daiane usava seu cabelo crespo volumoso que passava da altura dos ombros. *Não, antes de conhecer meu marido eu não usava assim. Eu relaxava pra tirar o volume e eu escovava. Eu não queria ele volumoso. Porque falavam, né, 'cabelo de Bombril', aquela coisa...* Pelas suas histórias, transições e trajetórias capilares, parecia-me que a mudança para Berlim provocava um aumento de autoestima que as fazia sentirem-se mais bonitas. Pergunto a Daiane se ela se sente mais bonita em Berlim.

⁶⁶ Essa era a regra para todas as brasileiras negras que conheci a partir desse grupo, mesmo para aquelas cujas narrativas não colhi. Nos encontros de que participei, exibiam orgulhosas seus penteados, e falavam inesgotavelmente de cosméticos e tratamentos capilares. Os cachos eram tantos e tamanhos que eu podia perceber que os não brasileiros ao nosso redor também comentavam a respeito.

Sim. Mais bonita, mais livre. Eu posso usar o cabelo do jeito que eu quiser, prender aqui em cima. Ninguém vai rir da minha cara. Ninguém vai ficar me olhando. Nada. Acho isso muito bom. Então eu fui deixando. O pessoal falava que era bonito. Então eu falei: 'não vou usar mais chapinha, vou deixar o cabelo natural'. Aí eu cortei uma vez. E depois eu cortei de novo. Agora não tem mais nada [de relaxamento].

Argumento aqui, que a aceitação local, *o pessoal falava que era bonito*, informava o uso do *cabelo natural* e possibilitava a reafirmação de uma identidade possível às vezes desvalorizada nos contextos de origem. A afirmação de uma brasilidade feminina negra, adornada pelos *blacks*, e cachos, e penteados, e tranças, pareceu-me fonte sólida de autoestima, que se extrapolava para outras esferas de suas experiências.

Daiane e Tina são administradoras do grupo do Facebook 'Cacheadas e Crespas na Alemanha'. Na descrição do grupo consta: "O grupo foi feito para ajudarmos umas às outras, além de dividir experiências e dicas". Tal *ajudar umas às outras* pareceu-me também claro quando perguntei a Tina, como suas amigas crespas e cacheadas de Fortaleza tratavam seus cabelos.

Assim, é... Eu não tenho *tantas* amigas cacheadas, a maioria é alisada, mas já consegui: uma prima minha já parou, tá com cabelo natural. A minha prima, eu tava até preocupada com ela, porque o cabelo dela é aquele tipo muito crespo, tipo 4, e ela fez um tal de crochê e tal, [...], mas o dela tava caindo. Puxou muito, e o cabelo dela é frágil. Ficou até bonito, mas parecia cabelo de boneca. Fiquei pensando, 'ela vai tirar, será que eu levo uma peruca pra ela?' Fiquei pensando... 'Ela não vai querer, todo mundo vai zoar com ela'. Aí quando foi antes de ontem, ela me escreve dizendo que ia tirar tudo. Aí ela me escreveu isso aqui: [me mostra uma postagem de um grupo de transição no Facebook, onde a prima agradecia a *força* que a Tina tinha dado para ela para fazer o processo, fazendo-a entender a importância de ela 'se amar como ela era'].

Tina relata com animação o processo de sua prima e de outras parentes e conhecidas suas no Brasil para quem ela deu *força*.

Para além da *força* com a transição, elas também incentivam familiares a irem para Berlim. *Estou falando para minha irmã vir. Estou ajudando ela com o alemão. Pagando um professor. Queria que ela viesse de au pair. Ou eu trago ela de estudante*, conta Tina. Daiane também quer trazer a irmã como *au pair*. A sobrinha de Juliana, 37, está novamente em Berlim. Mariana, 29, a ajuda no salão de depilação pela manhã e às tardes frequenta o curso do idioma.

Não apenas para estadias mais longas, mas através dessas mulheres, muitos familiares viajam ao estrangeiro pela primeira vez. Natália conta empolgada da vinda de sua mãe e sobrinho que se dará dentro dos próximos meses. A mãe de Manuela também está para vir. Muitas outras mães também já visitaram suas filhas e genros na Alemanha. *Vão andar de avião pela primeira vez*, conta empolgada Karina.

Casei, agora aguenta

Ao mesmo tempo em que o discurso vitimizador não comporta as narrativas dessas mulheres, a forma como o relacionamento é estabelecido, o tempo de convivência antes do casamento, e o fato de se ter ou não filhos, pareceu informar de que forma a mudança para Berlim corresponderia em liberdade.

A aparente satisfação com o cônjuge e com *a situação daqui*, me foi apresentada por todas elas. A única colaboradora que me narrou um casamento atribulado foi Mônica, 30. Mônica, natural da região metropolitana do Rio de Janeiro, diz que o relacionamento com seu ex-marido alemão muito rapidamente se tornou difícil. Mônica, que tem um filho de 11 anos de um relacionamento com um brasileiro, disse que optou pelo casamento muito cedo. Melhor seria ter tido um maior tempo de convivência, ela desabafa. Está agora muito mais satisfeita com seu atual namorado alemão, um homem viúvo, que divide seu tempo entre o sul da Alemanha e Berlim. Ela conheceu-o numa churrascaria brasileira em Berlim há alguns meses.

Sorriso bonitinho, aí depois... você sabe... você conhece o lado ruim. Os defeitos. As manias. Ou até a vida dele. Porque, é, ele tem uma vida. Uma história. E eu tava indo pro país dele, na vida dele, né? E, e eu não conhecia, eu não sabia como é que era. Num relacionamento você vê: como é a

pessoa, qual é a vizinhança... ex-namoradas, ou ex-esposa. Eu não. Eu fui conhecendo já depois. Eu casei, agora aguenta. Agora vai ter que ver como é que vai ser aí... Daiane, 25

Daiane, 25, também se casou em pouco tempo. Klaus, 48 foi a Recife conhecê-la depois de terem se correspondido na plataforma Brazilcupid.com. Passou lá duas semanas. *Nessas duas semanas ele já marcou pra fazer meu passaporte, que ele queria que eu fosse pra lá.*

Eu: então você casou na primeira vinda [para a Alemanha]?

Daiane: Foi. Foi mesmo. Casei. A gente foi na Dinamarca casar. Que os documentos que eu tinha era suficiente para casar lá. Aqui [na Alemanha] não. E foi assim porque ele ficava 'casa comigo', 'casa comigo', 'casa comigo', e eu sabia que quando eu voltasse pro Brasil, eu só poderia voltar de novo depois de três meses, né? E a gente não queria ficar separado. Tanto tempo. Tranquei meu curso. 'Se não der certo, eu volto depois de 6 meses'. É um risco, né? Mas a gente foi. Casou.

Daiane têm hoje duas crianças: uma menina de 8 anos de um relacionamento com um brasileiro, e um menino de 5 anos, fruto de seu relacionamento com seu atual marido.

Quando eu falei que ia vir [para a Alemanha], todo mundo falou assim: 'você é louca, você vai pra lá, você não conhece nada, você ainda vai levar a sua filha... é perigoso. Pode ser diferente'. Eu sabia disso. Mas eu confiava nele. Porque ele confiou em mim a primeira vez [quando ele foi a Recife]. Ele confiou em mim. Eu falava 'vem', ele vinha. A gente ia no mercado, pra qualquer lugar, ele ia atrás. Me entregou o dinheiro assim, ó [faz gesto com as mãos], entregou o dinheiro na minha mão. 'Ó, eu não sei... então tu vê aí...' falou assim comigo.

Daiane e Klaus passaram recentemente por uma *crise* devido a uma *mentira* que ele contou sobre uma ex-namorada, ela me diz. Apresentou-a a Daiane como amiga nas vezes que saíram todos juntos e sempre negou ter tido um relacionamento afetivo-sexual com ela, sendo que depois Daiane descobriu que eles

foram namorados e moraram juntos naquela mesma casa. *Foi muito estranho. Eu não sabia o que fazer. Eu tava me sentindo numa mentira.*

Eu passei meses com isso na cabeça. Ele: 'que besteira! Você quer me deixar por causa disso?' Só que não foi só isso. É que através disso eu comecei a fuçar, então, esse tipo de coisa que tá no passado dele e que ele me contou, só que ele me contou mentira. Não quer contar, não conta. Mas não me conta mentira. Me fez de idiota.

Daiane fala longamente a respeito. *Eu me casei com um estranho. Eu não conheço esse homem com quem eu sou casada. Porque ele me contou, me mostrou várias partes, e não era como ele me contou. Ele me contou as histórias, mas não me contou direito.*

Depois desse evento, Daiane disse que ficou *doida*. *Agora eu não vou tolerar mais nada. Acabou.* Desfez-se do retrato no quarto do casal com a fotografia da ex-mulher e da filha de Klaus. *Isso me incomodava. Mas eu não queria rasgar nem jogar fora, porque a filha dele tá na foto, sabe? Mas depois disso...*

Desde o início de seu relacionamento com Klaus, Daiane tem algumas dificuldades com sua ex-mulher, de quem ele é bastante próximo e que vive a apenas alguns minutos deles. *Isso pra gente brasileiro é muito raro, né?* Mas diz ter tentado se acostumar com a nova situação. Daiane me conta que a ex-mulher *não se colocou no lugar de ex-esposa*. Que costumava estar sempre em sua casa, e que se voltava a Klaus para qualquer pequena questão. *Falava o que queria, brincava do jeito que queria.* As brincadeiras eram, para Daiane, o mais difícil de tolerar. Depois da *crise*, resolveu mudar de atitude:

Porque a gente voltou de viagem, ela ficou cuidando da casa, das plantas, a gente tinha acabado de chegar. Ela foi lá levar a chave. E ela fez uma brincadeira. Ele tava com cabelo já grande. Ela falou que ficou bonitinho: 'Fica cacheadinho, igual os pelos pubianos'. Ela começou a rir. E ele começou a rir também, apoiando. Eu fiquei bem séria, olhei pra cara dele. Ela notou. Ela levantou e foi embora. Ela foi embora e ele ficou lá. Correu também. A gente foi jantar. Ele de cabeça baixa. Não olhava na minha cara. Eu acabei fazendo ele me levar lá na casa dela e eu falei com ela. Que eu sou esposa dele. Que ela tinha que me respeitar como esposa dele. Que eu não tenho que aguentar piada dela só porque ela é a ex. Cada um tem a sua

vida. Ela tem a vida dela, e a gente tem a nossa. A nossa vida. Ela ficou meio assim. Ela não pediu desculpas, ela foi embora. Ela ficou assim: 'eu não sei o que dizer...' Se virou e foi.

E assim, eu falei de boa. Não falei alto, não falei nada. Cheguei lá e falei, 'nós somos adultos, eu não aguento mais as brincadeiras, as coisas que você fala'. A gente tá lá falando de qualquer coisa, ela muda o tema e fala [para ele] 'você lembra, do nosso primeiro telefone'. Ou de ela chegar e dá um abraço nele: 'não se preocupe, eu amo ele como irmão'. Dormiram juntos 12 anos. Vai me dizer que ama como irmão?

Eles já me viam assim. É a estrangeira. 22 anos mais nova. Que veio às pressas, casou, assim. E quando ele foi, voltou, ela 'olha a idade dela', 'olha a idade dele'. Então ela tava com... ela era Sra. Müller, a primeira mulher, o primeiro amor. Então ela, tipo, tinha esse título pra ela. 'Essa menininha. Porque eu vou ter que mudar, deixar de falar, deixar de fazer, por causa dela?' E ele... que a culpa de tudo mesmo é dele. É a ex-mulher dele. É a filha dele. É a ex-namorada dele. Quem tinha que fazer é ele. Ir lá e falar com ela.

Eu: Você já tinha dito para ele que esse tipo de coisa te incomodava?

Claro! O tempo todo. Toda vez que ela falava alguma coisa, eu falava, 'poxa, Klaus'. Ele falava 'ignora', 'ignora'. Por que eu tenho que ignorar? Eu não quero ficar ignorando minha vida toda. Porque eu tenho que ignorar? E ele ficou chateado. Ele ficou com raiva. Ele não falou, só que ele procurou uma primeira oportunidade, um primeiro motivo, e me tratou mal. Foi ignorância dele.

[...] Porque ele chegava e dizia pros amigos dele: 'não, que, que Daiane tá atrás de mim, porque eu não contei a ela que fulana é minha ex-namorada'. Contava, né? 'Por isso??' [diziam]. Eu fiquei como a louca. Se eu fazia alguma coisa, eu era a vilã. Ele não falava com ela [ex-mulher], eu acabei sendo a vilã. Eu fiquei como a má. 'Não precisava ter feito isso, era só ignorar'. Eu não vou ignorar. Eu não vou ignorar mais nada. Eu não sei porque eu tenho que ignorar! Por que eu tenho que ignorar? Eu sou tua esposa. Eu não sou tua namoradinha, ou tua... não sou. ...Não sou tua puta que tu chama, e vai embora. Eu sou tua esposa. [...] Por que ela não pode me respeitar? Não pode. Ela pode fazer o que quer, né? Ela pode falar o que quer, né? Eu não. Se eu falar, vai dizer... que eu sou ignorante.

Daiane reivindica o seu lugar de esposa para que lhe seja conferida respeitabilidade. O de mulher casada com ele e com filhos habitando a nova residência. *Essa casa também é minha*. Da forma como ela me fala sobre Klaus, e

também através de minhas observações enquanto das análises elaboradas nos capítulos 2 e 3, parece-me que Klaus, como outros homens com quem tive contato, tinha noções bastante específicas sobre o lugar a ser ocupado por sua futura esposa brasileira. Pergunto a ela sobre sua vida social. *Eu tenho. Mas assim... uma vida social de sair, mas mais durante o dia. Porque ele tá trabalhando então ele não se incomoda. Quando é pra ir à noite...*

Eu: Ele não gosta que você saia sozinha de noite?

Daiane: Ele não gosta que eu saia, porque ele vai ficar só. Ele não quer ficar só em casa. Se ele tá em casa, eu tenho que tá em casa também. Fazendo companhia a ele. Agora, mês passado, a gente fez uma viagem, de final de semana, pra Praga [com outras brasileiras do grupo]. E ele era o único homem no meio. Ele falou 'não, eu vou com você'. Ele foi. 'Só tem mulher, então aguenta'. A gente foi num dia e voltou no outro. Ele é muito brincalhão. Ele brinca, puxa papo com as meninas...

É chato você casar e morar com uma pessoa que já tem a vida dele, já tem as coisas. Eu cheguei, e tinha lá a casa, os móveis. Aí fica aquela briga quando eu quero mudar alguma coisa.

Eles vivem hoje na região de Brandemburgo, em um *Dorf*, um vilarejo, que se localiza a 50 minutos de Berlim. Apesar de não se localizar necessariamente distante da cidade, ela diz se sentir um tanto só, uma vez que sua região é basicamente residencial e ela não tem ali amigos e não tem grande contatos com seus vizinhos.

Eu: E o que você faz em casa durante o dia?

Daiane: Nada, esse é problema. Eu tô muito ansiosa, porque eu queria estudar. Eu queria fazer *au pair*, depois eu queria fazer faculdade... mas eu tô com medo só. Quando eu fiquei grávida eu abandonei a escola no último ano. [...] Eu pus a carroça na frente dos bois, mas nem por isso... Eu já abri mão de muita coisa na minha vida, né? Eu tô aqui e não queria continuar na minha vida abrindo mão do que eu queria.

Daiane sente-se, entretanto, dividida. *Eu sei que tem creche que fica até tarde e tal. Só que não é só isso. É porque eu tenho uma família agora. Eu não posso pegar parte do meu tempo e dedicar a maior parte do dia pra estudar. Eu tenho minha*

família, tenho meu marido. Meu marido é carente. Ela diz que passou sua infância sem a presença de sua mãe, que precisava trabalhar o dia todo. Eu quero estar presente. Eu acho tão importante. Ver seu filho crescer.

Pergunto a ela se ela preferiria que seu marido não tivesse ido à viagem que fez a Praga com as amigas. *Não. Assim. Eu acharia legal, fazer essa viagem com as meninas. Só que em outra fase da minha vida. Agora eu não tenho vontade de viajar, pra dormir fora, sem ele. Eu falo dele, mas eu também sou assim, sabe? É. A gente combina.*

Ela diz que seu maior problema com Klaus, é o fato de ele ser *insensível*. Em muitos casos em relação a sua filha, de seu relacionamento com o ex-namorado brasileiro. *Assim, o Klaus, igual eu falei pra você, ele é muito insensível. Sabe? Com todo mundo. Menos com o Florian, o [nosso] filho pequenininho. Eu brigo muito com ele por causa dela. Mas no geral é tranquilo.*

Ele gosta de reclamar de qualquer coisa, [...] mas eu já não dou mais ouvidos, sabe? Porque senão, você fica doida. Quando às vezes me irrita mesmo, aí eu solto os cachorros. Mas é uma mania dele mesmo. Pra ele é divertido, ficar reclamando de tudo. Porque ele é o homem, porque ele é o marido, porque ele cuida da casa, então ele... né? É de lua.

Uma mente de... de velho. É uma coisa que eu não gosto nele, diz Daiane sobre esses comportamentos de Klaus.

Os relatos de Daiane diferem da maior parte dos outros que colhi. Conversávamos sobre a divisão do trabalho doméstico na Alemanha. Para ela, a mulher brasileira sabe dividir melhor que a alemã. *Eu já vi, alemã que é feminina. Mas em casa elas querem... não são todas, elas colocam a carreira em primeiro lugar, e nós brasileiras, a gente sabe dividir. Eu acho! Sabe ter uma carreira, mas cuida da família. Então sabe dividir.* Sobre casais na Alemanha em que as duas partes trabalham fora de casa:

Eles dividem mesmo. Eu acho isso legal. Mas eu acho que nem todo homem gosta disso. Né? Talvez assim... Ele, quando eu preciso, ele me ajuda. Se eu peço ajuda, ele faz. Assim. Mas como eu tô em casa – eu não faço nada, eu não trabalho, eu não estudo. Eu tô casa. Mas normalmente eu faço as coisas. Se ele trabalha a semana toda, ele paga as contas, ele

cuida da casa. Eu também tenho que ter o meu papel. Quando eu tiver trabalhando, tiver fazendo as minhas coisas, aí vai ser diferente. Eu quero dividir. Não 50 por cento. Também não quero, porque eu não vou ter um emprego que eu vou ganhar o mesmo que ele. Então, se eu vou ganhar menos, então não vou dividir meio a meio. Porque na verdade eu não vou fazer 50 por cento. E eu também não vou querer pagar 50 por cento das contas! E assim, eu quero me dedicar à minha família. Eu quero me dedicar à minha família, sabe?

Encerra o assunto me dizendo que *o importante é você estar satisfeita com a sua vida. Se eu faço de um outro jeito, mas eu tô satisfeita então tá bom, né?* Sim. Daiane busca satisfazer seus ideais de família e de mulher dentro do relacionamento com Klaus. Um lugar de legitimidade dentro do relacionamento, pelo qual ela vem lutando apesar da *carência e insensibilidade* do marido. *Casei, agora aguenta.*

Ao fim de nossa entrevista, ela repetiu precisar encontrar atividades para preencher seu tempo. Pergunto se ela tem amigas na *Dorf*. Disse que conheceu uma pernambucana de sua idade que trabalhava como *au pair* em uma casa vizinha, mas que por conta do trabalho não tinha muito tempo. Ela diz preferir fazer amizade *com as meninas do nordeste. A gente fala o mesmo dialeto, sabe?* Diz não ter muito em comum com as mulheres alemãs, mães de crianças que vão à escola com seus filhos. Para ela, as alemãs de sua idade também são muito diferentes. *Não tem nada a ver. A gente no Brasil amadurece mais cedo. As mulheres. Você não acha? Aqui com essa idade elas são mais... livres. Eu acho que isso pode ser bom*⁶⁷.

Considerações finais

Como já frisado por pesquisadoras e pesquisadores trabalhando com os mercados do amor e do sexo, nem a busca por vítimas e algozes nem o par ascensão social/erotismo iluminam de modo competente as reais trocas e experiências dos indivíduos envolvidos nesses relacionamentos.

Ao mesmo tempo em que não é eficaz dividi-las em agentes e vítimas, é clara a diferença das narrativas das jovens mulheres que conheci em Berlim. Daiane e

⁶⁷ Notas do caderno de campo. Já estávamos conversando fora do café onde tínhamos realizado a entrevista.

Tina têm maridos mais velhos, 22 e 16 anos, que conheceram na plataforma Brazilcupid.com. Suas experiências em Berlim são diferentes por um número de razões. Uma delas está relacionada, argumento, à maternidade.

Meu marido fala: 'meus filhos vão me chamar de avô.' Eu não posso fazer nada! Mas ele entende. Ele nem me pressiona sobre isso. A gente nem conversa sobre isso. A gente desde o começo fala de ter filhos, né? [Mas] ele sabe que eu tô começando minha vida agora.

Tina, 28

O pessoal falou, vai casar, vai arrumar filho... já tá velha. Eu falei não... quero investir na minha profissão, quero voltar a dar aula, quero trabalhar primeiro, me organizar economicamente, organizar a minha vida, ter uma profissão pra depois pensar no filho. Porque se eu arrumo um filho, depois tudo fica mais difícil. Quem esperou até agora, espera mais um aninho, dois.

Natália, 37.

Manuela: Daqui a uns 10 anos. Ele vai tá com 42

Eu: 10 anos?

Manuela: Ah, primeiro eu quero viajar bastante, fazer faculdade, que vai demorar uns 3, 4 anos. Viajar bastante, fazer o meu Master...

Manuela, 25

Para um número dessas mulheres a experiência conjugal e a experiência de imigração apresentam possibilidades de crescimento pessoal que não estão tão atrelados à vida familiar. Todas me disseram querer formar família e, como coloquei anteriormente, não questionam os ideais do casamento heterossexual monogâmico. Por outro lado, a experiência migratória possibilitou um investimento pessoal que momentaneamente não querem colocar em segundo plano para satisfazerem seus ideais de maternidade.

Daiane me disse que quando descobriu a gravidez entendeu que tudo *iria mudar*. Ela explica que seu comprometimento atual é para com a sua família, para quem ela quer dedicar a maior parte de seu tempo. Klaus foi o primeiro homem que conheceu pessoalmente na plataforma e com quem se casou em sua primeira viagem a Alemanha.

Jennifer Johnson-Hanks (2007) afirma que devemos manter-nos atentos aos ideais culturais que informam o desejo de mulheres estrangeiras estabelecerem relacionamentos com homens do “primeiro mundo”. Daiane, não encontrando meios de satisfazer seus ideais de casamento e família no Brasil, busca realizá-los dentro de seu relacionamento com Klaus. Encontra altos e baixos no percurso. Para Lieba Faier (2007), cujo trabalho traz uma interessante alternativa ao binário agente-vítima, o casamento e o “amar os maridos” estrangeiros significava, para suas interlocutoras, serem mulheres modernas e esposas morais.

Os capítulos anteriores tinham até então privilegiado nível da representação quando do estabelecimento de relacionamentos entre homens alemães e mulheres brasileiras bem como as narrativas masculinas. Neste capítulo, que fecha essa dissertação de mestrado, procurei, baseada nos relatos dessas mulheres e de meu convívio com elas, trazer alguns pontos, cujo debate pudesse nos ajudar a complexificar as noções que no senso comum e em parte da literatura são enfatizadas para explicar migrações por casamento.

Abordei as dificuldades com o idioma, entendido como a questão mais frustrante da experiência migratória. Tratei da tomada de decisão de mudarem-se para Berlim, e como suas famílias, trabalhos e o receio do que poderia vir a relação amorosa informava essa opção. Trouxe alguns relatos sobre como se deu para elas o processo da construção da relação amorosa, baseado via de regra em *segurança* e *confiança*. Apresentei relatos de mulheres que entendem seus maridos alemães como sujeitos *tranquilos*, que dividem as tarefas domésticas, relatos traçados usualmente em relação ao homem brasileiro e narrados em oposição a más experiências prévias com os últimos. Falei de como o processo de transição capilar possibilitou um patente aumento de autoestima para algumas dessas mulheres. Finalmente, argumentei que o tempo de convívio antes do casamento e a maternidade poderiam informar as dinâmicas do casamento.

Algumas considerações finais

E foi engraçado que nesse período todo mundo ficou sabendo. Falavam ‘ah, a Nati tá namorando um gringo’. Eu nunca falei nada. E o engraçado é que um dia eu fui levar o Tobi no aeroporto e fui em seguida para o trabalho, e aí eu levei a câmera. Aí todo mundo perguntou: ‘ah, tem foto dele?’ Tenho. E aí eu mostrei as fotos da despedida, dos últimos dias dele no Rio. As pessoas não disfarçaram! ‘Ele é novo, né?’ ‘Ele é bonito!’ É o que todo mundo falou: ‘Preconceitos à parte, é que eu achava que ele era um velho’. Falava ‘alemão e brasileira’, o pessoal já achava que ele era um velho rico que viu uma mulata de cabelo crespo com essas faixinhas aí [apontando para a minha faixa de cabelo]. Ninguém conseguia conceber. Todo mundo pensava que era uma relação de interesse. Quando viram que ele era 10 anos mais novo que eu, novinho, bonitinho, todo mundo ficou assim: ‘então ela..., ela é mais velha... Então no que se baseia essa relação?’ As pessoas ficavam meio chocadas. Até minha família. Todo mundo achava que eu dei o golpe do baú [rindo]. E tipo, casei com estudante. A gente veio morar aqui num quarto de república de 13 m². É estranho. As pessoas ainda se chocam.

Natália, 37 anos.

A diferença de idade entre Natália e Tobias é, de fato, exceção. Suas impressões acerca do senso comum que informa as noções sobre relacionamentos como o seu não são. Nessa dissertação de mestrado, procurei explorar os valores atribuídos a relacionamentos afetivo-sexuais entre homens alemães e mulheres brasileiras, buscando privilegiar aqueles estabelecidos com o auxílio de *sites* de relacionamento e agências de casamento.

Seguindo o argumento de Laura Moutinho (2004), ao buscar afastar-me das “razões práticas” tão presentes tanto no senso comum como em parte da literatura que aborda relacionamentos não homogâmicos, propus conduzir o/a leitor/a por diferentes plataformas, em um continuum *on-offline* (BELELI, 2012), colhendo elementos que permitissem uma análise mais ampla, menos marcada por binarismos e dicotomias, fossem elas vítima/algoz ou mobilidade social/erotismo.

Iniciei esse trabalho trazendo as páginas na internet de quatro agências de casamento especializadas em unir mulheres brasileiras a homens alemães. Nesses espaços, coloridos de verde e amarelo e ilustrados por imagens de praias tropicais e de sensuais sorridentes mulheres de curvas marcadas, relacionamentos entre homens alemães e mulheres brasileiras eram apresentados ao visitante como o paraíso da troca. A mulher brasileira, “exótica, bonita, apaixonante, alegre e cheia de vida”, era apresentada como parte, fruto e extensão da paisagem tropical. Ela tinha ainda uma genuína inclinação para o lar e para as relações familiares. Sua única demanda: um esposo responsável e fiel.

Argumentei que os discursos das agências estariam realinhando o alemão aos ideais de masculinidade que a paisagem em seu contexto de origem o teria negado. Essa nova paisagem traria consigo a promessa da ampla oferta de jovens atraentes mulheres, premissa do programa de televisão *Traumfrau gesucht*, trabalhado na sequência. Mulheres da Europa Oriental e do Brasil eram, naquele contexto, entendidas como manifestação maior de feminilidade, tão distante de suas conterrâneas alemãs. Argumentei que tal distância era também compreendida em um sentido temporal, que acabava por marcar algumas hierarquias quando do estabelecimento desses relacionamentos. Informados pelo que parecem ser mitos a respeito dessas mulheres, coloquei que os participantes do programa acabavam por abusar de seu lugar real e imaginado de privilégio.

A partir de minhas correspondências com homens alemães membros da plataforma Brazilcupid.com, observei que esses indivíduos, que estavam buscando relacionamentos com mulheres brasileiras, também eram informados por noções similares acerca de uma feminilidade brasileira. Para esses homens, seus ideais de relacionamento com “proximidade corporal e emocional” não poderiam ser alcançados com suas conterrâneas. Como os participantes de *Traumfrau gesucht*, também localizavam as peculiaridades da mulher brasileira a partir do clima/natureza e da diferente “educação”. Acreditavam ser capazes de propiciar a suas futuras namoradas e esposas *segurança*, devido a seus pertencimentos nacionais.

Segurança, para homens alemães e mulheres brasileiras, tinha, entretanto, significados dissimilares. Para os primeiros, estava relacionada a uma estabilidade primordialmente econômica. Para as mulheres brasileiras, cujas narrativas eu

trabalho no último capítulo desse texto, a segurança proporcionada por seus maridos alemães estava relacionada a uma estabilidade do relacionamento amoroso. Segurança de se sentirem amadas e de não serem traídas. Narram seus relacionamentos com seus maridos alemães, em oposição a experiências prévias, via de regra não positivas, que tinham vivido com homens brasileiros.

Reunidos, esses capítulos permitem a observação de como diferentes discursos produzidos e veiculados por diferentes plataformas em momentos distintos podem se informar, gerando compreensões, expectativas e novas possibilidades de “ser” em um mundo conectado.

A internet, como argumenta Eva Illouz (2011), oferece ao indivíduo a possibilidade de visualizar aparentemente todo um mercado de parceiros/as potenciais. Diferente da vida real, em que esse mercado é apenas pressuposto. Quando tratamos de relacionamentos internacionais por correspondência, tal visualização do mercado potencial na internet toma características adicionais. Em *sites* de relacionamento e de agências de casamento, pressupostos muito mais genéricos do que seria o/a “outro/a” nacional e racial informam as escolhas de homens e mulheres, e moldam suas, às vezes contrárias, expectativas.

Os homens alemães de meu trabalho buscavam mudanças para suas vidas. Vivenciavam os altos e baixos da experiência do *internet dating* na esperança de encontrarem para si felicidade. Esta, dada através da realização do amor, pareceu por vezes estar relacionada a lembranças nostálgicas. De um lado, relacionado a uma temporalidade das relações de gênero “complementares”, e de outro, em alguns casos, relacionado a suas próprias experiências na América Latina durante a juventude.

As experiências de mulheres brasileiras em Berlim estavam também marcadas por seus ideais de amor e relacionamento. Mulheres brasileiras, em muitos casos, experimentavam suas novas vivências na Alemanha, gozando de mais autoestima, mais lazer, e menos horas de trabalho semanal. Como já sugerido por Felicity Schaeffer-Grabiell (2004), e observável neste caso, processos globais, ao aproximarem pessoas de áreas desigualmente desenvolvidas, oferecem às mulheres de países do “terceiro mundo” novos cenários nos quais imaginar papéis de gênero e estender o que seria possível em suas culturas locais.

No decorrer de minha pesquisa, fui aos poucos compreendendo que eu estava escrevendo sobre pessoas buscando algo de melhor para si. Buscando mudanças nas suas vidas. Fui compreendendo que meu trabalho também falava de esperança. Falava de amor. De pessoas tentando alcançar umas às outras em palcos entrecortados por diferenças e desigualdades. Um universo carregado de expectativas, onde o próximo perfil, a próxima mensagem, o próximo *match*, carrega em si o potencial de mudar a sua vida.

Homens alemães e mulheres brasileiras procuravam-se uns aos outros por razões às vezes muito diferentes. Olhavam para fora e para dentro dos limites de suas nações, e para trás e para frente no tempo também de maneiras distintas. Alguns, ainda sim, encontraram-se no caminho.

Referências bibliográficas

BELELI, Iara. Amores online. In: PELÚCIO, Larissa et al (orgs.) Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

_____, Iara. O imperativo das imagens: construções de afinidades nas mídias digitais. Cad. Pagu, n.44, 2015.

BLANCHETTE, Thaddeus. "Fariseus" e "gringos bons": masculinidade e turismo sexual em Copacabana. In: PISCITELLI, Adriana; ASSIS, Gláucia de Oliveira; OLIVAR, José Miguel Nieto (orgs.) Gênero, sexo, afetos e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil. Campinas: UNICAMP/PAGU, 2011.

CONSTABLE, Nicole. Romance on a global stage: pen pals, virtual ethnography, and "mail order" marriages. Berkeley: University of California Press, 2003.

_____, Nicole. The commodification of Intimacy: marriage, sex, and reproductive labour. Annual Review of Anthropology (38), 2009.

FAIER, Lieba. Filipina migrants in rural Japan and their professions of love. American Ethnologist, v. 34, 2007.

GLOWSKI, David. Why Do German Men Marry Women from Less Developed Countries? An Analysis of Transnational Partner Search Based on the German Socio Economic Panel. SOEPpapes, n.61, 2007.

HOCHSCHILD, Arlie. Love and Gold. In: Ehrenreich, B; Hochschild, A (org). Global woman: Nannies, Maids and Sex workers in the New Economy. New York: Metropolitan books, 2003.

ILLOUZ, Eva. O amor nos tempos do capitalismo. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

JOHNSON-HANKS, Jennifer. Women on the market: marriage, consumption and the Internet in urban Cameroon. American Ethnologist, v.34, 2007.

LEHMANN-CARPZOV, Ana Rosa. Turismo e Identidade: Construção de identidades sociais no contexto do turismo sexual entre alemães e brasileiras na cidade do Recife. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Antropologia. Universidade Federal de Pernambuco, 1994.

MOUTINHO, Laura. Razão, "cor" e desejo: uma análise comparativa sobre relacionamentos afetivo-sexuais "inter-raciais" no Brasil e na África do Sul. São Paulo: Editora Unesp, 2004.

_____, Laura. Negociando com a adversidade: reflexões sobre "raça", (homos) sexualidade e desigualdade social no Rio de Janeiro. Estudos Feministas, v.14, n.1, 2006.

_____, Laura et al. Retóricas ambivalentes: ressentimentos e negociações em contextos de sociabilidade juvenil na Cidade do Cabo (África do Sul). Cad. Pagu, n.35, 2010.

_____, Laura. Diferenças e desigualdades negociadas: raça, sexualidade e gênero em produções acadêmicas recentes. Cad. Pagu, n.42, 2014.

PADILLA, Mark et al. Love and Globalization: transformations of intimacy in the contemporary world. Nashville: Vanderbilt University Press, 2007.

PELÚCIO, Larissa. Narrativas Infiéis: notas metodológicas e afetivas sobre experiências das masculinidades em um site de encontros para pessoas casadas. Cad. Pagu, n.44, 2015.

PISCITELLI, Adriana. ¿Actuar la brasileñidad? Tránsitos a partir del mercado del sexo. Etnográfica, v.15, n.1, 2011.

_____, Adriana. Amor, apego e interesse: trocas sexuais, econômicas e afetivas em cenários transnacionais. In: PISCITELLI, Adriana; ASSIS, Gláucia de Oliveira; OLIVAR, José Miguel Nieto (orgs.) Gênero, sexo, afetos e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil. Campinas: UNICAMP/PAGU, 2011.

_____, Adriana. Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. Sociedade e Cultura, v.11, n.2, 2008.

_____, Adriana; ASSIS, Gláucia de Oliveira; OLIVAR, José Miguel Nieto. Introdução: transitando através de fronteiras. In: PISCITELLI, Adriana; ASSIS, Gláucia de Oliveira; OLIVAR, José Miguel Nieto (orgs.) Gênero, sexo, afetos e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil. Campinas: UNICAMP/PAGU, 2011.

RODRÍGUEZ SALAZAR, Tania. El amor em las ciencias sociales: cuatro visiones teóricas. Culturales, v.8, n.15, 2012.

ROSA, Renata de Melo. Vivendo um conto de fadas: o imaginário de gênero entre cariocas e estrangeiros. In: Goldenberg, Mirian (org.) Os novos desejos [recurso eletrônico]: das academias de musculação às agências de encontros. Rio de Janeiro: Record, 2011.

_____, Renata de Melo. Cariocas e estrangeiros: gênero e identidade nacional no processo identitário. Mneme – Revista de Humanidades. v.1, n.2, 2000.

SCHAEFFER-GRABIEL, Felicity. Cyberbrides and Global Imaginaries: Mexican women's turn from the national to the foreign. Space and Culture, v.7, n.1, 2004.

SILVA, Ana Paula da. "Cosmopolitismo tropical": uma análise preliminar do turismo sexual internacional em São Paulo. In: PISCITELLI, Adriana; ASSIS, Gláucia de Oliveira; OLIVAR, José Miguel Nieto (orgs.) Gênero, sexo, afetos e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil. Campinas: UNICAMP/PAGU, 2011.

SILVA, Ana Paula da; BLANCHETTE, Thaddeus. "A mistura clássica": miscigenação e o apelo do Rio de Janeiro como destino para o turismo sexual. Bagoa, n.5, 2010.

_____, Ana Paula da; BLANCHETTE, Thaddeus. "Nossa Senhora da Help": sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana. Cad. Pagu, n.25, 2005.

SIMÕES, Júlio Assis; FRANÇA, Isadora Lins; MACEDO, Márcio. Jeitos de corpo: cor/raça, gênero, sexualidade e sociabilidade juvenil no centro de São Paulo. Cad. Pagu, n. 35, 2010.

VIEIRA, Erika Souza. Amor sob encomenda: Um estudo antropológico sobre agências de encontros. In: Goldenberg, Mirian (org.) Os novos desejos [recurso eletrônico]: das academias de musculação às agências de encontros. Rio de Janeiro: Record, 2011.