

“Andar na noite é coisa de homem”: performances, narrativas e relações de poder no contexto das casas de alterne em Lisboa¹

Lira Turrer Dolabella²

Resumo

Partindo de um recorte da pesquisa etnográfica que venho a desenvolver sobre mulheres brasileiras que trabalham em Casas de Alterne em Lisboa, este artigo busca refletir sobre a procura por este entretenimento noturno por parte dos homens. Através de entrevistas e conversas informais com clientes habituais de casas de alterne e também da observação realizada em campo, aponto algumas ambiguidades entre discursos e práticas que podem servir como ferramentas analíticas das relações de poder envolvidas neste contexto. Na primeira parte do artigo apresento algumas generalidades e especificidades empíricas. Na segunda parte busco demonstrar como as hierarquias estruturais e subjetivas de gênero informam as interpretações que clientes habituais fazem de suas interações com o terreno. Finalmente, na terceira parte, confronto os discursos e as práticas dos clientes às narrativas femininas e reflito sobre estes conteúdos considerando as interseções do gênero com os domínios da raça, classe e sexualidade.

Palavras-chave: Gênero; Raça; Sexualidade; Mercado sexual; Poder.

Abstract

This proposal is a frame of the ethnographic research I'm currently developing about Brazilian women who work in gentleman's clubs in Lisbon. My aim is to reflect about the demand for such entertainment by the men. Through interviews with regular customers, informal conversations and participative observation in the clubs, I point out some ambiguities between discourses and practices which expose the power relationships involved in this context. The first part of this paper introduces a few generalities and specificities of the empirical field. The second part attempts to demonstrate how the way men interpret their interactions in the clubs is shaped by subjective and structural gender's hierarchies. Ultimately, the third part confronts the male and female discourses in order to bring a reflection about these issues in the light of gender and it's intersections with race, class and sexuality.

Key-words: Gender; Race; Sexuality; Sexual Market; Power.

¹ Este artigo resulta da investigação feita no âmbito do projecto "O Cuidado como factor de sustentabilidade em contexto de crise" financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia FCT PTDC/CS-ANT/117259/2010, IR Antónia Pedrosa de Lima.

² Doutoranda em Antropologia pelo Instituto Universitário de Lisboa. Bolsista da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil). Integrante do corpo de pesquisadores do projeto "O cuidado como fator de sustentabilidade em situações de crise" com a coordenação da Professora Doutora Antónia Lima no Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA). Projecto com financiamento da FCT (Fundação para a Ciência e a Tecnologia – Portugal). Contacto: liradolabella@gmail.com

Introdução

Este artigo é um recorte da pesquisa etnográfica que venho a desenvolver sobre o universo de experiências de brasileiras que trabalham em casas de alterne em Lisboa. As casas de alternes são bares noturnos, direcionados ao público masculino, onde o trabalho das mulheres é entreter os clientes e induzi-los ao consumo. As meninas³ ganham comissões sobre cada bebida que é paga a elas pelos clientes em troca de sua companhia no bar. É interessante ressaltar que o sexo não está inscrito na atividade da alterne e não é permitido dentro dos clubes. A casa lucra principalmente com o superfaturamento do preço dessas bebidas que podem ser oferecidas às meninas.

Aqui buscarei abordar questões relacionadas com a procura e o consumo deste entretenimento noturno por parte dos homens. Para tal, usarei como ponto de partida algumas ambiguidades que surgiram ao longo da pesquisa de campo precisamente entre os discursos e as práticas dos quais fazem uso os clientes habituais dos bares de alterne.

Ao tentar explorar empiricamente as razões que levam os homens a procurar por este tipo determinado de entretenimento noturno, me deparei com discursos que a) tentam identificá-lo como um espaço trivial de sociabilidade afastando-o de seu caráter central, nomeadamente pagar copos em troca da companhia feminina; e b) relacionam o ato de pagar copos à ideia de dádiva, ajuda e generosidade não só camuflando a procura pela companhia feminina enquanto elemento motivador, mas também deslocando a atividade da alterne do âmbito do trabalho ou da prestação de um serviço.

Neste sentido, buscarei demonstrar como estes discursos são permeados por subjetividades que disfarçam o caráter mercantil da interação e permitem que ela se localize dentro de estruturas de dominação de gênero reconhecíveis e desejáveis por

3 “As meninas” ou “meninas da noite” foram as maneiras escolhidas para me referir às mulheres que trabalham em casas de alterne em Portugal e que constituem os sujeitos objetos de estudo desta pesquisa. Trata-se de termos êmicos comumente usados por clientes e pelas próprias mulheres.

estes clientes. Como ferramentas de análise, lançarei mão dos estudos sobre gênero e masculinidades (Almeida, 2000; Connell, 1995) e as várias interseções que o gênero faz com os domínios da raça, da nacionalidade, da sexualidade e da classe (Brah, 2006; Brah e Phoenix, 2013; Cho et al., 2013; França, 2010; Piscitelli, 2008).

Além disso, a discussão proposta sustentar-se-á pela observação realizada nos bares, por narrativas e reflexões que as meninas fazem a respeito de suas interações com os clientes, por pesquisas em fóruns voltados para consumidores do mercado erótico em Portugal e por conversas informais e algumas entrevistas em profundidade realizadas com clientes regulares de casas de alterne. Vale deixar claro que estas últimas constituem-se em fontes secundárias no que tange ao seu status de material empírico no âmbito global da pesquisa.

“Uma champanhe pra menina se faz favor!”: Sobre o bar e os clientes

Os clubes visitados são parecidos entre si em termos de estrutura, decoração e funcionamento, mas variam no tamanho e na quantidade de meninas a trabalhar. As mulheres devem permanecer dentro do bar durante o horário de trabalho que normalmente vai das 22-23hs até as 4-5hs da manhã. Além do balcão do bar, as casas possuem mesas com cadeiras e/ou pequenos sofás que são abrigados pela luz sempre fraca. Na pista de dança, ora há casais dançando, ora há mulheres se despindo em movimentos eróticos no varão.

As alternes - ou alternadeiras - normalmente usam vestidos sensuais e curtos e roupas mais coladas ao corpo, mas nada muito diferente do que vemos entre o público jovem nas discotecas em geral. Entretanto, a questão das roupas também varia de bar em bar e entre as meninas. As *strippers*, por exemplo, geralmente vestem-se mais ousadamente. Os cabelos, a maquiagem e as unhas são muito bem cuidados e arranjados e o salto alto está sempre presente.

Quando não estão fazendo companhia a algum cliente, as meninas ficam sentadas nos sofás em pequenos grupos conversando, mexendo nos telemóveis ou simplesmente numa espera entediada pelos homens. Pouco a pouco eles começam a entrar e o movimento é repetido ao longo da noite: as meninas vão ter como os

clientes à mesa, as vezes lá ficam durante o tempo em que eles permanecem na casa, outras vezes não se demoram e voltam a sentar-se no sofá ou vão ter com outros clientes. Tudo depende se eles pagam ou não bebidas. A norma geral das casas é de que as meninas não continuem com um mesmo cliente por mais de 15 minutos se ele não lhe pagar um copo, em alguns casos, sob pena de multa.

Ao observar as mesas é possível ver diferentes tipos de interações entre clientes e alternes: os que parecem casais apaixonados; os que conversam sem parar; os que se tocam mais ousadamente e os que o fazem com discrição; os que aparentam entediados e olham em silêncio para a pista de dança; os que riem muito, são festivos e barulhentos.

O meu envolvimento com o terreno empírico desta pesquisa, que ao todo já conta mais ou menos quatro anos, me permite arriscar a afirmação de que frequentar bares de alterne é um tipo de entretenimento largamente procurado por homens portugueses de variadas idades, classes sociais e status conjugal. Mesmo aqueles que não frequentam os bares com assiduidade possuem conhecimentos sobre suas dinâmicas de funcionamento e já fizeram pelo menos uma visita, muito provavelmente por ocasiões da despedida de solteiro de um amigo ou confraternizações com colegas de trabalho.

Se, de um lado, a sexualidade das meninas que trabalham na noite é percebida como desviante por ser deslocada da função reprodutiva familiar e, além disso, por se construir num espaço marginalizado onde há a associação da atividade sexual ao dinheiro, de outro lado, para os homens, a busca por entretenimento erótico, ou sexo extraconjugal, em cenários prostitucionais ainda é aceitável e até valorizada (Almeida, 2000: 168).

As relações de poder que produzem diferenças assimétricas entre homens e mulheres podem ser encontradas em várias sociedades, contudo, as formas pelas quais elas se manifestam culturalmente é que variam em cada contexto (Almeida, 2004). Na medida em que o gênero funciona como objetificação das relações sociais, identificando homens e mulheres através de características diferenciadas, as noções de feminilidade e masculinidade são naturalizadas e frequentemente atribuídas às ações,

emoções e comportamentos. Para além disso, vale lembrar que estamos a lidar com um terreno em que as percepções de gênero se misturam a marcadores de alteridade calcados em questões de raça, classe e sexualidade. Como veremos um pouco mais à frente, pensar o gênero também sob a perspectiva da raça e da classe nos permite perceber as várias configurações dos fluxos de poder inerentes à produção das diferenças e desigualdades.

Os homens que colaboraram nesta pesquisa são clientes regulares em bares de alterne, têm idades entre 45 e 60 anos, são nascidos em Lisboa ou arredores - alguns ainda vivem em cidades vizinhas e vêm à Lisboa frequentemente por questões de trabalho - e são casados ou divorciados. A maioria se identifica como empresário, o que, no geral, significa que são donos ou sócios-proprietários em pequenas empresas. Há também aqueles que exercem profissões de nível técnico⁴.

Considerando a faixa etária podemos observar que se trata de homens nascidos nas décadas de 1950-1970 em Portugal, oriundos de uma geração em que as concepções tradicionalistas sobre as relações de gênero constituem forte referência, o que não significa, no entanto, que estas não sejam diariamente desconstruídas no decorrer de suas experiências de vida.

Na esteira destas observações, vejo as casas de alterne como um terreno que privilegia e promove o exercício de performances de gênero que vêm de encontro a disposições reconhecíveis e desejadas pelos clientes, por fazerem parte de seu contexto que é cultural e histórico. Ou seja, o ambiente, o consumo, as práticas, as interações e o policiamento da heterossexualidade favorecem comportamentos que se aproximam de ideais hegemônicos de masculinidade. As meninas, por sua vez, conduzem as interações de forma a reiterar as noções convencionais de gênero na medida em que performam uma feminilidade calcada na sensualidade, na pronta disponibilidade afetiva e sexual, no cuidado e numa espécie de submissão aos desejos masculinos.

Não quero dizer com isto que as performances de gênero se deem ao nível teatral,

4 Essas informações foram recolhidas através das informantes em relação aos clientes com quem elas mantinham certa proximidade e através das entrevistas com clientes.

num esforço de atuar um papel relacionado unicamente com regras ou padrões fixos que informam o que é ser homem ou mulher. Tomando de empréstimo a perspectiva de Butler (1990), entendemos performance não como um conjunto de ações, atitudes e comportamentos que o sujeito assume consoante o seu gênero. A performance é o que consolida o sujeito e a sua identidade sexual, através da repetição e reiteração das normas de gênero que acaba por produzir o que entendemos por ser mulher ou ser homem. Ou seja, ao invés de pensar nas categorias feminino e masculino como ficções culturais que assentam nas unidades naturais mulher e homem, Butler propõe pensarmos nos termos mulher e homem como eles próprios ficções culturais reguladas e consolidadas pela linguagem. A performatividade se cristaliza no corpo e na sua sexualização produzindo o efeito de uma substância ou materialidade (cf. Butler, 1990; Butler, 1993).

Nas reflexões que se seguem, tento pensar no gênero não como categoria de análise, mas como um organizador central das identidades que se intersecta intimamente com as ordens da raça, sexualidade, nacionalidade e classe social produzindo e reproduzindo relações de poder assimétricas e reiterando hierarquias estruturais e subjetivas. Assumo a perspectiva foucaultiana que entende o poder enquanto fluxos capilares, instáveis e móveis que permeiam, em diferentes níveis, variados tipos de interações sociais (cf. Foucault, 1990; Foucault, 2005). Isto é dizer que, embora as estruturas de dominação e subordinação sejam aqui consideradas, os sujeitos deste estudo não se encerram nas categorias daqueles que possuem o poder e daqueles que são privados dele. O que está em causa é tentar identificar como e quando as interações dinamizam as correlações de força, assim como identificar também os usos que os sujeitos fazem delas.

Neste sentido, pensar nas interações que acontecem nas casas de alterne demanda um olhar multidimensional que consiga capturar a força das estruturas de poder e, ao mesmo tempo, a complexidade das agências e das subjetividades produzidas pelos sujeitos envolvidos neste universo de sociabilidades.

Beber um copo, pagar um copo: reinterpretando as dinâmicas entre alternes e clientes.

Quando comecei a entrevistar clientes habituais de bares de alterne, um dos pontos que eu objetivava precisamente perceber era sobre as motivações que levam os homens a frequentar tais bares, ou seja, o que eles esperavam e desejavam lá encontrar. Entretanto percebi que quando direcionava a pergunta diretamente ao interlocutor - “Por que você vai às casas de alterne?” obtinha uma resposta diferente de quando abordava terceiros, na tentativa de provocar uma reflexão de maneira mais geral a respeito do assunto - “Por que os homens vão às casas de alterne?”.

Apercebi-me deste detalhe quando o primeiro entrevistado, após afirmar que vai aos bares de alterne, na maioria das vezes, por ocasiões de confraternização com colegas de trabalho, quando convidado a refletir sobre “os homens” que procuram este entretenimento noturno, me deu o seguinte depoimento:

Eu acho que o homem, por natureza, nesses casos é sair um pouco da rotina normal... Vai-se a primeira vez com um amigo, ou vai sozinho, mas geralmente vai com um amigo, e depois a intenção é estar com alguém que se gosta, e depois há ali um envolvimento engraçado, um toque nas pernas... E depois querem continuar porque acham que vão conquistá-la... Então é tudo um jogo de sedução ou uma tentativa de sedução. Depois alonga-se... Alguns que acabam por namorar, alguns que acabam por gastar fortunas... Mas de fato é uma estupidez aquilo ali... Eu já vi pessoas com boa pinta que acabam por andar ali, e nem andam a procura de sexo, andam ali a procura de arranjar uma amiga... Eu até fico contente quando há alguém que não tem ninguém possa encontrar alguma diversão. Há homens que podem ter muita dificuldade [na interação com mulheres]... Ou pessoas com alguma idade que procuram ali uma amiga... Eu não sei até que ponto os homens querem sentir que tem uma namorada, uma amiga que lhes dá atenção e que não encontram em outros sítios, não sei, não faço a mínima ideia. (Duarte, 49 anos).

Em conversas e entrevistas com outros homens - inclusive em entrevista com o José, cliente mencionado nas notas de campo que apresentarei a seguir - as respostas sobre suas próprias motivações eram mais ou menos parecidas. “Vai-se para beber um copo, para relaxar um bocado”; “Já conheço o lugar, vou lá há muito tempo”; “Sou amigo do dono”; “É um ambiente giro, onde se pode estar sossegado e a vontade”; “É um bom lugar para ir com clientes e colegas [do trabalho] nos dias de semana”; “Um gajo precisa se divertir, descomprimir e é um lugar onde se pode estar na conversa, rir um bocado”.

As declarações dos clientes sobre o que levam eles próprios a frequentar os bares, curiosamente, nunca estão relacionados à busca por companhia feminina. Mesmo que em algumas de suas falas as meninas sejam mencionadas - “é um sítio fixe, com mulheres bonitas” - elas não aparecem como o motivo central para lá irem. Quando insistia neste ponto eles afirmavam que é bom estar rodeado de mulheres bonitas e assistir aos shows de *strip-tease*, e alguns fizeram referência também ao fato das meninas serem companhias divertidas, boas em animar o ambiente. Entretanto, elas nunca aparecem como a razão principal de sua presença nos bares.

Comecei a notar então que esses discursos não correspondiam às práticas observadas nos bares e tampouco às reflexões que as meninas fazem sobre suas interações com os clientes. Em minhas visitas ao campo pude constatar que são raras as vezes em que os clientes habituais não pagam copos e, na maioria dos casos, eles vão em busca de determinada companhia, ou seja, são clientes regulares de uma mesma menina. Foi possível observar ainda que os clientes habituais raramente vão em grupos e geralmente vão sozinhos ou acompanhados apenas de um ou dois amigos, como ilustra este episódio da minha pesquisa de campo:

Lu, se eu fosse você ia trocar essa calça e vestir aquela saia curtinha, ela tá aqui?” Perguntou Dora assim que chegou e veio sentar-se conosco. Diante o olhar de preguiça e interrogação de Luana, ela explicou: “O Zé me ligou avisando que vem hoje e o César vem junto, claro, né?”

José, ou “Zé” para Dora, é um cliente habitual do bar e, há cerca de 6 meses, tem procurado sempre pela companhia de Dora. Os dois não se encontram com frequência lá fora, apenas em algumas ocasiões em que saem para jantar e se dirigem seguidamente para o bar, o que acaba resultando numa boa estratégia para Dora, já que ele sempre paga ao menos uma garrafa de champanhe. Segundo Dora, ele é do tipo bom cliente porque mesmo que não tenha o costume de pagar muitos copos numa noite, é um cliente que aparece com frequência, mais ou menos duas vezes por mês. Laura contou que, antes de Dora, ele costumava sentar-se com Carla, uma outra colega brasileira. Entretanto, José havia se chateado com Carla após ter ficado sabendo que ela esteve com outro homem no Brasil nas férias que ele próprio ajudara a financiar. [...] José e César são amigos há muitos anos e vêm sempre juntos ao bar. Enquanto o primeiro é mais expansivo, comunicativo e bem humorado, César é mais calado, retraído e, nas palavras das meninas, ranzinza. “Ainda bem que ele gostou da Lu porque assim fica mais fácil de beber mais e é sempre mais divertido quando tem uma amiga na mesa, né?” comentou Dora. Antes de Luana, César esteve com algumas meninas mas dificilmente gostava de alguma a ponto de pagar um copo e então Dora saía

prejudicada porque, segundo ela, ele ficava mal humorado e queria logo ir embora, levando o José consigo.

[...] Luana voltou vestindo a tal minissaia. “Aê, agora sim, Lu! É hoje que aquele velho muquirana enfia a mão no bolso!” disse Laura e todas riram. “Amém, irmã! Porque só bebendo muito pra aguentar o mal humor daquele homem, deus me livre!” Respondeu Luana.

[...] Era ainda começo da noite quando José e César chegaram. Do lugar em que eu estava com as meninas, deu pra ouvir a recepção calorosa de Dora: “Oi amor, até que enfim apareceu, assim você me mata de saudades!” disse enquanto abraçava José. César, mais tímido, cumprimentou as duas com beijinhos e os dois casais, de mãos dadas, foram sentar-se em uma mesa. (Diário de campo, Maio de 2012)

Nas entrevistas e conversas informais com os clientes, por diversas vezes, tentei situar os bares de alterne no âmbito da prestação e do consumo de um serviço determinado, tal como eu própria os percebia, ou seja, como um lugar onde homens pagam bebidas superfaturadas em troca da companhia de jovens mulheres. Entretanto as ambiguidades que surgiram nos discursos e o fato destes não corresponderem às práticas a que pude observar, me levaram a questionar a minha própria abordagem, uma vez que esta não estava a dar conta das complexidades envolvidas neste campo de sociabilidades.

A maioria dos entrevistados expressaram a ideia de que pagar um copo está relacionado à sua generosidade, sua consideração pelas meninas e também às regras de funcionamento dos bares, uma vez que o sistema dos copos é a base do negócio e as meninas não podem permanecer nas mesas dos clientes sem estarem a beber. Neste sentido, podemos dizer que há um esforço por parte dos clientes em tentar manter estas interações na esfera da reciprocidade e da dádiva, em outras palavras, em atos de dar, receber e retribuir. Desta forma a interação é afastada de seu caráter mercantil e sua interpretação não se encerra na ideia de um entretenimento ou serviço pago.

... um gajo não pode estar nessa vida de pagar copos, é complicado... Mas sempre há uma amiga e paga-se um copo, tas a ver? ... as meninas, como a Lorraine por exemplo que é uma miúda que eu respeito muito... Ela tá ali porque tá a precisar... muita menina que tem que mandar dinheiro pra família... ela é uma miúda muito fixe... tem outras que eu não pago, são muito materialistas, só pensam na guita... essas dão cabo dos homens. Mas quando é uma miúda fixe, uma amiga, alguém

que tem respeito, amizade, um gajo pode ajudar um pouco, pagar um copinho, uma garrafa, não tem mal nenhum, tas a ver? (João, 45 anos).

Diferentemente da imagem que se faz da prostituição - tal como é entendida no senso comum, nomeadamente a troca de dinheiro por serviços sexuais - a interação entre cliente e alterne é visivelmente permeada por outras subjetividades que podem colocar em causa a posição privilegiada do cliente em relação aos ideais de masculinidade, na medida em que localiza a interação numa proximidade muito grande dos afetos e da intimidade.

Vale ressaltar que não pretendo aqui reiterar uma visão que encerra a relação entre a prostituta e o cliente num intercâmbio exclusivo entre sexo e dinheiro. Pelo contrário, percebo a prostituição, assim como outras modalidades do trabalho sexual e erótico, inclusive o de alterne, como um terreno de sociabilidade muito amplo e diverso onde as interações entre clientes e trabalhadores são negociadas constantemente e bastante flexíveis. Prostitutas podem ser pagas apenas para ouvir seus clientes, assim como alternes podem receber dinheiro em troca de serviços sexuais nos reservados/privados, entre outros exemplos.

Entretanto, a comparação da alterne com a prostituta faz-se útil aqui se mantivermos em mente as imagens e os discursos que são promovidos pela mídia e estão presentes no senso comum, tal como foi colocado anteriormente. É na esteira destes discursos que podemos encontrar um certo desconforto gerado pela procura da companhia da alterne ao qual não encontramos tão visivelmente, pelo menos no que pude observar em meu terreno, em relação à procura pela prostituta.

A procura pela prostituta remete para uma visão naturalizada sobre um suposto instinto masculino que envolve, entre outras coisas, uma necessidade exagerada de sexo. Já a procura pela companhia da alterne, por sua vez, pode colocar em causa essa ideia da sexualidade masculina predatória na medida em que a interação nos bares se aproxima dos afetos e da intimidade mais do exclusivamente do sexo em si. O ato de pagar copos, se associado ao desejo do homem pela companhia feminina num sentido mais afetivo e emocional, desestabiliza sua posição em relação aos ideais de masculinidade hegemônica uma vez que as emoções e os sentimentos são

tradicionalmente genderizadas e atribuídos ao feminino.

Vale lembrar que o ideal de masculinidade se impõe sobre os homens como um efeito controlador através da incorporação de práticas e comportamentos de sociabilidade reproduzidos simbolicamente no cotidiano. O conceito de masculinidade hegemônica nos remete para valores ou ideais que nunca são atingidos em sua totalidade, mas que inscrevem a ideia do que é ser homem – constituída por um conjunto de atributos morais de comportamento socialmente sancionados e constantemente reavaliados, negociados e lembrados (Almeida, 2000). Narrativas que evocam a ideia de predador sexual, brincadeiras que feminilizam o outro, diferenciações naturalizadas que legitimam uma supremacia masculina e a submissão feminina, valorização da capacidade do homem em gastar dinheiro com mulheres que não suas esposas, entre outras coisas, são exemplos de descritores de masculinidade. Contudo, é importante ressaltar que a masculinidade não é uma entidade fixa incorporada pelos sujeitos ou parte de sua personalidade. Masculinidades, no plural, são configuradas nas práticas sociais e podem se dar de diferentes maneiras consoantes às relações de gênero que tomam lugar em diferentes contextos.

Os discursos de ajuda e dádiva aproximam os homens de descritores de masculinidade desejados e reconhecíveis por eles – do homem que provém - ao mesmo tempo em que neutralizam as possibilidades de se afastarem de tais descritores e serem vistos como dependentes, fracos, vulneráveis ou simplesmente desejoso de uma companhia feminina que não seja exclusivamente para fins sexuais. Ou seja, os discursos apontam para uma interpretação sobre os bares que descentraliza a atividade da alterne promovendo a ideia de que trata-se de um campo de sociabilidades e comensalidade masculinas em que a presença das meninas é bem vinda, porém, não fundamental.

A prática de pagar um copo, ao ser interpretada em termos de ajuda, é mantida próxima aos ideais de masculinidade e percebida de forma naturalizada, da mesma maneira que também o é a ideia da sexualidade da mulher ser construída sempre numa linha de troca. Depois que o copo da menina está na mesa, a companhia, atenção e disponibilidade afetiva e sexual que ela passa a oferecer são vistas como

uma retribuição natural por atos de generosidade, que não só estão relacionados com a ideia do homem provedor como também à ideia de que o homem pode e deve gastar dinheiro fora de casa com mulheres que não as suas esposas.

O próprio sistema de se pagar por bebidas funciona muito bem neste sentido, já que o pagamento não é feito diretamente em dinheiro, consoante ao tempo ou ao tipo de interação, o que, por sua vez, é bastante usual entre prostitutas e clientes. Quando se paga um copo, a relação é envolvida por outras subjetividades que disfarçam o caráter comercial e permitem que a relação se localize dentro de estruturas de dominação de gênero reconhecíveis e desejáveis por estes clientes.

É importante deixar claro que não pretendo aqui reiterar uma visão dicotômica que opõe a dádiva à mercadoria polarizando a troca comercial *versus* reciprocidade. Pelo contrário, o que se pretende é um propor um debate à maneira de Appadurai (2010) que argumenta ser melhor olharmos “para o potencial mercantil de todas as coisas, em vez de buscar em vão a mágica distinção entre mercadorias e outros tipos de coisas (Appadurai, 2010:27)”. É preciso, segundo o autor, uma perspectiva que ultrapasse essas dicotomias e considere tanto as dimensões calculistas intrínsecas em todos os tipos de troca assim como considerar também as formas de sociabilidade que estão associadas a elas.

Raça, classe e sexualidade enquanto protagonistas das relações de gênero

Não seria possível analisar as relações de poder que emergem deste contexto se não considerássemos a centralidade que a raça assume nestes processos, uma vez que ela é determinante na produção e reprodução das desigualdades e subordinação, principalmente em contextos pós coloniais (Brah, 1997; Cho et al., 2013). São processos estruturados não somente em torno da cor, mas em torno da construção de uma diferença supostamente biológica que se mascara em termos de diferença cultural. Tratam-se de diferenças expressas também através de questões ligadas à sexualidade e ao gênero como significantes de superioridade e inferioridade (Brah, 2006; França, 2010). A classe é também central nestas representações de alteridade na medida em que as relações desiguais entre países e a posição subalterna que o Brasil

assume, não somente em relação à Portugal mas em termos globais, se expressam no campo simbólico das representações feitas acerca de um povo. Além disso, estas relações desiguais reforçam ainda os processos de feminilização e erotização da pobreza e do subdesenvolvimento.

Independentemente de serem consideradas no Brasil, brancas ou morenas, nos fluxos migratórios para certos países do Norte as brasileiras são racializadas como mestiças. No lugar desigual atribuído ao Brasil no âmbito global, a nacionalidade brasileira, mas do que a cor da pele, confere-lhes essa condição. E essa racialização é sexualizada (Piscitelli, 2008:269).

As características estereotipadas frequentemente atribuídas às mulheres brasileiras em Portugal, tais como alegres, sensuais, quentes, submissas e com disposição intensa para o sexo, são produzidas a partir de noções essencializadas de uma feminilidade vista como tropicalizada, exótica e naturalmente super sexualizada. Não seria, no entanto, equivocado afirmar que tais dinâmicas representacionais tomam aqui um contorno ainda mais delineado já que estamos a nos debruçar sobre uma atividade que pressupõe o envolvimento entre dinheiro e intimidade. Neste sentido, há de se considerar não somente a posição subalterna do Brasil nas hierarquias das nacionalidades, como foi falado acima, mas também a posição social desprivilegiada que essas mulheres ocupam na sociedade portuguesa, enquanto mulheres, imigrantes e inseridas numa atividade laboral marginalizada, embora elas estejam muito longe de constituírem um todo homogêneo.

Os descritores essencializados da feminilidade brasileira aliados à sua posição desprivilegiada de classe, dão a liga que faltava para continuarmos a reflexão proposta a respeito dos mecanismos de poder que acolhem, produzem e sustentam os discursos e as práticas envolvidas neste universo empírico.

As teorias feministas há anos vêm demonstrando como, em diferentes níveis e maneiras dado cada contexto social e cultural, as construções que se fazem acerca da mulher estiveram sempre permeadas pela naturalização de seu trabalho reprodutivo e que englobam, entre outras coisas, a construção de sua sexualidade sempre numa linha de troca, ou seja, não se trata de uma sexualidade totalmente livre (cf. Tabet, 2004). Ao mesmo tempo, encontramos ainda uma literatura antropológica, sociológica e feminista dedicada aos dilemas envolvidos na mercantilização da intimidade e que

trabalham criticamente na desconstrução da dicotomia, problemática mas muito presente no senso comum, que opõe o dinheiro à intimidade e aos afetos, vistos, nas palavras de Zelizer, como mundos hostis (Hunter, 2002; Faier, 2007; Illouz, 1997; Zelizer, 2005).

No que se refere aos clientes de casas de alterne, nos deparamos com discursos que reinterpretam as práticas em termos de ajuda e dádiva através do uso de dispositivos de poder baseados em assimetrias econômicas, sociais, culturais, raciais e de gênero. Bem a grosso modo, os discursos giram em torno de afirmações que tentam demonstrar que paga-se um copo porque são generosos, amigos e conscientes da condição mais precária das meninas e sua necessidade por dinheiro. Além disso, paga-se um copo também porque são meninas bonitas, simpáticas, carinhosas, boas companhias e que estão “nesta vida” ou porque gostam, e possuem uma disposição natural pra isso, ou porque precisam. Obviamente que existem ainda múltiplos outros pontos e serem explorados analiticamente acerca destas relações, tais como a busca do cliente pela autenticidade demonstrada pelas meninas na interação, entre outros que não cabem serem aqui discutidos por questões de delimitação do tema.

Finalmente, passemos agora à uma breve confrontação destes discursos com as reflexões que as meninas fazem de si próprias e de suas interações com os clientes. Mas antes, vale notar que a ideia da ajuda é uma ideia muito difundida no Brasil, mesmo fora do universo do mercado sexual (Fonseca, 2004; Piscitelli, 2011), e que o caráter de provedor é geralmente valorizado nos homens. Ao mesmo tempo em que a associação entre sentimentos e dinheiro não é vista com bons olhos em nossa cultura, existe, no sentido oposto, a ideia de que relações afetivo-sexuais podem constituir boas fontes de obtenção de bens materiais e ascensão social, mesmo em contextos vistos como não prostitucionais.

Entre as meninas, são muito comuns os discursos que aproximam o trabalho da alterne ao de uma psicóloga ou conselheira. Todas as minhas interlocutoras, ao refletirem de maneira mais geral acerca de suas experiências no bar, fizeram referências às exigências emocionais que a atividade demanda, tais como saber ouvir, ser carinhosa e sensual, demonstrar interesse pessoal e disponibilidade afetiva e ter

flexibilidade para lidar com homens com diferentes tipos de temperamentos e *backgrounds* sociais e culturais.

Há, neste sentido, uma reconfiguração positiva da atividade na medida em que elas se veem exercendo uma espécie de papel social importante na vida dos clientes, como afirmou Bela, uma de minhas interlocutoras: “Mesmo quando finjo que estou interessada neles, penso que estou fazendo algo de bom pra vida deles e me sinto bem por isso. Muitos clientes são carentes e não tem muito carinho e atenção em casa. E então eles vão procurar por isso em outro lugar, né?”.

São reflexões que problematizam as noções que condenam moralmente o envolvimento afetivo movido por interesses econômicos, ao mesmo tempo em que promovem uma reinterpretação das práticas da alterne em termos de instrumentalização das emoções e do afeto como algo que resulta positivamente na vida destes homens. Por outro lado, é notável também um certo desgaste em relação à necessidade de se estar sempre disponível emocionalmente, tal como o seguinte comentário de Laura ilustra: “As vezes eu fico pensando que mais valia mesmo era ser puta... pelo menos você vai lá, dá uma queca, uma horinha no máximo e sai com a guita no bolso sem ter que aguentar essa falação, essa melação...”

Se, por um lado, a interação entre clientes e alternes acontece num contexto em que as mulheres estão localizadas em uma posição de subalternidade, dado as múltiplas desigualdades que se intersectam nestas relações, por outro, encontramos a mobilização dessas desigualdades transformando-as em recursos que desestabilizam os focos de poder e que abrem brechas para negociações e possibilidades de ação.

Ao se verem sujeitas a categorizações que tentam encerrá-las num emaranhado de atributos e essencializações, as meninas lançam mão, de forma mais ou menos arbitrária e instrumentalizada, de performances que reiteram os estereótipos e vão de encontro aos marcadores convencionais de masculinidade. Conscientes da atração que sua posição desprivilegiada exerce nos homens, além de performarem estilos de feminilidade que correspondem às noções tropicalizadas sobre a mulher brasileira, as meninas fazem uso de mecanismos que reforçam a ideia de superioridade desses homens, deixando-os não só confortavelmente situados simbolicamente numa posição

privilegiada como também impelidos a ajudá-las. Neste sentido, elas convertem as categorizações e todo o arsenal de dominação calcados nos marcadores de gênero, classe, raça e sexualidade, em fontes alternativas de poder, benefícios materiais e capitais sociais.

Conclusão

Mais em forma de síntese do que em laias de conclusão, podemos dizer então que os esforços dos clientes em distanciar o ato de pagar um copo ao de uma procura por companhia no sentido mais afetivo e emocional e, de maneira oposta, a aproximação reflexiva que as meninas fazem do exercício da atividade da alterne ao trabalho emocional, demonstram que existem diferentes hierarquias estruturais e subjetivas a serem acionadas por cada um dos lados da interação.

As objetificações e racionalizações sobre a sexualidade e o envolvimento afetivo, que ambos fazem sobre sua participação neste contexto, são investidas de significações morais que muito revelam acerca das dinâmicas de poder que englobam estas interações. Não obstante, as meninas lançam mão de mecanismos desestabilizadores dos feixes de poder que, embora não transformem por completo as estruturas de dominação, abrem amplas possibilidades de ação e agência.

Referências Bibliográficas

- Almeida, Miguel Vale de (2000), *Senhores de si : uma interpretação antropológica da masculinidade*. Lisboa: Fim de Século.
- . (2004), *Outros destinos : ensaios de antropologia e cidadania*. Porto: Campo das Letras.
- Appadurai, Arjun (2010), "Introdução: Mercadorias e a política de valor", *In A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niteroi: EdUFF, 15–87.
- Brah, Avtar (1997), *Cartographies of Diaspora: Contesting Identities [...] [...]*. London u.a.: Routledge.
- . 2006. "Diferença, diversidade, diferenciação". *Cadernos Pagu* (26): 329–76.
- Brah, Avtar, e Ann Phoenix (2013), "Ain't I A Woman? Revisiting Intersectionality", *Journal of International Women's Studies* 5 (3): 75–86.
- Butler, Judith (1990), *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- . (1993), *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of «Sex»*. New York: Routledge.
- Cho, Sumi, Kimberlé Williams Crenshaw, e Leslie McCall (2013), "Toward a Field of Intersectionality Studies: Theory, Applications, and Praxis". *Signs* 38 (4): 785–810.

- Connell, Raewyn (1995), *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.
- Faier, Lieba (2007), "Filipina Migrants in Rural Japan and Their Professions of Love". *American Ethnologist* 34 (1): 148–62.
- Fonseca, Claudia (2004), "A morte de um gigolô: Fronteiras da transgressão e sexualidade nos dias atuais". Em *Sexualidade e saberes: convenções e fronteiras*. Rio de Janeiro: Garamond Universitaria, 257–82.
- Foucault, Michel (1990), *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- (2005), *História da sexualidade, 1 a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal.
- França, Thais (2010), "Alternando entre o trabalho e o prazer: Considerações de uma doutoranda brasileira". *Cabo dos Trabalhos: Revista Electrónica dos Programas de Mestrado e Doutorado do CES/FEUC/FLUC*. (4).
- Hunter, Mark (2002), "The Materiality of Everyday Sex: Thinking beyond "prostitution"". *African Studies* 61 (1): 99–120.
- Illouz, Eva (1997), *Consuming the Romantic Utopia Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*. Berkeley: University of California Press.
- Piscitelli, Adriana (2008), "Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras". *Sociedade e Cultura* 11 (2). doi:10.5216/sec.v11i2.5247. <http://www.revistas.ufg.br/index.php/fchf/article/view/5247>.
- (2011), "Amor, apego e interesse: trocas sexuais, econômicas e afetivas em cenários transnacionais", in *Gênero, sexo, amor e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil*, 537–82. Unicamp, Campinas: Pagu / Núcleo de Estudos de Gênero.
- Tabet, Paola (2004), *La grande arnaque: sexualité des femmes et échange économique-sexuel*. Paris: Harmattan.
- Zelizer, Viviana A. Rotman (2005) *The Purchase of Intimacy*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.