

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC-SP**

**Elcio Nogueira dos Santos**

*Amores, Vapores e Dinheiro- masculinidades, homossexualidades nas saunas de  
michês em São Paulo*

**Doutorado em Ciências Sociais**

**São Paulo- 2012**

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**

Setor de Pós Graduação

**Elcio Nogueira dos Santos**

*Amores, vapores e dinheiro- masculinidades, homossexualidades nas saunas de  
michê em São Paulo*

**Doutorado em Ciências Sociais**

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia  
Universidade Católica de São Paulo, como exigência  
parcial para obtenção do título de Doutor em Ciências  
Sociais sob a orientação da Profa. Dra. Maria Celeste Mira

São Paulo

2012

Banca Examinadora

---

Profa. Dra. Maria Celeste Mira

---

Profa. Dra. Larissa Pelúcio

---

Prof. Dr. Camilo Albuquerque Braz

---

Profa. Dra. Carla Cristina

---

Prof. Dr. Jorge Leite Jr.

## AGRADECIMENTOS

É sempre difícil escrever uma página de agradecimentos. Ao longo de um trabalho, são muitas as pessoas que nos ouvem, leem o que escrevemos, enfim, nos ajudam a chegar ao fim que corremos o risco de esquecermos alguém. Espero não esquecer as pessoas que me ajudaram a iniciar e finalizar este trabalho. Gostaria de agradecer inicialmente minha orientadora, Profa. Dra. Maria Celeste Mira, que, com enorme paciência e acolhimento, me corrigiu nos momentos certos e me acolheu nos momentos de confusões e incertezas. A Ana Claudia Barbieri, a Crô. Sem você este texto não sairia do campo das ideias. Obrigado por tudo. Ao Prof. Dr. Júlio Assis Simões. Quando este texto ainda era apenas um rascunho, foi o Prof. Júlio que, pacientemente, me ajudou a transformá-lo em um projeto. Ao Prof. Dr. Camilo Braz que tantas vezes me ouviu e trocamos angústias e incertezas. A Banca de Qualificação: a Profa. Dra. Larissa Pelúcio que deu grandes ideias e sugestões de textos, assim como a Profa. Dra. Carla Cristina. Ao Cacá. Enorme amigo que em infindáveis encontros, sempre regados ao chá do Espaço Unibanco, me ouviu, sugeriu, trocamos angústias e dores de uma vida nem sempre alegre. A Cida Miranda, amiga, militante, e grande ouvinte. Ao amigo querido, sempre disposto a ouvir e aconselhar, Prof. Dr. Fernando Silva Teixeira- Filho. A minha irmã Sandra que, mais uma vez, soube me aguentar nos momentos de estresse pelos quais passei. Ao meu sobrinho Thiago, estudante de letras da USP, quase tradutor. Ti, você foi uma ajuda valiosa nas traduções. Ao meu sobrinho Vinicius, que em momentos de tensão sabia “quebrar” o clima. Ao meu pai, que procurava me orientar nos momentos difíceis. Ao Erivaldo Teixeira, sempre pronto a enviar um texto lá de Fortaleza. Aos Profs. do Programa de Estudos Pós Graduated em Ciências Sociais- PUC-SP, a Katia, secretária do Programa. A Marlene, secretária do Programa de Estudos Pós Graduated em Psicologia Social PUC-SP, amiga e ouvinte desde os tempos de mestrado. Aos boys e clientes das saunas, verdadeiros colaboradores desta pesquisa. Sem o depoimento de vocês nada teria sido feito. Ao CNPQ. Agência fundamental para a continuidade da pesquisa.

## RESUMO

Este texto interroga o conceito de masculinidades hegemônica e variantes subalternas destas masculinidades. Tem como hipótese que masculinidades hegemônicas e suas variantes subalternas dependem de época histórica e da cultura nas quais estão inseridas. Ou seja, não há um modelo de masculinidade hegemônica universal e a-histórica. Toma como foco de análise as relações que se estabelecem entre um grupo de homens que compram sexo de profissionais do sexo e os vendedores, neste texto denominados boys, michês e profissionais do sexo, em espaços fechados na cidade de São Paulo, ou as saunas de michê, locais que oferecem os serviços destes profissionais. Utilizou-se como método de pesquisa observação participante e entrevistas semiestruturadas e em profundidade com profissionais do sexo e clientes destes profissionais. A partir do estudo deste grupo de homens tornou-se possível discutirmos que masculinidades hegemônicas e suas variantes subalternas encontram-se em constante disputa pelo poder e pela hegemonia dos grupos, seja o de clientes dos profissionais do sexo, seja o do grupo de michês. Questionou também o desejo e a afetividade deste grupo e as relações intergeracionais. Propõe que as relações entre michês e clientes nascem do desejo dos parceiros e, algumas relações, se aprofundam, constituindo então, novas afetividades entre os mesmos parceiros. Traz à discussão os marcadores sociais de diferença que existem nas saunas de michê e que configuram hegemônias e subalternidades entre as masculinidades. Discute ainda as relações de poder entre estes grupos.

Palavras- Chave: Masculinidades, Homossexualidades, Hegemônicas, Subalternas, Afetividades.

## **Abstract**

This text questions the hegemonic masculinities concept and subordinate variants of these masculinities. It has as a hypothesis that hegemonic masculinities and their subordinate variants depend of the historical time and the culture they are inserted in. In other words, there is not a universal and ahistorical model of hegemonic masculinity. It takes as analysis focus the relations established between a group of men who buy sex from sex workers and the sellers, here denominated boys, male prostitutes and sex workers, in enclosed spaces, or male prostitutes bathhouses in the city of São Paulo, places which offer the service of these professionals. It was used as method of research participant observation and semi-structured and in depth interviews with sex workers and their clients. It became possible through the study of this group of men to discuss that hegemonic masculinities and their subordinate variants are in frequent contest for the power and hegemony of the groups, whether it is the group of the clients, whether it is the group of sex workers. It also questioned this group's desire, affection and its intergenerational relations. It proposes that the relations between sex workers and clients are originated from the partners' desire and, in some relations, deepen, then constituting new affectivities between the same partners. It brings to discussion the social markers of difference that exist in male prostitutes bathhouses and that configure hegemonies and subordinate between masculinities. It also discusses the relations of power between these groups.

Keywords: Masculinities, Homosexuality, Hegemonic, Subordinates, Affectivities.

## SUMÁRIO

<b>Introdução</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1-A Etnografia dos vapores e a aids- mudanças no cenário homossexual em São Paulo</b>	<b>13</b>
1.1-O surgimento das saunas- as saunas gay	14
1.2-As saunas de michê	21
1.3-As saunas de michê e seus interiores-	26
1.3.1-A Lovely	26
1.3.2-A Apolo	28
1.3.3-A Rainbow	29
1.4-Comparando Espaços	32
1.5-A Privacidade do armário ampliado	50
1.6-A aids	55
1.7-A aids e o controle dos corpos	57
<b>Capítulo 2-De roupa ou de toalha? O campo etnográfico</b>	<b>64</b>
2.1-Estruturando o campo	65
2.2-Marcelo e Marcos. Colaboradores importantes	69
2.3-Dentro dos vapores. Circular entre os códigos- territórios	75
2.4-As roupas, toalhas e seus códigos	81
2.5-De roupa ou de toalha?	85
2.6- A subjetividade e subjetivação do pesquisador	94
<b>Capítulo 3- Masculinidades</b>	<b>104</b>
3.1-Viciosos, hegemônicos e subalternos	106
3.2-As <i>performances</i> das masculinidades	122

<b>3.3-Os corpos jovens dos michês e suas representações das masculinidades</b>	<b>128</b>
<b>3.4-Os corpos envelhecidos nas saunas de michê</b>	<b>133</b>
<b>3.5-Em preto e branco: as cores das saunas...</b>	<b>138</b>
<b>3.6-Masculinidades protéticas</b>	<b>146</b>
<b>3.7-Masculinidades protéticas nas saunas de michê</b>	<b>154</b>
<b>Capítulo 4-A etnografia dos amores- afetividades e desejos</b>	<b>178</b>
<b>4.1-Diferentes gerações para os mesmos amores</b>	<b>180</b>
<b>4.2-O desejo, o amor e a competição</b>	<b>185</b>
<b>4.3-Os namorados</b>	<b>191</b>
<b>4.4-O dinheiro e o poder</b>	<b>201</b>
<b>Finalizando</b>	<b>209</b>
<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>212</b>

**Anexos**

## Introdução

Falar em prostituição, hoje, é falar de um mercado em franca expansão (Weitzer, 2000), no qual se entrecruzam a pornografia; os anúncios de acompanhantes - homens e mulheres – publicados nos mais variados jornais e sites da internet; os locais destinados aos encontros entre profissionais do sexo e seus/suas clientes; os *sex-shops*; os cinemas que exibem filmes pornográficos; o mercado produtor de filmes pornográficos, mercado este em que muitos de seus atores também são profissionais do sexo (Diaz- Benitez, 2009); os banheiros e parques públicos; as saunas, enfim, no qual se encontra uma gama variada de situações para possíveis trocas sexuais por dinheiro. Conforme Laura Agustin (2007:65), na contemporaneidade, o que se percebe é uma *indústria do sexo*. Nas palavras da autora:

O termo *indústria do sexo* tenta transmitir a ampla escala dos mercados do sexo em geral, sua capacidade para gerar renda, seus inter-relacionamentos com outras grandes indústrias e infraestruturas e também a diversidade dos negócios envolvidos. O crescimento segue os padrões convencionais de diversificação e proliferação do capitalismo contemporâneo globalizado (tradução nossa, desta que da autora).

Adiante a autora afirma que a indústria do sexo pode ser encontrada em várias e múltiplas atividades, como bordéis, bares, clubes, discotecas, saunas, festas de despedida de solteiro, *sex-shops*, cabines para sexo, casa de massagem, clubes do sexo, e em qualquer lugar imaginável (pag.66). Ainda, segundo Agustin (2007), muitas vezes o consumo e a venda localizam-se em pontos diferentes e são mediados via online, através de câmeras, *chats* e telefones.

Bernstein (2007:2) diz que, por mais que as campanhas antiprostituição cresçam, longe de dar sinais de cansaço ou esgotamento ou, ainda, de diminuição do sexo pago, a prostituição só tem crescido. Para a autora, o incremento das viagens a negócios ou a passeio; o recrudescimento das novas tecnologias, como a internet, o celular e o I-Pod, com um forte mercado consumidor; as melhorias nas cidades contribuem para o aumento do mercado do sexo, o qual é entendido, por Bernstein (2007), de forma ampla, não mais se restringindo à figura da prostituta de rua e seu cliente. A autora aponta, ainda, que este mercado reflete uma mudança importante nas relações humanas,

ou seja, na forma de experienciar a intimidade. Exemplifica afirmando que executivos de alto padrão dedicam muito pouco tempo para suas famílias, mas gastam horas com profissionais do sexo.

Segundo Piscitelli (2005), termos como *prostituição* poderiam encobrir a existência de um vasto *mercado do sexo* na contemporaneidade. Segundo a autora, esse mercado vai além da simples troca de dinheiro por sexo; é atravessado por marcadores sociais de diferença, como gênero, cor/etnia, geração e classe<sup>1</sup>. E tais marcadores são interconectados, não havendo a preponderância de um sobre o outro.

Weitzer (2000) aponta também os diferentes paradigmas que norteiam a percepção que os pesquisadores e a população em geral têm do mercado do sexo e de seus/suas trabalhadores/trabalhadoras, os quais ora são valorizados como trabalhadores de um mercado legítimo, ora são encarados como vítimas da dominação masculina. Segundo o autor, a pequena quantidade de pesquisas sobre esse mercado, que, em 1996, nos EUA, movimentou mais de oito bilhões de dólares, é uma das causas deste vai e vem de interpretações<sup>2</sup>.

Acrescenta-se, ainda, a estilística dos corpos e do desejo dos envolvidos. Dito de outro modo, nesse mercado, corpos são discursivamente construídos e desconstruídos para atender às solicitações e exigências de sua clientela. Nesse sentido, Pelúcio (2005) mostra as várias fases em que corpos de travestis, que trocam sexo por dinheiro, vão sendo moldados e transformados em busca do glamour pessoal e também para atender à sua clientela.

Atualmente existem inúmeros trabalhos na área das Ciências Sociais sobre a prostituição feminina. Destacam-se os trabalhos de Margareth Rago, Adriana Piscitelli, Maria Dulce Gaspar, Elizabeth Bernstein entre outros. Apesar da crescente produção de textos acadêmicos sobre este setor do mercado do sexo, ainda são poucas as pesquisas sobre profissionais do sexo masculino que vendem seus serviços para homens, especialmente no Brasil. Em sua maioria, tratam da prostituição de rua. Nesse sentido destacam-se alguns textos, como o de Néstor Perlongher, trabalho tido como referência no Brasil, entre os estudos sobre o mercado do sexo. Ainda em nosso país temos a

---

<sup>1</sup> Seguindo os trabalhos de Fry (2005), Moutinho (2007), Simões, França e Macedo (2010), *raça* é um conceito ou uma identidade relacional e política, construída socialmente e contingente. Optei pelo termo *cor*, mais adequado a esta pesquisa.

<sup>2</sup> Não foi possível localizar nenhuma pesquisa no Brasil sobre movimentação financeira do mercado do sexo. Aparentemente elas não existem.

pesquisa de Fernanda Telles Márques sobre a prostituição entre homens no porto de Santos e Sérgio José Alves de Almeida (1982). Sobre este último autor é preciso afirmar, de antemão, que este pesquisador concorda com Perlongher (2008), quando este afirma que o trabalho de Almeida (1982) tenta traçar um perfil dos mais diferentes profissionais do sexo masculino em vários espaços, no entanto seu autor não consegue seu objetivo e o texto transforma-se em uma grande catalogação de espaços e situações.

Em países da Europa e no continente norte-americano, destacam-se os de Michel Dorais, West e Villiers; o de Aggleton (1999), que organiza uma coletânea de artigos sobre prostituição masculina Davies e Feldman (1999), Zuilhof (1999), Padilla (2007), este último com sua pesquisa no Caribe; na América do Sul os de Carlos Cáceres (1999). Alguns autores merecem alguma atenção nesta introdução, pois serão utilizados, ao longo do texto, como fundamento para a análise desenvolvida, uma vez que trazem questões importantes a serem pensadas sobre a prostituição viril.

West e Villiers (1993) referem-se a várias pesquisas que tentam apontar uma possível etiologia da prostituição e mencionam, entre outras causas, garotos que teriam sido abusados na infância ou que viriam de lares desestruturados. West e Villiers (1993), em sua extensa pesquisa, não confirmam tais dados; ao contrário, segundo esses autores, os profissionais do sexo masculino entram nessa profissão em busca de prazer e dinheiro. Davies e Feldman (1999:2) enveredam pelo o mesmo tipo de pesquisa e também não encontram dados semelhantes aos citados acima; ao contrário, eles afirmam:

No coração deste discurso tradicional da prostituição masculina está a figura da prostituta sem poderes. Uma visão alternativa do trabalho sexual tem surgido de dentro do feminismo. No coração deste novo discurso está uma tentativa de substituir a discussão da 'prostituição' com a ideia de trabalho sexual. Nisto, enfatiza-se o aspecto econômico do trabalho sexual, o que as pessoas fazem, ao invés do aspecto patológico ou protopsiquiátrico, sobre que eles são (DAVIES e FELDMAN:2; tradução nossa, destaque dos autores).

Bernstein (2007) também apresenta o feminismo como uma corrente teórica que tenta desmistificar a figura da prostituta como vítima para configurá-la como trabalhadora do sexo. Complementando as conclusões de Bernstein, Davies e Feldman (1999) afirmam, ainda, que, o que as pesquisas têm demonstrado é um crescente mercado sexual, que tem como suporte indivíduos que traçam metas para melhoria de seus trabalhos e que desenvolvem habilidades para escolha de seus clientes, os quais são

atendidos em *flats* mantidos pelos profissionais. Ou seja, esses profissionais do sexo não correspondem aos estereótipos de jovens sem lares e caóticos correndo atrás de homens nas amplas avenidas das grandes cidades. Em outras palavras, não apenas o feminismo despatologiza a prostituição feminina e masculina, mas também as pesquisas sobre os profissionais do sexo masculino o fazem. Os achados desta investigação estão próximos do que dizem West e Villiers (1993) e Davies e Feldman (1999). É o que será demonstrado ao longo desta tese.

Pensando, então, as relações de prostituição como um dos aspectos do mercado do sexo que envolve as mais diferentes formas de trabalho, lazer, amores e desejos, e também, muitas vezes, deslocamentos transnacionais (Piscitelli, 2003, 2005; Agustin, 2004, 2007), faz-se, aqui, um recorte dentro desse mercado para falar da troca de sexo por dinheiro entre homens em espaços fechados, mais especificamente, nas saunas de *michê* em São Paulo<sup>3</sup>. As saunas não se constituem isoladamente no atual mercado do sexo. Elas se inserem nesse mercado em uma época histórica específica, dialogam fortemente com ele, não apenas pelos serviços oferecidos, mas também pelas várias atividades que ocorrem em seu interior. São constituídas por e constituem a troca de sexo por dinheiro entre homens na contemporaneidade.

Algumas razões levaram este pesquisador a escolhê-las como campo etnográfico. As duas saunas escolhidas para realizar esta pesquisa possuem certa tradição dentro do mercado do sexo, ou seja, mesmo com uma grande rotatividade dos locais de lazer voltados para a população homossexual<sup>4</sup>, estas saunas e mesmo as chamadas saunas gay mantêm-se há três décadas em São Paulo<sup>5</sup>. Por exemplo, a

---

<sup>3</sup> As idades das saunas aqui apresentadas são as que estas possuíam no final do campo. Os termos *michê*, *boy*, *profissional do sexo* equivalem-se. Os profissionais do sexo que atuam nas saunas preferem ser denominados *boy*. Neste texto, serão utilizados os termos *michê*, *boy* e *profissional do sexo* para designar homens que trocam sexo por dinheiro nas saunas, dando preferência ao termo *boy*, pois é assim que os profissionais do sexo preferem se nomear. Ainda sobre o termo *michê e boy*, Rodolfo (*michê*, 33 anos, ensino fundamental incompleto, declara-se como bissexual e branco) informa: “Olha, a gente gosta de ser chamado de *boy*. Escreve isso, Elcio. Sabe, o termo *michê* é muito ruim, liga a gente com a putaria, com a mulher, não é assim. A gente não é puta, entende?” Perlongher (2008:67) percebe a mesma preferência em sua pesquisa. Todos os nomes deste texto foram alterados. Inclusive o nome das saunas. O objetivo é preservar a privacidade dos colaboradores desta pesquisa.

<sup>4</sup> França (2010) nota a abertura e fechamento de locais voltados para o público homossexual, às vezes, em espaços de dois a três anos. Em outras palavras, locais são abertos, constituem-se em novidade e sucesso de público e têm suas portas fechadas ou mudam suas atividades originais em pouco tempo.

Rainbow conta com 18 anos, a Apolo, com 30 anos e uma terceira, a mais antiga, a Lovely com mais 35 anos de existência.

Outro ponto importante é a sua localização. As saunas de michê situam-se em diferentes bairros da cidade; duas delas distantes de locais de sociabilidade homossexual mais tradicionais em São Paulo, como a Rua Vieira de Carvalho e as ruas dos Jardins, por exemplo. Em outras palavras, esses locais mantêm-se em atividade, apesar do abre e fecha de estabelecimentos de lazer voltados para a população homossexual, da distância existente entre eles e os espaços tradicionais de sociabilidade homossexual, e das mudanças sociais que ocorreram nas últimas décadas, envolvendo a prostituição e mesmo a população homossexual.

Ainda, as saunas são um ponto tenso dentro do mercado do sexo. MacRae (2005[1983]) sustenta que as saunas servem de encontro para a população homossexual. No entanto, um dos pontos discutidos aqui é sobre as saunas servirem também como forma de ocultamento de identificações homoeróticas. Outra questão importante são os espetáculos, jantares e as estórias afetivas, de relações prolongadas, ou de longos namoros, entre michês e clientes, que são relatadas por eles e por funcionários das saunas, que nascem dentro destes locais, assim como as falas sobre *verdadeiras* relações de amizade que se formam nas saunas de michê podem, em tese, explicar a permanência desses estabelecimentos dentro de um mercado altamente rotativo.

É importante, neste ponto, esclarecer os motivos que levaram esta pesquisa a se concentrar mais em duas das três saunas selecionadas, mas sem deixar a Lovely como local de pesquisa, especialmente pela sua importância histórica dentro do mercado do sexo, como pela sua localização geográfica dentro da cidade de São Paulo. A Lovely, até seu fechamento definitivo no começo de 2010, passou por várias dificuldades, desde a entrada, em seu interior, do programa de televisão *O povo na TV*, em meados dos anos 1990. Deste período em diante a sauna foi motivo de constantes batidas policiais, em função de denúncias de tráfico de drogas e de proteção a menores que, em seu interior, venderiam seus corpos em troca de dinheiro. Tais batidas se repetiram durante toda a fase da pesquisa de campo, que se estendeu de 2007 até o início de 2010. Em algumas visitas realizadas à sauna ela foi encontrada fechada, com as portas lacradas. No início de 2010, a Lovely foi definitivamente fechada pelos seus proprietários em função da

---

<sup>5</sup> Mais adiante serão explicadas as diferenciações entre saunas gay e saunas de michês, também, todos os nomes desta pesquisa são fictícios para preservar a privacidade dos colaboradores desta pesquisa, incluindo os nomes das saunas.

pouca clientela, segundo alguns informantes da pesquisa. Nas poucas vezes em que a estive na sauna e esta encontrava-se aberta, seus frequentadores optaram por não darem entrevistas ou depoimentos, mesmo sem a presença do gravador. No entanto, estes mesmos clientes deram depoimentos gravados e não gravados quando encontrados nas outras saunas. Tal fato chamou nossa atenção e adiantando, podemos dizer que frequentar a Lovely, até o momento em que ela foi fechada definitivamente, é um sinal *negativo* de distinção social. Voltaremos a este ponto. Desse modo, neste texto, constam sua história, a descrição de seu interior, algumas notas extraídas do diário de campo feito nas visitas concretizadas quando a sauna estava aberta.

Esta pesquisa utiliza as relações que ocorrem entre profissionais do sexo e seus clientes, nas saunas de michês, para problematizar subjetividades, corporeidades e as representações das masculinidades discursivamente construídas e desconstruídas existentes entre michês e clientes nesses espaços. Tem como objetivo central interrogar o conceito de masculinidades hegemônicas, conforme Connell, 1992, 2000, 2005, Kimmel 1998, 2001, Connell e Messerschmidt 2005, entre outros. Neste ponto é importante lembrar o trabalho de Cornwall e Lindisfarne (1996). As autoras criticam o termo masculinidades hegemônicas e abrem um diálogo importante nos estudos das chamadas masculinidades. Este texto defende que masculinidades hegemônicas e suas variantes subalternas, conforme Cornwall e Lindisfarne (1996), estão em constante negociação e troca de lugares, são dependentes de épocas históricas e culturas diferentes. A manutenção dos termos hegemônico e subalterno, sem serem posicionados histórica e socialmente, mesmo admitindo sua flexibilidade política e simbólica, como afirmam Connell e Messerschmidt 2005, acaba por tornar as relações sociais menos dinâmicas e podem manter os binarismos como macho/fêmea, branco/negro, rico/pobre. Na visão deste pesquisador é importante que se avance para além dos binarismos, como o estabelecido entre masculino/feminino.

Esta discussão parte das contribuições de Michel Foucault, dos estudos feministas e também de autores pós-estruturalistas como Butler, Preciado, Rubin, entre outras. A pergunta feita inicialmente foi: “como homens que buscam prazer e afeto em relações afetivas e sexuais com outros homens, tentam afastar de si outros homens que seriam tidos, socialmente, como afeminados? Por que essa exclusão?”. Ao longo da pesquisa de campo, outras perguntas foram surgindo: a quais políticas interessam a permanência das saunas? Considerando que tais locais são tradicionais em São Paulo e já estão em funcionamento há mais de trinta anos e levando-se em conta que, embora a

prática da prostituição não constitui crime<sup>6</sup>, o seu incentivo e os lucros obtidos por terceiros são considerados crimes e que as saunas poderiam ser vistas como espaços que incentivam tal prática, no sentido estritamente político, por que e para quem elas permanecem abertas? Uma das respostas possíveis para essas perguntas são as políticas de gênero e sexuais que reforçam a heteronormatividade, conforme procura-se demonstrar ao longo do texto.

Outras perguntas impõem-se sobre a questão da masculinidade hegemônica sobre masculinidades tidas como subalternas: como funcionam as masculinidades nas saunas de michê? Existe, nestes locais, uma masculinidade hegemônica? Se sim, como se dá tal hegemonia?

Outro ponto que será tratado neste texto é o *desejo* ou as relações afetivas que se estabelecem entre michês e clientes. Como já apontaram Perlongher (2008, 1988[2005]), Fry (1987), Agustin (2004) e Bernstein (2007), o desejo surge como algo que é constituído por e constitui as relações entre profissionais do sexo e seus clientes. De que desejo se fala? Seguindo Deleuze e Guattari (2004) e Guattari (2000), é um desejo *molecular*, que se desterritorializa e se reterritorializa nos corpos e nos *códigos-territórios* dos que participam do amplo mercado do sexo, como diz Perlongher (2005[1988]). Ou seja, é um desejo socialmente constituído e desconstruído, atravessado pelas intersecções propostas por Avtar Brah (2006).

Para se atingir o objetivo desta tese é necessário também que se discutam alguns temas que a margeiam, mas que são centrais nos atuais estudos das sexualidades, entendidas, aqui, conforme Foucault: sexualidades são dispositivos historicamente constituídos para se adaptar corpos e desejos às normas políticas<sup>7</sup>. Portanto estarão em pauta temas como as masculinidades e a heteronormatividade<sup>8</sup>; as corporeidades de

---

<sup>6</sup> A prática da prostituição não é considerada crime no Brasil. No entanto, também não é considerada uma prática profissional. Não existem leis que regulamentem sua prática. No momento há a intenção do Deputado Federal Jean Wyllys (PSOL-RJ) em apresentar um projeto de lei que regulamente a profissão. Tal projeto teria como base projetos anteriores arquivados pela câmara dos deputados.

<sup>7</sup> Miskolci (2011) faz uma excelente discussão sobre as atuais políticas de identidade e as políticas *Queer*. O autor, seguindo Foucault, afirma a historicidade e os usos políticos dos dispositivos das sexualidades. Este texto apoia-se tanto em Foucault como em Miskolci.

<sup>8</sup> Miskolci (2009; 156) em uma nota fala sobre o termo *heterossexualidade compulsória*. Segundo o autor: “A primeira teórica a empregar o termo [heterossexualidade compulsória] foi a feminista norte-americana Adrienne Rich em um ensaio de 1980 publicado em 1986 com o título ‘Compulsory Heterossexuality and Lesbian Existence’”. Sobre *heteronormatividade*, Miskolci (2009; 156) afirma que é “um conjunto de prescrições que fundamenta processos sociais de regulação e controle, até mesmo

michês e clientes dentro das saunas; questões geracionais e de cor/etnia e classe, que são, nos termos de Brah (2006), intersecções das identidades que se constituem na contemporaneidade.

Se, como afirma Connell (2005), existem masculinidades, ou seja, não se pode pensar em uma única e universal representação da masculinidade, conclui-se que esse termo deve ser utilizado no plural e também ser colocado em suspenso, destacado. Parafraseando Hall (2000), o conceito de masculinidades tornou-se desgastado, obsoleto, mas ainda não encontrou um conceito que o substituísse. Desse modo, o termo masculinidades é usado aqui em suspenso, como um conceito que está distante de ser natural em seu sentido biológico ou universal, que em *todas* as culturas e épocas históricas as masculinidades têm o mesmo valor e representação.

Este texto tem como interlocutor principal Néstor Perlongher (2008; 1988[2005]). Suas afirmações sobre a virilidade na obra *O negócio do michê*, e seu conceito de *códigos-territórios* são pontos-chave para esta pesquisa e a norteiam. Questionam-se as permanências e mudanças, desde o trabalho pontual de Perlongher (2008)<sup>9</sup>, na prostituição masculina entre homens.

Em relação ao método para a obtenção dos dados, foram realizadas trinta e cinco entrevistas semiestruturadas, gravadas, com michês e clientes e com os gerentes e proprietários das saunas<sup>10</sup>. Os clientes informantes foram identificados, na pesquisa, com o tratamento de Sr., antes de seus nomes, para diferenciá-los dos boys.

Os entrevistados foram assim divididos: vinte profissionais do sexo, dez clientes das saunas e cinco componentes do *staff* desses locais. Foram colhidos vários depoimentos de boys e clientes em conversas informais nas mesas das saunas, pois, em alguns casos, um profissional do sexo ou cliente não queria conceder entrevista gravada, mas não se negava a dar depoimentos longe do gravador. O método de pesquisa foi realizado com base na observação participante. As questões do método e sua implicação estão mais detalhadas no capítulo dois deste texto. Um ponto considerado relevante é a

---

aqueles que não se relacionam com pessoas do sexo oposto. Assim, ela não se refere apenas aos sujeitos legítimos e normalizados, mas é uma denominação contemporânea para o dispositivo histórico da sexualidade que evidencia seu objetivo: formar todos para que sejam heterossexuais ou organizarem suas vidas a partir do modelo supostamente coerente, superior e ‘natural’ da heterossexualidade”.

<sup>9</sup> Devo esta sugestão à Profª. Dra. Larissa Pelúcio, quando da banca de qualificação.

<sup>10</sup> Ver anexo 1

noção de espaço, lugar ou território. Isadora França (2010) nos traz uma abordagem sobre este ponto com a qual concordamos.

França (2010:6), nos diz: “não considero que acompanhar meus interlocutores nos seus fluxos pela cidade e por diferentes espaços seja a única maneira de compreendê-los”, esta pesquisa também opta por uma análise comparativa dos lugares pesquisados, pois, por mais semelhantes que tais lugares possam aparentar ser e também por mais similares que os serviços prestados pareçam, já que são sempre realizados por profissionais do sexo, tais lugares são fortemente marcados pela *diferença* e pelas constantes comparações feitas pelos seus frequentadores, como será demonstrado adiante.

França (2010) traz também uma discussão importante sobre lugar e espaço. Segundo a autora, a noção de *lugar* foi bastante criticada por estudos que se detinham sobre a globalização, em função de possíveis fronteiras rígidas que a noção de lugar poderia conter. A autora demonstra que *lugares* são fluidos, híbridos e não contêm, necessariamente, fronteiras rígidas, nem uma “atribuição de sentido relacionada à estabilidade e homogeneidade” (2010:7). Assim, conclui a autora com relação aos lugares por ela pesquisados:

Se os lugares incorporados à pesquisa de campo são únicos nos significados que adquirem como espaços físicos marcados por interações singulares, nenhum deles pode ser interpretado como tendo fronteiras fechadas, pois se constituem também por meio da capacidade de seus frequentadores de relacioná-los a outros lugares, dos quais se tem uma experiência física ou mesmo imaginada (2010:7).

As saunas também não podem ser interpretadas como locais de fronteiras rígidas ou *fechadas*, nos termos da autora. Também elas são locais relacionados constantemente com outros locais “dos quais se tem uma experiência física ou mesmo imaginada”. A comparação entre as saunas propriamente ditas e também entre elas e outros lugares, como boates gay, clubes do sexo, barzinhos dos anos 1980, feita pelos clientes mais velhos, foi uma constante entre os colaboradores desta investigação. Desse modo, estando de acordo com França (2010), este texto opta, daqui por diante, por utilizar a noção de *lugar* conforme essa autora.

As discussões contidas na presente tese organizam-se em capítulos que seguem a seguinte estrutura: o primeiro capítulo faz uma breve discussão sobre o surgimento das saunas e a separação entre saunas gay e saunas de michê. Ainda neste capítulo faço uma

breve descrição das saunas de michê e seus interiores, as festas que ocorrem nestes locais e sua importância como espaços de sociabilidade para homens que fazem sexo com homens e não apenas da troca de sexo por dinheiro. Também discute a aids<sup>11</sup> e sua entrada na cena homossexual brasileira. São discutidos os modelos preventivos do HIV aids, tendo como base as afirmações de Larissa Pelucio e Richard Miskolci (2009).

O capítulo dois traz a construção do campo. Destaca-se, nesse capítulo, a importância de dois informantes michês que introduziram este pesquisador no campo e trouxeram novos *insights* para a pesquisa. Trata-se, portanto, do estabelecimento do campo, da descoberta de códigos de comportamento dentro das saunas de michê. Faz-se também as questões que o campo propõe ao pesquisador. Assim, o trabalho apresenta a questão da subjetividade do pesquisador, questões éticas e morais que envolvem pesquisas que contêm observações de interação sexual entre os colaboradores. Esta pesquisa, que, a princípio, não tinha a pretensão de observar práticas sexuais, optou pela observação de tais práticas em alguns locais da sauna, as quais se tornaram ponto chave para a compreensão das relações afetivas entre boys/boys, clientes/boys e clientes/clientes. São observações feitas nos banheiros e nas saunas seca e a vapor e apresentadas as discussões de Diaz- Benitez (2009) e Braz (2010) sobre a observação de práticas sexuais feitas por pesquisadores, e também, as reflexões de Kullick e Wilson (1995) sobre a sexualidade e sua importância para a pesquisa.

O capítulo três trata das masculinidades existentes nos espaços em estudo. Buscam-se respostas para algumas questões: Como tais expressões de gênero se manifestam nas saunas de michê? É possível se falar em masculinidade hegemônica entre michês e clientes? Qual a importância do cliente ou do boy tido como afeminado? E do travesti nesses locais? Interrogo essas masculinidades aprofundando esta discussão. As *performances* das diferentes masculinidades que são representadas nas saunas, as diferenças geracionais das masculinidades que habitam estes locais. Discute-se até onde a geração, mais velhos ou mais jovens podem ser representadas como masculinidades hegemônicas ou subalternas. As diferentes hegemonias entre michês e clientes que circulam nestes locais.

---

<sup>11</sup> Seguindo Miskolci e Pelúcio (2009), utilizo a palavra aids no diminutivo. Segundo os autores: Usamos a sigla 'aids' em minúscula seguindo as orientações de Castilho (1997 *apud* Silva 1999). Ele argumenta que nomes de doenças são substantivos comuns, grafados com minúscula. Além disso, aqui o uso em minúsculas se deve a uma perspectiva crítica em relação ao pânico sexual criado em torno da aids.

No capítulo quatro, discutem-se as relações afetivas e sexuais que se estabelecem entre michês e clientes nesses espaços. A questão do desejo, do afeto, das diferentes gerações envolvidas. Se, por um lado, a palavra *desejo*, como diz Sedgwick (2003), erotiza as relações e aprofunda de maneira esquemática a análise, ela também pode, segundo a autora, obscurecer pontos importantes da afetividade entre as pessoas. Ainda segundo Sedgwick, sentimentos como ódio, afeto, carinho, etc. acabam sendo vistos e analisados sob a ótica do desejo.

Antes de iniciar o capítulo 1 é oportuno comentar, brevemente, o uso da expressão *homens que fazem sexo com homens*, usada neste texto em alguns momentos. Como informam Carrara e Simões (2007:94), essa expressão fez parte de uma estratégia epidemiológica tentando abarcar homens que mantinham relações sexuais com outros homens, mas não se reconheciam como homossexuais ou gays, para o combate ao vírus HIV. Segundo os autores:

Um problema com a categoria HSH é dissolver a questão da não correspondência entre desejos, práticas e identidades numa formulação que recria a categoria universal 'homem' com base na suposta estabilidade fundante do sexo biológico, ao mesmo tempo em que permite evocar as bem conhecidas representações da sexualidade masculina como inerentemente desregrada e perturbadora (CARRARA; SIMÕES, 2007: 94, destaque dos autores).

Concordando inteiramente com os autores, este pesquisador acredita que, de fato, a categoria HSH acaba por desvincular desejos, práticas e identidades e pode reificar a categoria *homem*, partindo do sexo biológico e atrelando a ele gênero. A expressão *homens que fazem sexo com homens* é utilizada, em alguns poucos trechos deste texto, para diferenciar os frequentadores das saunas de michê, tanto boys como clientes, que descrevem a si mesmos como homens que preferem sexo com homens, mas não se consideram homossexuais. Outro ponto importante neste texto, como foi dito acima, é a busca de uma desestabilização da categoria *homem* como algo universal e vinculada ao sexo biológico.

Segundo Simões e Carrara (2007), há, hoje em dia, um farto material sobre a população LGBTT, inclusive o pioneirismo de Peter Fry (1982), dando início a uma nova forma de pensar o homossexual. Não se pode esquecer de Néstor Perlongher, (2008, 1988[2005]) que, como afirma Simões (2005), traz um caminho que poderia ser situado como o início do pós-estruturalismo na academia brasileira, no que toca aos estudos LGBTT. Tal bibliografia será bastante utilizada neste texto, como também a

produção estrangeira, especialmente a de língua anglo-saxônica, para melhor estruturar a tese.

Todos os nomes dos colaboradores da pesquisa neste texto são fictícios para proteger a identidade dos colaboradores da pesquisa. No entanto foram mantidas as informações referentes a suas idades, grau de escolaridade e a como eles se autodeclararam ao abordarem as questões de cor/etnia e sexualidade, em função dos recortes de classe, geração, cor/etnia e sexualidade, pontos importante nesta pesquisa. Os bairros onde se localizam as saunas objetos de estudo foram omitidos, mantendo-se a designação de bairros de classe média ou da periferia da cidade de São Paulo.

## **Capítulo 1- A etnografia dos vapores e a aids- mudanças no cenário homossexual em São Paulo**

Este capítulo discute o surgimento das saunas gay e o aparecimento simultâneo das saunas de michê no cenário homossexual em São Paulo, em meados dos anos 1970 e a aids com suas consequências para a população homossexual. Apresenta algumas reflexões sobre as saunas de michê e a descrição, o mais resumidamente possível, destes espaços, das festas que acontecem em seus interiores. Nele são feitas algumas reflexões teóricas sobre a importância das saunas como espaços de encontro e sociabilidade homossexual, mas também como um *armário ampliado*, inspirado no singular artigo de Miskolci (2009 a) e no texto pontual de Sedgwick *A epistemologia do armário* (2007).

Como será demonstrado durante este capítulo, se as saunas se inserem como novos locais de encontro para a população homossexual (MacRae,2005[1983]), também se mostram locais aonde a vergonha de ser homossexual pode ser ocultada da população mais ampla. Sobre a vergonha, Miskolci (2011:48) em seu artigo, nos diz sobre a experiência de ser xingado de bicha, viado, sapatão, etc., que acaba por ser a “experiência fundadora da descoberta da homossexualidade”. Em outras palavras, a vergonha de se ver como *perverso, doente, anormal, não-homem ou não-mulher* que os xingamentos deixam tão claros para os homossexuais e que revelam como estes são vistos. Sobre as saunas como espaços de troca de sexo por dinheiro, Perlongher foi preciso sobre a descrição da prostituição rueira e seu impacto na sociedade. O que importa é *não ver, fazer* já é outra estória. Para responder à pergunta colocada na introdução deste texto, “a quais políticas interessam a permanência das saunas?”, é possível dizer que uma dessas políticas é manter o homossexual distante das vistas da sociedade. Em outras palavras, as saunas servem à política da vergonha, da negação, segundo a qual o caminho é negar, relegar a existência do homossexual e sua sexualidade dissidente.

### **1.1- O surgimento das saunas - as saunas gay**

Esta pesquisa ocupa-se, como dito na introdução, da Lovely, Apolo e Rainbow, fazendo-se novamente a observação de que a Lovely, em função dos vários problemas enfrentados, terá, neste texto, apenas uma descrição de seu interior e a sua história, relatada por alguns informantes da pesquisa que a frequentavam. Assim, a etnografia

concentra-se na Apolo e na Rainbow, as duas principais saunas de michê em São Paulo. É importante fazer-se uma diferenciação entre as saunas. São inúmeras as saunas voltadas para a população homossexual existentes na cidade de São Paulo, entretanto apenas três oferecem os serviços de profissionais do sexo. As saunas voltadas para o público homossexual são designadas, aqui, como saunas gay e as saunas que oferecem profissionais do sexo, como saunas de michê. Começamos este capítulo revendo rapidamente o momento político no Brasil no momento do surgimento das saunas e também discutindo, inicialmente, as chamadas saunas gay e sua importância como novos locais de encontro para a prática sexual tida, supostamente, como mais segura para esta população.

É em meio a um clima de fechamento político das instituições no Brasil, com o crescimento do mercado voltado para um público homossexual e também, com o advento da aids que surgem as primeiras saunas voltadas para esta população. Já havia, na cidade de São Paulo, saunas voltadas para a família em bairros tradicionais da cidade, como, por exemplo, na Pompeia. Naquele período histórico em que a ditadura militar dirigia o país com a censura e a repressão, tornam-se crescentes o mercado voltado para a população homossexual, o movimento homossexual brasileiro e as saunas, inseridas neste mercado.

Em abril de 1978, surgiu, na cena homossexual, um tabloide com grande importância para a mobilização e informação dessa população: o número Zero do tabloide homossexual *O Lampião*. Segundo Trevisan (2000: 338), era um jornal feito *por e* voltado *para* a população homossexual, com temas de interesse dessa população. No mesmo ano, 1978, contemporâneo às saunas, surge no Brasil, um movimento politicamente organizado em busca dos direitos civis da população homossexual. Nascia o grupo SOMOS-SP. (MacRae, 1990, Facchini, 2005). Era o começo da luta política que se travaria, nos anos posteriores, para que os direitos sociais e políticos de gays, lésbicas, bissexuais e travestis fossem reconhecidos. Não apenas o movimento, mas também o mercado GLS, começava a crescer (Fança, 2006a); surgiam vários pontos de encontro para pessoas que buscavam relacionar-se afetiva e/ou sexualmente com pessoas do mesmo sexo.

Nesse período, o Brasil vivia um de seus momentos políticos mais tensos. Com o golpe militar, ocorrido em 1964, iniciava-se uma ditadura que teria fim apenas no início dos anos 1990. Em 1968, o governo militar editou o AI-5, um ato institucional que proibia o direito a reuniões e encontros, fechava o congresso nacional e cassava os

direitos civis e constitucionais da população, inclusive de inúmeros deputados e senadores que tiveram seus mandatos cassados (Green, 2000:391). Também os governos, em todos os níveis, federal, estadual e municipal, seriam exercidos por pessoas indicadas pela junta militar que governava o país. Enfim, começava uma longa *noite* no Brasil, que começaria a ser rompida com a campanha das *Diretas – Já*, em 1983, lançada publicamente pelo então Senador Teotônio Vilela.

Segundo Green (2000:393), em fins 1974, o general Ernesto Geisel viu-se forçado, com o crescimento do então MDB (Movimento Democrático Brasileiro) nas eleições para o poder legislativo, a iniciar o processo de abertura, lenta, gradual e segura, segundo o governo militar.

Entretanto, apesar da ditadura, da censura, de jornais como a *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, *Jornal de Brasil*, só para citar alguns, saírem às ruas censurados e com suas matérias lidas antecipadamente por um grupo de censores, e das proibições de manifestações que pudessem sugerir, mesmo que minimamente, o descontentamento com o governo militar, começou a se formar também, no início dos anos 1970, especialmente no meio artístico, um movimento de caráter contracultural, em que grupos como o Dzi- Croquetes, o Secos e Molhados parodiavam, no palco, tanto o masculino como o feminino, procurando questionar o, regime militar, que, segundo Trevisan (2000:284), era uma *ditadura cruel*. Caetano Veloso, Gilberto Gil, entre outros, tornaram-se símbolos de tal movimento. Gil, com a canção *Super –Homem, a canção*, em que questionava uma suposta superioridade masculina, avança nos questionamentos sobre gênero e sexualidade que começavam a dar sinais no Brasil, de crescimento, através dos movimentos de mulheres, do movimento negro e do movimento homossexual que surgia. Os chamados movimentos sociais.

Apesar do movimento contracultural notava-se uma repressão aos homossexuais ou uma campanha de *moralização e limpeza* no centro da cidade de São Paulo, para usar os termos de Trevisan (2000), que tentaria tirar das ruas centrais, como Rego Freitas, Vieira de Carvalho, Marques de Itu, entre outras, michês, travestis, prostitutas e homossexuais das operações Limpeza e Rondão. Assim, nos anos 1970, teve início o que Trevisan (2000: 503) chamou de “A guerra santa do dr. Richetti”, o delegado de polícia que teve a incumbência de levar a cabo estas operações.

Perlongher (2008:113) fala da *Operação Limpeza* empreendida no centro da cidade de São Paulo pelo Delegado Richetti. Segundo o autor:

A Operação Richetti teve como saldo mudanças na distribuição dos espaços do “gueto *gay*” e das “bocas” em geral. O resultado mais eloquente da “limpeza” foi a supressão do largo do Arouche como ponto focal de concentração das populações homossexuais. Os *gays* foram acantonados na rua Marquês de Itu, entre as ruas Bento Freitas e Rego Freitas, na porta da boate H.S. No pedaço – literalmente denominado de “gueto *gay*” pelos seus frequentadores – perambulava uma população exclusivamente *gay*, sem travestis, michês estridentes nem “bichas” pobres e “pintosas” do estilo São João e Ipiranga.

Neste período histórico, Néstor Perlongher (2008) detecta uma mudança nos territórios da prostituição masculina e feminina e também um deslocamento da circulação de homossexuais no centro da cidade, inclusive, as primeiras expansões da população homossexual para a região dos Jardins, região nobre da cidade de São Paulo. Mas não nota a diminuição da prostituição e tão pouco da circulação de homossexuais e travestis pelas ruas centrais.

Desse modo, é possível sugerir, seguindo Perlongher (2008) MacRae (1990) e Facchini (2005), que a repressão ao movimento homossexual e as varias prisões ocorridas na época não arrefeceram as lutas pelos direitos civis dessa população. Sobre isso convém atentar para a observação de Regina Facchini (2005:93) sobre os efeitos da ditadura e do fechamento das instituições no Brasil no movimento homossexual brasileiro.

Segundo a autora, não existem apenas efeitos negativos ou totalmente impeditivos para se organizar um movimento homossexual. Para Facchini (2005:93) a ditadura acaba por estimular resistências nos mais variados setores da vida social. Para ela, a ditadura militar pode ter estimulado um caráter fortemente antiautoritário no início do movimento homossexual brasileiro. Segundo a autora se abertura política teve o papel de abrir espaços para que “vozes mais ou menos abafadas” pudessem se expressar, não se pode negar que:

a ditadura produziu, por assim dizer, boa parte das condições para o *boom* movimentalista que ocorreu no decorrer dos anos 1970, e pode ter marcado sensivelmente as trajetórias individuais e os modos de atuação dos primeiros militantes homossexuais brasileiros. (FACCHINI, 2005:93)

Concordando com Facchini (2005) e tendo as afirmações de Foucault (1993, 1995) como aporte teórico, temos de levar em conta que a produção discursiva existente

para criar a repressão acaba, ela mesma, gerando *contradiscursos* que põem fim a um suposto processo repressivo, pois tornam claras as suas brechas, falhas e possibilidades de rompê-las.

Em meados dos anos 1970, segundo MacRae (2005[1983]), Simões e França (2005), França (2006), criam-se as primeiras boates e bares que abrigam essa população; surgem, também, as saunas gay. Estas saunas surgem como novidade, buscando uma fatia específica do crescente mercado voltado para a população homossexual. Segundo MacRae (2005[1983]), estes locais aparecem como uma opção para a prática sexual mais *segura* e para garantir o anonimato de seus frequentadores. Dito de outro modo, as saunas surgem para aqueles que preferem manter seus desejos homoeróticos longe das vistas do público, garantindo conforto e segurança para seus clientes.

As saunas mostram-se como espaços tanto *abertos* como *fechados*, ou seja, qualquer um pode entrar, desde que pague o valor da entrada, isto nos indica que as saunas são um espaço privado, longe das vistas de um público mais amplo. Assim, a pessoa fica isolada do restante da cidade no período em que ali permanece, e tudo o que é praticado lá é conservado como um *segredo*. É importante destacar que até o surgimento das saunas, os encontros para a prática sexual se davam em parques, banheiros, públicos, locais tidos como de *cassação* para a população homossexual (Green,2000).

Portanto, as saunas se tornam, simultaneamente, espaços de encontro, de práticas sexuais distanciadas e mais *seguras* e também de confraternização de homens que buscam sexo com outros homens. No entanto, não são espaços do *gueto* que acabam servindo como ponto de visibilidade política homossexual, como realça MacRae (2005[1983]) em seu artigo *Em defesa do gueto*. Dito de outro modo, se o *gueto*, na expressão de Edward MacRae, o circuito GLS, traçado por Isadora França<sup>12</sup>, os clubes de sexo, estudados por Camilo Braz, já em fins dos anos 1990, são locais em que se afirmam estilos de homossexualidade ou identidade homossexual, as saunas, ao contrário, são espaços em que pouco se fala sobre ser homossexual ou gay.

MacRae (2005[1983]) informa que saunas como espaços de *caça e pegação* entre homens já existiam há tempos, mas nas chamadas saunas *gay*: “a novidade está no fato de serem concebidos e claramente dirigidos a uma freguesia homossexual, e por

---

<sup>12</sup> França (2010), em sua pesquisa para o doutorado, estuda locais de consumo homossexual em que estilos de masculinidade são produzidos.

encorajarem a atividade sexual; por exemplo, com a exibição de filmes pornô-homossexuais na sala de repouso coletivo” (pág. 292).

Rotello (1996) também fala das saunas existentes nos EUA nesse período. No entanto o autor associa a aids com a prática sexual que ocorre em seu interior. Seu tom alarmista aponta para uma suposta “segunda onda da aids” e associa esta à suposta facilidade que as saunas gay propiciam para as relações sexuais com múltiplos parceiros e para o anonimato. Seu tom e as suas afirmações podem ser considerados não apenas alarmistas, mas também preconceituosos, pois associam uma prática sexual que, na interpretação do autor, seria promíscua e insegura para a população homossexual.

Jeffrey Weeks (1993:221) também aponta para as saunas que surgem de modo crescente nos EUA como espaços de interação para a população homossexual e que incentivam a prática sexual entre homens, seja entre dois homens ou em grupo, com a garantia do anonimato.

O autor nos fala que as saunas trazem a possibilidade de se praticar sexo em espaços privados tal como se praticava, até os anos 1960, em espaços públicos como ruas, parques, banheiros públicos. Ou seja, com múltiplos e desconhecidos parceiros, praticando, digamos o sexo pelo sexo, mas com a diferença do anonimato e da segurança. Aponta também para o fato de que as saunas poderiam romper com a “moralidade convencional”, criando uma “comunidade de desejos”, longe dos bordéis heterossexuais. No entanto, as saunas cobram a entrada de seus frequentadores, deste modo, tal comunidade teria a mediação do dinheiro. Ou seja, nelas paga-se para entrar e se escolhe com quem se quer transar, parceiros desconhecidos e, muitas vezes, mais de um em uma noite. Frise-se que, nas saunas gay, não há sexo pago, como ocorre nas saunas de michê.

Aparentemente essa situação subverte, ou tenta subverter, a heteronormatividade compulsória. Rubin (1992), em um artigo importante, faz algumas reflexões sobre a sexualidade e aponta para padrões sociais mais e menos aceitáveis. Segundo a autora, em uma escala decrescente, a sexualidade tida como *normal* e socialmente desejável é a heterossexualidade, com penetração apenas vaginal e voltada para a procriação. A partir dessa sexualidade, que estaria no ápice da pirâmide sexual proposta por Rubin (1992), e em sentido decrescente, estariam as relações sexuais entre pessoas do mesmo sexo, sexo pago, etc., formas de práticas sexuais condenáveis pela sociedade. Deste modo, as saunas surgem como um espaço acolhedor para uma sexualidade transgressora. É possível sugerir que, além de acolhedor, é também seguro e privado, em que se está

longe dos olhares do público externo. Em outras palavras, as saunas mostram-se como espaços *transgressores* para uma sexualidade estigmatizada.

Tattelman (1999:77-78) fala sobre as saunas e a importância desses espaços para a população homossexual:

Questões de classe, idade, raça e orientação sexual criam um dilema para a interação social nas ruas. As saunas tentam oferecer algo mais. Enquanto pode-se argumentar que este inevitável [encontro] define, exclui e limita seus frequentadores, vários tipos diferentes de homens passam pela porta e obtêm prazer sexual das atividades exercidas nas saunas (tradução nossa).

Sobre a possível *privacidade* das saunas, comentando sobre uma sauna existente em um clube de saúde, em Washington, EUA, Leap (1999) diz que, em função da localização da sauna, atrás dos corredores da academia, faz-se necessário cruzar vários corredores para se chegar até seus espaços. Desse modo, cenas consideradas ousadas ou que expõem os corpos dos frequentadores da sauna são reprimidas pelo gerente e funcionários da academia. Nas palavras de Leap (1999:119):

Mas, apesar da privacidade estrutural, a sauna é ainda um local *público*. Ao menos, esta é a posição da gerência do clube de saúde e de seus funcionários, que têm reagido muito negativamente quando os sócios violam as regras do decoro, ponto central para a cultura desta instituição (tradução nossa, destaque do autor).

As saunas propiciam, sem dúvida, uma gama variada de encontros e possibilidades para a população homossexual, mas é temerário dizer que, em seus espaços, questões de raça, idade e classe estão excluídas. Uma evidência está no preço de entrada nas saunas gay, que varia de R\$30,00 a R\$40,00, além do gasto com a consumação.

Questões como cor, classe, geração e as chamadas masculinidades são marcadores sociais que funcionam também nos *dark-room* silenciosos e nas camas para sexo coletivo existentes nesses espaços. O ponto diferencial das saunas é seu espaço *privado*, porque se paga para entrar e consumir, e o que ocorre em seu interior lá permanece. Dito de outro modo, seguindo a fala de Tattelman (1999), nas saunas, a sensação é de que se perdem os marcadores sociais de diferença, na medida em que as saunas propiciam o encontro de diferentes gerações, cores e etnias e classe, que seriam impeditivos para tais encontros em espaços públicos. Ao longo de seu texto, tem-se a

impressão de que não precisaríamos nem mesmo falar para iniciar uma prática sexual com um parceiro, na grande maioria das vezes, desconhecido. Mas as saunas são de fato um *espaço privado*? Ninguém vê quem lá está? *Perdem-se* ou *transformam-se*, por momentos que sejam, os valores e ideais? Seria a porta da sauna uma porta mágica? A pesquisa de campo não comprova que os fatos se deem desse modo.

Nas visitas que fiz às saunas gay notei que, nas saunas, tanto seca quanto a vapor, grupos de homens encontram-se para a prática sexual, à vista de quem quiser observar. Nessas saunas existem, também, salas para sexo coletivo, as quais possuem um colchão bastante grande, de espuma, colocado em cama de alvenaria, no qual os frequentadores se deitam ou mesmo se sentam para esperar alguém disposto à prática sexual. Um homem se deita, em seguida, outro homem se deita e, depois de tocá-lo, começam a praticar sexo. Quase que simultaneamente mais alguns homens deitam-se também para a prática sexual. Faz-se sexo com um ou vários parceiros enquanto outros que ali chegam passam a apreciar a cena.

A presença de expectadores torna esta prática sexual nas saunas *menos privada*, o que acaba por tornar a prática sexual *pública* nesses espaços. Ainda, é possível que se deparem, nesse momento, com algum conhecido de outros ambientes. E essas situações não estão isentas dos marcadores sociais da diferença.

Também notei a rejeição por parte de alguns homens a homens mais velhos, negros ou muito jovens. Não era incomum observar gestos silenciosos, como tirar a mão do pênis de alguém, retirar a mão de alguém de seu pênis, afastar silenciosamente o seu corpo do parceiro, quando este era tocado e suas rugas e protuberâncias abdominais eram percebidas, ou quando, por uma fresta, se observava que o parceiro era negro. São rejeições até comuns nesses espaços.

Mas, os que argumentam pela *privacidade* das saunas podem dizer que a sauna estudada por Leap (1999,120) localiza-se em um clube de saúde, portanto suas áreas são espaços comuns e nem todos os homens que vão ao clube buscam contato sexual ou erótico com outros homens. Deste modo, são impostas regras aos frequentadores como evitar ou prevenir o uso de linguagem obscena, atividades eróticas na academia, e, quando isto ocorre, outros frequentadores lançam olhares de desaprovação para os que quebram tais regras. Outro ponto é a reação dos trabalhadores sobre a visibilidade de homens que buscam encontros eróticos nesta sauna. Tal visibilidade é reprovada, pois quebra os padrões da academia.

No Brasil, nas saunas gay possuem espaços próprios, ou seja, não compartilham espaços com outros estabelecimentos comerciais, como a sauna estudada por Leap, também seus espaços internos são voltados para a prática sexual, o sexo feito com ou sem a presença de público permanece entre seus praticantes, nada sai de suas salas, as pessoas compartilham certa cumplicidade e a regra central desse jogo é o silêncio. Mas a privacidade entre os parceiros, dois ou vários, durante o ato sexual, este é um ponto que não se verifica, como dissemos antes.

## 1.2- As saunas de michê

Ninguém sabe precisar muito bem como as saunas passaram a abrigar, em seu interior, profissionais do sexo masculino. As saunas de michê não surgiram com o objetivo de prestar esse serviço, mas, sim, como espaços de sociabilidade e lazer para a população homossexual. Dentro deste contexto, três saunas são importantes. A Apolo, a Lovely e a Rainbow objetos desta pesquisa. A Vichi, uma sauna que já não existe mais, teve relevante papel no início das saunas de michê, segundo Sr. Américo, um dos informantes desta pesquisa. Começamos falando da Apolo.

O Sr. Ismael, proprietário da Apolo, relembra em seu relato o início das atividades da sauna. Ele era proprietário de uma padaria e segundo seu relato alguns clientes a frequentavam todos os dias para um café ou uma cerveja depois do trabalho. A casa em frente a padaria passou a ser motivo de cobiça destes clientes da padaria. O Sr. Ismael perguntou-lhes o que os interessava na casa, e a resposta foi de que era uma casa boa para a construção de uma sauna, uma moda nova em São Paulo. Perguntou-lhes então se eles não precisavam de um sócio, a resposta foi positiva. Ao longo de seu depoimento ele relata que não possuía nenhum conhecimento do funcionamento de uma sauna e nem de seus possíveis frequentadores. Mas que, mesmo assim, resolveu dar início ao seu empreendimento: A construção da Apolo, inaugurada em 1979.

O Sr. Ismael era um sócio financeiro, ou seja, ele injetava o dinheiro na sauna e seus outros sócios a administravam. Segundo ele, a Apolo era uma casa pequena e ele *não imaginava* que esta sauna se tornaria *uma sauna gay*. Um dos funcionários da Apolo, segundo o Sr. Ismael já havia trabalhado em uma sauna gay, a antiga Aquarius fechada há alguns anos. Este rapaz que entendia do funcionamento destas casas se tornou seu sócio principal.

Um ponto importante na entrevista do Sr. Ismael é sobre o significado de se ter um espaço considerado gay nos anos 1970. Para ele era bastante difícil e muito discriminado. Se hoje, segundo o Sr. Ismael, a situação do preconceito e da discriminação estão mais “fáceis” de se enfrentar ou mais “aceitas pela sociedade”, naquele período histórico as coisas não eram assim. As pessoas não gostavam de serem vistas entrando em uma sauna o que o levou a não por nenhum tipo de cartaz ou letreiro na porta. Para ele os frequentadores da Apolo não precisam necessariamente compartilhar desejos ou uma identidade homossexuais. Segundo seu relato, alguns clientes iam até lá apenas para um drink e tomar uma sauna. Mas, ele arremata: “a frequência maior, até hoje, é de gays, né?”.

Pelo depoimento do Sr. Ismael pode se notar que a ideia era a construção de uma sauna, mas não exatamente uma sauna gay; uma sauna que abrigasse profissionais do sexo, definitivamente, ao menos naquele momento, não estava em seus planos. Mas, ainda segundo seu depoimento, o rapaz que no início era seu empregado e posteriormente tornou-se seu sócio, disse- lhe que a presença de rapazes atraía clientes mais velhos- ele tinha tido esta experiência na Lovely e a sauna *vivia cheia*- e que poderiam pagar a conta, além disto, estes rapazes *sem emprego* seriam ajudados pelos clientes. A Apolo passa então a receber rapazes que *necessitam de ajuda*.

Um ponto importante no depoimento do Sr. Ismael é sobre a Apolo nunca ter sofrido batidas policiais apesar dos boys que a frequentavam. Mas que, no início do funcionamento da sauna, começo dos anos 1980, a frequência de *recos*, em seu interior, em busca de ajuda financeira era bastante intensa, o que acabou gerando algumas batidas policiais. Estes *recos* iam até a sauna, segundo o Sr. Ismael atrás de ajuda de algum cliente com posses. Segundo um dos informantes, o Sr. Olinto, essas batidas começaram quando o pai de um dos rapazes que fazia o exército notou a presença do filho através da janela de seu apartamento. É importante dizer que, naquele período, segundo o Sr. Ismael, a Apolo tinha um vão descoberto, por onde se podia avistar quem circulava nesse espaço da sauna.

Este espaço livre era a divisão entre duas residências. A casa da frente pertencia a Apolo e casa dos fundos era habitada por uma família que não tinha nenhuma ligação com a sauna. Quando a proprietária da casa dos fundos se mudou, o Sr. Ismael comprou a casa interligando as duas, ampliando o espaço da sauna. Mas até isto acontecer, quando se transitava na parte dos fundos da sauna, em seu quintal, ficava-se exposto aos olhares dos moradores dos prédios que circundam a sauna. Ainda segundo o Sr. Ismael,

quando aconteceu a junção das casas o que era uma espécie de vão livre se tornou a área do bar e seu corredor central.

A Apolo localiza-se em um bairro de classe média da cidade de São Paulo, com intenso comércio e uma zona residencial, onde se notam edifícios residenciais luxuosos. Com intensa frequência durante o dia, o bairro, à noite, oferece uma extensa rede de bares e danceterias e é bem servido por linhas de ônibus e metrô. Assim sendo, a Apolo passou a ser uma opção mais próxima e com serviços inovadores para os que gostam de ir às saunas.

Já na Lovely, segundo Almeida, até meados dos anos 1980, a população que frequentava a sauna variava consideravelmente entre diferentes faixas etárias. Almeida (1982) relata que era comum encontrar, na Lovely, adolescentes cuja faixa etária variava entre quatorze e dezoito anos, não mais, e clientes com mais de quarenta anos<sup>13</sup>. A Lovely se localizava em um bairro distante na periferia de São Paulo. Seu acesso, segundo o Sr. Américo, era bastante difícil.

Para o Sr. Américo, em seu longo depoimento, as saunas têm sua origem em bairros da zona leste, alguns bastante distantes do centro. Ele conta também que não havia a troca de sexo por dinheiro, ou seja, o cliente dava a quantia que queria para o garoto; este não estabelecia um preço pelos seus serviços, como se dá na contemporaneidade. Até meados dos anos 1990, segundo os colaboradores desta pesquisa, era comum encontrarem-se adolescentes nesses estabelecimentos. Sobre a relação troca de sexo por dinheiro, em meados dos anos 1970 até fins dos anos 1980, o Sr. Américo diz:

Não corria [dinheiro], então, quando eu fui pela primeira vez, eu fiquei louco de vê aquilo lá. Estranhei como você deve ter estranhado, quando você falou na Lovely tal, mas não era naquele estilo da Lovely, era mais reservado, tal, por que lá ia muito chefe de família, todos aqueles senhores da zona leste iam lá também, mas tinha uma ala lá que era assim, que o pessoal ia pra transar mesmo, e tal se transava adoidado, e, naquele tempo, não havia a pílula, então as mulheres casavam virgem. Então rolava muito, todo mundo ia lá pra isso mesmo, e aí eu gostei tanto que eu cheguei a ir até três vezes por semana. Era baratinho, *mas era muito difícil o acesso* (destaque nosso).

---

<sup>13</sup> Perlongher (2008) também fala da entrada de adolescentes no mercado do sexo entre homens. O que gerentes, proprietários e clientes afirmam sobre este ponto é que não se permite a entrada de menores de dezoito anos nestes espaços em função da constante fiscalização do poder público e de tal fato se constituir em crime grave. Entretanto, essa fiscalização e a proibição rígida pelos proprietários, recepcionistas e gerentes só passou a ser exercida depois da metade dos anos 1990. Até então era comum, segundo o Sr. Américo, jovens de quinze anos em diante nas saunas.

O Sr. Américo relata suas idas à sauna Vichi, que se localizava na Zona Leste de São Paulo. Sobre o ato de pagar pelo sexo, o Sr. Fausto relata: “a gente ajudava os garotos, eles eram pobres mesmo, mas eram carinhosos, afetivos”. Em suma, a relação sexual não era cobrada, não havia ainda uma troca formalizada de sexo por dinheiro nas saunas de michê. Segundo seu depoimento, o cliente procurava formas de ajudar os rapazes de condição social mais baixa. Por exemplo, foram comuns os relatos, colhidos em entrevistas, de clientes que ajudaram, entre meados dos anos 1970 até meados de 1990, alguns rapazes. O Sr. Fausto ajudou financeiramente um rapaz para que este se casasse e tivesse uma profissão, sendo, inclusive, padrinho de uma das filhas do rapaz. Esse tipo de ajuda persiste até hoje, quando a troca formal de sexo por dinheiro está bastante estabelecida.

De qualquer modo, tendo-se em mente o momento histórico em que as saunas começam a ganhar espaço dentro do mercado do sexo, momento este que via as ruas do centro da cidade, espaço preferencial dos michês, como demonstra Perlongher (2008), sendo alvos constantes de batidas policiais em função da ditadura que o país vivia e que testemunhava o aparecimento da aids no cenário social, e, ainda, atentando-se à descrição feita por Almeida (1982) sobre a prostituição masculina entre homens, em especial aos dados trazidos pelo autor sobre a Lovely e pelo Sr. Américo na entrevista concedida a nós sobre como começou a frequentar as saunas, entre outros temas, é possível se fazer algumas reflexões sobre os profissionais do sexo nas saunas.

Além de um clima, que se pode sugerir como “romântico”, existente no início das saunas de michê, clima que persiste até hoje, também cabem algumas observações sobre a localidade geográfica da sauna como ponto importante para o seu crescimento e continuidade dentro do mercado do sexo. Os rapazes que se prostituíam nas ruas centrais da cidade, como bem descreve Perlongher (2008), vinham de bairros periféricos. Como relata o Sr. Américo, a ida às saunas, que se localizavam na zona leste, eram difíceis, porque o acesso era por trem e não havia, depois de uma determinada hora, como voltar para casa<sup>14</sup>. Em seu depoimento, o Sr. Américo fala sobre a dificuldade de acesso às saunas. Segundo ele, ainda não haviam construído a Radial Leste<sup>15</sup>, o acesso era através de ônibus lotados que eram tomados na Praça da Sé

---

<sup>14</sup> Perlongher (2008) descreve situação semelhante com os boys que, depois de uma determinada hora, tinham que esperar pelo ônibus que só voltavam a circular em São Paulo depois das quatro horas da manhã, nos pontos existentes na Praça da República e imediações.

<sup>15</sup> Importante avenida que liga as zonas oeste, centro e leste da cidade de São Paulo.

e o percurso destes ônibus levava mais de uma hora. A antiga FEBEM, hoje Fundação Casa, que se localizava na Av. Celso Garcia, outra importante avenida da Zona Leste da cidade, era um ponto de referência, pois se descia lá para se chegar a Vichi. Ainda segundo seu depoimento: “o transporte dos anos 1960 eram só ônibus”.

Como o Sr. Américo relata, apesar das dificuldades, os rapazes e os clientes iam até a Vichi: “para satisfazer seus desejos homoeróticos e ganhar alguma ajuda”. Não eram permitidas relações sexuais entre homens naquela sauna, mas eles ocorriam, distantes dos olhares de funcionários e gerentes, mas tal fato, se somado à dificuldade de acesso, impedia o crescimento desse segmento do mercado do sexo.

Como dado comparativo, entre a Apolo, Lovely e Vichi, pode-se sugerir que com instalações melhores, segundo os colaboradores da pesquisa, oferecendo maiores possibilidades de transportes, em função de sua localização, proporcionando discrição e certa privacidade e segurança, com serviços de bar, o primeiro *dark-room* em uma sauna, a primeira sala de vídeo pornô exibindo filmes heteros e, como disseram vários colaboradores, com boys bem mais bonitos e educados, a Apolo surge, então, como um espaço viável para liderar, por um bom tempo, esse segmento do mercado.

Mas também, como relatam alguns colaboradores da pesquisa, se a Lovely era uma sauna com instalações mais simples, segundo seus frequentadores, comparando-a com a Apolo, seus boys não eram muito bonitos e alguns, na expressão do Sr. Olinto, “mais escuros do que deveriam ser”, ainda, com um serviço de bar que vendia salgadinhos mais do que oleosos, ela, Lovely, tinha um ponto tido como bastante forte. Este ponto era a faixa etária dos michês. Tal diferença etária atraía fortemente os clientes frequentadores das saunas. Este ponto foi o que a fez dividir a liderança deste segmento de mercado com a Apolo em boa parte dos anos 1980, segundo os informantes desta pesquisa.

### **1.3- As saunas de michê e seus interiores**

Esta seção descreve os interiores das saunas. Onde elas se localizam em termos geográficos, e a possível privacidade que elas fornecem em São Paulo. As saunas são espaços francamente iluminados na maioria de seus ambientes. Com exceção das salas de vídeo e do *dark-room*, todos os ambientes propiciam, em função de sua iluminação, franca visão de quem está em seu interior. Como se dá a privacidade dos clientes nestes espaços francamente iluminados? Como elas se estruturam arquitetonicamente? Um

fato que influenciou na arquitetura das saunas foi a lei que proibiu o cigarro em lugares fechados em São Paulo. Seus apogeu e declínios. São espaços de sociabilidade? O que elas apresentam além da venda de sexo por dinheiro. É uma seção que descreve, o mais resumidamente possível questões que se tornam complexas e produzem novas subjetividades nos seu clientes.

### 1.3.1- A Lovely

A Lovely teve seu grande apogeu até meados dos anos oitenta. Era a única sauna que abrigava garotos de programa até a inauguração da Apolo, em 1979, e era frequentada por homens de diferentes estados, como afirmou o Sr. Américo. Segundo relato de alguns clientes, informantes da pesquisa, em um sábado à tarde, dia de maior movimento na sauna, ela foi invadida por uma equipe de um programa do SBT. Seus frequentadores foram filmados e expostos ao grande público<sup>16</sup>. De lá para cá, a Lovely declinou muito, segundo o Sr. Olinto. Durante a pesquisa foi possível constatar as várias batidas policiais em busca de drogas e possíveis menores que estivessem por lá. Em nenhum momento da investigação de campo se presenciou o uso de drogas na sauna nem mesmo a presença de menores. Esse aspecto, aliás, passou a ser rigorosamente controlado pelos proprietários das saunas. A presença de menores pode levar ao fechamento definitivo da sauna o que não interessa aos seus frequentadores. Como confidenciou o Sr. Martins: “Transar aqui ou na puta que o pariu com um menor é pedir para ser preso por pedofilia. Isso não”.

Em termos arquitetônicos, a Lovely lembra um prédio comercial de dois andares. Olhando-se de frente para o prédio, vê-se uma enorme porta de ferro, toda cercada por grades, e duas portarias<sup>17</sup>: uma à direita, para a entrada dos clientes, e outra, à esquerda, para os michês. Dois rapazes que ficam na recepção entregam ao cliente as chaves do armário, um par chinelos, toalhas e uma comanda para o consumo na sauna. Na parte inferior, mais à direita, encontram-se vários chuveiros para o banho de michês e clientes. Os michês utilizam esses chuveiros para mostrarem seus corpos e membros sexuais.

---

<sup>16</sup> O programa era o Povo na TV.

<sup>17</sup> A recepção é totalmente protegida por grades de ferro. Segundo o gerente: “esta é uma medida para evitar assaltos que têm sido uma constante neste lugar”.

Nesse setor da sauna, em frente aos chuveiros, encontram-se cabines que servem para a prática sexual entre clientes e michês. Elas possuem um banco estreito, de alvenaria, e são cobertas por azulejos brancos. A transa acontece dentro dessas cabines. É comum, em dias de maior movimento, formarem-se filas na porta dessas cabines, 10 no total, com um ou dois boys e um cliente, esperando sua vez para entrarem. A utilização dessas cabines não é cobrada do cliente; é livre. Ainda na parte inferior, quase ao lado dos chuveiros, encontra-se uma piscina, muito pouco utilizada; à direita desta, uma sauna a vapor onde ocorre a *pegação* entre clientes e boys como preparativo ou não de um programa; às vezes a *pegação* é o próprio programa, e pode acontecer entre os boys, mas sem a conotação de um programa. Existe ainda, após os chuveiros, uma sala com uma TV que exhibe filmes pornô heterossexuais e que é utilizada pelos boys em sua maioria. Quando um cliente entra nessa sala, seu objetivo é *caçar* algum boy que lhe tenha interessado.

Na parte superior encontram-se um salão bastante grande e o bar. No salão existem vários armários e uma TV, que é usada, especialmente, para transmissões de jogos de futebol, que provocam discussões entre michês e clientes.

### **1.3.2- A Apolo**

A Apolo foi inaugurada em 1980. Olhando-se de fora, de frente para a sauna, tem-se a impressão de que a Apolo é uma residência comum, de classe média, nada suntuosa. É uma casa de dois andares. A porta de entrada está sempre aberta após as 14 horas. Logo na entrada, fica a recepção; à direita, uma sala estreita com os armários para os clientes; e, à esquerda, uma sala pintada de preto com dois computadores para o uso dos frequentadores.

Ainda na parte inferior, encontram-se a sala de TV e uma sala menor com duas mesas para os frequentadores da sauna. Às sextas e aos sábados à noite é comum essas mesas serem ocupadas por clientes e michês em animados jogos de carta. Como confidenciou um colaborador: “muitas vezes eu venho aqui só pra jogar, encontrar os amigos”. Também ficam nesse andar o salão principal com mesas e cadeiras, o palco, o bar e, ao fundo, o salão com os armários para os boys. Duas saunas: uma seca e outra a vapor. Em frente às saunas existem cinco chuveiros que são utilizados pelos boys para a exibição de seus corpos. Clientes também se utilizam desses chuveiros.

Na parte superior encontra-se uma sala na qual são exibidos filmes pornô heterossexuais e, como na Lovely, tal sala é ocupada, na maioria das vezes, pelos boys. Existia, em espaço contíguo a essa sala, um *dark-room*, que foi fechado durante a pesquisa de campo. O Sr. Maia, atual gerente da sauna, explicou: “muito cliente ‘tava’ reclamando do quartinho, porque os garotos ficavam se pegando entre si e esqueciam dos clientes; aí eu resolvi murar o quartinho”. Na parte superior também estão os privês, num total de dez.

O fumódromo, que foi construído logo após a lei que proibia o uso de cigarros dentro de espaços fechados, em São Paulo, também situa-se no andar superior da Apolo<sup>18</sup>. É um espaço pequeno, quadrado, a céu aberto, no qual, em vigas que vão de parede a parede, samambaias e outros vasos estão pendurados. É neste espaço onde os clientes podem fumar sem se exporem saindo à rua.

### **1.3.3- A Rainbow**

A Rainbow foi inaugurada em 1992. São dois os proprietários da Rainbow. Ambos reticentes a entrevistas, fotos, e a qualquer situação que possa identificá-los ou à sauna. O Sr. Elias concordou em dar uma entrevista após meses de cansativas idas e vindas à sauna. Acabou concedendo uma entrevista curta, pouco esclarecedora, sobre sua origem, sobre como nasceu a sauna, os bons ou maus momentos, enfim, maiores detalhes da Rainbow. Quando se entra em seu interior nota-se um espaço suntuoso com mais de mil metros quadrados de área construída. Segundo o Sr. Elias, as duas reformas feitas na sauna, acoplando duas casas vizinhas à casa original, acabaram por dar-lhe uma forma rica e diferenciada das outras saunas.

Inaugurada em 1992, a Rainbow tornou-se, após um ano de existência, um lugar diferenciado entre as saunas, tanto as saunas gay como as de michê. Segundo o Sr. Elias, seu proprietário, o espaço maior e com mais conforto, os boys com seus corpos mais bem trabalhados, e, “com mais educação e mais brancos do que os boys da Apolo”, com os equipamentos de fisiculturismo existentes em seu interior, um cinema que exhibe filmes do circuito comercial, salão de barbeiro, podólogo, suas duas piscinas,

---

<sup>18</sup> Esta lei é conhecida como a lei antifumo. Foi aprovada pela assembleia legislativa em 07/04/2009, e regulamenta o uso do cigarro em espaços fechados. A lei só entrou em vigor em agosto de 2009, após sanção do governador, Sr. José Serra. Mas, a partir da aprovação da lei pela assembleia legislativa, as saunas passaram a reprimir o fumo em seus interiores.

chamadas de parque aquático, que, segundo o Sr. Elias: “são detalhes que a tornou um local de referência para os que têm bom gosto e não gostam de transar com um boy que sempre se pendura no seu pescoço pedindo um sanduiche porque está com fome”.

Olhando-se de frente para a sauna, nota-se uma pesada porta de ferro sempre fechada: é a entrada dos clientes. Para se entrar na sauna é necessário tocar um interfone, posicionado na parede esquerda. Não se ouve qualquer voz. O cliente é identificado por um sistema de segurança interno, que contém uma câmera externa vigiando desde a calçada até a porta. Assim, quem toca o interfone é visto pela câmera e identificado. Feita a identificação, a porta se abre. Em todas as ocasiões em que fui à Rainbow tive que tocar o interfone. O mesmo acontece com os clientes da casa. Nunca se viu ou se soube de qualquer cliente que tivesse sido barrado por esse sistema. Segundo o Sr. Elias, é um sistema para impedir a entrada de michês pela mesma portaria. Sempre se encontram dois seguranças na portaria externa.

A entrada dos profissionais do sexo fica ao lado esquerdo. Um segurança posiciona-se nessa portaria. Sempre que um boy chega, é-lhe solicitado que abra a sua mochila. Após a revista, se não forem encontrados objetos pontiagudos, drogas ou outro material que possa causar dano físico, ou a casa, é permitido ao garoto de programa entrar.

Ao entrar na sauna, encontra-se, à frente, um balcão com dois recepcionistas, um armário no qual ficam as chaves e toalhas, vários cartazes plastificados que informam os valores cobrados para entrar em cada dia da semana. Não é perguntado o nome de quem entra, mas sim o tamanho de seu calçado. Em seguida são entregues a chave correspondente ao armário, um par de chinelos com o seu número e duas toalhas. À direita, ainda diante do balcão, há uma porta, estilo bar de *cowboy*, que abre e fecha quando se passa por ela, e, à esquerda, um corredor por onde entram os boys.

Atravessando a porta, surge um enorme salão dividido em duas partes. Logo à direita uma sala vazia, que contém apenas um grande aquário; um espaço amplo que permite a livre circulação. Contígua a esse espaço, está a sala, bastante grande se comparada com as das outras duas saunas; nela ficam os armários, em um total de cem. Ainda nessa sala encontram-se dois grandes bancos de madeira envernizada que servem de apoio para a troca de roupa dos clientes, dois grandes cestos de roupa para recolherem as toalhas usadas e, mais ao fundo, uma janela que dá para um pequeno jardim interno usado pelos frequentadores da sauna, boys e clientes, em dias de calor.

Seguindo-se pela parede esquerda da sala, encontra-se nova porta estilo *cowboy* que divide três ambientes da sauna.

Em frente à porta, passando-se por ela, há um mictório, que é usado tanto por clientes como por boys, uma pia e um espelho. À direita da porta estilo *cowboy* fica uma sala que, até a lei antifumo entrar em vigor, era usada pelos não-fumantes. Hoje é uma sala de descanso. É uma sala ampla, com uma TV de plasma de quarenta e duas polegadas e com várias cadeiras encostadas em suas paredes, separada do resto da sauna por duas portas de vidro. Essa sala também possui uma janela ampla que dá para o pequeno jardim descrito acima. É interessante notar que este é o único espaço da sauna pouco iluminado. Sua única iluminação provém da TV ligada, que exhibe a programação da TV aberta, especialmente da Rede Globo.

Na parte térrea da sauna existe uma escadinha de três degraus, bastante valorizada pelos boys, pois ela dá visão para o salão principal da sauna e para o jardim de inverno, para as duas piscinas que existem nesse lugar e que os donos chamam de “parque aquático”, para o armário dos boys, os chamados privês médios, para uma sala de ginástica, e, como dissemos antes, um salão de barbeiro, um podólogo e uma sala para massagens. A sauna possui também um cinema que exhibe sucessos comerciais. As sessões são irregulares e, nas visitas feitas durante a pesquisa, me foi possível assistir a dois filmes nesse cinema: *Corrida contra o tempo* e *Harry Potter e a Ordem da Fênix*.

Ainda no térreo localizam-se um amplo salão, que contém o *american-bar*, e, em frente ao palco, os chuveiros principais e as saunas seca e a vapor. Esse salão contém, ainda, várias mesas de plástico, cada uma com quatro cadeiras. É um salão amplo, com bom espaço de circulação interna. Ao lado do bar, nas noites de show, ficam um músico e o gerente da sauna com teclado com músicas programadas. Olhando-se para as saunas, de costas para o bar, vê-se, em frente, o que foi batizado como *efeito vitrine*<sup>19</sup>. Foi para a Rainbow que esse tipo de efeito foi criado. Ele existe desde a sua inauguração, como explica o Sr. Elias. Esse efeito consiste do seguinte: atrás de portas de vidro grosso, transparente, ficam dois chuveiros, um à esquerda e outro à direita, nos quais os boys tomam banho e expõem, para os clientes que estão no salão, seus corpos e o tamanho de seus pênis. É uma situação que busca expor o boy e favorecer a negociação entre ele e o cliente. Separando os dois chuveiros, existe um corredor central, no qual, à direita de quem olha, está a sauna a vapor e, à esquerda, a sauna seca. Um amplo fumódromo foi

---

<sup>19</sup> A Apolo, após a construção da Rainbow, tentou produzir o mesmo efeito, mas não conseguiu, em parte devido à própria arquitetura da sauna, conforme depoimento o Sr. Michel.

construído, logo após a lei antifumo entrar em vigor, no andar superior. É um espaço amplo, a céu aberto, com árvores e bancos de alvenaria<sup>20</sup>.

Antes de prosseguir, torna-se importante, neste momento, uma reflexão sobre as questões dos filmes pornôis héteros, dos fumódromos e da descrição feita das saunas. Convém observar que os filmes exibidos nas salas de vídeo apontam para a heteronormatividade e reforçam o heterossexismo, a ideia de um *verdadeiro homem*, ideia esta, prontamente aceita pelos clientes que buscam esse *verdadeiro*. Neste sentido, também procuram *vender* a ideia de *masculinidade* ou do michê *macho*, e, como consequência, reafirma o imaginário popular sobre o binarismo ativo/passivo: qual seja a do rapaz que troca de sexo por dinheiro: “está ali apenas para ganhar um dinheiro, comendo o cu das bichas, mas eles gostam é de mulher”, ou ainda de que estes rapazes estão ali momentaneamente e só porque perderam o emprego. Em outras palavras, os filmes são indicadores do preconceito existente nas saunas de michê em São Paulo.

Tanto na Apolo como na Rainbow, existem salas que exibem filmes pornôis homossexuais, no entanto, são salas que estão sempre vazias; nem boys nem clientes ficam em seus interiores. Os boys procuram as salas com filmes héteros, os clientes procuram os boys e, assim, os clientes acabam indo às salas de vídeo heterossexuais em busca dos michês. Essa situação sugere que os filmes heterossexuais, assistidos especialmente pelos boys, acabam por *encobrir* seus desejos homossexuais.

Neste sentido, de encobrir desejos homoeróticos ou de se alinhar com as regras da heteronormatividade, um ponto que merece uma reflexão é sobre os fumódromos. Sua existência nesses locais aponta para uma estreita relação entre as saunas e o Estado e suas leis reguladoras, que são, neste caso, leis que sustentam a heteronormatividade, tentando controlar os corpos e seus desejos e representativas do biopoder, como nos disse Foucault. Ao nosso ver, se tais leis regulam corpos, desejos e a heteronormatividade, não podemos nos esquecer da existência de um caminho de mão dupla nesta regulação: a heteronormatividade e o biopoder, por sua vez, dão sustentação política e reguladora para estas leis. Em uma frase: um completa o outro. É importante observar que a lei anti-fumo foi prontamente acatada pelos frequentadores das saunas.

As descrições das saunas indicam diferenças importantes entre esses lugares, as quais são interpretadas pelos clientes e michês como diferenças de classe: na Rainbow, uma classe média mais abastada e a ideia de que os boys, ali, seriam mais *bonitos*,

---

<sup>20</sup> Durante a pesquisa não se observou nenhum cliente, na rua, fumando na porta da Rainbow, como foi comum, até a construção do fumódromo, na calçada da Apolo.

*educados* e mais diretos na negociação, o que, para alguns clientes, é visto de maneira positiva.

#### **1.4- Comparando espaços**

Partindo da sua localização no espaço urbano, podemos dizer que o bairro influencia intensamente a frequência nas saunas. Por exemplo, tanto a Rainbow como a Apolo localizam-se em bairros de classe média da cidade de São Paulo. Já a Lovely localizava-se em um bairro periférico da cidade, distante do centro e do conforto de outros bairros. Neste sentido, frequentar as saunas em função do bairro, mas não só, passa a ser um fator de diferenciação e distinção entre os clientes. Diferenciação e distinção de classe. Por exemplo, frequentar a Apolo significa, para clientes e boys ter menos poder aquisitivo do que o frequentador da Rainbow. Frequentar a Lovely significava ser pobre e sem condições de pagar pelos preços praticados na Apolo e na Rainbow. Deste modo, pode-se sugerir que a localização geográfica das saunas torna-as locais que apontam para a suposta classe social do cliente.

Sobre este ponto alguns informantes, boys e clientes, nos informam sobre ir a Lovely e sua localização geográfica que: “o bairro é brega, longe, um horror!” (Sr. Olinto). Outro informante diz: “ir até a Lovely e ser assaltado? Eu não, nunca fui” (Sr. José). Mas os poucos clientes da Lovely que puderam ser ouvidos deram depoimentos sobre o bairro semelhantes a este: “é difícil sair daqui, pegar metrô e sair para um programa legal de sexta à noite e ter de voltar na hora em que a coisa fica boa. É melhor ficar por aqui mesmo, alguns garotos eu conheço, moram perto de casa”.

Outro ponto bastante importante e que influencia a frequência dos clientes em uma sauna ou outra são os espaços internos e os preços por elas praticados, inclusive o preço cobrado pelos boys de uma sauna ou outra. Os preços cobrados por cada sauna variam e variaram durante a pesquisa. Na Apolo, no início da pesquisa, o preço para entrar era de R\$30,00 mais a consumação. O privê simples custava R\$20,00 e o VIP R\$25,00. Às terças-feiras a sauna dava 30% de desconto no preço do ingresso; o restante não sofria qualquer desconto. Ao término da pesquisa de campo, o preço, em todos os dias da semana, passou a R\$35,00, o privê simples a R\$25,00 e o VIP a R\$30,00.

Na Rainbow também foi constatada tal variação de preços. No início da pesquisa, às segundas e terças-feiras, o preço era de R\$28,00, às quartas, R\$25,00,

promoção essa que se chamava *Quarta- Maluca*, e de quinta a domingo, R\$35,00. O privê simples custava R\$15,00 por meia hora; privê com vídeo, R\$30,00 por uma hora; suíte, R\$35,00 por uma hora; e suíte especial R\$40,00 por uma hora. Ao término da pesquisa: de segunda a quinta, R\$35,00; de sexta a domingo, R\$43,00; o privê simples, R\$15,00 por 30 minutos; o privê com vídeo, R\$30,00 por uma hora; a suíte, R\$35,00 por uma hora; e a suíte especial, R\$50,00 por uma hora. Nessa sauna, uma cerveja custa R\$5,50, dependendo da marca; cervejas como a Bohemia saem por volta de R\$7,50. O programa completo com o boy não fica por menos de R\$70,00. Alguns garotos confidenciaram que, quando a noite está fraca, com poucos clientes, eles cobram de R\$50,00 a R\$60,00, não menos. Uma *brincadeirainha* sai em torno de R\$30,00. Isso situa a Rainbow como uma sauna voltada para um público que seria, supostamente, de classe média alta.

É importante dizer que os boys pagam R\$10,00 para entrar em qualquer uma das saunas. Isso se deve à tentativa de desvincular a sauna da prostituição. Como é sabido, a prostituição não é crime, mas o incitamento a ela é. Desse modo, os proprietários das saunas afirmam, de modo categórico: “não temos nada com preços de garotos e clientes. Isto é um problema de quem paga”. Também, em nenhuma das duas saunas, o preço pago pelos serviços do garoto é expresso na nota fiscal ou a sauna facilita o pagamento. O preço é acertado entre cliente e boy na mesa, o que gera, algumas vezes, confusão e, em alguns momentos, brigas mesmo. Ou ainda, o cliente reclama dizendo que acertou um preço por um programa, pagou, mas não teve seu desejo satisfeito ou o michê sai dizendo: “este cara é uma ‘penosa’, meu! Uma ‘penosa’<sup>21</sup>. Se não tem grana por que veio? Pede pra meter, eu meti, gastei meu Pramil, cobre uma ‘oncinha’ e o cara quer pagar trinta? Não, não”<sup>22</sup>.

Com relação aos preços, é comum ouvir dos michês reclamações a respeito do cliente *trucoso*, que quer dar o *truque*. Dar o *truque*, nesses espaços, refere-se ao cliente que, muitas vezes, no interior das saunas, aqui entendida como as saunas propriamente

---

<sup>21</sup> Termo êmico: significa cliente que não pode pagar o programa com o boy e tenta obtê-lo de graça.

<sup>22</sup> Pramil é um estimulante sexual na linha do Viagra. Sua fabricação e venda é proibida no Brasil. A entrada deste medicamento no país, segundo informações dos colaboradores, ocorre pela fronteira, especialmente a do Paraguai, onde a venda é liberada. Segundo o relato da totalidade dos boys, este é um medicamento largamente usado, pois não apenas facilita a ereção e torna mais demorado o ato de ejacular, quando este ato é solicitado pelo cliente, que paga mais caro por ele, como também, na linha de medicamentos do Viagra, possui preço infinitamente menor. Enquanto uma cartela de Viagra contendo dois comprimidos custa por volta de R\$90,00, cada comprimido do Pramil, adquirido em barraquinhas do centro da cidade, sai por R\$5,00. Oncinha é também um termo êmico: é como são designadas as notas de cinquenta reais pelos michês.

ditas, secas ou a vapor, ou nos banheiros, estimula o profissional para o sexo oral. Geralmente, pelo que foi possível observar, é o cliente que pratica a felação. Depois de ejacular, o cliente sai, não quer pagar o preço dado pelo boy e alega que, se o garoto está lá é porque ele também é gay, portanto teve prazer no ato. Tais cenas foram presenciadas algumas vezes, durante a pesquisa, nas três saunas, e, inclusive, uma briga que resultou na expulsão do cliente e do boy da sauna, na Rainbow. Segundo os comentários dos boys informantes, clientes *trucosos* dificilmente vão à Rainbow, pois não teriam dinheiro para pagar a entrada. Nota-se nestes comentários a forte diferenciação feita por clientes e boys em função da arquitetura da sauna, os preços por ela praticados e sua localização geográfica.

Para os que preferem a Rainbow, as razões são outras. Alguns clientes alegam a estética dos corpos dos boys, mais bem *trabalhados*, ou o maior *profissionalismo* dos michês, a limpeza da sauna, a maior agilidade dos garçons, enfim um *serviço mais bem cuidado*, como disse o Sr. Alfredo. Isso significa, para esses clientes, que o boy só se senta à mesa quando é chamado por eles, acerta o preço e vai para o privê. Ou seja, a Rainbow surge, para alguns clientes, como uma sauna limpa e com boa prestação de serviços, quando comparada à Apolo.

Outro forte ponto de distinção são os espetáculos e eventos diferentes apresentados pelas saunas quase que diariamente. Esses shows e festas, especialmente a macarronada servida na Apolo, são grande motivo de debates, tendo os seus prós e contras, segundo os informantes da pesquisa. Para uns é a “macarronada da fome”, como disse o Sr. Batista, para outros é o motivo de integração e sociabilidade.

Segundo alguns informantes-clientes da pesquisa, ninguém sabe determinar como e por que os shows começaram. Ou mesmo a tão falada macarronada. Mas essas festas acabaram por ser um motivo a mais para os frequentadores irem às saunas. Segundo o Sr. Olinto, é muito bom ir à sauna para ver o show. Já, para o Sr. Milton: “o show traz o *go-go boy* e isto, meu caro, é um deleite para a vista”. Assim, pode-se dizer que, por variadas razões, as festas sedimentaram clientes *habitués* nas casas. No entanto, as casas procuram se diferenciar uma da outra oferecendo shows que, apesar da mesma temática, oferecem atrações e modos de apresentação diferentes.

Aprofundemos a questão de classe social, para clientes e boys, observando os shows, mesmo que rapidamente, comparando o espaço interno entre as saunas. Como já foi dito acima, segundo os informantes, boys e clientes, existem diferenças entre os espaços. Se existem vários pontos em comum, as saunas procuram se diferenciar, uma

da outra, também através de sua programação. Atendo-se, inicialmente, aos shows, segue uma breve apresentação dos principais shows que ocorrem nas saunas de michê.

A Apolo tem, assim como a Rainbow, shows em alguns dias da semana. Em ambas ocorrem comemorações de aniversários de clientes, dos proprietários e funcionários. Comemorações de fim de ano; festas temáticas, como o *Arraiá dodotor*, na Apolo, comemorando as festas juninas; festas comemorando o Sete de Setembro, também na Apolo; o Halloween, nas duas saunas. Enfim, ocorre uma grande gama de eventos nesses locais. Geralmente, na Apolo, esses shows são apresentados às terças-feiras, sextas-feiras e sábados. Na Rainbow, eles acontecem às quartas-feiras, sextas-feiras e sábados.

No momento do show, especialmente às sextas-feiras, em ambas as casas, o que se pode observar é um movimento intenso de boys e clientes. Existem duas razões para tal movimento: vários boys e clientes querem assistir ao show, assim procuram o melhor posicionamento para isto. Na Apolo, o melhor espaço é em pé em frente ao palco; na Rainbow é sentado nas mesas em frente ao palco. Estes espaços são bastante disputados, especialmente em se tratando de shows com alguma *drag-queen* famosa ou de algum *go-go-boy* também conhecido. A outra razão é o movimento de ida para o privê de boys e clientes. No momento do show, a tendência, em ambas as saunas, é a diminuição de clientes procurando privês para a prática sexual, pois muitos clientes e boys dão preferência ao show, mas outros o buscam justamente pela diminuição de seu uso, o que evita filas para se obter a chave do quarto. Em dias de muito movimento é comum se esperar até uma hora por um privê. Segundo os boys e os clientes esta espera pode levar ao desinteresse do cliente pela transa, e o clientes acrescentam: “você pode acabar conhecendo outra pessoa mais interessante enquanto espera a chave”. É interessante notar que, no momento do show, tanto boys quanto clientes podem estar trajando toalhas, sungas ou calças, para se esperar pela transa ou ir embora, mas muitos, de toalhas ou de calças, se detêm na frente do palco para assistir ao show.

Também merecem destaque algumas exposições de quadros que ocorreram na Apolo. Esses shows são divulgados através de convites enviados para uma lista de e-mails dos frequentadores mais comuns das saunas. As descrições feitas a partir de agora começam pela Apolo e atêm-se aos shows mais comuns dessa sauna e à apresentação de um circo<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> No final deste texto encontram-se nos anexos as fotos de divulgação das festas.

Às terças-feiras, acontece *A Terça- Nostra* que completou dez anos em 2009, com uma grande festa. É nessa *Terça-Nostra*, também designada de *A macarronada da Clara*, que é servido macarrão ao sugo. Às sextas- feiras é a vez do *O boteco da Clara*.

*A Terça Nostra* começa por volta das 20h30. Até a macarronada ser servida, há um karaokê, do qual participam boys e clientes indistintamente. É comum ouvir-se michês cantando boleros e samba canção, algo que destoa da chamada divisão geracional, mas se aproxima de um discurso homossexual em que os amores *são impossíveis, não duram*. Após o karaokê, por volta das 21h, aparecem Clara e dois garçons da sauna carregando um enorme tacho que contém a macarronada. Esse tacho é posto sobre duas mesas de madeira que são preparadas com duas toalhas xadrezes logo após o término do karaokê. Os garçons trazem, também, pratos e garfos plásticos. Forma-se uma fila em que vão sendo servidos os boys e os clientes que desejam degustar o prato. Clara é uma personagem importante para a Apolo. Ela é *drag- queen* da sauna e também produtora de shows<sup>24</sup>.

Clara veio para São Paulo no ano de 1994. Buscava uma vida melhor, melhor emprego, uma mudança em sua vida. Logo após sua chegada, foi morar com um dos recepcionistas, na época, da Apolo. Ela relata que esse rapaz lhe disse que tinha um emprego na sauna, mas para ser faxineiro. Clara aceitou. Nesse período de sua vida, Clara não se transformava em *drag-queen*. Ela chegou à posição de recepcionista, mas, em 1998, acabou saindo da sauna. Naquele período, segundo sua fala, as mudanças de gerência eram constantes e, como informou o Sr. Olinto, a Apolo estava em uma fase decadente. Clara voltou à Apolo no princípio de 1999. Durante esse período de ausência fez alguns shows já como *drag-queen* em cidades do interior de São Paulo. Quando voltou à Apolo, viu a possibilidade de sua inserção como *drag-queen* na sauna. Clara começou essa nova trajetória de sua vida com a macarronada, que hoje leva o seu nome, porque o rapaz que fazia a macarronada, Pedro, havia falecido. Ela conta:

Aí eu fiz o macarrão. Eu servia de Pedro, porque meu nome também é Pedro. Pedro Clara. Um dia eu pus um lençol vermelho e o Sr. Darci me apresentou um costureiro que me deu um avental italiano. Então eu comecei a servir com o avental e com o lenço. Aí um dia eu passei batom e comecei a servir o macarrão. Aí teve uma festa dos amigos, festa alemã. Um deles me disse: ‘Ah, vem de Frau Herta servir o chope’. Vim de Frau Herta servir o chope, com uma trancinha horrível. Claro que algumas pessoas me deram o toque: ‘Faz assim tal’. E depois foi mudando o gerente, entra gerente, sai gerente, tal. Aí um dia precisou de uma

---

<sup>24</sup> Neste período, segundo a informante, ela atuava também como gerente e fazia os pagamentos quinzenais dos funcionários.

pessoa pra dirigir o show, não tinha ninguém, e, como eu tinha contato, que eu que pagava os meninos da recepção, eu peguei na agenda o telefone deles e fui ligando. Todo mundo veio, fez o show bonitinho e tal. Aí eu comecei a ficar dirigindo, assim, montar o show<sup>25</sup>.

A fila da macarronada é bastante conhecida em outros espaços de frequência homossexual, inclusive na Rainbow, e é muito criticada pelos que não a frequentam. Tal fila é entendida, por algumas pessoas, como algo “muito brega”. Já pelos clientes *habitués*, a fila é vista como algo “que junta as pessoas, você já viu boys e clientes se servindo no mesmo prato?”, confidenciava o Sr. Alfredo. Assim, a mesma fila que é vista, no mínimo, como o auge do brega é encarada, também, como *democrática*.

É tradicional, na Apollo, a sexta-feira. Nesse dia ocorre o *Boteco da Clara*. O espaço do palco é decorado, então, à semelhança de um boteco, com duas mesas e cadeiras dispostas em cima do palco, onde se sentarão os *go-go-boys* que farão parte do show, e as *drag-queens* que farão *performances* de cantoras famosas da MPB. Em torno da mesa são postas quatro cadeiras. Na mesa, garrafas de cerveja. Percebe-se, nas paredes do palco, a existência de vários pôsteres de times de futebol. É um show em que cantam algumas *drag-queens* e se apresentam três, às vezes quatro, *go-go-boys*. O show começa por volta das 21h30. O doutor, como é conhecido o DJ da sauna, interrompe as músicas que estão sendo tocadas, geralmente MPB, e chama ao palco Clara. Esta entra, vestida e maquiada como a cantora que será imitada. Clara, então, dubla a cantora e chama ao palco outra *drag-queen* que continuará o show. Nesse instante, a cerveja que já está no palco, em engradados, passa a ser servida gratuitamente para os boys e clientes que a desejarem do início ao fim do show, por volta de 22h45.

Entre uma *drag-queen* e outra, os *go-go-boys* fazem sua performance, ao som de música *techno*, *eletrônica*, como disse um dos boys: “música de balada”. Os rapazes que fazem o show vestem roupas militares, ou de bombeiros, eletricitistas, roupas próximas de temáticas homossexuais. Durante a sua apresentação, eles descem do palco, vão ao salão e escolhem os clientes que o ajudarão a se despir, até ficarem com uma sunga, na qual está inscrito o nome da sauna. O ponto alto da apresentação do rapaz é a retirada da sunga pelo *stripper*. Este insinua que ira mostrar seu pênis, mas põe à mostra suas nádegas e as exhibe para o público. Momento de grande emoção entre os que assistem ao show. Nesse momento o rapaz sai do palco. O clímax é o fim do show,

---

<sup>25</sup> Clara se refere aos números de telefone dos *go-go-boys* e *drag-queens*, que ficam nas agendas também dos recepcionistas, pois, na eventual falta de um deles, é o recepcionista que liga para outro artista.

quando da entrada dos rapazes novamente no palco, mas sem qualquer roupa, com seus pênis eretos, mostrando-os aos clientes.

Em algumas sextas-feiras, com a casa lotada, é comum ouvir clientes discutindo com outros clientes, pois alguns ficam em pé, em frente ao palco, tampando a visão de quem está na mesa. Em dias de show com grande frequência de público, fica bastante difícil caminhar pela sauna e o barulho é enorme, só diminuindo durante o show.

Outro show tradicional na Apolo é o *Bailão*. O *Bailão* acontece aos sábados, de quinze em quinze dias. O show começa com DJ tocando sucessos da orquestra de Ray Conniff, uma espécie de *aquecimento* do público. Imediatamente os clientes com mais de cinquenta anos ficam em pé, de frente para o palco, e começam a cantar e a dançar com algum boy que o acompanhe. O show prossegue em ritmo animado e constantes mudanças nas músicas. De Ray Conniff passa-se para os boleros, destes para os sucessos das *discos* dos anos setenta e início dos oitenta, como *YMCA*, *Macho Man*, do *Village People*, passando para o samba e logo em seguida para o forró.

O circo, apresentado uma única vez na Apolo, teve como produtor o Sr. Darci<sup>26</sup>. Neste espetáculo estiveram presentes, como artistas, um equilibrista, um palhaço e a mulher barbada. O show começou com a apresentação do palhaço, que logo brincou com os frequentadores da sauna, fazendo micagens e caretas. Em seguida, chamou o equilibrista e a mulher barbada. Mas foi o equilibrista quem mais chamou a atenção. Com muita destreza, ele equilibrou pratos e copos, arrancando palmas entusiasmadas da plateia. O show terminou de modo clássico para esses locais: entraram, no palco, três palhaços, brincando com a plateia, mandando beijos e, ao som de música brasileira, foram se despindo. As roupas dos palhaços escondiam três rapazes que tinham sido capa da revista *Lolitos*<sup>27</sup>, com as sungas tradicionais dos espetáculos que contêm os *go-go-boys* e dançando como tal. Eles foram apresentados pelo Sr. Darci para a plateia como “novas sensações do mundo gay”.

Outro ponto são as instalações da sauna e seus shows com conotações populares. Estes são decodificados pelos frequentadores da Apolo como um “espaço mais

---

<sup>26</sup> O Sr. Darci é quem produz grande quantidade desses shows temáticos. Ele é sempre muito gentil com todos os que falam com ele. Tentei entrevistá-lo algumas vezes, mas, apesar de ele sempre marcar um dia e um horário, nunca apareceu para a entrevista. Quando o encontrava na sauna ele me dizia: “Precisamos gravar aquela entrevista”. Uma noite, em que estava de posse do gravador, disse-lhe: “Podemos gravar hoje”. O Sr. Darci respondeu: “Hoje estou muito cansado, pode ser amanhã?”. Concluí que ele não queria dar a entrevista.

<sup>27</sup> A *Lolitos* nasceu como “filhote” da revista *G Magazine*. Sua proposta é a de apresentar rapazes que, mesmo que tenham mais de vinte anos, aparentem ser ainda adolescentes.

aconchegante”, “mais simples”. Mas isso não a isenta de críticas por parte dos que não a frequentam, sendo tachada, algumas vezes, de “popular demais”. Um cliente confidenciou durante uma terça-feira: “Essa fila é tão horrível que chega a ser cômica”. Já, para os clientes da Rainbow, os grandes espaços da sauna e os shows “dão um toque de classe para este ambiente” (Sr. Olinto).

Na Rainbow, os shows, às sextas-feiras, não têm um nome especial. Às vezes a sexta é chamada de *Sexta Legal* ou de *Sexta Super* ou, ainda, é anunciada como *Sexta: Grandes shows temáticos*. A casa mantém sua decoração, acrescentando, ao palco, o tema da noite. Apesar do barulho, por vezes intenso, a conversação é em um tom de voz mais baixo, se comparada à da Apolo. Em função de seu amplo salão, é possível circular com mais espaço entre as mesas. Existe uma passagem, no início desse salão, que possibilita aos clientes e boys que não estão sentados assistirem ao show, em pé, sem atrapalharem os que se encontram sentados.

O show começa por volta das 21h30 e termina por volta das 22h45. É apresentado por uma *drag-queen* que, geralmente, esteja fazendo sucesso em casas noturnas da cidade. Ela inicia o show com uma canção, apresenta cinco *go-go-boys* que estão uniformizados de acordo com tema do show. Explicando melhor, quando o show adota como tema, por exemplo, os *marinheiros*, todos vestem roupas de marinheiro; quando escolhem como tema o *exército*, usam a roupa adequada e assim por diante. Os temas são ligados às supostas fantasias homossexuais que povoam as revistas pornográficas voltadas para esse público. É interessante ressaltar, neste momento, que, tanto na Apolo como na Rainbow, os rapazes que participam do show reforçam tipos masculinos, uma *supermasculinidade*, seus corpos são bem trabalhados e musculosos, reforçando o *macho*. No show, os rapazes dançam ao som de uma música *techno* ou um sucesso atual interpretado por cantoras como *Beyoncé e Rihanna*, sem tirarem os seus trajes. Em seguida apresentam-se três *drag-queens* como *cover* de cantoras famosas da MPB. Geralmente essas *drags* cantam sucessos consagrados. O restante do show segue o esquema do show da Apolo.

Uma *drag* canta, chama um dos *go-go-boys*, que entra no palco ao som de músicas de “balada”, vai tirando suas peças de roupa até ficar apenas de sunga. Diferentemente da Apolo, antes do show, são colocadas cinco plataformas no salão, dispostas entre as mesas. Durante a apresentação, o rapaz vai subindo nas plataformas e vai escolhendo os clientes que o ajudarão a tirar as peças de roupa. Também aqui é um momento de grande agitação entre a plateia. Nesse momento o rapaz volta ao palco e

retira a sunga, mas não mostra seu pênis. A ênfase recai nas nádegas, que o rapaz exhibe ao público. A sunga também tem inscrito o nome Rainbow. O clímax e o fim do show são os *go-go-boys* no palco, com seus pênis eretos, exibindo-os para a plateia, portanto sem nenhuma diferença entre as saunas, nesse aspecto. Algumas *drags*, como Silveti Montila, que apresentam esse show brincam com os rapazes perguntando à plateia qual deles tem o maior pênis.

Às terças, a Rainbow exhibe o *Videokê* e também serve um jantar, mas o cardápio é outro. Varia toda terça feira e são servidos pratos que exigem um preparo mais sofisticado. Escalopinho, arroz com passas e, às vezes, *stroganoff*, que a casa faz questão de anunciar como sendo de filé mignon. Esse jantar, como na Apolo, é precedido de um show. Estes variaram durante a pesquisa no campo. Algumas vezes acontecia um karaokê, também entre clientes e boys; já, em outras ocasiões, acontecia um bingo, com a participação de clientes e boys. Mas o jantar é servido, segundo a sauna, em um *rechaud* e não há filas, pois é servido no *jardim de inverno* da sauna, onde não se vê quem por lá está. Ou seja, a Rainbow coloca seu apelo dirigido a uma suposta classe média mais abastada, já a Apolo para uma classe média com menor poder aquisitivo.

Às quartas-feiras a Rainbow tem uma promoção que, segundo os colaboradores, já é bem tradicional na cidade de São Paulo: a chamada *Quarta Maluca*. Na quarta-feira, a sauna cobra um preço menor pela entrada e oferece um show que, enquanto esta pesquisa se realizou em campo, contou com a participação, na maioria das vezes, de Silveti Montila na apresentação e de mais três *drag-queens* em performances de cantoras famosas da MPB. Silveti mostra-se sempre animada, brinca bastante com a plateia, diz para os boys que estão na sauna: “Ah! Meu bem, você não é páreo para o pau daquele cliente”, uma clara inversão do discurso *ativo=boy, passivo=cliente*, usada em tom jocoso, fazendo o público rir bastante. Além do preço mais em conta, o show, que é comandado por Silveti, *drag-queen* bastante conhecida do público em São Paulo, em tom alegre e que procura cativar a plateia, acaba, como foi possível verificar durante o campo, por lotar a casa em um dia da semana em que isso seria pouco provável.

Identificando-se tais distinções, percebe-se que são duas casas que fazem apelos diferenciados para seus boys, seus espaços e com apresentação de shows para públicos supostamente diferenciados. Ou seja, a Apolo faz questão de mostrar um ambiente mais *popular*, enquanto a Rainbow procura dar um ar *sofisticado* para seus shows e seus comes e bebes. Em outras palavras, tanto em função do preço como dos shows, as

saunas se posicionam frente ao mercado do sexo como *diferentes* entre si. Não apenas os boys, que, na Rainbow, mostram corpos mais bem definidos e, diga-se, são, em sua maioria, brancos, e, na Apolo, apresentam-se menos cuidadosos com seus corpos menos definidos, evidenciando que não frequentam academias nem fazem exercícios físicos, e são, em comparação com os da Rainbow, de pele mais escura, mas também a linha de shows enfatizam a distinção entre ambas as saunas. Essa busca pela distinção (BOURDIEU, 2003) acaba por interferir na frequência de seus clientes, que passam a se identificar com uma ou outra casa, tornando-se, deste modo, seus *habitués*.

A Apolo tem instalações mais simples, quando comparada à Rainbow; diria que estão mais próximas do gosto popular. Sua decoração é mais simples, semelhante a um bar do centro da cidade. Andando pela sauna, ouvem-se ruídos; os clientes e boys mantêm suas conversações em tom alto; o bar, em dias de show, é confuso. Os *bartender*, muitas vezes, perdem seus pedidos, enfim, a sensação é de enorme confusão.

Segundo Bourdieu (2003:73):

As diferentes posições no espaço social correspondem a estilos de vida, sistema de desvios diferenciais que são a retradução simbólica de diferenças objetivamente inscritas nas condições de existência. As práticas e as propriedades constituem uma expressão sistemática das condições de existência (aquilo que chamamos “estilo de vida”) porque são o produto do mesmo operador prático, o *habitus* - sistema de disposições duráveis e transferíveis que exprime sob a forma de preferências sistemáticas as necessidades objetivas das quais ele é produto.

Em nota de rodapé, Pierre Bourdieu (2003:73) afirma que:

As correlações estatísticas entre propriedades, assim como o salário ou o nível de instrução e tal ou qual prática (a fotografia ou a visita a museus) não autorizam fazer deles fatores explicativos: não é propriamente um baixo ou alto salário que comanda as práticas objetivamente ajustadas a esses meios, mas o gosto, *o gosto modesto ou gosto de luxo*, que é a transcrição durável das práticas nas tendências e que encontra nesses meios as condições de sua realização. Isto se torna evidente em todos os casos em que, após uma mudança de posição social, as condições nas quais o *habitus* foi produzido não coincidem com as condições nas quais ele funciona e podemos, portanto, apreender um efeito autônomo do *habitus* e, por meio dele, das condições (passadas) de sua produção (destaques do autor).

Seguindo-se Bourdieu (2003), não é válido associar altos ganhos salariais com suposto *bom gosto* ou baixos salários a um suposto *mau gosto*; é preciso entender em que condições sociais o *habitus* ou o “sistema de disposições duráveis e transferíveis que exprime sob a forma de preferências sistemáticas as necessidades objetivas das

quais ele é produto” foi produzido. O autor explicita bem esse ponto, quando fala de mudanças de posição social entre os sujeitos. Também, o *estilo de vida* que, segundo Bourdieu, “são práticas sistemáticas das condições de existência dos sujeitos”. Assim, *estilo de vida, bom ou mau gosto*, são produtos do *habitus*, do princípio gerador de práticas que tendem a ser realizadas pelo sujeito de forma infra-consciente ao longo de sua vida, e que estão ligadas fundamentalmente à classe social de origem.

No entanto, o senso comum sobrepõe poder financeiro a *bom ou mau gosto*, a um “estilo mais elegante ao jantar”, a shows mais “elegantes” e também racializa a questão em função do tom de pele dos boys e clientes.

Em outras palavras, a Apolo, em função da *macarronada da Clara* e suas filas, do *Boteco da Clara*, com seu palco todo montado como um boteco, e da cor dos garotos que trocam sexo por dinheiro, é vista como sendo voltada para um *estilo de vida mais pobre* pelos frequentadores mais assíduos da Rainbow. Por outro lado, os clientes da Apolo julgam que a suposta simplicidade dos shows, a cor de pele dos boys, a fila da macarronada, o boteco são símbolos que acabam por forjar relações mais duradouras e “sinceras”. “O boy conversa com a gente, não é só um negócio”, conforme o depoimento do Sr. Fausto. Dito de outra maneira, um estilo de vida supostamente mais “pobre” é mais efetivo, duradouro e “sincero” para os frequentadores da Apolo.

Dito de outro modo, as observações feitas sobre as filas da macarronada da Apolo e sobre a frequência à Rainbow, que, para alguns clientes, é de bom gosto, pois “os boys são mais bonitos, o ambiente é mais fino, as pessoas são mais educadas”, já, para outros clientes, frequentar a Apolo é melhor, segundo as palavras do Sr. Alfredo: “melhor, o clima de amizade e de descontração que você encontra aqui você não encontra em outro lugar”. Apontam para os múltiplos significados que as saunas adquirem. Assim, pode-se concluir que, mesmo sendo aparentemente iguais, voltadas para oferecer o mesmo tipo de serviço, as saunas diferenciam-se enormemente em função dos boys que por elas circulam, dos shows que oferecem e das diferentes classes sociais de seus clientes e profissionais do sexo.

As noções de “bom” ou “mau” gosto, um suposto maior *profissionalismo* dos boys da Rainbow quando comparados aos da Apolo, corpos mais bem *trabalhados*, ou ainda, boys que sentam à mesa com o cliente para *namorar* na Apolo, acabam por tornar as saunas não apenas locais de diferenciação entre seus frequentadores, mas também de encontros entre boys e clientes.

Surge um ponto importante. Existiria uma diferenciação entre os próprios clientes? Os *habitués* de ambas as casas? Ou, o *habitué* da Apolo seria considerado *brega* e o da Rainbow mais fino e educado? Vejamos. Pelo que se observou em campo e pelas informações colhidas junto aos colaboradores, as saunas possuem o que se pode chamar de clientes *habitué*, ou seja, clientes que, invariavelmente, vão até elas quase todos os dias da semana. É bastante comum encontrar em seus interiores clientes completamente trajados, que estão ali “apenas para jogar conversa fora, encontrar um amigo”. Na Apolo é comum, logo no corredor de entrada para o espaço maior, encontrar mesas com um pano verde, nas quais alguns clientes e boys jogam cartas. Preferencialmente o jogo é tranca ou buraco. Ao longo do jogo, seguem-se longas e animadas conversas entre os participantes.

Esses são os clientes mais antigos das saunas. Iniciaram sua trajetória nas saunas na Lovely, aderiram à Apolo ou à Rainbow. Alguns preferem a Apolo, outros a Rainbow, mas, em sua grande maioria, deixaram de ir à Lovely, o que se deu em função da popularização desta, como confidenciou o Sr. Fausto, do *aconchego* propiciado pela Apolo ou do conforto oferecido pela Rainbow. Por exemplo, na Apolo, é comum ouvir-se a frase: “O que importa é fazer amigos”, frase, essa, que pode ser encontrada em vários espaços da sauna e ser interpretada da seguinte maneira: aqui importa menos o sexo e o dinheiro e mais os amigos que se conquista. Uma clara demonstração do valor simbólico da amizade que se sobrepunha a outros “escusos” interesses. Nesse sentido é possível sugerir que se encontra uma espécie de romantismo, que valoriza o amor e despreza o dinheiro como mediador, uma demonstração forte das normas heterossexuais que ronda esses espaços.

Neste ponto, fazemos uma pequena digressão para apresentar os clientes e *michês* que colaboraram com esta pesquisa. Seu perfil geral, faixa etária, etc. Os clientes que colaboraram para esta pesquisa possuem instrução superior completa, alguns com pós-graduação, profissionais liberais, comerciantes, professores universitários. Moram em bairros de classe média da cidade de São Paulo. Viajam constantemente pelo país e, alguns, ao exterior, ao menos uma vez por ano. Vão constantemente ao teatro e cinema, vão a restaurantes indicados em revistas turísticas e, raramente, vão a outros locais de frequência homossexual. Alguns se descrevem como homossexuais e outros como bissexuais. Todos se declaram brancos. A maioria desses colaboradores mantém seus desejos homoeróticos distantes de suas redes sociais próximas, como familiares, amigos e colegas de trabalho. Alguns são casados e com

filhos; alguns têm netos. Os colaboradores desta pesquisa são os clientes *habitués* das saunas, começaram a frequentá-las desde seu surgimento.

Pode-se afirmar que os clientes das saunas se dividem em dois grupos bastante distintos. Um deles é o grupo dos clientes *habitués*, que frequentam as saunas ao menos duas ou três vezes por semana, frequentam os shows e outras atividades que ocorrem nesses espaços, como, por exemplo, a comemoração do aniversário de outro cliente. É comum, entre esse grupo de clientes, a comemoração de seus aniversários nas saunas. Estes clientes também trocam e-mails entre si, comentando acontecimentos entre boys e clientes, como brigas ou roubos, ou falando de michês que não *os satisfazem*. Neste sentido, pode-se dizer que a comunicação entre esses clientes é intensa. Fiz parte das listas de e-mails desses clientes e ainda faço. Recebo, até a presente data, e-mails comemorativos de aniversários de clientes, das saunas, informativos de descontos no mês de aniversário do cliente, de falecimentos de clientes antigos. A faixa etária desses colaboradores está entre quarenta e setenta anos. Também é comum a esse grupo de clientes a participação em churrascos e em outros eventos fora das saunas. Durante a pesquisa no campo, participei de dois churrascos: um na casa de um desses clientes e outro em um sítio, mantido pelo dono da Apolo. Este último churrasco foi promovido pelo gerente da Apolo.

O outro grupo de clientes é composto por clientes *ocasionais*, ou seja, são clientes que não frequentam as saunas cotidianamente, vão a ela uma vez ou outra. Alguns aparecem para conhecer a sauna, para um programa ocasional com um boy, ou seja, não fazem parte de um círculo existente entre os clientes desde o início do funcionamento das saunas. Esses clientes procuram manter-se afastados da dinâmica das saunas, sentam-se às mesas, procuram um garoto que os atraia para um programa e, terminado esse programa, vão embora. Outros vão em busca dos shows, mas a sua dinâmica é a mesma: entram, bebem, assistem ao show e partem. Nas tentativas para entrevistar alguns desses clientes, eles se mostraram muito evasivos, rejeitando qualquer contato fora da sauna; dois deles deram telefones que estavam sempre fora de área. Conversaram com este pesquisador, mas sem a presença do gravador.

Os michês que colaboraram possuem entre dezoito e trinta e três anos. A maioria possui ensino médio incompleto, alguns possuem ensino superior incompleto. Alguns se declaram brancos enquanto outros optam por moreno. Vêm da periferia da cidade de São Paulo ou de cidades pequenas do país. Em sua totalidade declaram que entraram na prostituição em função de alguma necessidade financeira, como uma prestação vencida,

ou pela vontade de comprar um carro ou moto, mas dizem que acabaram fazendo amigos entre clientes e boys e segundo relataram: “vão ficando”, mesmo que tal necessidade não exista mais. A história recorrente desses boys sobre o início da atividade de troca de sexo por dinheiro pode ser resumida da seguinte forma: “eu tinha uns quinze, dezesseis anos, estava andando pela rua, aí parou um carro. Um cara desceu do carro e me perguntou se eu não queria ganhar uns trocados para fazer uma ‘brincadeirinha’ – geralmente o boy relata que era sexo oral que o cliente pretendia – eu topei. Ganhei cinquenta pratas meu! Fácil. Depois nunca mais, até que um amigo me falou da sauna. Então eu vim ver como era. No começo eu me choquei. Mas eu fui me acostumando”.

A maioria relatou ter prazer em seu trabalho, apesar de “algumas dificuldades”. A referência ao prazer se dá em dois sentidos: 1) Os boys relataram constantemente, durante a pesquisa, que as saunas são espaços que propiciam a amizade *sincera* entre as pessoas. Especialmente entre um boy e um cliente; 2) alguns boys declaram sentir muito prazer nas relações sexuais com homens. Alegam estados de excitação e mesmo de conforto quando estão com um homem na cama e não uma mulher. As dificuldades surgem quando, algumas vezes, em função do corpo do cliente que é percebido pelo boy como *desagradável* por causa de suposta falta de higiene, cor, ou mesmo um *peso* excessivo. Outro ponto tido como desagradável ou ruim seria a dificuldade com o pagamento existente com alguns clientes. Estes, segundo a fala dos michês, relutam em pagar o que é acertado. Sobre sua sexualidade, a maioria declara-se gay; alguns declararam-se heterossexuais e com namoradas ou esposas e outros bissexuais. Poucos procuram atividades de lazer ou culturais, ou seja, não vão a cinemas ou teatros, também não leem livros, “preferem alugar um filme”, encontram-se constantemente nas saunas, em busca de um cliente ou de um amigo<sup>28</sup>.

De qualquer modo, entre os clientes *habitués* de ambas as saunas não notamos diferenciações, ao contrário, formam um grupo que ora vai mais a uma sauna do que a outra. Por exemplo, clientes considerados *habitués* da Rainbow, vão à Apolo se existe um show com *go-go-boys* considerados bonitos ou podem comemorar seus aniversários ou de seus amigos em qualquer uma das saunas; enfim, não fazem distinções entre si, mas sim, o forte ponto de diferenciação para eles são as próprias saunas. Os shows, as filas, as cores dos boys e sua suposta educação ou falta dela. Portanto, podemos sugerir

---

<sup>28</sup> No anexo 1 deste texto, encontram-se os nomes, idades, autodeclarações sobre raça/cor e sexualidade e profissão, tanto dos boys quanto dos clientes.

que são os locais que são subjetivados de maneiras diferentes por clientes e boys proporcionando experiências diferenciadas e singulares para estes. Gostaríamos, neste ponto, de mostrar um e-mail recebido por este pesquisador. Este e-mail toca no ponto da identificação do grupo, de seus membros e das ligações que estes mantem fora das saunas. O cliente que enviou o e-mail encarrega-se de fazer as divulgações sobre as festas que ocorrem nas saunas e novos eventos. Faz uma espécie de *ponte* entre os clientes e a casa.

**Este e-mail está sendo enviado somente aos meus amigos**, que sempre tem me apoiado nas divulgações que realizo. Nesta quinta, conforme email anterior, haverá o cocktail de inauguração na nova sauna X. **Para esta festa eu conto com o apoio de meus amigos, pois será mais uma sauna a ter garotos de programa, mais uma opção para nós.** A entrada para o Cocktail é free, o banho caso alguém queira será no valor de R\$40,00. Todos os dias terão promoções com preços mais em conta. Uma casa aberta a críticas e sugestões, já que será uma casa para você. Conto com a presença de todos<sup>29</sup> (destaques nossos).

Deste modo, as saunas com os seus eventos, seus jogos de cartas entre boys e clientes, os encontros realizados fora delas, são fortes pontos de sociabilidade. Por exemplo, apesar do e-mail conter um apelo à ida dos clientes a nova sauna, um interesse específico, algo que Simmel (2006) chamaria de *sociação*, seu apelo mais forte, diríamos é a chamada aos *amigos* e as identificações deste grupo, “mais uma opção para nós”. Ou ainda, o “banho, caso alguém queira...”. O apelo é claro para o encontro dos amigos, mais do que o apelo ao banho e da prática sexual. Essas falas sugerem que, para além da prática sexual, da troca de sexo por dinheiro, as saunas passaram a se constituir em espaços de sociabilidade, nos termos de Simmel (2006). Para o autor podemos falar em sociabilidade quando nos livramos, em encontros com outras pessoas, de valores específicos, das “realidades da vida social” quando nos encontramos pelo prazer do encontro, do estar lá com as pessoas. Ainda segundo Simmel (2006) a sociabilidade confere um “papel simbólico” que preenche a vida das pessoas conferindo novos significados aos encontros.

Podemos sugerir outro fator, além dos já citados, que acaba por levar a esse grau de sociabilidade: é a disposição arquitetônica das saunas. como dissemos antes, sua iluminação ampla e constante, na quase totalidade de seus espaços, a própria forma de negociação entre clientes e boys, ou mesmo o diálogo estabelecido quando o cliente chama um michê para perguntar-lhe o que ele faz e quanto ele cobra, ou quando, muitas

---

<sup>29</sup> Sigo, aqui, o critério adotado de proteção aos frequentadores das saunas. Deste modo esta sauna que está sendo inaugurada e que não fez parte da pesquisa de campo será designada como X.

vezes, o michê acaba por ir até o cliente mesmo sem ser chamado, todos esse são fatores que acabam por forçar a interação entre ambos e entre clientes/clientes e boys/boys. Interação essa que vai além da simples pergunta: “Você é ativo ou passivo? O que você faz e quanto cobra?” e suas respostas subsequentes. Vários clientes, colaboradores da pesquisa, confidenciaram que gostam de conversar com o boy mais demoradamente, mais detalhadamente, saber quem é, por que chegou “nessa vida”, etc.

Se falamos em sociabilidade também fala-se aqui, da homosocialidade no sentido dado por Sedgwick (1985) a esse termo. Ou seja, relações carregadas de erotismo e rivalidade entre homens, que partem de triangulações amorosas em que a mulher é usada como forma de afastar desses amigos os desejos homoeróticos, pois tal desejo não pode vir à tona posto que tais relações de sociabilidade são constituídas pela homofobia.

E tal homofobia também *inclui* os *desejos homosociais*, que não podem ser plenamente realizados em função da homofobia. De acordo com a análise que Miskolci (2009 a:155) faz sobre o trabalho de Sedgwick (1985):

A investigação da emergência da forma contemporânea de como lidamos com a sexualidade foi empreendida por Eve Kosofsky Sedgwick em seu livro **Between Men: English Literature and Male Homosocial Desire (1985)**, obra em que Eve K. Sedgwick não se prendia a uma discussão de gênero (marcada pelo heterossexismo da oposição homens versus mulheres) nem a uma perspectiva dos estudos de minorias (gays e lésbicas). Sua proposta era mais ambiciosa: demonstrar que a dominação das mulheres é a rejeição das relações amorosas entre homens. A misoginia e a homofobia se revelam interdependentes (destaques do autor).

Adiante, Miskolci (2009 a: 156) diz:

Sedgwick deu o pontapé inicial para a compreensão de que a ordem social contemporânea não difere de uma ordem sexual. Sua estrutura está no dualismo hetero/homo, mas de forma a priorizar a heterossexualidade por meio de um dispositivo que a naturaliza e, ao mesmo tempo, torna-a compulsória. Em resumo, a ordem social do presente tem como fundamento o que Michael Warner denominaria, em 1991, de heteronormatividade.

Em outras palavras, pode se dizer que a autora foi uma das iniciadoras dos atuais estudos da sexualidade, que abordam a importância da heteronormatividade, dos binarismos, enfim, Sedgwick pode ser considerada como uma das pioneiras dos estudos *queer* na defesa de que a sexualidade é histórica, relacional, portanto contingente, dependente de marcadores de diferença como cor/etnia, geração, classe; enfim, a sexualidade não é um constructo a parte.

Sedgwick (1985:25), comentando as afirmações de Heidi Hartmann sobre o patriarcado e as relações de poder entre homens e mulheres, das relações assimétricas, que seriam dependentes das relações de poder entre homens, fala sobre o desejo homosocial e homossexual e a transmissão do poder patriarcal:

Nós podemos ir mais adiante do que isso, para dizermos que em qualquer sociedade de dominação masculina existe um relacionamento especial entre o desejo homosocial masculino (*incluindo* o homossexual) e as estruturas de manutenção e transmissão do poder patriarcal: um relacionamento fundado em uma inerente e potencialmente ativa estrutura congruente. Por razões históricas, este relacionamento especial pode tomar a forma ideológica da homofobia, ideológica da homossexualidade, ou algo altamente conflituoso, mas intensivamente estruturado na combinação dos dois [desejos] (destaques da autora, tradução nossa).

Mas poderá ser facilmente argumentado que, nas saunas, são afastadas as mulheres, elas *não* podem entrar, nem mesmo as travestis são bem-vindas. Desse modo como ficam as triangulações amorosas, em que o objeto de disputa é o homem e não a mulher do triângulo? Segundo Sedgwick (1985), a amizade, a homosocialidade, *inclui o desejo homossexual* e é fortemente erotizada entre dois homens. E nas saunas? As triangulações existem, mas entre três homens, e o objeto da disputa tanto pode ser o cliente como o michê.

Enfim, podemos dizer que as saunas são, além de locais de sociabilidade, locais que abrigam a homofobia de seus frequentadores. Mas, são também, nos termos de Anderson (2009): *comunidades imaginadas*. Anderson cunha o conceito de *comunidades imaginadas* em sua análise antropológica sobre as nações. Para o autor, as nações são *comunidades imaginadas*, porque seus membros se imaginam como companheiros, firmando uma identidade coletiva compartilhada por seus integrantes.

É possível aproximar este conceito das saunas de michês e seus integrantes, apesar das diferenças e hierarquias existentes entre os participantes das saunas de michê. No entanto, essas *comunidades imaginadas*, como diz Anderson (2009), mesmo quando fazem bem ao indivíduo, pelo sentimento de pertença que se tem, são híbridas; suas fronteiras são porosas e flexíveis e também trazem seus pontos de tensão e de diferenciação. Um desses pontos é a cor de seus frequentadores. No entanto, não podemos nos esquecer de que tais espaços também se tornam espaços de exclusão em função da classe social suposta de um cliente ou boy, da cor da pele, das masculinidades

e da homofobia existente em seus interiores. Sigamos com o tema da homofobia, mas sob a ótica do privado e escondido.

### 1.5- A *privacidade* do armário ampliado

Como vimos, um ponto importante no surgimento das saunas é o afastamento de homens com desejos/práticas homossexuais das vistas do público, ou seja, as práticas sexuais entre homens podiam sair dos olhares públicos o que conferia a este espaço certa privacidade. Surgem dois pontos importantes: a privacidade e a luta do MHB para ganhar espaço político através da *visibilidade* ou, como dizem alguns, *do assumir* uma identidade homossexual. E, nas saunas de michê, em que o sexo pago, entre homens é socialmente bastante rejeitado, tem-se a privacidade desejada? Ainda, seus frequentadores tornam públicos seus desejos? Vejamos.

Pode-se dizer que o espaço não é apenas *privado*; paga-se para entrar, o que lhe dá a privacidade e o afastamento do público mais amplo e a privacidade fornecida pelos privês garante a intimidade dos que vão a esses locais para a prática sexual. Mais, é possível admitir que, sendo o sexo pago, os seus participantes não estão dispostos a falar sobre o que fazem na sauna em função de possíveis crimes que possam estar cometendo. No entanto é comum que clientes comentem entre si como é o sexo com tal ou qual boy, qual é a posição preferida do rapaz durante o ato, ou que façam comentários jocosos, dizendo que tal boy “só tem jeito de ‘macho’, mas é uma ‘flor’ na cama” e assim por diante. Uma nota do diário de campo esclarece bem este ponto.

*Um cliente, não sei o nome, chegou hoje e fez um comentário divertido sobre a masculinidade do boy que estou tentando entrevistar e as crenças populares. Depois que o rapaz levantou da minha mesa, o cliente me disse: “tá vendo aquele boy? O que acabou de sair da sua mesa? Viu o tamanho do pau do cara? É enorme. Mas é só tamanho, só tamanho, já saí com ele e o pau não levanta nem com cera quente. Não perde teu tempo não. Vai perder o dinheiro” (Diário de campo, 17/10/2008).*

Também os boys, comentam, na mesma direção, sobre os clientes e acrescentam a questão do cliente poder ou não pagar pelos serviços do rapaz, falam entre si de clientes e de como estes são na cama: o cheiro de seus corpos, seu hálito, quanto pagam. Da mesma maneira, um boy também pode falar sobre outro boy, o que ele faz, se era

“ativo” ou “passivo”, se usava drogas. Enfim, o que se faz fica na sauna, mas não exatamente *apenas* entre os que participam da prática sexual.

Sobre tal *intimidade e privacidade* entre os parceiros durante a prática sexual, nas saunas de michê, dependendo do local em que esta ocorra, por exemplo, dentro das saunas seca e a vapor, é comum serem presenciadas tais práticas e cenas de sexo entre clientes e boys e boys e boys (nas saunas estudadas para esta pesquisa), sendo esta última, uma parceria que pode se tornar explosiva. Deste modo, também nas saunas de michê a privacidade é relativa.

O *dark-room*, sala escura em que os participantes praticam sexo com parceiros desconhecidos e, muitas vezes, sem o uso de preservativos, na qual não se sabe com quem se pratica sexo, pode ser considerado como um espaço *privado* nos termos de privacidade citados acima, já que também se comenta o que se faz nos *dark-rooms*. Esse ambiente existia nas duas saunas no início desta pesquisa, entretanto, na Apolo, foi fechado em 2008. Segundo seu gerente, Sr. Maia, “foi fechado, porque os boys usavam para fumar maconha e cheirar”, mas não apenas por isso: “muito cliente reclamava que os boys ficavam se pegando lá dentro”. Na Rainbow, o *dark-room* existe desde a sua fundação e é, segundo confidenciaram alguns informantes, boys e clientes, utilizado da mesma maneira. Mas tanto na Apolo, até 2008, como na Rainbow, boys e clientes ficam na porta do *dark-room* esperando para ver quem entra e sai. Assim, esse espaço não é totalmente *privado*.

Nas saunas de michê, especialmente, é preciso levar em conta seus funcionários. Estes interagem com os clientes e boys, conhecem e são conhecidos por eles e são, até, pontos de referência para alguns clientes e boys *habitués* da casa<sup>30</sup>. Neste sentido, é interessante ouvir o que Sr. Alberto, funcionário da Apolo, diz em sua entrevista sobre trabalhar na sauna: “É divertido. As histórias que acontecem aqui, as situações que ocorrem”. Diante da pergunta: “É possível me contar alguma situação dessas?”, Alberto, visivelmente constrangido, diz: “É meio bizarro”. Insisto: “Não dá pra falar nenhuma?” Alberto: “É bizarro, mas é engraçado. É, tipo, o cliente sai com preservativo no meio da bunda, sai com a merda escorrendo” (risos).

O Sr. Alberto fica no balcão de recepção da sauna, em frente às escadas que sobem para um conjunto de privês. Deste modo, sua visão é privilegiada para ver quem desce e sobe para os quartos e para o *dark-room*, desativado na Apolo em 2008. Quando

---

<sup>30</sup> *Habitués* são clientes ou boys que, apesar de frequentarem ambas as casas, frequentam preferencialmente uma das duas, indo raras vezes à outra.

o ato sexual termina, tanto cliente quanto boy descem dos privês, trajando apenas a toalha, pois é expressamente proibido subir aos quartos trajando roupas. Outro comentário feito pelo Sr. Alberto refere-se à limpeza desses espaços nas saunas. É ele que entrega para o rapaz que limpa os locais reservados para a prática sexual, as chaves para o trabalho de higienização.

Seguem alguns detalhes sobre a ida ao privê. O cliente ou o boy vai à recepção e solicita a chave do quarto, que é entregue pelo Sr. Alberto. Para a entrega da chave é necessário que o cliente se identifique e mostre o número de sua chave, que corresponde ao armário que ele está usando. Isso feito, o Sr. Alberto lhe entrega uma chave do quarto. O valor será adicionado à conta do cliente, que é uma soma do que consta na chave, ou seja, o valor da entrada, mais a consumação de bar e, se for utilizado, o valor do quarto. Quando o boy faz essa solicitação, ele está com a chave do cliente na mão como sinal de permissão do cliente; caso ele não porte essa chave, a chave do privê não lhe será entregue. Assim o Sr. Alberto acompanha o ato sexual antes e depois de sua prática. Em outras palavras, ele sabe com quem o cliente foi ao quarto e em que estado estes deixaram o quarto. O Sr. Alberto comenta sobre o momento posterior: “Alguns clientes conseguem sujar até o teto da parede, quer dizer, do quarto”. Entrevistador: “Com fezes?” Sr. Alberto: “Com fezes; eles conseguem fazer isto com fezes”.

Não se pode falar em espaço *privado* no sentido *estrito* do termo. Sem dúvida, com o surgimento das saunas, a população homossexual viu-se *protegida* das batidas policiais, dos olhares escandalizados com a prática sexual em espaços como banheiros públicos e parques, que serviram como espaços transgressores da heteronormatividade. Mas as saunas não se constituem como espaços que signifiquem, necessariamente, *privacidade completa* para a prática sexual.

Esta questão da privacidade traz, em seu rastro, uma questão importante, qual seja, a de *esconder*, no sentido político, homens com práticas homoeróticas da sociedade mais ampla. Sem dúvida, o *assumir* ou não faz parte da vida de cada sujeito. Além de política, é também uma decisão pessoal. Pensando-se em uma sociedade homofóbica como a nossa, por exemplo, *tornar público* seus desejos por um parceiro do mesmo sexo pode significar, algumas vezes perdas custosas.

Mas, além destas questões, a *privacidade*, seguindo Foucault (1993), é um dos pontos centrais da família burguesa em fins do século XIX. Como nos diz o autor, a sexualidade passa a ser exercida no quarto do casal, longe das vistas do público. Tendo em mente os clientes das saunas, e Seguindo Miskolci (2009 b) e Sedgwick (2007),

sugiro que as saunas de michê, acabam por se constituir em um *armário ampliado* para homens que fazem sexo com outros homens<sup>31</sup>. E também, que são *espaços liminares*, que funcionam entre o *público* e o *privado*, que dialogam intensamente com o mercado homossexual sem, no entanto, aderirem a ele.

Isso remete à questão do revelar ou não a desejos e práticas sexuais homoeróticas, revelação essa tomada como uma *verdade* do sujeito, posto que, como se vê em Foucault, a partir do século XIX, o sexo, ou o *dispositivo da sexualidade*, torna-se a *verdade* do sujeito, uma fonte de *revelação* e *segredo*<sup>32</sup>. Sobre este ponto, Sedgwick (2007: 22), diz que:

O armário gay não é uma característica apenas das vidas de pessoas gays. Mas, para muitas delas, ainda é a característica fundamental da vida social, e há poucas pessoas gays, por mais corajosas e sinceras que sejam de hábito, por mais afortunadas pelo apoio de suas comunidades imediatas, em cujas vidas o armário não seja ainda uma presença formadora.

Para a autora, desde o século XIX, quando a homossexualidade foi colocada no rol das perversões sexuais, a vida de pessoas homossexuais passou a ser regulada pela revelação e pelo segredo, pelo público e privado. Nas palavras da autora:

Ao final do século XIX, quando virou voz corrente – tão óbvio para a Rainha Vitória como para Freud – que conhecimento significava conhecimento sexual, e segredos, segredos sexuais, o efeito gradualmente reificante dessa recusa significou que havia desenvolvido, de fato, uma sexualidade particular, distintivamente constituída como segredo: o objeto perfeito a ansiedade epistemológica/sexual do sujeito da virada do século, hoje exacerbada. (SEDGWICK, 2007:30)

Richard Miskolci (2009 b), em sua pesquisa sobre as salas de bate papo gay na internet, diz que, se a internet amplia os espaços de sociabilidade para homens com desejos homoeróticos, esses também são *armários compartilhados*, pois são espaços onde a interação face a face é mais difícil, onde se montam dois ou três perfis em redes sociais, como o Orkut, Facebook, MSN, perfis esses que, segundo os informantes do

---

<sup>31</sup> Utilizo a expressão “armário ampliado”, inspirando-me no artigo de Miskolci (2009b) artigo no qual o autor propõe a internet como um “armário ampliado”, ou seja, conhece-se inúmeras pessoas, mas não se “assume” uma identidade ou os desejos homossexuais de maneira pública. As saunas, ao meu ver, apresentam grandes semelhanças com este “armário ampliado”.

<sup>32</sup> Em minha pesquisa para o mestrado tratei do tema “assumir” a homossexualidade para adolescentes masculinos da cidade de São Paulo. Santos (2004).

autor, destinam-se um para a família e amigos e outro para os homens interessados e que não podem ser percebidos pela rede social mais ampla do usuário.

Ainda, os usuários desses espaços procuram se identificar como *machos*, *brother*, *brow*, *mano*, etc., *nicknames* recorrentes desses usuários; muitos procuram afirmar que *curtem mina*, *têm namorada*, fazendo alusões a uma masculinidade idealizada ou hegemônica, que tem sua origem na heterossexualidade. Em outras palavras, segundo Richard Miskolci, ao mesmo tempo em que esses homens valorizam e procuram relações homoeróticas, negam-nas, quase que instantaneamente, procurando afastar de si imagens como de *afeminados*, *passivos* ou outras que possam remeter à ideia de desejos homoeróticos. Ou à figura da sexualidade *perversa*.

Nas palavras de Miskolci (2009b:181): “Pouco se discute como as relações forjadas na rede estão dentro de um pacto, não expresso em palavras, mas cuja regra é o segredo compartilhado. Situação paradoxal em que o nexo de união é também o que frequentemente separa”.

Sobre esse ponto, Marcelo relata que, em suas primeiras idas à sauna, em outra capital do país, um amigo deu-lhe a seguinte dica: “os clientes não gostam que o boy seja gay, como a gente não goza em programa, como o valor a ser cobrado, fui aprendendo essas maldades, digamos. Os boys mesmo tava falando, esse meu amigo me falou, e depois eu observei o pessoal trabalhando e realmente ninguém dava aquela famosa *pinta*<sup>33</sup>, né? Todo mundo... tinha... gays ou não, mas era aquela coisa, na sauna gay não tem gay. (risos) Boy não pode ser gay”.

Deste modo, seguindo-se o depoimento de Marcelo, a sauna acaba funcionando também como um espaço *separado* do mundo externo, onde se deve mentir sobre a sua sexualidade, sobre os seus desejos homoeróticos, ou é possível ser heterossexual sendo gay, pois não existem olhares ou julgamentos sobre isso; são garotos e clientes em busca de dinheiro e prazer, para a satisfação de suas fantasias, e que estão fora de olhares externos. Assim, não se discutem as regras do *segredo compartilhado* ou os desejos homoeróticos que giram nesses espaços.

Mais uma vez, segundo Miskolci (2009b:185): “De qualquer maneira, é inegável que vigora, entre estes homens, uma homofobia explícita, a qual se mescla a outros preconceitos que dirigem aos outros (e raramente notam que afetam a si próprios)”.

---

<sup>33</sup> Termo êmico. Significa dar sinais, através de gestos corporais ou da voz, de sua atração pelo mesmo sexo.

Miskolci (2009b:185) informa como utiliza o termo homofobia: para o autor o conceito de homofobia não é só a violência praticada contra homossexuais, mas também, quando um público mais amplo associa e rejeita expressões que são identificadas como sendo homossexuais.

Como dito, está claro que *assumir* uma homossexualidade é, também um ato político, que depende do contexto no qual o sujeito se insere, da importância de tornar pública sua sexualidade, seus desejos homoeróticos, de uma identificação, nos termos de Brah (1996), com valores e estilos de vida associados à homossexualidade. Mas é importante destacar que as saunas acabam, por um lado, ampliando os espaços de encontro e atuam como espaços possíveis para a transgressão das normas heterossexuais, e ainda, como notou Miskolci (2009b) em sua pesquisa sobre a internet, tornam-se espaços em que se compartilham os *segredos* e se procura viver os desejos de forma *privada*, reforçando, assim, a norma heterossexual.

Diferentemente de outros espaços voltados para o público homossexual, que, como mencionam MacRae (2005[1983]), Simões e França (2005), França (2006), propiciam certo relaxamento e mesmo a possibilidade de tornar público seu desejo homoerótico, as saunas escondem ou tentam esconder a questão da homossexualidade e da homofobia de seus frequentadores.

## 1.6- A aids

A aids surgiu, no cenário mundial, como uma epidemia perigosa que matava em pouco tempo e fortemente associada à população homossexual. Um de seus nomes, no início dos anos 1980, foi “peste gay”. A aids atingiu, inicialmente, homens homossexuais, usuários de drogas injetáveis e pessoas que precisavam de transfusão de sangue. A suposição de um comportamento promíscuo da população homossexual masculina, que manteria relações com inúmeros parceiros desconhecidos, às vezes em uma única noite, mais a onda moral que tomava conta do país naquele período foram suficientes para se associar a aids à população homossexual.

Segundo Rotello (1996) logo no início da epidemia de aids, nos EUA, várias saunas foram fechadas e algumas poucas que permaneceram abertas foram alvos de constante fiscalização das agências de saúde. A epidemia, que em seus primeiros momentos, no princípio dos anos 1980, foi associada à população homossexual, teve enormes repercussões não só nesta população, mas na sociedade como um todo. No

entanto, segundo o relato de meus informantes, neste caso, clientes, mesmo com a morte de alguns clientes e michês, as saunas no Brasil, diferentemente dos EUA, não sofreram ataques ou vigilância de agências de saúde no início da epidemia de aids. Ao contrário, elas continuaram abertas e funcionando a pleno vapor. O Sr. Ismael é enfático neste ponto: “não tivemos problemas com a aids. Tivemos uma pequena queda dos clientes no início da doença, mas que logo foi recuperada”.

Ninguém sabe dizer porque as saunas atravessaram toda a onda inicial da aids praticamente incólumes. Pode-se argumentar que a suposta proteção e distanciamento do mundo oferecidas pelas saunas somando-se à suposta heterossexualidade de seus frequentadores tenha criado esta ilha de “proteção” para a prática sexual. De qualquer modo, a Lovely teve seu funcionamento encerrado já em 2010 em função de sua localização, da queda brusca da clientela e de várias denúncias de roubo e tráfico de drogas que supostamente existiriam em seu interior. A Apolo e a Rainbow continuam funcionando.

Atualmente, em todos os depoimentos que colhemos nas saunas, independentemente de serem clientes ou profissionais do sexo, todos, sem exceção, disseram que usavam preservativos para o ato sexual, mesmo se o cliente quisesse pagar mais pelo ato sem preservativo. E também foi bastante comum boys apontarem outros boys e clientes dizendo que “aquele alí tá com a tia<sup>34</sup>”, ou comentarem que outros boys transavam sem camisinha pelo mesmo preço de um programa comum. Não é possível saber se existem clientes ou boys com aids ou se transam ou não sem camisinha. Apenas é possível inferir-se que talvez o fator preço influa no sexo com ou sem preservativo. No entanto, pode-se dizer que a aids teve e ainda tem fortes repercussões sociais e políticas, não só para a população homossexual mas para a sociedade como um todo.

### **1.7- A aids e o controle dos corpos**

Mas, apesar de as saunas irem se tornando cada vez mais sólidas no mercado sexual homossexual, o MHB dava sinais de esgotamento no início dos anos 1980. Facchini (2005), em sua pesquisa sobre o movimento homossexual brasileiro, destaca que, nos anos 1980, o número de grupos da militância homossexual havia diminuído

---

<sup>34</sup> Termo emico: *Tia* é como é designada a aids nas saunas pelos boys.

sensivelmente. A autora aponta alguns fatores possíveis para essa diminuição: um deles, o fim do jornal *O Lampião*, que, segundo ela, teria, com o seu fim, cortado uma importante fonte de comunicação entre os grupos existentes; o outro, o surgimento da aids.

A aids causou impacto na sociedade mais ampla e também entre a população homossexual. Trevisan (2000:431) cita algumas pichações feitas em muros da cidade de Recife: “Viadagem dá câncer”, “Aids é câncer de bicha”, “Cuidado! Risco de bicha”, “Viva a família”, etc. O autor ainda cita suicídios entre homossexuais, pacientes com aids esperando internação em hospitais como o Emílio Ribas e o Hospital das Clínicas em São Paulo.

Com a denominação de “peste gay”, o grupo homossexual passou a ser identificado socialmente com um problema de saúde pública. No entanto, a resposta coletiva à epidemia foi bastante rápida, resposta essa que incluía grupos da militância homossexual e militantes que tinham passado pelo SOMOS. Conforme Facchini (2005: 161), o surgimento das ONGs/Aids e o apoio de grupos, como o Outra Coisa, o GGB (grupo Gay da Bahia), o Dialogay (Sergipe), têm destaque no combate à doença. Ainda segundo a autora, em 1986, criava-se a ABIA (Associação Brasileira Interdisciplinar de Aids), “presidida por Betinho, soropositivo assumido”, e o Grupo Pela Vidda (Valorização, Integração e Dignidade do Doente de Aids).

O noticiário em volta da doença, as formas de controle e todo o aparato da saúde pública tornaram, por assim dizer, a reacender o MHA. Segundo Trevisan (2000): “Se as práticas homossexuais têm sido devassadas até com crueldade, é inegável que a população em geral ficou exposta a uma exemplar iniciação sobre elas, inclusive quanto aos cuidados a serem tomados”. Para Facchini (2005:171) os vários discursos surgidos em função da aids, o crescimento do mercado voltado para esta população, e “as políticas estatais e de direitos humanos” tem uma relação bastante estreita com o crescimento do movimento homossexual no Brasil.

É possível se afirmar que, se, por um lado, a aids foi e é até os dias atuais uma doença letal e perigosa, se o seu surgimento causou pânico entre a população como um todo, por outro lado, com o seu surgimento foi possível também se intensificarem as lutas pelos direitos civis da população homossexual e o crescimento do movimento. Basta lembrar que a última Parada do Orgulho GLBT, realizada em São Paulo, em 2010, contou com quatro milhões de participantes.

No entanto, podemos dizer que a aids acaba por provocar na população como um todo e na população homossexual o que Miskolci (2007) chama de pânico morais e uma tentativa de controle dos corpos e das sexualidades, o que Foucault (1993) denominou de biopoder. Perlongher, citado por Facchini (2005:102-103), nos diz que não terminam propriamente as relações sexuais entre homens, mas a *forma* destas relações. Ainda, segundo Perlongher, citado por Facchini (2005:102-103), em sua reflexão sobre a aids, aponta que as relações sexuais entre homens que até meados dos anos 1970 eram praticadas nas sombras, voltariam para este lugar. Acabava, segundo o autor, uma espécie de alegria, um “apogeu, o interminável festejo da emergência à luz do dia” da homossexualidade.

Apesar do tom alarmista de sua reflexão, podemos sugerir que Perlongher, chama a atenção para o que Foucault (1993,2001,2010) chamou de “biopoder”, ou seja, o controle dos corpos através das instituições. Veríamos em cena o controle dos corpos através de práticas reguladoras da sexualidade, seria favorecido, em nome do controle da doença, que se buscasse um sexo “seguro”, enfim, veríamos o controle sobre a homossexualidade recrudescer.

Em outras palavras, a biopolítica busca controlar, domesticar e moralizar as práticas sexuais tidas como “desviantes”, através das agências regulatórias da saúde, do direito e da pedagogia. Então, o que se tem, especialmente no período do início do século XIX em diante, são práticas discursivas que visam produzir discursos sobre o sexo para, dessa forma, controlá-lo. Ou o que Foucault denominou, em *A história da sexualidade*, de “dispositivos da sexualidade”, ou, nos termos do autor, uma *epistémé*, a qual pode ser chamada de biopolítica.

Para Foucault (1993:131) a partir do século XVII irá se formar uma extensa rede para o controle da vida. Esta necessidade de poder sobre os corpos, de regulação da vida e controle sobre os sujeitos:

[...]centrou-se no corpo-espécie, no corpo transpassado pela mecânica do ser vivo e como suporte dos processos biológicos: a proliferação, os nascimentos e a mortalidade, o nível de saúde, a duração da vida, a longevidade, como todas as condições que pode fazê-los variar; tais processos são assumidos mediante toda uma série de intervenções e *controles reguladores: uma bio- política da população*.(destaques do autor)

Adiante, Foucault nos diz:

[...]sexo é acesso, ao mesmo tempo, à vida do corpo e à vida da espécie. Servimo-nos dele como matriz das disciplinas e como princípio das regulações. É por isso que, no século XIX, a sexualidade foi esmiuçada em cada existência, nos seus mínimos detalhes; foi desencavada nas condutas, perseguida nos sonhos, suspeitada por trás das mínimas loucuras, seguida até os primeiros anos da infância; tornou-se a chave da individualidade: ao mesmo tempo, o que permite analisá-la e o que torna possível constituí-la. (FOUCAULT, 1993:137)

Assim, mais do que exercer uma repressão sobre as práticas sexuais tidas como desviantes, o dispositivo da sexualidade é um conjunto de discursos difusos, que partem de variadas áreas, como a medicina, em especial a psicologia e a psiquiatria, a pedagogia e o direito, e que buscam, mais, disciplinar e regular corpos e práticas tidas como desviantes. Miskolci e Pelúcio (2009:130) comentam o dispositivo da sexualidade foucaultiano: “trata-se de uma trama formada por vários discursos e práticas que se materializam em saberes e poderes. O dispositivo raramente proíbe ou nega, antes controla e produz verdades moldando subjetividades”.

A aids se torna, por excelência, em fins do século XX, um excelente mecanismo da regulação dos corpos e dos prazeres; um mecanismo aprimorado das políticas do biopoder, como Foucault nomeou o controle das populações, a saúde e o sexo. Apesar das saunas terem passado sem grandes arranhões no período inicial da epidemia de aids, segundo os informantes desta pesquisa, dando a suposta sensação de segurança; como vimos, elas são também, locais de *se esconder uma prática*, do *depósito da vergonha* de se desejar uma pessoa do mesmo sexo e da prática sexual com vários parceiros. Elas não proíbem o sexo, ao contrário, o estimula, o controla e o mantêm supostamente, em “segredo”. Gera novas *verdades dos sujeitos*, ou, o assujeitamento foucaultiano à sexualidade. Uma destas *verdades*: o sexo na sauna é promíscuo e inseguro. Rotello (1996) deixa isto bastante claro em seu texto.

A partir de fins dos anos 1985 e início dos anos 1990, segundo Sr. Ismael, as saunas passam a serem obrigadas a dar preservativos e lubrificantes para os que forem praticar sexo. A Apolo os fornece gratuitamente, a Rainbow os vende, tanto o preservativo como o gel lubrificante, a Lovely, segundo seu gerente, quando tem os dá. Em outras palavras: as saunas entram no controle dos corpos feito pelo estado e do assujeitamento à sexualidade, à *verdade do sexo-rei* (Foucault,1993).

Se o atual projeto de Estado, do Estado burguês, serve-se deste dispositivo, ou da biopolítica, para o controle dos corpos através da regulação das práticas sexuais, é

possível afirmar que, para Foucault, é através dessas mesmas regulações que se deve tentar romper os controles do Estado sobre nossos corpos e nossas sexualidades. E, sem dúvida, é através da afirmação de identidades tidas como “desviantes” que surgem os primeiros grupos de lutas pelos direitos de pessoas homossexuais.

A homossexualidade é uma prática sexual tida como “desviante” desde meados do século XIX. Desde então, tal prática sexual vem sendo estudada, esquadrihada pela medicina, em especial, com o intuito, como diz Foucault, não de reprimi-la, mas sim de pô-la sob controle dos discursos oficiais. Com o advento da aids ressurgiu o pânico sexual, voltado para a população homossexual. Desse modo, os discursos do poder/saber passaram a utilizar a aids como forma de controle e regulação das práticas sexuais homossexuais. Rapidamente a doença passou a ser associada ao grupo homossexual, chamada de *peste gay*, *câncer gay* e de outros nomes que buscavam pôr, sob controle, a população homossexual. Miskolci e Pelúcio (2009:131) fazem uma afirmação importante sobre a aids e sua compreensão como forma de controle social.

A compreensão desta forma de ordenar, classificar e controlar a sexualidade exige retomar o modo de como as autoridades de saúde pública reagiram à emergência da epidemia de HIV-aids construindo a doença como sexualmente transmissível, o que permitiu que - por meios agnósticos e “científicos”- se mantivesse a crença em um antagonismo originário entre o desejo e a ordem social. Isso se deu pela eleição do homoerotismo como a grande ameaça, de forma que - por meio da associação com um vírus mortal - assistimos à criação do maior pânico sexual da história contemporânea.

Em outras palavras, a prática sexual *livre*, ou um pouco mais *aceita* entre homens, uma conquista da década anterior, anos 1970, quando passou a ter mais visibilidade, a partir dos movimentos de liberação homossexual, que foi chamada por Perlongher (2008) e Trevisan (2000) de “desbunde gay”, e por Pollak (1987) de “alegria do gueto”, passou a ser controlada, vigiada com o advento da aids. As agências de saúde passaram a ditar o que era o “bom sexo”, nos termos de Rubin (1992): o sexo sem prática anal e voltado para a procriação.

Portanto, o que importa é trazer à tona algumas regras da heteronormatividade, ou seja, parceiro único, relações sexuais protegidas com o uso de preservativos, realizadas em locais “seguros”, enfim, uma parafernália discursiva insistentemente veiculada pelos meios de divulgação, como jornais, rádio, televisão, com o objetivo de controlar a prática sexual entre pessoas do mesmo sexo (Miskolci e Pelúcio, 2009).

O que se nota, nas falas citadas, não é o *fim* da homossexualidade, mas, sim, um reflexo do que Miskolci (2007) chama de “pânico moral”. Seguindo Cohen, Miskolci (2007:111) nos diz que: “o autor [Cohen] explicou o processo de sensibilização social no qual um tipo de comportamento e uma categoria de “desviantes” são identificados de forma que pequenos desvios da norma são julgados e recebem uma forte reação coletiva” (destaques do autor). Ainda segundo Miskolci: “Assim, Cohen criou o conceito de *pânicos morais* para caracterizar a forma como a mídia, a opinião pública e os agentes de controle social reagem a determinados rompimentos de padrões normativos” (destaque do autor).

Levando-se em conta certa liberalização das relações homossexuais, como deixam claro Perlongher (2008), Trevisan (2000) e Pollak (1987), durante os anos 1970, a aids surge, no início dos anos 1980, como um *carro chefe* para setores sociais conservadores. É através da epidemia de aids que começam a surgir as tentativas de controle do comportamento sexual de homens homossexuais.

Apesar de o programa brasileiro de combate à aids ser considerado um dos melhores do mundo, assim como o é o sistema de distribuição de medicamentos para os portadores do vírus e de privacidade no momento da revelação do diagnóstico, diferentemente do que ocorre com o modelo norte-americano, em que há obrigatoriedade de comunicação aos parceiros (Miskolci e Pelúcio, 2009), os discursos preventivos no Brasil acabam por responsabilizar o sujeito pela sua doença. Ou seja, se ele não se previne, se ele não se cuida, se ele não pratica sexo seguro, para os agentes de saúde, ele é um provável candidato à aids. Segundo os autores, essa forma de lidar com a doença é um dos expoentes da biopolítica e dos dispositivos da sexualidade. Em outras palavras, em relação à aids, não são mais as agências de saúde e do direito que controlam e regulam a sexualidade das pessoas, mas as próprias pessoas que se autorregulam, se autovigiam. No limite, é a individualidade burguesa em seu ápice.

Os discursos de prevenção, no Brasil, buscam levar em conta as situações sociais e as singularidades dos sujeitos, um modelo de “prevenção dialogada” (Pelúcio, 2009). Larissa Pelúcio faz uma crítica ao modelo intitulado “prevenção dialogada”, defendido pela, então, coordenadora da área de Prevenção de DST/Aids Cidade de São Paulo, Maria Cristina Abbate. Tal programa visa *conscientizar* os sujeitos sobre as práticas sexuais que não *são seguras à sua saúde*.

Pelúcio (2009:109) comenta que: “A esse indivíduo ‘desconhecedor de sua realidade’ se oferece, a partir desse novo paradigma, o dialogo” (aspas da autora).

Adiante Pelúcio (2009) faz uma crítica importante sobre esse modelo de prevenção. Para a autora este processo de politização pelo qual passam os sujeitos é uma estratégia sutil de responsabilizar os indivíduos pelos cuidados com a sua saúde. Pelúcio denominou este movimento de “SIDAdanização”. Um movimento, como nos diz a autora, de construção de uma bioidentidade.

Pelúcio (2009:111) sobre este sistema de controle dos corpos diz:

[...] neste modelo o foco não está somente centrado sobre o corpo dos indivíduos e noções preventivas e higiênicas de cuidados corporais, mas volta-se para o desenvolvimento de uma “nova” consciência política por parte dos indivíduos. Desloca-se, assim, a responsabilidade pelas doenças, para a forma de como os indivíduos se relacionam entre si e com seu entorno. O que parece estar implícito nesse discurso de responsabilização é que as pessoas se tornem *SUS*jeitos. Isto é, que se assujeitem ao *Sistema Único de Saúde* (destaques da autora).

Ou seja, seguindo a autora, é um discurso que pretende que os indivíduos controlem, vigiem e regulem seus corpos e suas práticas sexuais, que se tornem mais, digamos, *higienizados* contra os *horrores* da sexualidade *desviante*. Também, que possam se submeter, integralmente ao poder médico, que *sabe qual é o bom sexo e qual não é*. Em outras palavras, as pessoas tornam-se *cidadãos e sujeitos*, quando se tornam *conscientes* de seus comportamentos de risco em relação às DSTs, especialmente à aids. Claro, a consciência que lhes é outorgada pelas agências estatais de poder. Em uma frase: os indivíduos perdem sua autonomia enquanto sujeitos.

## Capítulo 2- De roupa ou de toalha? O campo etnográfico

Este capítulo faz algumas reflexões sobre a estruturação do campo, a narração dos fatos ocorridos durante a investigação em campo realizada pelo pesquisador e a subjetividade do mesmo. No momento de formação desta pesquisa, quando ainda era um projeto, não foi previsto a observação de práticas sexuais entre os pesquisados. Mesmo em seu início não nos parecia importante tal observação. No entanto, durante o desenvolver da mesma, a observação de tais práticas entre os pesquisados foi se mostrando importante. Quando mencionamos aqui, a observação de práticas sexuais, não queremos dizer, de forma alguma, que fomos acompanhar as relações sexuais entre michês e clientes nos privês ou em outros locais fora da sauna, aonde tais relações pudessem se desenvolver.

Mas, a observação da totalidade dos espaços das saunas; aqui nos referimos, às próprias saunas, a vapor e seca, os banheiros e mesmo nos armários dos boys, levou-nos a observar estas práticas sexuais. Estas observações mostraram-se importantes e deram subsídios para se pensar não só o próprio objeto de pesquisa, as masculinidades e suas representações nas saunas de michê, mas também a subjetividade dos que se propõe à uma pesquisa que, de um forma ou de outra, envolvam tais observações.

Começamos este capítulo apresentando, inicialmente a estruturação do campo. Em seguida, trazemos Marcos e Marcelo, boys que introduziram-nos nos chamados *códigos-territórios*, nos termos de Perlongher, existentes dentro das saunas de michê, por fim discutimos as subjetividades do pesquisador e suas consequências para a pesquisa. Dessa forma, torna-se mais adequada sua colocação como primeira pessoa do discurso que relata suas experiências.

### 2.1- Estruturando o campo

A primeira visita à sauna realizou-se em 17 de janeiro de 2007. A sauna escolhida foi a Rainbow. Logo na portaria identifiquei-me como pesquisador e pedi para falar com o dono ou gerente. Quem me recebeu foi o gerente, o Sr. Lopes. Disse-lhe que era doutorando de Ciências Sociais da PUC-SP, que estava fazendo uma pesquisa sobre as saunas de michê e seus clientes, e perguntei se o fato de frequentar o local alguns dias na semana seria um problema. Lopes, imediatamente me disse que, desde que eu pagasse a entrada e o que consumisse no bar, não haveria problema algum. Disse-me

também que não eram permitidas fotos em hipótese alguma, nem qualquer gravação dentro da sauna, mesmo que fosse apenas uma entrevista gravada, sem imagem, com um cliente ou boy, enfim, que não houvesse qualquer identificação da sauna e seus clientes. Concordei com as solicitações feitas.

De forma semelhante, também na Apolo e na Lovely, foi-me solicitado que não identificasse qualquer cliente, boy ou mesmo qualquer adereço que pudesse ser associado às saunas. Garanti aos gerentes e proprietários das saunas que me receberam que não poderia identificar nenhum colaborador da pesquisa. Interessante neste início da pesquisa era a posição da Apolo. Ela solicitava que não fossem identificados clientes ou michês ou logomarcas, mas não se incomodava e não proibia fotos em seu interior, inclusive durante os shows. Algumas vezes percebi clientes tirando fotos durante shows considerados importantes sem nenhum constrangimento. No entanto, em uma das últimas visitas que fiz a sauna, ouvi o mesmo anúncio, feito pela Rainbow desde o início da pesquisa: “As fotos do interior e da fachada da sauna são proibidas em qualquer situação, sob qualquer pretexto. Somente ao divulgador oficial é permitida a tiragem de fotos”. Este anúncio é dado pelo gerente da casa pelo sistema de som de ambas as saunas.

Após minha identificação como pesquisador, nas três saunas, recebi imediatamente uma chave de armário, um par de toalhas brancas e um par de sandálias Havaianas. O Sr. Lopes indicou-me onde ficava o armário dos clientes. Perguntei-lhe se tinha de ficar de toalha no interior da sauna e fui informado de que poderia ficar com as roupas, mas que, com elas, eu não teria acesso às saunas seca e a vapor, aos chuveiros e à parte de cima, onde se localizavam as salas de exibição dos filmes pornográficos, homo e hétero, e o *dark-room*. Optei por permanecer de roupas. Percebi, ao longo da pesquisa, que, algumas vezes, teria de ficar de toalhas.

De janeiro de 2007 a março do mesmo ano, frequentei a Rainbow e a Apolo em dias alternados. Na Rainbow ia, preferencialmente, às terças e quartas-feiras, pois o preço era mais barato, mas fui também às sextas, aos sábados e domingos, dias em que aconteciam os shows mais importantes da casa. Nestes dias o preço era mais caro. Já, na Apolo, o preço era mais barato e não variava nos dias da semana, ou seja, o preço mantinha-se sempre o mesmo. Chegava às saunas por volta das 18h30min e saía por volta das 23h. Nesses momentos iniciais, ficava sentado a uma mesa na área do *american bar*, na maioria das vezes, só, tomava uma ou duas cervejas e observava o

movimento. Também circulei em seu interior, nas áreas em que era permitido transitar de roupas.

Em várias situações os boys logo se aproximavam de mim, perguntando se era a primeira vez que eu ia nessa ou naquela sauna, se “estava a fim de uma brincadeirinha”, ou de “algo mais”. Quando informava que era um pesquisador do programa de Ciências Sociais da PUC-SP e que estava procurando entender as relações que se estabeleciam entre profissionais do sexo e seus clientes, e perguntava se eles gostariam de dar uma entrevista para a minha pesquisa, a maioria logo se afastava dando uma desculpa qualquer, algo como: “que pena, hoje não vai dar, fica para outro dia”. Os que não se afastavam de imediato, tentavam, de várias maneiras, fazer um “pg”<sup>35</sup>. Suas técnicas de sedução iam do alisar minhas coxas, mostrar o tamanho de seu órgão genital e também me dizer: “faço de tudo, sou liberal ou versátil”<sup>36</sup>, na tentativa de fazer um programa. Quando o michê, afinal, se convenciu de que eu não estava lá para fazer sexo, saía gentilmente, dizendo que ia “rodar” a sauna e que “quem sabe de uma próxima vez...” No entanto, quando encontrava esse michê novamente, este me evitava, não dando início a qualquer interação.

Nessa fase, encontrei também amigos de outros espaços de frequência homossexual. Após o primeiro encontro, em sua grande maioria, efusivo e cordial, quando informava que buscava sujeitos para minha pesquisa sobre as saunas, ouvia um sonoro: “Não!”. A argumentação invariavelmente girava em torno da privacidade, o medo de serem reconhecidos através de suas falas, e alguns enfatizavam: “sem entrevistas”. Até esse instante me parecia bastante difícil romper com a *lei do silêncio* existente nas saunas. Ou seja, como me confidenciaram vários colaboradores e como disse antes: “o que se faz na sauna, na sauna fica”.

Essa sensação de estranhamento, tão cara à Antropologia, muitas vezes me fez perguntar: afinal quem sou eu? Como as pessoas podiam simplesmente me ignorar? Apesar de homossexual, sentia-me completamente estranho em um mundo que, teoricamente, era parte do “circuito GLS” (MacRae, 2005; Simões e França, 2005;

---

<sup>35</sup> PG- é a maneira que os boys denominam um programa, mesmo que tal programa não tenha como objetivo a penetração.

<sup>36</sup> A expressão “faço de tudo, sou liberal ou versátil”, indica que o boy faz “passivo”, ou seja, é penetrado pelo cliente, e “ativo”, penetra o cliente. Indica, ainda, que o boy faz e recebe sexo oral e recebe e beija na boca. Ao longo da pesquisa verifiquei que muitos garotos não gostam e alguns se recusam a beijar o cliente. Sobre o sexo oral, alguns boys o fazem, desde que o cliente use camisinha. Essas questões serão discutidas, mais longamente, no capítulo três.

França, 2006). Muitas vezes tive a sensação de que alguém me diria: você não é bem vindo aqui. Definitivamente, naquele momento da pesquisa, eu era um estranho, completamente fora de meu universo de referência. Assim, além da dificuldade que estava enfrentando para obter colaboradores para a pesquisa e, possivelmente, de estar perdendo alguns amigos, o campo apresentava-se oneroso, o que me desestimulava para continuar a pesquisa.

Como a minha presença na sauna se mostrava pouco produtiva para a pesquisa, tentei estabelecer contato com alguns profissionais do sexo em sites de relacionamento homoerótico, mas não obtive qualquer resposta. Não encontrei no Orkut, comunidades de frequentadores de sauna, apesar de ter descoberto, ao longo do meu período no campo, que vários profissionais do sexo e também clientes mantêm mais de um Orkut. Um para se comunicarem com seus clientes e outro para seus familiares e amigos<sup>37</sup>.

Mas se esta fase se mostrava difícil em relação aos contatos para possíveis entrevistas foi neste momento que pude fazer algumas observações que trouxeram novos insights para a pesquisa. Durante essa fase, pude observar os corpos dos michês e como estes os expõem nas saunas. São corpos trabalhados em academia, procurando enfatizar tórax e bíceps; são corpos negros, brancos, morenos, enfim, de diferentes matizes de cor, cobertos apenas por uma toalha. Os michês procuram associar seus corpos à masculinidade e a heterossexualidade e que estão sempre dispostos para o ato sexual, tentando mostrar deste modo, ao cliente a sua virilidade e potência. Esses corpos circulam no interior das saunas com desenvoltura, sempre sorriem quando são olhados,

---

<sup>37</sup> O Orkut é assim definido por Parreiras (2009): “O Orkut é um programa de relacionamentos criado há cerca de quatro anos e que se tornou uma verdadeira mania entre os internautas brasileiros” (pag. 345). Após a qualificação, segui a sugestão da banca e criei um perfil no Orkut e descobri que, se não havia comunidades de frequentadores de saunas, havia inúmeras comunidades de garotos de programa. Assim, me vinculei a algumas dessas comunidades, o que não tinha feito até então, sempre expondo que meu interesse era pela pesquisa que realizava. Em meu perfil no Orkut dizia que era pesquisador de Ciências Sociais interessado em entrevistas. Não recebi nenhum recado até o momento em que escrevo este texto. Além disso, durante a pesquisa de campo, quando eu já estava mais “integrado” ao grupo, tanto de michês quanto de clientes, soube que vários clientes e michês possuem mais de um Orkut e de um MSN. Ao menos dois de cada. Como me disse Marcos: “a maioria dos boys tem dois ou três Orkut, um para os clientes, um para família e alguns mais um: para os filmes”. A mesma lógica é empregada pelo grupo de clientes. Alguns têm mais de um Orkut, uma para a família e amigos que não são homossexuais ou também amigos que, mesmo sendo homossexuais, não aprovariam um michê como “namorado” do amigo. Ainda, alguns depoimentos importantes para esta pesquisa foram me dados via MSN (Sistema de mensagens Instantâneo). Desse modo, tanto o Orkut como o MSN mostraram-se boas ferramentas para a pesquisa e interação com ambos os grupos. Detalharei melhor este ponto adiante. No anexo dois deste texto, consta meu perfil no Orkut.

admirados, observados. São esses corpos os objetos de cobiça entre os clientes e alguns boys.

Nesse processo surgem, algumas vezes, interações mais longas entre cliente e michê. Nem sempre o sexo ocorre no primeiro encontro, às vezes, é marcado um segundo encontro e, caso ambos, cliente e boy, se *entendam* na cama, o boy pode se tornar um profissional fixo para aquele cliente<sup>38</sup>. E um cliente pode se tornar um cliente fixo para aquele boy. Exemplificando, alguns boys, quando se veem em situações de necessidade financeira ou emocional, ligam, procuram alguns clientes em especial. Para esses michês, existem clientes que sabem ouvi-los, ponto importante nas relações estabelecidas na sauna; clientes que podem ajudá-los em algumas dificuldades, enfim, clientes que se tornam importantes para esses boys. São nestes momentos de conversação mais longa entre clientes e michês que surgem relações afetivas longas e, algumas vezes, duradouras. São várias as histórias de clientes que *tiraram* profissionais do mercado do sexo, assim como são várias as histórias de clientes que passaram a ter uma relação mais estável, uma parceria fixa com um michê.

Outro ponto importante observado nesta fase foi o interesse dos boys pelos próprios boys. Ponto considerado tabu, uma regra que não deve ser quebrada, os relacionamentos entre boys é “proibido” nas saunas pelos próprios boys e muitos clientes reclamam quando percebem paqueras e flertes entre boys. Para os boys isto significa ser “vicioso”, mostrar uma homossexualidade que deve ser escondida do cliente a qualquer custo, pois é a heterossexualidade, característica importante do serviço oferecido pelos boys, uma forte moeda de troca. Para os clientes surge a homossexualidade dos boys, ponto rejeitado por muitos e mais, os clientes sentem-se *desprezados* pelos boys. No entanto, estas relações existem e se estendem, em vários casos, para fora das saunas, quando um boy começa a namorar outro. Neste sentido, é comum notar-se o desejo sexual de um boy pelo outro, o que acaba trazendo parcerias na cama quando o cliente quer fazer um programa a três.

---

<sup>38</sup> Durante a pesquisa, foram comuns algumas observações feitas a mim por clientes e boys, em que ressaltavam características ou disposições de ambos os grupos, para determinadas posições durante o ato sexual. Por exemplo, a posição chamada por clientes e michês de “frango assado” em que um dos parceiros se deita de costas, com o peito para cima, com as pernas abertas, para ser penetrado, posição que se assemelha às práticas sexuais heterossexuais, é bastante apreciada, tanto por clientes como boys, tanto para ser penetrado como para penetrar. Deste modo, pude perceber que, quando clientes e/ou boys encontravam parceiros dispostos a posições diferentes da posição em que um dos parceiros fica de quatro para ser penetrado, passava a haver uma maior afinidade entre os parceiros e clientes e boys procuravam transar com este cliente ou boy quando estavam na sauna.

## 2.2- Marcelo e Marcos. Colaboradores Importantes

Marcos e Marcelo, michês, tornaram-se colaboradores-chave para a pesquisa. Foi graças a Marcelo que fui introduzido no campo e passei a obter colaboradores para a pesquisa, não apenas entre os boys, mas também entre os clientes. Até hoje mantenho contato telefônico e via MSN com Marcos e, até pouco tempo atrás, também com Marcelo. Conhecer Marcelo foi um golpe do acaso. O diário de campo aponta esse acaso.

*O show hoje não foi muito bom. Nem sempre de quarta o show é divertido. Foi mais uma noite sem sucesso. São 23:10, acho que vou embora. Vou acabar minha coca e vou embora. Não tenho nada pra fazer por aqui. Um jovem, apenas de calças, sem camisa, bate em minhas costas. Me viro, ele tem um belo sorriso, olha pra mim e me diz: é a primeira vez que você vem aqui? Resolvi não dizer nada sobre a pesquisa, estava tarde e não tinha nenhuma vontade de falar sobre uma pesquisa que até agora não tinha rendido nada. Digo pra ele: não, não é a primeira vez, já vim umas duas ou três vezes e você? Não vi você por aqui antes. Ele; eu venho sempre, já tem uns seis meses. Resolvi entabular uma conversa, ver aonde isso vai dar. Pergunto: você é de São Paulo? Ele: não, sou de outro estado, estou pra ver se ganho uma grana, dizem que São Paulo é a terra da grana, quero ver se é mesmo! Eu: e já deu pra saber se dá grana em Sampa ou não? Ele: já, já deu sim. E depois aqui na Rainbow tem uns clientes bem ricos, com muita pra gastar, e são uns caras simpáticos, finos, te levam jantar nos melhores restaurantes da cidade, te tratam bem, é um lugar bem interessante. Ele emendou na mesma frase: E você, não tá a fim de alguma coisa? De alguma brincadeirinha? Pensei: que merda! O papo tava bom, não tava a fim de me identificar, respondo: não, não tô a fim. Meu nome é Elcio, sou pesquisador de Ciências Sociais da PUC- SP, estou fazendo minha pesquisa de campo. Você não gostaria de me dar uma entrevista? Para minha surpresa, Marcelo respondeu que já sabia quem eu era e que já tinha me visto por lá. E também que alguns boys falaram de mim pra ele. Fiquei alguns segundos sem saber o que falar, até este momento não tinha me apercebido de uma “rede<sup>39</sup>” de comunicação existente entre os boys. Saí de minha surpresa e disse: ok!ok!*

---

<sup>39</sup> Uso a expressão *rede* para designar o grupo de profissionais do sexo que frequentam as saunas de michê. A ideia de *rede* informa com mais precisão que os profissionais do sexo da sauna constituem um grupo fechado, cujos membros se conhecem entre si, trocam informações sobre clientes, usam sites para se anunciarem, indicarem apartamentos e *flats* para locação e passam outras informações importantes para o grupo. Também namoram entre si e, por vezes, excluem profissionais de seu grupo pelas mais

*que tal continuarmos esse papo na terça-feira que vêm? E, como é seu nome? Ele: Marcelo. Pode ser. Na terça, tem que ser na terça porque na quinta feira que vem eu vou viajar, vou para meu estado com meu namorado e estou saindo dessa vida, não volto mais para São Paulo ou para as saunas.* (Diário de campo, 28 de março, 2007)

Era a primeira vez que um michê me procurava para saber quais eram, de fato, minhas intenções na sauna. Foi Marcelo que me introduziu na rede existente dentro das saunas, a rede dos garotos de programa, e também me tornou *visível*, não apenas para os boys, mas também para os clientes, pois estes, ao me verem conversando longamente e por várias semanas com Marcelo, passaram a ter mais confiança e aquiesceram em me dar entrevistas.

Em três de abril cheguei por volta das 19h na Rainbow. Lá estava Marcelo, sentado em uma das mesas do salão principal. Com um sorriso me cumprimentou e, como que me testando, disse: “Pensei que você não viria”. Eu: “Esta entrevista é muito importante pra mim, eu viria sim”. Marcelo retrucou: “Foi só pela entrevista?” Eu: “Foi, foi sim”. Perguntei-lhe o que ele queria beber e começamos a conversa tomando cervejas. Marcelo me pediu que não gravasse, que ele daria uma entrevista gravada ainda naquela semana, antes de viajar com seu namorado, mas, ali na sauna, ele disse: “não quero me expor, não quero chamar a atenção”. Marcelo estava vestido, sem toalha, com calças estilo militar e uma camiseta preta. Perguntei-lhe se ele não tinha que ficar de toalhas, pois essa era a informação que eu tinha. Ou, a de que os boys, na sauna, tinham de ficar de toalhas ou sunga. Ele disse que sim, tinham de ficar de toalhas ou de sunga, mas que tinha dito ao gerente da sauna que ele tinha ido ao meu encontro e não para trabalhar. A conversa com Marcelo durou mais de uma hora. Marcelo contou detalhes de sua vida, como descobriu sua sexualidade, a reação de seus pais quando ele lhes contou, como era sua vida na sua cidade natal.

Durante nossa conversa, passou um michê pela mesa. Esse rapaz usava cueca branca, apertada, e uma toalha jogada entre o ombro e o braço. A cueca realçava seu órgão genital e suas nádegas. Marcelo olhou para o rapaz com um olhar de desejo. Ele disse: “Olha, que pau! Que bunda! Um tesão!!” Perguntei quem era, se ele conhecia.

---

diferentes razões. No entanto, tal rede nas saunas é fluida, instável, com alta rotatividade. Se existem michês que as frequentam por mais de cinco anos, estes são minoria absoluta; a grande maioria não fica por mais de um ano. Essa rede se mostra impermeável a falar de si. Nela também estão inclusos boys que fazem filmes pornográficos, como demonstrou Diaz- Benitez (2009), trocam sexo por dinheiro em privês, ruas e outros locais. Ou seja, tais profissionais não frequentam *exclusivamente* as saunas, mas vários outros locais.

Marcelo: “É o Marcos, um tesão de cara! E um grande coração. Marcos, vem aqui, deixa eu te apresentar o Elcio. Ele está fazendo uma pesquisa sobre nós”. Marcos deu meia volta e parou na mesa em que estávamos. Cumprimentou-me com um sorriso largo, sentou-se e passou a fazer parte da conversa.

Marquei a entrevista com Marcelo para o dia dez de abril, em sua casa. Descobri que ir à casa do boy significava, para os frequentadores das saunas, um sinal de distinção. Os michês não permitem que clientes frequentem suas casas. Eles dizem que a casa é o espaço deles, onde recebem seus namorados(as), alguns moram com suas famílias, pais, mães, irmãos ou esposa e filhos, e essas famílias não sabem de suas atividades ou, quando sabem, não permitem que pessoas estranhas as visitem. Nem mesmo o chamado *cliente fixo*, do qual falarei adiante, é convidado a ir à casa do boy. Pode-se afirmar que, para os michês, a casa é o espaço interdito para os clientes. É a delimitação entre o *público* e o *privado*. Se ir à sauna os torna uma *mercadoria*, algo exposto para ser olhado e desejado pelo público, em um espaço público, a casa passa a ser o espaço de sua intimidade e privacidade, onde os profissionais se recolhem de olhares e desejos públicos.

Nesse sentido, ir à casa de Marcelo significou, para mim, ser aceito pela rede de michês das saunas. Marcelo dava um claro sinal ao grupo de que eu era, por assim dizer, confiável, uma pessoa que não estava lá para obter ganhos sexuais ou de qualquer outra ordem. É interessante citar, aqui, a primeira entrevista e os aspectos que a envolveram. Estes aspectos apontam para a abertura de sua privacidade e de seus afetos.

Marcelo estava bastante triste, porque seu namorado tinha terminado com ele. Fiquei em sua casa por algumas horas, tentando argumentar que relações acabam, enfim, procurando acalmá-lo. Passado um longo tempo em que Marcelo chorava e se lamentava e eu tentava dizer-lhe que a vida tem sempre um recomeço, ele disse, de maneira inesperada, pois àquela altura eu não esperava mais fazer a entrevista: “você veio até aqui para me entrevistar e eu chorando. Quem sabe se eu falar eu melhora? Liga o gravador”. Assim obtive minha primeira entrevista.

Eu lhe perguntei por que começou a trocar sexo por dinheiro. Ele disse que tinha se mudado para a capital de seu estado, porque estava atrás de sua grande paixão, arrumou um emprego e alugou um apartamento. Com o primeiro salário pagou o aluguel e comprou roupas, assim ficou sem dinheiro. Uma noite, em um parque da cidade: “Eu estava sentado em um banco quando um senhor parou o carro e disse se eu não queria ganhar cinquenta pratas. Eu disse: ‘é claro que sim’. Então ele pediu pra eu

deixar ele fazer sexo oral em mim. Eu olhei espantado, fiz um carão, mas cinquentinha eram cinquentinha. Eu disse ‘aonde?’ Ele respondeu: ‘no carro, aqui no carro’. Deixei. Depois eu ria muito. Já pensou?! Transar no carro! Pernas pra lá, pernas pra cá (rsrs)... muito engraçado. O cara gozou e me deu os cinquenta. Voltei todo feliz pra casa. Fiquei uma semana pensando no que eu tinha feito, que não faria mais. E se a polícia me pegasse? Essas coisas. Mas a grana, ah! A grana... voltei lá. Acabei descobrindo que, à noite, a praça era lugar de viração. Fui lá mais umas duas vezes. Acabei encontrando o mesmo cara da primeira vez”.

O depoimento de Marcelo, como notei ao longo do campo, pode ser traduzido como a fala geral dos boys das saunas. Em sua grande maioria, eles começam a vida na prostituição em função do dinheiro e em um convite inesperado, que eu sintetizo desta forma: “Vamos fazer sexo? Te dou uma grana, não ajuda?”. Alguma necessidade mais urgente leva-os a trocarem sexo por dinheiro. Todos, ao longo do campo, disseram-me querer sair dessa profissão, encontrar um grande amor ou um cliente que os apoie, emocional e financeiramente.

Desse modo, como Perlongher (2008) já havia notado na prostituição de rua, os michês das saunas também veem sua atividade como provisória. Vários, ao longo da pesquisa, passaram tempos sem ir a qualquer uma das três saunas pesquisadas. Alguns voltavam. As razões para as idas e vindas: “não me adaptei no emprego, briguei com a(o) namorada(o), ou ainda, estou trabalhando, mas uma grana a mais sempre ajuda”. Claro está que essas razões existem. Sugiro que uma das razões importantes é o prazer na profissão e os amigos que fazem em sua atividade profissional. Várias vezes ouvi, de meus colaboradores michês, em depoimentos ou conversas informais: “aqui eu faço amigos” ou ainda, “eu gosto de vir aqui, apesar das ‘penas’”. Sobre isso, pergunto se eles têm amigos também entre os clientes: “principalmente entre os clientes. Não se pode confiar em boy. Boy mente”.

Essas colocações trazem dois pontos importantes: o preconceito existente entre os boys e a prática da prostituição. Explico: o cliente “é confiável”, “não mente”, cabe ao michê carregar a pecha de mentiroso, ladino. Ou seja, ser profissional do sexo é uma profissão estigmatizada também pelos michês; é algo transitório, feito “apenas por necessidade financeira, mas que será o mais rapidamente abandonado”. Outro ponto é a omissão do prazer, o qual leva à questão do gozar com o cliente durante o ato sexual. Segundo disse Marcelo e todos os colaboradores michês da pesquisa: “não se goza com

o cliente”. O gozar, aqui, assume o significado de ter prazer na relação e esse prazer é um forte interdito, uma regra que não se pode quebrar com facilidade.

É interessante que, mesmo entre os clientes, essa regra dos boys é respeitada. Tal respeito se deve à alta valorização que o gozo assume nas saunas. Quando há o gozo do boy com um determinado cliente, sem que haja pagamento extra para isso, o cliente interpreta essa situação como um sinal de *afetividade* e prazer que ele proporcionou ao boy. O Sr. Rafael diz: “Tem um boy aqui que gosta de sair comigo, nós saímos sempre. Ele goza, se sente completamente solto comigo”.

Sobre Marcos. Ele foi se tornando, ao longo da pesquisa, um colaborador importante. Sempre que me avistava na sauna, sentava, conversava comigo, falava sobre este ou aquele boy. Sua entrevista foi concedida em um bar próximo à sauna. Essa foi uma fase em que sua vida afetiva sofreu uma reviravolta e Marcos terminou com seu namorado, porque este descobriu que ele fazia michê. Isso significou um grande sofrimento para Marcos, que passou a utilizar drogas ilícitas em quantidades razoáveis. Durante esse período, Marcos se aproximou de mim para “desabafar, eu preciso falar com alguém”. Dispus-me a ouvi-lo. A partir de então, por várias tardes e noites, Marcos passou a sentar à minha mesa quando me via. Apresentou-me a alguns colaboradores, michês e clientes, desta pesquisa, dizendo-lhes que meu trabalho era muito importante e que eu era a primeira pessoa a tratá-lo como gente e não como objeto. Como descobri, ao longo do campo, Marcos era muito querido por michês e clientes, por seu “grande coração”, como disse Ivan, tempos depois, e tinha uma boa clientela, fiel a ele, como costumava se gabar.

Contou-me como se iniciou na prostituição e como era a sua vida em uma comunidade na periferia da cidade. Convidou-me a ir a sua casa, um quartinho ou, como Marcos dizia: “meu puxadinho”, em um bairro distante do centro de São Paulo, para dar a entrevista gravada. Nesse dia, apresentou-me seus irmãos, que, segundo ele, não sabiam de sua profissão. Mostrou-me inúmeras fotos de sua infância, enfim, tornou-me, por um período, seu confidente. Contou-me como foi seu relacionamento, o tempo de duração e o quanto ele havia se entregue àquele rapaz. Também relatou sua relação afetiva com um cliente, que será descrita adiante. Algumas vezes chorou na mesa da sauna, o que é pouco comum nesses espaços, enquanto conversávamos. Segundo ele, chorava por causa de suas lembranças de um grande amor acabado.

Marcos me informou sobre as parcerias entre boys, ou seja, boys que, juntos, saem com o cliente. Dito de outro modo, muitas vezes, um cliente quer sair com dois

boys. O que esses clientes querem, na maioria das vezes, segundo os meus informantes, é se masturbarem enquanto os boys praticam sexo. Em função da solicitação desses clientes, os michês vão formando grupos de afinidade, de acordo com as preferências em relação à posição ocupada no ato sexual por um dos rapazes ou até por afinidades de personalidade. Por exemplo, Marcos me apontava com quais michês gostava de sair, os que faziam o par “passivo” enquanto ele o “ativo” da relação e quais faziam “ativo” com ele. Esse é um ponto delicado para Marcos, pois ele não gostava de fazer “passivo”, e explicava: “sabe, aqui a gente tem que fazer de tudo para ganhar uma grana, então...” Desse modo, ele escolhia os rapazes que ele considerava menos *bem servidos*, isto é, que tivessem um pênis que Marcos considerasse pequeno para penetrá-lo, pois, segundo suas palavras: “dar o cu dói muuuuuuuito, tem que ter um pau pequeno” (risos) (ênfase do sujeito). Também me mostrava quais boys faziam DP<sup>40</sup>, um segredo muito guardado entre clientes e boys que mantêm essa prática, pois ela significa que o boy tem uma abertura anal maior do que a costumeira, e isso denota ser menos *masculino*, menos *homem* na sauna. Como disse Marcos: “imagina fazer DP? Só uma bicha que passou a vida inteira dando o cu, tá todo rasgado, aguenta tudo”. Marcos mostrou o lado mais afetivo do boy, a importância para o michê da forma como é tratado pelo cliente, das práticas sexuais que se estabelecem na sauna e, definitivamente, me integrou nessa rede de relacionamentos.

Neste momento, é importante ressaltar que Marcos e Marcelo foram os dois informantes principais desta pesquisa. Deram-me longos depoimentos, permitiram que eu fosse a suas residências, acompanhasse algumas de suas alegrias e tristezas, e muitas informações dadas por eles, fora do gravador, acabaram por ampliar os limites desta pesquisa. Também fui convidado para o aniversário de Lucas, comemorado em uma boate com frequência maior de homossexuais em São Paulo<sup>41</sup>, e ele, assim como Marcelo e Marcos, também deu um longo depoimento para esta pesquisa. Enfim, depois de aceito pelo grupo de michês, a investigação fluiu de modo intenso e teve seus limites ampliados.

### **2.3- Dentro dos vapores: circular entre os códigos-territórios**

---

<sup>40</sup> DP é a abreviatura de *dupla penetração*, ou seja, o boy que se deixa penetrar por dois rapazes ou pelo cliente e por um boy ao mesmo tempo.

<sup>41</sup> França (2010) fala mais detalhadamente desta boate em sua etnografia sobre o consumo masculino.

Como é circular dentro das saunas? É possível dizer, seguindo Néstor Perlongher, que as saunas são e contêm *códigos-territórios*? Segue, agora, uma visão sobre como se dá a circulação de boys e clientes nas saunas e sobre os primeiros dias de um michê nesses espaços. Sustento aqui que os espaços internos das saunas são resignificados como códigos-territórios, nos termos propostos por Perlongher (2008,1998[2005]).

Júlio Simões (2005:263-266) comenta o texto *Territórios Marginais*, de Perlongher (1988[2005]), em que este autor estabelece o conceito de códigos-territórios. Segundo Simões, Perlongher “questionava os emergentes estudos de antropologia urbana dos anos 70 e 80”. Simões diz que tais estudos, que se voltavam para o tema das sexualidades e gênero, tinham grande preocupação com o tema das identidades. Identidades sociosexuais, conforme Júlio Simões. Para Simões, a preocupação de Perlongher devia-se a “uma espécie de ‘vício de origem’ essencialista do conceito de identidade” (pag.264). Ainda segundo Simões, mesmo que a identidade fosse pensada como “contrastiva e situacional”, a identidade era pensada como uma “imagem coerente que os sujeitos necessariamente deveriam construir de si mesmos, como se fossem entidades unificadas, fechadas e excludentes”. Adiante, Simões (2005:264-265) afirma que:

Em contraposição a isso, Perlongher defendia a relevância de uma abordagem “territorial”, que permitiria representar mais adequadamente as categorias de autodefinição sexual como “pontos” dentro de redes circulatórias, numa relação de contiguidade e mesmo de mistura. [...] A ênfase nas “identidades” seria, assim, substituída pela ênfase em “territorialidades”, “lugares relacionais” e “lugares categoriais”, de modo a captar como os sujeitos se definem mutavelmente a partir de “posições” e “trajetórias” (ou “devires”) variáveis dentro de uma rede, bem como da participação em diferentes redes.

Simões fala também que o pensamento de Perlongher pode ser “assimilado” com uma “virada pós-estruturalista”, nos estudos de gênero e sexualidade em que:

[...] modelos classificatórios passam a ser pensados menos como de sistemas estáveis, que amarram categorias na produção de sentidos fixos e estreitamente interconectados, e mais como formas instáveis de categorias flutuantes, que circulam e atravessam por diferentes relações, cujos sentidos são abertos à negociação cotidiana. (pag. 265)

Perlongher (2008; [1988]2005) utiliza *fluxo e territórios*, conceitos cunhados por Deleuze e Parnet, em *Diálogos*, e Deleuze e Guattari, em *O anti-Édipo*, para explicitar as territorializações e desterritorializações dos corpos em seus deslocamentos pela cidade. Em outras palavras, michês que vêm das periferias de São Paulo, com seus *códigos* ligados a esses locais geográficos, *desterritorializam-se, perdem*, ao menos parcialmente, seus *códigos-referências* para se *reterritorializarem, adquirirem* novos *códigos*, parcialmente ao menos, ligados às zonas de prostituição viril de São Paulo.

Em um constante vaivém, os corpos tornam-se *fragmentos moleculares*, nunca se compondo por inteiro. Nas palavras de Perlongher (1988[2005]):

A expressão “código-território” se refere à relação entre o código e o território definido por seu funcionamento. “Inscription territorialisée”- na qual se distinguem - diz Guattari - dois elementos: uma “sobrecodificação”- *surcodage*, código de códigos - e uma ‘axiomática’, que regula as relações, passagens e transduções entre e através da rede de códigos, que por sua vez ‘capturariam’ os corpos que se deslocam, classificando-os segundo uma retórica, cuja sintaxe corresponderia à axiomatização dos fluxos (pag.276).

Adiante, Perlongher (2005[1988]) fala dos deslocamentos dos michês pela cidade de São Paulo:

Revisitemos o exemplo do *ghetto gay* paulista nas trajetórias de michês e entendidos. Detectam-se *grosso modo*: primeiro, um movimento de desterritorialização com relação aos códigos familiares, “normais”; segundo, um movimento de reterritorialização nos códigos internos do gueto, que distribuem adscrições categoriais - para restringirmo-nos ao plano das nomenclaturas, que é, no entanto, significativo, já que elas indicam ou traduzem variações comportamentais, gestuais, corporais (que dizem respeito, ao menos em seu sentido mais imediato, palpável, ao plano dos corpos: transformações dos tiques, mas também das posturas, arrastando, nessa deriva “personológica”, todos os ideologemas imagináveis). A crueza, a amargura dessa “reterritorialização” “perversa” é vivenciada e manifestada por seus protagonistas. Diz um garoto recém-iniciado nos trânsitos homossexuais, assustado pela obsessiva rotulação que impera no meio: “Na minha casa imaginava que seria um prazer puro. Mas não é, as bichas são burríssimas, criam seus padrões, rotulam, você tem que ser algo dentro dessa classificação” (pags. 276-277).

A questão é a entrada do michê nas zonas de prostituição e no chamado “gueto gay” paulista. Como Perlongher deixa claro, o boy que vai as primeiras vezes para as ruas, para trocar sexo por dinheiro, perde, por assim dizer, como dito acima, *seus códigos-referência*, entrando em um grupo social cujos códigos de comunicação, gestual, de vestimenta, lhe escapam, lhe são desconhecidos.

Neste sentido, os boys têm de apreender os códigos do grupo, para o qual procuram entrar. A imaginação do boy é de que será fácil ou muito prazerosa a nova experiência, mas ele se depara com outros códigos, com outras informações, distantes das de sua origem. Desse modo, o conceito de *códigos-territórios*, que indicam estes deslocamentos, estes *fluxos*, é rentável para se pensar nos michês desta pesquisa e na sua inserção e circulação no mundo das saunas.

Também, é possível pensar nas saunas como espaços de *códigos-territórios*, locais de flutuação, de instabilidade categorial, de fluxos e deslocamentos, especialmente dentro de seus interiores. Não há um local específico, dentro da sauna, em que o boy fique; ao contrário, existe um constante deslocamento de seus corpos em seu interior. Não há uma rigidez identitária nas saunas; ao contrário, o que se nota são deslocamentos constantes dentro delas, em que não importa *ser* homossexual ou gay, mas *fazer a linha macho X macho*<sup>42</sup>. Ou, que sistemas classificatórios da sexualidade (Fry, 1982), como *bicha/bofe*, ou *gay/gay*, se sobrepõem, mas não se eliminam, convivem em constantes trocas de posições.

Lucas dá um depoimento sobre esse ponto. Inicialmente ele fala sobre fazer programa para manter seu padrão de vida, declara ser do interior de São Paulo, mas explica que perdera o emprego e não tinha como se sustentar na capital paulista. Então um amigo lhe falou da sauna. Ele relata seu estranhamento dentro da sauna: “O primeiro dia foi difícil, porque eu cheguei lá, só o meu amigo que me apresentou pro dono falou: ‘ele quer trabalhar aqui’. O dono falou: ‘aqui, ó, toma a toalha’ e aí vem um monte de cara malhado. Eu não sou malhado, sou magro, normal. Já levo um susto dali, eu falo: Nooooo! O que eu tô fazendo aqui? Fiquei andando lá com a toalha, daí eu cheguei lá com a toalha, fiquei andando com a toalha” (destaques do sujeito).

Renato também fala de seu primeiro dia na sauna: “Aí eu fui, não gostei muito do ambiente, a primeira vez. Era algo desconhecido, entendeu? Pra mim, assim, era novidade. Homem com homem, aquela coisa lá, e fica na cabeça: ‘Ahhhh! Não é pra mim, eu não vou fazer isso’. E eu fiquei meio assim, pensando nisso aí. Aí eu acabei indo embora. Saí esse dia sem fazer nada, não tirei a roupa, nada. E eu fiquei pensando nisso um tempão em casa. Passou uns dias e eu acabei voltando lá. Aí voltei, conheci

---

<sup>42</sup> Utilizo a expressão utilizada por Camilo Braz em sua instigante pesquisa sobre os clubes de sexo em São Paulo, na qual o que é valorizado e, até mesmo, parodiado é uma “hipermasculinização”, em que um homem tem de ser mais viril para atrair outro homem mais viril ainda. Fato este também observado por Perlongher (2008) em sua pesquisa sobre a prostituição viril em São Paulo.

um rapaz que me fez uma proposta. Aí eu ganhei bastante, mas foi um choque, né?” (destaques do sujeito).

Dos corpos dos outros boys à toalha e mais, como se locomover nestes espaços, enfim, tudo, para Lucas, Renato, Marcelo e outros colaboradores desta pesquisa, foi um novo código, um novo território. Como se locomover dentro desse território? Como se *achar* nesse espaço? Pode-se dizer que, também para os colaboradores desta pesquisa houve uma desterritorialização e uma reterritorialização. Desterritorialização dos padrões heteronormativos, nos quais estão inseridos, desterritorialização dos padrões morais de cada um, de cada lugar social. Reterritorialização dentro de códigos homossexuais, mas não só, dentro de códigos de desejos homoeróticos entre homens para a prática de sexo pago e que não pressupõe, necessariamente, uma identidade homossexual, como será discutido abaixo. Uma *sobrecodificação*, nos termos de Perlongher (2005[1988]), mas que é apreendida e posta adiante pelo grupo de michês.

Como os michês circulam em seu interior? Os boys e clientes têm locais de suas preferências? Como cada espaço da sauna interfere na expressão da corporeidade de boys e clientes? Como se reterritorializam os corpos dos boys em seus fluxos dentro das saunas? Sobre essa questão, Marcelo, diz:

Frequento a Rainbow diariamente. Fui na Apolo uma vez, mas não voltei, porque eu não gostei. Acho que pela falta de espaço, porque eu sou o tipo de pessoa que eu não sei ficar parado em nada do que eu faço, então, lá, não tem lugar pra ficar rodando, parece um labirinto, você entra numa porta e fica rodando e precisa ter um lugar estratégico, parado, onde todo mundo vai te ver. Eu acho que é uma das melhores maneiras de chamar a atenção do cliente, quando você fica de certa forma num lugar isolado como se nada tivesse acontecendo. É como se você não tivesse nem ali, então você se torna mais difícil, e tem aquela velha historinha que tudo que é mais difícil é mais gostoso. Eu já ganhei muita grana com isso. O melhor lugar na Rainbow é as escadinhas, sabe? Aquelas que dividem o jardim do salão. Ali você fica parado e faz pose de ‘não tô nem aí’.

Na Rainbow as *escadinhas* como são denominadas pelos boys, um lance de quatro degraus que interliga os espaços da sauna, são bastante disputadas pelos michês. Os boys mais velhos e mais requisitados pelos clientes tem certa ascendência sobre os outros, mais novos ou menos requisitados, para permanecerem neste espaço. As *escadinhas* dão ao boy ampla visibilidade do salão principal, onde se localizam o bar, o palco e a entrada das saunas. Também oferecem visão de quem chega ou sai. Tal local se torna um *código- território*, pois para os clientes que estão sentados às mesas, basta um meneio de cabeça para saber qual boy está disponível para um encontro. Em outras

palavras, o cliente não precisa se locomover ou *caçar* pela sauna atrás de um michê. Assim, *código: estou disponível; território: local de permanência do boy* no interior da sauna. Os clientes só permanecem ou vão até as *escadinhas* quando a casa está bastante lotada, especialmente em dias de show e fica difícil achar um lugar para ver o show.

Outro espaço que pode ser lido como *código- território* são os vidros na Rainbow e na Apolo que separam o restante da sauna dos chuveiros. Na grande maioria das vezes, apenas os boys utilizam estes chuveiros. Como declarou o Sr. Maia, gerente da Apolo, este: “efeito *vitrine* é bom porque mostra o corpo do garoto. O tamanho do pau. Aí os clientes vão atrás dele”. Os boys costumam tomar banho exibindo seus pênis, em ereção, e suas nádegas para os clientes que ficam apreciando seus movimentos. O boy torna-se visível e, portanto, possivelmente desejável.

Marcelo, em seu depoimento acima, faz alusão ao espaço da Apolo. É um corredor estreito e muitos boys preferem ir à Rainbow em função de seu espaço maior e também por, supostamente, atrair uma clientela de maior poder aquisitivo. Na Apolo, não há, segundo Marcelo, um local estratégico; ou se fica rodando pelo corredor da sauna a noite toda, ao menos até um cliente notar o michê, ou se faz, como muitas vezes dizem os boys, *a linha namoro com o cliente*. Na Rainbow, como foi possível observar durante o campo da pesquisa, os boys ficam, em sua maioria, na escadinha ou nos balcões do *american bar*.

Fazer a *linha namoro com o cliente* significa, para o boy, passar a maior parte da noite sentado com um cliente e se restringir ao que é pago por esse cliente. Segundo Marcos “é chato ficar na mesa, porque você perde dinheiro (risos); você perde dinheiro e, quando você vai pro quarto e faz seu programa com ele, na hora de descer, ele fica conversando com você, quer que você continue sentado na mesa com ele, conversando com ele, né? Se eles fosse pagar, até tudo bem. Alguns paga, mas a maioria não paga”.

Mas, se para Marcos, fazer a *linha namoro com o cliente* é ruim, porque alguns clientes não pagam o tempo com o boy, é possível e até comum se observar, na Apolo e na Lovely especialmente, mas também na Rainbow, mesas em que boys e clientes conversam longamente e animadamente, às vezes a noite inteira, embora os boys e alguns clientes, colaboradores desta pesquisa, digam que aquele é “um local em que não se pode conversar muito com o boy, é olhar e ir para o privê”, ou seja, mais direto e comercial. Alguns boys acompanham o seu cliente fixo, outros declaram que o *papo* de determinado cliente é bom e é importante conversar com ele e, muitas vezes, segundo os colaboradores, não recebem pagamento algum. Deste modo, se a circulação nas saunas,

para os boys, significa uma forma de mostrar seu corpo e iniciar um negócio, também nas mesas encontram-se códigos-territórios, em que clientes podem estar com seus boys fixos e vice-versa, o que é lido, pelos clientes e boys, como o encontro de um casal e que, portanto, não devem ser perturbados durante sua permanência na sauna.

Sobre a circulação ou o *trottoir*, como observou Perlongher (2008), dos michês na rua, ou os códigos-territórios existentes dentro das saunas, pode-se dizer que cada sauna tem seus locais que se tornam códigos-territórios, onde as territorializações e reterritorializações acontecem, estabelecendo melhores posições para os boys circularem seus corpos em fluxos intensos. Ou seja, os boys circulam, quase que freneticamente, entre as mesas, nas salas de vídeo, nas salas de TV, em busca de um cliente, especialmente de um cliente ocasional, de um local onde o michê possa exibir seu corpo e se tornar atraente para o cliente. Locais que se tornam territórios, com seus códigos de acesso. Em dias de grandes shows, a circulação torna-se bastante difícil. Nesses dias os tropeções são comuns e as dificuldades para andar ou sentar são grandes. Alguns boys relatam que preferem não ir às saunas em dias de show, pois o faturamento cai bastante.

Mas a circulação dos clientes e dos boys pode se dar de roupas ou de toalhas e cada uma traz em si seus códigos, difíceis de apreender, mas usados com frequência pelos frequentadores das saunas.

#### **2.4- As roupas, toalhas e seus códigos**

É comum observar os michês circularem no interior das saunas apenas de toalha e tocando seu pênis. Este se encontra quase sempre em ereção. Quando um cliente olha para um boy, este imediatamente responde ao olhar com um sorriso, percebe o olhar do cliente em direção ao seu corpo e, se este vai do tórax para as pernas, o michê imediatamente leva as mãos ao pênis, como se estivesse se masturbando e deixa-o ereto. Um claro sinal de prontidão sexual, de disponibilidade para o ato. Os boys, por vezes, circulam de cuecas ou sungas. As marcas são Red Noses, Lupo, na maioria.

Especialmente na Rainbow, quando os boys estão de cuecas, as marcas notadas são Armani ou Dolce & Gabanna. Isso se deve ao fato de a sauna ser conhecida como mais cara e por ser, supostamente, frequentada por clientes de maior poder aquisitivo. Assim, a diferenciação entre essas marcas e de seu preço procura distinguir o boy que frequenta a Rainbow do boy que frequenta a Apolo. A leitura que é feita pelos clientes é

a de que esses boys são melhores na profissão: “sabem o que fazem”. Em outras palavras, isso os distingue de outros michês<sup>43</sup>. Essas cuecas, na grande maioria, são brancas e de um tamanho menor. Como disse Marcos: “é menor, porque mostra o tamanho do pau. Cliente quer ver o tamanho do pau”. Nota-se, com relação à ereção do pênis, a mesma atitude.

Na Lovely, os boys ficam, em sua maioria, no salão central, assistindo à TV, ou nos chuveiros, localizados na parte inferior da sauna. Ficam de toalhas e, quando expõem suas cuecas, estas são Lupo ou Topper, marcas mais baratas, mais populares. Repete-se o movimento de ereção.

Mas também é comum, nas três saunas, observar boys de calças ou bermudas, com o peito nu. Como disse Renato: “às vezes é melhor ficar de calça, chama mais atenção. Os caras tão cansados de vê pau de boy, a calça marca mais”. Mas a calça usada pelo boy no interior da sauna também aponta para outros significados: algumas vezes o garoto está à espera do cliente, pois o encontro se dará fora da sauna; em outros momentos, o michê pode estar esperando um amigo para saírem da sauna.

Dito de outro modo, se a calça aponta para uma mudança do *código* dentro do *território*, ou seja, muda-se o *código* da toalha que é lido como *estou disponível e dentro do território para o ato sexual*. Já o uso de calças ou bermudas, que é também utilizado na tentativa de despertar maior interesse do cliente. No entanto, a calça ou a bermuda são comumente um *código* indicativo de que o boy ou o cliente estão *fora do território*, ou seja, não estão lá para transar, mas apenas esperando alguém chegar ou terminar seu trabalho. Esta situação de espera é comum entre clientes que tem boys fixos. Nas várias vezes em que estivemos no campo presenciamos a espera do cliente pelo boy que estava trabalhando.

Se a calça é um *código* de que o boy ou o cliente estão fora do *território* a toalha e a cueca, como dito acima, são *códigos* de que se *está no território*. A toalha usada sempre na cintura tem por função mostrar o tamanho do pênis do boy para o cliente. Por exemplo, quando o boy se senta à mesa com o cliente, após um período de conversação, quando o cliente dá indícios de que poderia transar com aquele michê, este levanta, por debaixo da mesa, as bordas da toalha para mostrar o tamanho de seu pênis e seu estado

---

<sup>43</sup> França (2010), em sua pesquisa sobre o consumo entre homens homossexuais, faz uma interessante análise sobre as roupas como marcadores de diferença entre consumidores homossexuais e a importância da cueca e a distinção das marcas para jovens frequentadores da boate *The Week*. A autora aponta também para a importância do estilo de roupas como forte marcador de diferença e de classe entre frequentadores de locais homossexuais.

de ereção. Após este movimento, o boy pega a mão do cliente e a leva ao membro sexual. É comum depois destes movimentos que ambos saiam para o privê. Quando usada pelo boy em movimento, é comum que este, em um movimento aparentemente “descontraído” e “não consciente”, tire a toalha de sua cintura com o pretexto de enxugar o rosto. Tal movimento deixa o corpo do boy nu e leva os olhares de clientes e mesmo de boys para o pênis e as nádegas deste boy.

Este *código*, da toalha e o da cueca que acentuam o tamanho do pênis e sua prontidão sexual para ser posto em funcionamento, conta com uma poderosa ferramenta: o Pramil. Esta medicação é um estimulante sexual com longa duração. Segundo o relato dos boys de mais ou menos uma hora. Os rapazes, logo que chegam à sauna, utilizam um comprimido de Pramil. Tal dose deixa o pênis em estado de semi-ereção, ao menor contato manual o pênis se torna ereto e apto para a relação. É neste ponto da ereção e prontidão para a relação sexual que o *código* da toalha e cueca, geralmente branca e um número menor, que o *código* pode então ser posto em prática lido e traduzido pelos frequentadores das saunas.

A respeito do trajar, Marcelo faz uma distinção importante sobre o estilo de roupa usado pelo boy. Segundo ele: “O estilo de roupa é bem parecido com aquele estilo de roupa gay, né, estilo mais fashion, só que aquela coisa menos extravagante. Então, você vê que os boys, todos eles, se vestem da mesma forma, com roupas de marca, roupas caras”. Pergunto: “Por quê?” Marcelo: “Acho que pela falta de estrutura mesmo. Eles ganham o dinheiro e querem investir na estética, né?” Retruco: “Não entendi”. Marcelo: “Falta de estrutura, de valorizar o dinheiro mesmo, porque eu acho que 90% dos boys só usam marca. Diesel, Pagan, todas, tem as mais nacionais, né? Poucos também investem em roupas caras mesmo; às vezes é só imitação, mas são sempre, se bater o olho, bem vestido”.

Para além do fato de se tornar bastante difícil identificar uma roupa original de uma falsificada, o que Marcelo aponta é a distinção existente entre os boys que se delineia no estilo de se vestir. Ou seja, Marcelo, até o término desta pesquisa no campo frequentou apenas a Rainbow. Nesta sauna os boys procuram se vestir com roupas que estão na moda, mais próximas a um modo de se vestir dos jovens tidos como de classe média. E essa diferenciação é rapidamente notada, quando um boy que frequenta mais a Rainbow vai à Apolo e vice-versa. Foi comum ouvir alguns comentários sobre as roupas do boy tanto na Apolo quanto na Rainbow, quando este chegava. Em geral, os colaboradores diziam: “Viu a calça? É Ellus. Ele vai na Rainbow”. Isso na Apolo. Na

Rainbow: “Que bermuda mais chinfrim, ele vai na Apolo”. Para Marcos, independentemente da sauna, o boy tem um estilo próprio, que é usado, segundo ele, por todos os boys: “Boy usa aquelas correntes de prata grossas no pescoço e tá sempre de boné, de calça ou de sunga; a corrente e o boné é obrigatório”. Ora, as próprias roupas tornam-se códigos que têm de ser seguidos, conforme a sauna. Mais uma vez com Perlongher (2005[1988]): “uma sobrecodificação”.

Os clientes, em ambas as saunas, vestem-se de modo esportivo, mas dentro do tradicional: jeans, tênis e camiseta. Especialmente os clientes *habitués*; estes, acostumados à dinâmica da sauna, preferem sair com o garoto para outros locais, desse modo permanecem de roupa até a sua saída. A roupa, quando trajada por um cliente não *habitué*, por vezes indica que esse cliente não está disposto para um encontro, que foi até a sauna por diversas razões, desde encontrar amigos até conhecer o ambiente. Assim, quando um cliente está de roupas e não é *habitué* da sauna, é pouco comum os *michês* se aproximarem dele.

França (2010), em sua pesquisa sobre o consumo entre homossexuais em locais diferentes, aponta para o estilo dos trajes como um forte marcador e algo que situa e dá significado de pertença a determinado grupo. Segundo a autora, estilo pode ser definido como algo que: “Pode ser entendido, também, como um conjunto de referências que contextualiza determinado objeto dentro de um todo maior ao qual se refere, caracterizando um estilo próprio a partir do qual cada objeto expressa uma variação que remete ao todo”. (2010:20).

Mas, a questão que se põe, para além do estilo e dos trajes de clientes e boys, é a diferenciação de classe existente nas saunas. Marcadamente o estilo de roupa considerado mais chique aponta para um boy que se identifica com uma das saunas. Isso o leva a poder cobrar mais, ser mais notado pelos clientes, enfim, demonstra maior ascensão profissional para o grupo de boys e clientes que frequentam as saunas.

Existem outros pontos trazidos pelos informantes desta pesquisa que indicam diferenciações de classe, feitas por eles, entre as duas saunas partindo dos trajes usados pelos clientes. Alguns desses pontos seriam um suposto maior poder aquisitivo, maior capital cultural (BOURDIEU, 2005) e a estética dos clientes e boys da Rainbow, quando comparados aos da Apolo.

Para os boys, os clientes da Apolo são “feios”, “ficam enrolando”, são “pobres”, “pagam menos”, “querem ficar com o boy a noite toda, porque não têm grana”; são, nas palavras deles, “penosas”. Como disse Lucas: “cisca, cisca e não quer te pagar”. Já, na

Rainbow, os clientes são vistos pelo boy como “mais ricos”, “pagam mais”, “não te alugam”, “tratam o programa e vão pro privê” e, às vezes, como disse Marcelo: “Te levam para jantar em algum restaurante chique”. Essa diferenciação é carregada de tensões, gerando muitas inimizades e rompimentos. Ouvi, durante o período de pesquisa no campo, clientes relatarem que foram maltratados pelo boy em uma determinada sauna, por, supostamente, terem ou não dinheiro e, em função desse fato, relatam nunca mais terem voltado à sauna em questão. Outra tensão constante, gerada pelo fator classe, ocorre quando um cliente, supostamente com maior poder financeiro, sai sempre com um determinado boy. Uma noite, ele resolve sair com outro boy e as razões são as mais variadas para isso. Após o programa, os boys chegam, algumas vezes, a agressões físicas na disputa pelo cliente. O boy que se sentia *fixo* do cliente geralmente acusa o outro boy de *roubo* ou de *safadeza*.

No entanto, quando o cliente expõe o seu poder aquisitivo de maneira ostensiva, segundo o julgamento do michê, não é bem visto pelos garotos. Marcos, sobre um empresário importante que frequenta preferencialmente a Rainbow: “Ele chama os boy pra dançar na mesa; se ele gostar, ele põe R\$10,00 na sunga! O que ele tá pensando que é? E quando vai pagar então? Ele tira do bolso um maço de nota “azul<sup>44</sup>” e paga o boy e ainda faz pechincha! Não suporto ele” (destaque do sujeito). Para os clientes e michês que frequentam mais assiduamente a Apolo, os boys da Rainbow são “esnobes”, cobram mais caro. Segundo Carlos: “nem te dão atenção [clientes e boys], só querem ir pro privê [clientes], mas antes te olham de cima em baixo”. Já para os frequentadores da Rainbow, os boys da Apolo são “mal vestidos, não sabem falar direito”. Um boy, Haroldo, informante desta pesquisa, disse certa noite: “Eu vou na Rainbow, lá o cliente é mais educado, paga mais, dá pra cobrar mais. E, cara, isto aqui é um inferno. Não tem onde ficar pra se expor, os clientes parece que têm mau cheiro”. E os shows da Apolo são, no mínimo, segundo o Sr. Batista, uma “lástima, com aquela fila infundável da macarronada; parecem mortos de fome”. Um ponto constante de comparação entre as saunas são os shows apresentados por elas.

## **2.5- De roupa ou de toalha?**

---

<sup>44</sup> Termo êmico que significa R\$100,00

Este é um item importante para esta pesquisa. Ele trata das questões etnográficas, da observação participante, de como a pesquisa foi feita e da própria posição do pesquisador no campo. Afinal, fazer uma etnografia em que há a possibilidade de o pesquisador estar de roupa, calça jeans e camiseta, ou simplesmente de toalha pode induzir os que lerem este texto a muitos pensamentos e questionamentos. Por exemplo, até que ponto chegou a intimidade do pesquisador com o seu objeto de pesquisa. Como foi dito, o pesquisador não está *invisível*; está sendo observado, também está sendo, por assim dizer, *pesquisado*. Interfere na cena e sofre a interferência dela, em uma relação de mão dupla.

Uma regra percebida no início do trabalho no campo foi que para muitos boys, eu era visto como um cliente, sentado às mesas, de roupas. Sem sair com nenhum garoto, ou está com a *tia*<sup>45</sup> ou é *penosa*, expressão muito utilizada para designar clientes pobres que não podem pagar.

Quando, em campo, me identificava como pesquisador, logo no início da conversa, muitos rapazes mostravam-se descrentes de minha fala e afastavam-se de mim. Outros perguntavam: “Pesquisar o que aqui? Como se trepa?”. Em outras palavras, o declarar-me pesquisador era lido por eles como uma fala sedutora, que me punha em um lugar socialmente destacado: o de um cliente pobre que busca, aparentemente, utilizar valores sociais considerados elevados, como o de pesquisador, para, com isso, obter ganhos sexuais.

Outro ponto notado ao longo do campo: dar entrevistas pode significar, para clientes e boys, um desvelamento de suas vidas; desse modo, antes de concederem qualquer entrevista, eles precisariam saber se eu, como pesquisador, era confiável ou não. Em outras palavras, para aceitarem entrevistas, eles teriam de ter alguma certeza de que eu era *parte do grupo* e de que, como tal, respeitaria suas leis. Ao longo de toda a pesquisa, após as conversas iniciais com Marcelo, os rapazes se mostraram mais disponíveis e menos preocupados com a gravação das entrevistas. A maioria gostou de dar declarações, de falar de si e de sua vida. Apenas um boy, entre os colaboradores da pesquisa, pediu para dar seu depoimento na mesa, sem a utilização do gravador.

---

<sup>45</sup> Termo êmico: Significa ser portador do vírus HIV ou já ter desenvolvido a aids. Pelúcio (2009) relata que, também entre as travestis, o termo *tia*, para designar a aids, é utilizado. Existem outros termos êmicos que são utilizados por ambos os grupos, o de michês e o de travestis. Um deles é *vício*, que será detalhado mais adiante.

Paiva (2009) em sua pesquisa sobre a sociabilidade existente em uma sauna em Fortaleza levanta um ponto importante sobre as pesquisas realizadas nestes locais. O conhecimento ou não do pesquisador sobre estes espaços. Nas páginas 14-15, o autor diz textualmente: “Além do mais os estudos sobre saunas a que tive acesso parecem-me nortear-se por uma ‘epistemologia do ver’, sendo a dimensão do ouvir pouco explorada na compreensão das sociabilidades”. Adiante o autor afirma também que categorias como experiência e experimentação são indispensáveis quando a pesquisa é uma pesquisa que: “assume uma política da posição”, que é o caso, segundo Paiva (2009) dos estudos lésbicos e gays inspirados em matrizes pós-estruturalistas. Ainda segundo Paiva (2009), em função de seu desconhecimento das “práticas interacionais existentes neste espaços” (p.14-15), categorias como *experiência ou experimentação* “o confrontam fortemente” (p.14-15). Em outras palavras, o autor *desconhece* o campo por ele pesquisado. Neste sentido, pode-se dizer que sua pesquisa não é uma pesquisa de políticas de posição.

Em nota de rodapé, sobre a experiência ou não do campo, o autor cita o texto importante de Scott (1992), “*Experience*”. Nessa nota Paiva (2009, 14) diz que as categorias *experiência e experimentação* são problematizadas pelos estudos *queer* e cita o texto de Scott (1992) no qual a autora nos diz que tais categorias podem levar o pesquisador, no caso o pesquisador que conhece o campo, ou que tem com ele alguma proximidade ou identificação, a des-historicizar e essencializar os fenômenos sociais observados. O argumento da experiência, do vivido e visto, experimentei ou ainda “sou um deles”, acabam por tornar absolutos os dados achados durante a pesquisa. Neste sentido, segundo Paiva (2009) a pesquisa reveste-se de: “uma fusão de horizontes, que autoriza a produção de evidências sobre o campo e sobre a vida dos sujeitos” (p.14-15).

Em seu artigo, Scott (1992) analisa o relato contido na autobiografia de Samuel Delany sobre sua ida, pela primeira vez em 1963, a uma sauna e as impressões deste autor sobre a mesma. A autora fala sobre a experiência como um engessamento de categorias. Segundo Scott (1992:25) a experiência, quando tomada como evidência reproduz sistemas ideológicos. Para ela, nos estudos de gênero tal categoria repousa em “noções duma oposição natural ou estabelecida entre práticas sexuais, e convenções sociais, e entre homossexualidade e heterossexualidade” (p.25). Trazem histórias, no caso a de Delany, que: “documentam o mundo ‘oculto’ da homossexualidade”. Segundo a autora:

Mas o projeto de tornar a experiência visível impede o exame dos trabalhos do sistema ideológico em si, suas categorias de representação (homossexual/heterossexual, homem/mulher, negro/branco como identidades fixadas imutáveis), suas premissas sobre o que estas categorias significam e como elas operam, suas noções de sujeitos, origem, e causa (1992:25, tradução nossa).

Abaixo Scott (1992:34-37) traz duas questões importantes para a discussão sobre a experiência. Tanto a experiência é uma produção discursiva, linguística e compartilhada, como a identidade também o é. Para Scott (1992), a experiência é uma prática discursiva, em constante processo de análise. Ainda para a autora, “não se pode abdicar da experiência”, no ponto em que a experiência “é parte da linguagem cotidiana” e, como aponta Scott acima: “experiência é um evento linguístico (não ocorre fora de significados estabelecidos)”, “mas nem é confinada a uma ordem de significado fixada”. Ainda para Scott (1992), se não se pode abdicar da palavra experiência, dado o seu peso e uso na linguagem cotidiana dos sujeitos, é necessário focar nas produções de identidade; desse modo evitam-se as armadilhas que possam fazer com que a minha, a sua, a experiência de outro sirvam como validador de determinada pesquisa. Nesse sentido, a experiência posta, então, como prática discursiva e em constante avaliação e análise torna-se criativa.

Adiante, a autora fala sobre a impossibilidade de se abdicar da experiência, mesmo com os usos essencialistas que a categoria pode produzir quando se trata da análise de identidades ou de práticas sexuais, seguindo sua análise sobre o texto de Delany. Mas ela não deve ser utilizada com o intuito essencializador dessas experiências ou de identidades partindo de supostas vivências que seriam comuns a um indivíduo ou a um grupo, que os tornaria “autônomos e com livre arbítrio”, com vivências que seriam compartilhadas apenas com os homossexuais. Isto põe a experiência de um indivíduo frente a uma situação como sendo *sua* experiência e também comum a todos.

Como a autora aponta: “o mundo subterrâneo ou desconhecido da homossexualidade”, descrito por Delany, depara-se com as saunas, nas quais, em tese, a prática sexual, entre homens homossexuais, não teria controle. O relato de Delany e sua experiência na sauna diz isso. Nesse momento, ainda segundo Scott, Delany passa a falar para diferentes plateias o que “é ser homossexual”; dito de outro modo, Delany essencializa a homossexualidade através do que ele supostamente viu e interpretou como *falta de controle* em relação aos homens homossexuais.

Em síntese, é necessário que se torne a experiência um ato de questionamento e um ato discursivo; é preciso tirá-la do confortável campo do *visto* e do *vivido*, ou da linguagem cotidiana e torná-la interpretável; interpretar tal experiência, torná-la parte do jogo de construções e desconstruções de identidades. Tal atitude por parte do pesquisador é um ato político. Em outras palavras, fazendo uso do texto analisado por Scott (1992), em que o rapaz homossexual que vai à sauna, vê cenas de sexo de outros homens homossexuais com vários parceiros acaba afirmando que *todos os homens homossexuais* mantêm relações sexuais múltiplas e com parceiros desconhecidos. Isto retira o caráter histórico e essencializa supostas características que seriam comuns a todos os homossexuais masculinos.

Concordando com Paiva, é possível afirmar que a *experiência* do *eu vi, eu vivi* não apenas leva ou pode levar a uma *fusão de horizontes*, fazendo com que se percam, ou melhor, enviesem os resultados da pesquisa, como também desconsidera circunstâncias materiais e históricas em que essa *experiência* foi construída.

Ainda concordando com Paiva, alguns textos sobre sauna, inclusive o comentado por Scott (1992), com o qual a autora começa seu artigo, levam a crer que se trata de uma *epistemologia do ver*. Apenas acrescentaria que uma *epistemologia do ver, do ouvir, do sentir*, enfim, uma *epistemologia* que favoreça os sentidos desvia a pesquisa tal qual a *experiência* citada por Scott (1992), pois o que se passa a valorizar são os sentidos do pesquisador e não o que acontece no campo, o que, seguindo Geertz (1989), já é uma leitura, feita pelo pesquisador, de uma cena e não a própria *cena*. Em outras palavras, e seguindo Geertz (1989), a partir da escolha do objeto de pesquisa, já se está, por assim dizer, interpretando tal objeto.

É importante situar o leitor dentro do debate, para se evitar alguma compreensão indevida. Tanto Scott (1992), como Olensen (2006), entre outras autoras, discutem o quanto o termo *experiência* acaba por essencializar a categoria mulher, atribuindo às mulheres as mesmas experiências somente por serem mulheres. Essa essencialização acaba por excluir outras identidades e diferenças existentes *dentro* do feminismo. É um debate entre *múltiplas identidades como múltiplas possibilidades de subjetivação*, o que, quando se evoca o discurso de uma *experiência comum a todos* não acontece.

É sabido por todos que, de uma maneira ou de outra, se aproxima das discussões de gênero o quanto a mulher negra foi excluída do feminismo dos anos 1970. Bento (2011:107) faz uma citação sobre uma reunião:

No auge da crise do movimento feminista americano, o escritor Michael Kauffman (1993) capta uma interessante discussão entre duas mulheres. Uma delas estava indignada com a posição de outra mulher que não se sentia representada pelo grupo. A primeira argumenta: ‘O que você vê quando se olha no espelho? Não é uma mulher? Eu também. Então, temos uma experiência compartilhada’. A outra responde: ‘Não vejo uma mulher’. ‘Vejo uma negra’. Esse foi um momento de grandes rupturas no movimento feminista norte-americano, hegemonicamente branco e heterossexual<sup>46</sup>.

Em outras palavras, experiências podem até ser compartilhadas, mas não são elas e nem coisa alguma que definem uma suposta, sugere-se, inexistente essência comum a todos. Portanto, este debate se dá dentro do campo dos estudos feministas e das identidades e aproxima-se de teóricos pós-estruturalistas: Foucault, Derrida, Deleuze, Butler, entre outros.

Trazer para o campo de análise a experiência, ou melhor, uma suposta “experiência comum *a todas* as mulheres, ou homossexuais”, tentar este tipo de validação acaba por *naturalizar* sistemas ideológicos em que categorias como homem, mulher, homossexual, gay, lésbica, michês foram criadas. Ou, “encobre”, como diz a autora, esses sistemas políticos e ideológicos. Uma pesquisa feita desse modo, ou seja, tendo como parâmetro a experiência do pesquisador, acaba por validar *identidades sociais, sexuais e práticas sexuais* sem que se conheçam e se critiquem suas origens. Por exemplo, impede que algumas perguntas sejam feitas: para que tais categorias servem? Dentro de quais situações políticas elas são invocadas como *únicas*? Mais, qual a função política das saunas de michê em São Paulo? Manter ou reforçar padrões heteronormativos? Reforçar as hierarquias existentes entre as diversas *masculinidades*?

Deste modo, um ponto importante para esta tese é, ao menos, abalar os binarismos e essencialismos existentes entre categorias como homo/hetero, jovem/velho, negro/branco e apontar que tais marcadores sociais de diferença se interpenetram, não se sobrepõem um ao outro, mas tornam-se diferenças entre *diferentes* que, como apontam Simões, França e Macedo (2010:40), os posicionam nos locais de trocas eróticas e afetivas. Os autores apontam para a importância que a *diferença* assume, pois: “permite iluminar o lugar que a diferença ocupa nas relações que envolvem afeto e desejo”. Segundo os autores:

A marcação da diferença é um componente-chave de qualquer sistema classificatório. Desse modo, pessoas, objetos e comportamentos ganham sentido -

---

<sup>46</sup> KAUFFMAN, M. *Cracking the armour: power, pain and the lives of men*. Toronto: Viking, 1993

vale dizer, são socialmente produzidos - por meio da atribuição de diferentes posições em um sistema classificatório. É importante distinguir entre a lógica interna que articula categorias em sistemas classificatórios e os processos de classificação propriamente ditos.

Nesse sentido, este texto trata também de *diferenças*. Deste modo, a comparação não apenas entre as saunas, mas também entre michês e clientes, aponta para as suas diferenças e evita essencializações identitárias, como, por exemplo, *os clientes são...*

As relações nas saunas são marcadas pela *diferença*, nos termos e significados que Brah (2006) dá a essa palavra. A autora, discutindo as questões de uma identidade negra na Inglaterra e da *importação* do movimento negro norte-americano pelos negros ingleses, aponta para as várias diferenças existentes dentro dessa categoria, que foi aplicada aos caribenhos, africanos e sul-asiáticos, estes apenas de maneira política, o que tornou o conceito, na Inglaterra, *vazio*. Segundo Brah (2006:335), o conceito foi utilizado para se referir às mais distintas etnias, o que acabou por subtrair dele “significados específicos, como música negra”. Assim, a autora conclui que o termo “negro” não necessariamente tem de ser construído em termos essencialistas, pois pode “ter diferentes significados políticos e culturais em contextos diferentes”.

Ou seja, existem *diferentes negros, identidades* que em um dado momento, em função da luta política, podem ou não se unificarem, mas que não deixam de lado fatores culturais, entre outros. Portanto, não é válido essencializar categorias, identidades, etc. Segundo Avtar Brah (2006:340), a *diferença* é construída de modos diferentes nos mais diferentes contextos políticos e culturais. Ela afirma que: “o uso de ‘negro’, ‘indiano’ ou ‘asiático’ é determinado não tanto pela natureza de seu referente como por sua função semiótica dentro de diferentes discursos”. Deste modo, tais funções apontam diferentes estratégias, discursos e resultados políticos, “mobilizam diferentes conjuntos de identidades culturais ou políticas, e colocam limites ao estabelecimento de fronteiras da ‘comunidade’. Esse debate teve um certo eco dentro do feminismo”.

Em outras palavras, o referente de *negro* é discursivo e político. Assim como o são as identidades e outras categorias. Ainda segundo Brah (2006), é possível classificar quatro tipos principais de diferença: “diferença como experiência, diferença como relação social, diferença como subjetividade e diferença como identidade”.

A seguir, o exame de cada uma das quatro definições da autora através de suas palavras, iniciando pela “diferença como experiência”: “Experiência é um conceito-

chave no feminismo. Movimentos de mulheres têm tido como alvo dar uma voz coletiva às experiências pessoais das mulheres com forças sociais e psíquicas que constituem a ‘fêmea’ em ‘mulher’” (2006:359). Citando Teresa de Lauretis (2006:360), Brah diz que: “esse original *insight* feminista ‘proclamou uma relação, por complexa que possa ser, entre socialidade e subjetividade, entre linguagem e consciência, ou entre instituições e indivíduos’”. Adiante, Avtar Brah (2006:360) define experiência:

O que importa é que a conscientização trouxe para o primeiro plano um dos mais poderosos *insights* do feminismo, que é que a experiência não reflete de maneira transparente uma realidade pré-determinada, mas é uma construção cultural. De fato ‘experiência’ é um processo de significação que é a condição mesma para a constituição daquilo que chamamos ‘realidade’. Donde a necessidade de re-enfatizar uma noção de experiência não como diretriz imediata para a ‘verdade’ mas como uma prática de atribuir sentido, tanto simbólica como narrativamente: como uma luta sobre condições materiais e significado.

Como disse acima, a experiência é um poderoso *insight*, mas ela *não é* produtora de *verdades*. Ela é algo compartilhado, algo que atribui sentido, algo *diferente* para cada grupo, para cada pessoa.

A “diferença como relação social”, segundo a autora (2006:363), pode ser entendida como “as trajetórias históricas e contemporâneas” das circunstâncias materiais e práticas culturais que “*produzem as condições* para a construção de identidades de grupo. O conceito se refere ao entretido de narrativas compartilhadas dentro de sentimentos de ‘comunidade’ constituídas face a face ou imaginadas no sentido sugerido por Benedict Anderson” (destaques da autora).

Sobre “diferença como subjetividade”, Brah (2006:367) diz que “sentimentos, desejos, fantasias”, não podem ser compreendidos apenas sob as luzes das instituições sociais; há uma vida psíquica, construída pelos sujeitos em suas múltiplas relações sociais. Dir-se-ia que existem processos de subjetivação dos sujeitos sempre em relação, ou seja, a subjetividade é relacional, múltipla e decodificada diferentemente pelos sujeitos. Na contemporaneidade, seguindo Foucault (1994), existe um assujeitamento das pessoas aos dispositivos da sexualidade, que, como já foi dito antes, seguindo Miskolci (2011), são dispositivos sociais e serve para *controlar* as pessoas e não para uma *libertá-las* de opressões existentes.

Em outras palavras, os indivíduos são diferentes, sentem diferentemente, têm um psiquismo que não é determinante, mas que é constituído socialmente e constitui a sociedade. Uma inter-relação sujeito/sociedade, natureza/cultura e não uma dicotomia.

A autora aponta ainda para a diferença como identidade:

Nossas lutas sobre significado são também nossas lutas sobre diferentes modos de ser: diferentes identidades. Questões de identidade estão intimamente ligadas a questões de experiência, subjetividade e relações sociais. Identidades são inscritas através de experiências culturalmente construídas em relações sociais. A subjetividade - o lugar do processo de dar sentido às nossas relações com o mundo - é a modalidade em que a natureza precária e contraditória do sujeito - em processo ganha significado ou é *experimentada* como identidade. As identidades são marcadas pela multiplicidade de posições de sujeito que constituem o sujeito. Portanto, a identidade não é fixa nem singular; ela é uma multiplicidade relacional em constante mudança. [...] De fato, a identidade pode ser entendida *como o próprio processo pelo qual a multiplicidade, contradição e instabilidade da subjetividade é significada como tendo coerência, continuidade, estabilidade; como tendo um núcleo – um núcleo em constante mudança, mas de qualquer maneira um núcleo – que a qualquer momento é enunciado como o “eu”* (BRAH, 2006:63, destaques da autora).

Dito de outro modo. A identidade está em constante transformação. Nas saunas encontram-se diferenças de idade, classe, cor/etnia, de identidades, subjetividades, de relacionamentos sociais e, pode-se acrescentar, as relações estabelecidas nesses lugares são relações de poder. Sugere-se que são relações marcadas pelas diferenças, existem diferentes posições de cor em que sujeitos são mais ou menos desejáveis, disputas de poder entre masculinidades hegemônicas ou subalternas, idades, de clientes ou boys mais novos ou mais velhos, que são mais ou menos desejadas.

Assim, sintetizando, existem diferentes masculinidades que se pretendem como hegemônicas e outras como subalternas ou, dito de outra forma, homossexualidades que tentam se aproximar de uma *masculinidade hegemônica* ou menos próximas de tal *masculinidade*, o que, nos termos das diferenças, as tornam mais *femininas*, *subalternas*. Em uma frase: seguindo Simões, França e Macedo (2010), são as “diferenças que iluminam as posições que os sujeitos ocupam”, acrescento, em um território voltado para o desejo e o afeto.

São também as diferenças entre esses sujeitos que os posicionam em um sistema classificatório, dentro das saunas, bem claro e que se inicia com a negociação entre cliente e michê, passa pela prática discursiva do *ativo/passivo*, em constante transformação, e que tenta afastar performances que remetam ao feminino.

Sendo o corpo o objeto de troca e de valor na prostituição entre homens em espaços fechados, é ele que tem de ser valorizado, ser visto, ser admirado. Outro ponto é a própria proibição, feita pelas gerências das saunas, de que os boys circulem em seu

interior de roupas. Como vimos, diferentes códigos levam os boys e clientes a ficarem apenas de toalhas ou de sunga no interior da sauna. Mas e o etnógrafo? Ele fica de roupas ou de toalhas? O que ele deve observar? O que deve ser visto? A seguir alguns pontos mais críticos desta pesquisa.

## 2.6- A subjetividade e subjetivação do pesquisador

A etnografia das saunas, durante esta pesquisa, constou de observações feitas em campo, no interior das saunas, e de entrevistas semiestruturadas com profissionais do sexo e seus clientes. Uma maneira clássica de se fazer etnografia. Até a minha entrada e permanência no campo, por algum tempo, não tinha a intenção de observar práticas sexuais entre os frequentadores desses espaços.

No entanto, as saunas são compostas, também, de espaços para banho, como os chuveiros e as próprias saunas - seca e a vapor - e os banheiros. Seria importante ou não entrar nas saunas? Se assim o fosse, eu teria de entrar de toalhas. Impensável, ao menos para mim, estar de roupas em uma sauna. E os banheiros? Esses espaços parecem óbvios. Temos de usar o banheiro, especialmente quando bebemos e ficamos em algum lugar por longas horas. Mas, como o campo apontou, não apenas a ida ao banheiro, mas a observação no interior das saunas, seca e a vapor, mostrou-se uma rica fonte para esta pesquisa. Assim, se permanecesse apenas no bar, perderia várias situações que ocorrem entre os que frequentam as saunas, como, por exemplo, relações afetivas entre michês e também entre boys e clientes. É no vapor da sauna que muitas relações se desenvolvem durante a presença de seus frequentadores. Relações que não são visíveis para os que estão no bar ou em outros pontos das saunas. Outro ponto importante que surgiu durante a experiência etnográfica: seria melhor observar o que se passava na sauna estando de toalhas ou de roupas? Qual traje me deixaria o menos visível possível? Qual traje me permitiria interferir menos nas situações? Essas questões surgiram ao longo da pesquisa e trouxeram também, de forma menos clara, ou como diria Crapanzano (2005), uma “sombra sobre o real”.

O autor discute, em seu texto, a objetividade do que é pesquisado, ou o *real*, o *verdadeiro*. O que não é subjetivo. Existe tal objetividade? As citações de Crapanzano (2005), são importantes para este texto. O autor discute a suposta objetividade da *cena* e da *sombra*, ou, a questão do objetivo e subjetivo em pesquisa. Inclusive a objetividade e a subjetividade do pesquisador. As reflexões de Crapanzano são coerentes com a

antropologia reflexiva de Rabinow (2007), adotada como norte teórico para esta pesquisa. Assim, diz Crapanzano (2005:357):

[...] as dimensões ensombreadas da existência social e cultural que nós, antropólogos, costumamos encontrar, de um jeito ou de outro, e que tendemos a afastar de nosso trabalho ‘sério’, como se embaraçados pelo mistério, pelo perigo e pela iminência, a proximidade do que presumimos ser o irracional ou, no mínimo, o efêmero.

Ou seja, o pesquisador tenta se afastar daquilo que foge da pesquisa, de sentimentos, de emoções, do que sente, os perigos da pesquisa. Por que se está pesquisando isto e não aquilo? Em uma frase: procura-se o afastamento daquilo que não é objetivamente perceptível social e culturalmente. Crapanzano (2005:358) diz que quer recuperar certa “herança romântica” existente tempos atrás na antropologia e que tal romantismo desempenhou “um papel tão fundamental no entendimento e na interpretação dos fenômenos que estudamos”. Ele prossegue:

Ou, se não a perdemos [herança romântica], se não a ignoramos, suprimimos ou reprimimos, acabamos por reduzi-la de tal maneira a um ou outro paradigma amortecido, que esses mundos de sombras - ou experiências - perdem toda e qualquer realidade empírica que possam ter e toda e qualquer influência que poderiam exercer sobre o comportamento e os pensamentos daqueles que encontramos em nossos trabalhos de campo. Andei pensando no modo como tendemos a ignorar (por falta de melhor termo) a “subjetivação” dos contextos presumidamente objetivos que buscamos para explicar nossos fenômenos (destaques do autor).

Claramente Crapanzano (2005) diz, sobre a importância da subjetividade de pesquisador e pesquisados, que está sendo deixado de lado um ponto bastante importante: quem é o nosso colaborador para além do que é objetivamente mostrado por ele. Para Crapanzano (2005:359):

Devo acrescentar, apesar de não poder aqui prosseguir com minha argumentação, que a subjetividade, a despeito do quanto possa parecer minha, é essencialmente intersubjetiva, tanto em um modo mediado pela linguagem, por exemplo, quanto imediatamente, por meio de encontros, reais e imaginados com figuras significativas cercadas de sombras. Para mim, ao menos, a cena é aquela aparência, a forma ou refração da situação ‘objetiva’ em que nos encontramos, colorindo-a ou nuançando-a e, com isso, tornando-a diferente daquilo que sabemos que ela é quando nos damos ao trabalho de sobre ela pensar objetivamente (destaques do autor).

Sintetizando: a subjetividade, a intersubjetividade são partes da pesquisa. Ficar de toalhas representava, para mim, expor-me, *perder* meu lugar de pesquisador, lançar uma *sombra* sobre o *real* observado por mim. Entretanto não estar em todos os espaços da sauna significava perder partes importantes da pesquisa. Era uma decisão subjetiva e intersubjetiva que tornava bastante objetivo o questionamento dos trajes, os meus trajes, que me distanciavam do meu desejo.

Uma frase que me incomodou durante o início da pesquisa de campo, dita por alguns frequentadores clientes das saunas foi: *afinal, quanto você pagou?* A frase diz menos sobre *pagar* por uma entrevista e, *mais, muito mais sobre pagar para fazer sexo* com meus colaboradores. De roupas ou de toalhas, eu e o que eu desejava estávamos sendo questionados, nas saunas, pelos seus frequentadores. Isto traz à baila um tema discutido por Kullick & Willson (1995) sobre a subjetividade e os relacionamentos existentes entre o antropólogo e seus colaboradores.

Kullick & Willson (1995) partem da antropologia reflexiva proposta por Rabinow (2007). Para este autor: “todos se agarram à suposição chave de que a experiência de campo em si é basicamente separável do *mainstream* da teoria em antropologia - que o empreendimento de investigação é essencialmente descontínuo de seus resultados” (tradução nossa). Ou seja, segundo Rabinow (2007:5), para a maioria dos pesquisadores, o campo surge como um dado, como um fato isolado, isto é, as experiências em campo não interferem nas análises feitas sobre os dados nele obtidos. No entanto, o autor não concorda com essa posição. Adiante, Rabinow (2007:5) argumenta que:

[...] toda atividade cultural é empírica, o trabalho de campo é um tipo distintivo de atividade cultural, e que é esta atividade que define a disciplina. Mas o que deveria portanto ser a verdadeira força da antropologia - sua atividade empírica, refletiva e crítica - tem sido descartada como uma área válida de investigação por uma ligação a uma visão positivista da ciência, que eu considero radicalmente inapropriada num campo que afirma estudar a humanidade (tradução nossa).

Em outras palavras, para Rabinow (2007), o próprio trabalho de campo é uma atividade cultural que exige reflexões e críticas e é o campo que define a disciplina. Mas a visão positivista, dominante na ciência, tem forçado os antropólogos a um distanciamento do campo, de suas atividades no campo e da noção de quanto o campo interfere e do quanto o pesquisador interfere no campo em suas pesquisas. Para

Rabinow (2007:6), não é apenas o outro do campo que está sendo estudado ou pesquisado, mas, sim, o próprio antropólogo com seus valores e questões.

O ser sendo discutido é perfeitamente público, nem o cogito puramente racional dos cartesianos, nem o profundo ser psicológico dos freudianos. Pelo contrário, é o ser culturalmente mediado e historicamente situado que se encontra em um mundo de contínuas mudanças de significado (tradução nossa).

Assim, seguindo o autor, é preciso estar atento à postura do antropólogo; que se levem em conta questões de gênero, “raça”/etnia, geração, e outros pontos de diferenciação, que são pontos de poder, de relações de poder, que se colocam entre o investigador e o outro. Em outras palavras, as relações que se estabelecem com os pesquisados são também relações de poder.

O pesquisador não está isento, ao fazer uma descrição do campo, de seus valores morais e éticos em relação ao outro. Não se faz, por assim dizer, uma descrição isenta, puramente objetiva, sobre esse outro que é o pesquisado. Os próprios termos, *pesquisador e pesquisado* já apontam, de saída, para a relação de poder existente na pesquisa. Ou seja, o *pesquisador* é o que detém conhecimento sobre o outro, é o que *interpreta*, para o *próprio pesquisado*, quem ele é e o que seus gestos significam.

Kulick & Willson (1995) chamam a atenção para a sexualidade do antropólogo, um tema *invisível* nas pesquisas sobre gênero e sexualidade. Seguindo Rabinow e algumas reflexões de Strathern sobre o pesquisador de campo, Kulick (1995:2) diz: “O termo ‘reflexividade’ em antropologia pode significar muitas coisas, mas no mais básico, ‘cria problema com algo que uma vez foi problemático: a figura do pesquisador de campo’” (tradução nossa). Ou seja, torna visível o antropólogo no campo. Adiante o autor diz: “Através de todas as décadas de preocupação com a vida sexual dos outros, os antropólogos permaneceram de boca fechada com sua própria sexualidade” (1995:3, tradução nossa).

Adiante, Kulick (1995:5) fala sobre a subjetividade erótica existente no campo:

[...] a subjetividade erótica *faz* coisas. Ela executa, ou melhor, pode ser feita, executar, trabalhar. E um dos muitos tipos de trabalho que ela pode realizar é atrair atenção às condições de sua própria produção. Isso é, para muitos antropólogos, o desejo encontrado no campo parece frequentemente originar questões [...] São questões sobre compromisso e sobre as políticas de desejo. São questões, em outras palavras, sobre questões que jazem no coração do conhecimento antropológico (tradução nossa).

Nesse sentido, Diaz-Benitez (2009) e Braz (2010) apontam para a esparsa discussão existente dentro da antropologia sobre essa questão. Segundo Diaz-Benitez (2009:15), não existe ainda um campo de interlocução consolidado, não no Brasil, sobre o método de observação direta em contextos de interação sexual.

Camilo Braz (2010; 2007) também aponta para essa questão e aprofunda a discussão. Segundo o autor: “A questão é que, se durante várias décadas a disciplina preocupou-se com o sexo ‘dos outros’, os/as antropólogos/as não falavam, em seus textos, nem sobre sua própria sexualidade, nem sobre suas possíveis experiências eróticas em campo” (2010:39).

Conforme Lewin & Leap (1996:3), existe uma *proibição* de se falar da sexualidade do antropólogo. Segundo os autores: “Essa sexualidade é virtualmente proibida como um elemento inclusive das crônicas de trabalho mais imparciais, o que é demonstrado mais claramente pelas reações a essas poucas confissões sexuais como aparecem na literatura”. (tradução nossa)

Os autores dizem, ainda, que as raras discussões existentes tratam da heterossexualidade e têm como prerrogativa a sexualidade do homem. São bastante raras as discussões existentes sobre pesquisadores homossexuais e suas experiências em campo. Segundo Camilo Braz (2010:41), seguindo o debate travado por Lewin & Leap (1996),

[...] as experiências de campo de antropólogos/as *gays* e lésbicas, o estudo da homossexualidade aciona uma série de ‘suspeitas’ (Leap & Lewin, 1996). A primeira delas diz respeito à sexualidade do/a pesquisador/a. A segunda, quanto à possibilidade de objetividade e distanciamento etnográficos nos chamados estudos ‘*gays* e lésbicos’, o mesmo tipo de críticas dirigidas às acadêmicas feministas ainda nos anos 1970 (destaques do autor).

Em outras palavras, ser gay ou lésbica, em uma visão de ciência positivista, impediria o observador de ser *objetivo* em campo. Em minha pesquisa, não era necessária a observação direta das interações sexuais entre clientes e michês. Pelo contrário, esse tipo de observação me foi proibido por ambas as partes durante todo o período do campo. Entretanto, as observações feitas nas saunas, nos *vapores*, por assim dizer, levaram-me a me deter nas interações sexuais entre clientes e michês, entre michês e michês e entre clientes e clientes que ocorrem nestes espaços das saunas. Outro ponto que surgiu, durante a pesquisa, foi a minha inserção no campo.

Sendo homossexual, deparo-me com as perguntas de um colaborador: “Afinal, você vai ter objetividade? Não vai transar com os garotos?” As perguntas têm como raiz uma suposta objetividade e neutralidade das pesquisas científicas. Perguntas feitas por leigos que buscam, em uma suposta ciência neutra, as respostas de seus males e conflitos. Entretanto, para um pesquisador mais acostumado com as questões do campo, imaginar uma *neutralidade científica* seria ingenuidade. Mas, essas perguntas mobilizaram algumas reflexões para mim.

Em um primeiro momento, minhas reflexões levaram-me a pensar que, para esse cliente, por ser eu homossexual e supostamente deter um *poder*, o *poder* de pesquisador, teria minha vida facilitada para fazer sexo com os garotos sem pagar, posto que pagar é uma questão tensa nas saunas de michê. De qualquer modo, ampliei minhas reflexões sobre o campo e minha inserção nele. Como se mobilizam os desejos do etnógrafo? No caso, os meus desejos. Quais são as relações de poder entre pesquisador e colaborador? Em que medida observar relações sexuais seria constrangedor, ou não, para mim? Outro ponto é a sexualidade do etnógrafo. Lendo os mais variados relatos, tem-se a impressão de que pesquisadores vão a campo e observam de modo *neutro* seus colaboradores, nas mais diferentes questões sociais, nada sentem e analisam seus dados de modo isento. O *Diário de Malinowski* não nos autoriza a ter tal tranquilidade.

Não é necessário trazer para este texto frases do *Diário de Malinowski* para se acentuar que a subjetividade do pesquisador também está no campo de pesquisa. Firth (1989:xix), na introdução da primeira edição do *Diário*, fala da vívida emoção de Malinowski sobre as paisagens da Nova Guiné, assim como do seu amor pelo mar e pelo navegar, também de sua preocupação excessiva com a saúde. E ainda segundo Firth (1989:xix):

Mas o quanto seus sentimentos pessoais mais íntimos deveriam ser expostos deve permanecer sempre uma questão. Qualquer que seja a resposta está muito claro que este diário é um documento humano tocante escrito por um homem que desejava mostrar a si mesmo sem as falsidades das ilusões sobre seu caráter (tradução nossa).

Malinowski teve a coragem de expor seus sentimentos mais íntimos quando estava na Nova Guiné. Ou, mesmo estando algumas vezes com seus sentimentos em constantes reviravoltas, Malinowski fundou as bases da moderna pesquisa antropológica. Em outras palavras, a subjetividade do pesquisador não o impede de

realizar uma pesquisa, a mais isenta possível. Sobre este ponto, do pesquisador e de sua implicação no mundo que ele pesquisa, Crapanzano (2004,4) afirma:

O antropólogo é imediatamente implicado no mundo em que ele faz a sua pesquisa. Isto tem sido notado uma vez e outra e é, de fato, a preocupação da maioria dos comitês de ética dentro da disciplina. Mas a preocupação com a conduta do antropólogo no campo, incluindo as consequências de sua ou suas pesquisas para aqueles que são estudados, por mais que seja importante e é (e isto é de imensa importância), não deveria cegar-nos para o nosso papel moral em nossas próprias comunidades.

Não é por pertencer a uma dada comunidade ou ter alguma experiência no campo pesquisado que se torna conhecedor deste mesmo campo. Se assim fosse, a questão da experiência, já discutida anteriormente, validaria uma pesquisa apenas por identificação com os pesquisados. Em outras palavras, como afirma Crapanzano (2004:4), o fato de o pesquisador pertencer a uma comunidade não o impede de fazer o melhor e o mais isento possível trabalho de campo. Apesar das pesquisas do etnógrafo trazerem consequências para os sujeitos pesquisados, aquele tem imensas responsabilidades com uma dada população pesquisada. Esta é uma responsabilidade moral e ética do pesquisador. No caso desta pesquisa, *por mais que minha subjetividade erótica, nos termos de Kulick (1995), me acompanhasse no campo, meu compromisso com as pessoas pesquisadas era bem maior*. Seguindo Crapanzano (2004:4): “Nós assumimos enorme responsabilidade moral e política em nossas construções e representações de nossos sujeitos”.

Se o etnógrafo não está isento de ser erotizado por seus colaboradores e de ver seus desejos aflorarem no campo de pesquisa, surge outra questão, ao menos para esta pesquisa: que relações de poder se estabelecem a partir do momento em que se paga para fazer sexo com os informantes? Sem meias palavras, o pesquisador, seja ele/a qual for, debruçado sobre qualquer assunto que seja, pode ter, e muitas vezes tem, uma relação hierarquizada com os colaboradores. Acrescentar o dinheiro aumenta ou diminui tal hierarquia? Para mim, subverte essa relação.

Explicando: o papel do michê é tentar a sedução ao máximo; é buscar levar o cliente para a cama. Nos primeiros momentos dessa relação, o que a comanda é o desejo do cliente pelo corpo do garoto e o *desejo* do garoto pelo *dinheiro* do cliente. Eles não se conhecem, ou melhor, conhecem o que é permitido conhecer, ou seja, o corpo do boy e os trajes do cliente. Sim, os garotos buscam também clientes que, se de roupa, usem

trajes identificáveis como *de griffe*. De toalha, o garoto olha o que o cliente está bebendo, sua postura, seu corpo, se bem cuidado ou não. O cliente, por sua vez, olha o tamanho do pênis do boy, seu tórax, suas coxas e nádegas e, muitas vezes, sente, como dito antes, as mãos do michê em seu corpo, quando este se senta à mesa. Enfim, são códigos iniciais de reconhecimento e do que pode ou não acontecer.

Deste modo, apesar de o cliente pagar pelo corpo do boy, o que seria uma suposta superioridade, é este que detém o poder sobre o cliente, pois o cliente paga *para ter o seu desejo satisfeito* e este só é satisfeito através do *corpo do garoto*. No ponto em que o garoto consegue seduzir o cliente e levá-lo para a cama, o cliente passa, conforme a atuação do garoto, a buscá-lo mais e mais. Mas não é apenas na cama que ocorre a sedução do cliente pelo garoto; ela é também verbal. Se o boy é carinhoso, afetivo e diz o que o cliente quer ouvir, segundo o relato de muitos informantes michês, muitos voltam e voltam e passam a ter, nesse michê, uma espécie de namorado. Segundo Marcos: “alguns clientes, que eu gosto, é claro, eu chamo de namorado. Alguns torram a paciência, querem ter direito sobre você, mas é da profissão”. Acrescente-se, então, que não é apenas o *desejo sexual* que está em jogo, mas também a afetividade. Quando estas situações se interconectam num ponto, o garoto passa a ter uma relação com um determinado cliente, que está, pode-se dizer, em suas mãos.

A questão é: qual é a importância, para a pesquisa, de o investigador fazer sexo com seus informantes? Até que ponto esse ato pode ser construtivo para o pesquisador e para seus colaboradores? Segundo Bolton (1995:140), o tabu existente sobre a sexualidade e a prática sexual entre pesquisador e colaboradores pode afastar mais ainda o *eu* e o *outro*, ou seja, para ele, a prática sexual entre etnógrafo e colaborador pode ser um importante instrumento de aproximação das fronteiras culturais. Em suas palavras:

O tabu do envolvimento sexual no campo serve para manter uma fronteira básica entre nós e o Outro em uma situação na qual nossa meta como etnógrafos é diminuir tal distância. O sexo é indiscutivelmente a última dissolução das fronteiras entre os indivíduos. De fato, o sexo bom cria uma conexão física e emocional em que pode ser difícil determinar quando o “Eu” acaba e “o outro” começa (tradução nossa, destaques do autor).

Para o autor, a dissolução de fronteiras culturais é importante para a pesquisa antropológica e o sexo é um bom instrumento para tal dissolução. Em uma pesquisa, em saunas, levada a cabo pelo autor, ele levanta a questão da participação sexual e a observação em espaços da sauna pelo pesquisador.

A pesquisa nas saunas poderia ser conduzida através de simples observação, complementada por entrevistas informais. Alguns espaços da sauna, onde o sexo tem lugar, são relativamente públicos, tais como as saunas [seca e vapor] e a sala de orgia, mas a presença de [pessoas] não-participantes nesses locais altera o fluxo da interação, e outros impedimentos à observação impossibilitam o monitoramento [da cena], embora não impeçam necessariamente a exposição a estímulos auditivos. A entrevista poderia ser feita nos espaços normalmente não-sexuais da sauna (a área do bar ou a sala de televisão) - a conversação é desencorajada em outras áreas [da sauna]. Mas a maioria da conversação entre os clientes da sauna ocorre como uma partilha pós-coito nas salas privadas de sexo ou na área do bar (p. 150, tradução nossa).

Ou seja, para o autor, a prática sexual do pesquisador em alguns espaços da sauna, como os *dark-rooms* ou os privês evita o constrangimento dos informantes na sua prática sexual e propicia uma maior interação do pesquisador com o grupo pesquisado. Adiante, o autor fala que, sendo um homem homossexual, interessado em homens, é bastante difícil recusar a prática sexual. Bolton também diz que nunca se envolveu com um colaborador em busca de dados para a sua pesquisa, mas que os via como pessoas: “Eu sempre fui interessado em meu parceiro como uma pessoa, não como um informante. Na verdade, acho que é impossível se referir a qualquer um de meus amigos, amantes ou ‘casos’, como ‘informantes’” (p.151). E informa: “certamente aprendi muito com eles”.

Alguns pontos levantados por Bolton são importantes. Não concordo com o autor quando coloca que o indivíduo, por ser homossexual, não resiste ao apelo sexual. Tal afirmação está ligada a um conceito de gênero bastante essencialista, ou seja, a visão de que ser homem e homossexual é ter uma potência e vontade de sexo insaciável. Por ora basta destacar minha não concordância com o autor. Outro ponto levantado por Bolton é a facilidade para se conhecer o outro e se diluir fronteiras culturais através da prática sexual. Ora, tal diluição anula justamente a *diferença* que constitui os seres como humanos e, ao invés de se praticar a observação participante, cair-se-ia em uma *participação observante*, como já disse MacRae (1990). Em outras palavras, estariam misturados os interesses do grupo com o interesse da pesquisa. Enfim, não concordo com a posição de Bolton sobre se fazer sexo com os colaboradores da pesquisa.

Seria de muito pouca valia, para esta pesquisa, fazer sexo com algum de meus colaboradores. Teria perdido de vista quando um profissional do sexo estava disposto a colaborar com a pesquisa ou quando ele estava disposto apenas a ganhar com seu

trabalho e ponto. Neste sentido, muitos boys declinaram qualquer entrevista e procuraram me evitar quando me viam na sauna. Outros, apesar de se negarem, mostraram-se mais colaborativos e indicaram outros possíveis michês para entrevistas. Ou seja, a posição deste pesquisador é a de que não somos neutros em nossas pesquisas, nossos desejos estão e são mobilizados em campo, relações de poder se estabelecem entre colaboradores e pesquisador. Em algumas situações o constrangimento de minha parte foi uma constante. Observar relações sexuais, com ou sem penetração, não é uma tarefa fácil e, sem dúvida, leva o pesquisador a questionar o seu desejo e a própria objetividade de uma pesquisa que, forçosamente, o levará a observar tais interações.

*Mas fazer sexo com os colaboradores, nesta pesquisa, mais do que contribuir, poderia por um fim à mesma. Eu não era um cliente. Parafraseando Braz (2010): “Eu estava vestido de antropólogo”.*

### 3- Masculinidades

Na esteira dos estudos de gênero, surgem, por volta dos anos 1970, os estudos sobre masculinidades. Dois de seus expoentes são: Michael Kimmel e R. W. Connell. Segundo Connell (1992) em 1990 surge nos EUA um livro que ganhou bastante espaço de mídia e se tornou uma espécie de texto mestre sobre masculinidades. O livro *Iron John: A Book About Men* de Bly, para Connell (1992) o livro não representa exatamente uma inesperada descoberta sobre homens e masculinidades. Para a autora, na esteira dos estudos feministas, nas últimas duas décadas, ou seja, desde os anos 1970, existe uma crescente produção sobre o tema na maioria dos países ocidentais. Ainda segundo Connell (1992), a literatura sobre o tema trataria masculinidades como “papel masculino” e teria suas bases na psicologia; frequentemente apontaria para um desconforto dos homens frente aos generalizados processos de avanço social. Ou, uma crise de identidade sofrida pelos homens com os avanços do feminismo e seus deslocamentos.

Ainda segundo a autora, a literatura sobre homens e masculinidades, até o início dos anos 1990, teria a visão psicologizante e individualista do sujeito, deixando de lado os processos sociais, as relações de gênero e suas implicações de dominação e subordinação entre homens e mulheres e as relações de dominação e submissão entre homens. E, ignora ainda, os esforços hegemônicos e as práticas de resistência, tanto das mulheres quanto dos homens. Neste sentido, para o autor, a teoria dos papéis acaba por reificar categorias e expectativas, as autodescrições, exagerando o consenso e marginaliza relações de poder e não analisa mudanças sociais e históricas. (CONNELL, 1992:735-736).

Também para a autora (2005), masculinidades são cultural e historicamente construídas, são relacionais, tanto entre homens quanto entre homens e mulheres, e masculinidades hegemônicas são situacionais, mudam de grupo para grupo, não havendo um padrão de masculinidade. Tratamos neste capítulo das representações de masculinidades de boys e clientes que se manifestam nas saunas de michê em São Paulo.

Também interrogamos o termo hegemônico, utilizado para designar uma masculinidade que seria idealizada e que se imporia diante de masculinidades subalternas. Vem sendo sugerido, desde o início deste texto, que as saunas de michê acabam por reproduzir a heteronormatividade compulsória e a masculinidade

hegemônica. O intuito de estudar esses espaços de produção de subjetividades seria compreender de que *masculino* se fala em relações tidas como transgressoras, uma vez que são relações homossexuais, intergeracionais nas quais o sexo é pago. Lembrando o inovador artigo de Rubin (1992), tais relações estariam localizadas na última parte de uma pirâmide sexual, seriam relações abjetas. Para entender e criticar, tentar, ao menos, abalar as masculinidades hegemônicas, serão utilizadas teorias pós-estruturalistas que têm suas raízes nos estudos feministas, como o de Butler e Beatriz Preciado, entre outros. Mas é também importante, necessário mesmo, que se veja o pensamento de teóricos das chamadas masculinidades. Assim Connell, Kimel, e Cornwall Lindisfarne (1996), entre outros, são presença constante neste capítulo. A pretensão deste texto, com tal discussão é, ao menos, tentar novas possibilidades para se pensar as masculinidades.

Um dos pontos principais dos estudos das masculinidades tem sido o corpo. Para alguns autores, como Kimmel (1998, 2001), por exemplo, o corpo surge como um dado, um fato biológico último, ou seja, o corpo não seria construído socialmente, é tomado como categoria universal.

A perspectiva teórica de Connell (1992, 2000, 2005) sobre o corpo sofreu algumas transformações ao longo de seu trabalho. Em *Masculinities*, é o corpo e sua biologia que surgem como definidores das masculinidades. Em *The men and boys* sua posição se modifica. Para a autora, a referência, quando se fala em masculinidades, é a representação de corpos masculinos, mesmo que de modo simbólico, e não é mais a biologia, como por exemplo, a ejaculação, que define as masculinidades. Outra revisão de Connell é sobre o conceito de masculinidades hegemônicas. Em artigo escrito com Messerschmidt, em 2005, os autores problematizam o termo hegemônico quando usado para definir masculinidades que seriam hierarquicamente superiores frente a outras manifestações de masculinidades e nas relações com as mulheres.

Neste capítulo, será enfocada especialmente a posição de Connell (2000, 2005) sobre o corpo do masculino e sua importância na constituição das masculinidades. Posto que o corpo é uma representação cultural, local, em que se operam os processos de subjetivação sobre práticas sexuais e de gênero, este se torna locus privilegiado de análise. A seguir, uma visão de como tais estudos se posicionam diante das relações de gênero e das manifestações das sexualidades.

### 3.1- Viciosos, hegemônicos e subalternos

Começamos esta seção com os depoimentos de informantes boys desta pesquisa sobre a prática sexual entre homens, clientes e michês. Ainda, a importância do distanciamento do michê na relação com o cliente. Estes pontos, como demonstraremos, se interseccionam com a discussão sobre masculinidades hegemônicas e subalternas levada por Connell (1992,2000,2005), Cornwall e Lindsfarne (1996), Kimmel (1998,2001), entre outros.

Segundo Miskolci e Pelucio (2008) em sua introdução a segunda edição de *O negócio do michê*, de Perlongher (2008), o maior valor de troca nesta modalidade do mercado do sexo é a masculinidade de seus participantes. Perlongher (2008) também nos fala sobre a masculinidade como sendo de alto valor de troca na prostituição viril estudada por ele. Em nossa pesquisa também observamos que as masculinidades têm alto valor de troca, quando associadas à chamada masculinidade hegemônica, mas perdem este valor quando se associam as masculinidades subalternas.

Da sociabilidade, como vimos no capítulo 1, para a tensão, pode-se dizer que esta é uma constante nas saunas. Um grande fator de tensão, especialmente entre os michês, é o que eles chamam de *boy vicioso*, ou seja, o garoto que faz sexo com outro garoto, dentro da sauna, sem visar ao lucro. Eles chamam isso de “fazer sexo pelo vício, não pelo trabalho”.

Este boy tensiona as relações por causa das masculinidades tidas como hegemônicas nas saunas. Ou seja, é importante para o michê manter uma suposta heterossexualidade, tal sexualidade conferiria ao boy a masculinidade, alto valor de troca nas saunas. Neste sentido, o transar com um homem seria feito pelos boys apenas pelo dinheiro e não pelo prazer. Pelúcio (2009: 81), em sua pesquisa sobre travestis, também aponta para a categoria *vício* como uma categoria êmica emblemática. Segundo a autora:

Nas margens das relações entre as travestis e os homens situa-se um tipo que elas classificam como “*vício*”. Como elemento das bordas, não fixável, ele é perigoso e, assim, poluidor. O *vício* também pode ser visto como “homem de verdade”, mas ao contrário do *marido*, o seu lugar não é a casa, espaço mais relacionado à afetividade. Tampouco é com o cliente, alguém que paga pelo sexo, como quem se relacionam “profissionalmente”, sem beijo na boca, com tempo pré-determinado. Daí a categoria problemática do *vício*. Pois este não é nem um namorado/*marido*, tampouco um cliente. Flutua entre a casa e a rua, a noite e o dia (destaques da autora).

Adiante Pelúcio (2009:81) diz que:

O *vício* é uma categoria depreciativa quando aplicada às próprias travestis. Uma travesti “*viciosa*” é alguém que não sabe separar trabalho de afeto, planos opostos e, teoricamente, imiscíveis. A *viciosa* compromete os negócios de todas que estão próximas dela, porque tende a sair com homens desconhecidos (destaques da autora).

Existem algumas aproximações importantes entre o uso da categoria *vício* pelos michês das saunas e pelas travestis. Também nas saunas ele faz parte das bordas, das margens. O chamado *vício* é praticado por dois michês que não namoram, que não têm laços afetivos entre si, mas que se desejam sexualmente. Não é praticado entre um cliente e um boy. É sempre praticado nos *dark-rooms*, nas saunas seca ou a vapor e nos banheiros. Lugares fugidios, *escuros* das saunas. Assim, a categoria também é vista como perigosa e poluidora dentro das saunas, pois está distante da intimidade da casa, quando os boys são namorados, e das relações *profissionais* que existem nesses espaços.

O termo *boy vicioso* também aqui é depreciativo, uma categoria acusatória, quando aplicado a um michê. Um ponto importante para os boys é a separação entre afeto, dinheiro e desejo. O afeto e o desejo são destinados ao namorado/*marido* ou *esposa*. O dinheiro é o mediador entre as relações que acontecem com os clientes. E não se pode abrir mão desse mediador.

É através do dinheiro que se justificam, para os michês, as relações sexuais entre homens, relações essas que são também mediadas por fatores geracionais, raciais e de classe. Como vimos antes, em vários relatos dos colaboradores, a entrada na sauna, na vida da prostituição foi vista como *um choque*, muitos sentiram-se paralisados diante do que viam. Trocar sexo por dinheiro significa se desterritorializar de códigos socialmente aceitáveis e que condenam a prostituição, especialmente entre homens, e se reterritorializar dentro de códigos condenáveis socialmente. Esta reterritorialização só é possível para o michê nas saunas quando este troca sexo por dinheiro. Ou seja, ele *não perde* sua masculinidade, pois está ganhando de homens tidos como “perversos”, os homossexuais e ainda é “ativo” no ato. Perlongher (2008:3), diz que tal territorialização é possível, posto que o boy encara sua transgressão como uma delinquência menor.

Um michê fazendo sexo com outro pressupõe, para esses garotos, o *desejo* homossexual, desejo esse que quebra uma cadeia hierárquica existente nas saunas. Ou

seja, os boys *vendem* para o cliente não apenas o corpo, mas também certa *masculinidade*, que se propõe heterossexual; tal sexualidade está acima na pirâmide sexual, ela é *pura*, isenta de desejos *impuros*. Segundo Perlongher (1993: 4):

Essa insistência em apresentar-se como homens que “cobram, para não passar por bicha” tem a ver com uma característica singular do negócio: a maioria dos “boys”- como eles preferem ser chamados - não são ou não se consideram homossexuais (e muito menos bichas!); e essa recusa vem ao encontro da demanda de clientes pederastas que pagam para relacionar-se sexualmente com um garoto que não seja homossexual. [...] As duas partes envolvidas na relação (o “michê macho” e o “cliente homossexual”) estão perfeitamente a par desta ambiguidade. Uma das formas mais correntes do conflito surge quando o cliente tenta derrubar, desvendando-a, a fingida heterossexualidade dos rapazes.

Muitos dos informantes michês desta pesquisa se descrevem como homossexuais, gays ou bissexuais, mas nunca como bichas. A bicha pressupõe uma aproximação com o feminino, uma aproximação depreciativa e essa aproximação inverteria todo o negócio. Em assim sendo, um homem hétero não pratica sexo com outro homem por prazer, mas sim pelo dinheiro, o que justifica também a fantasia que o boy vende ao cliente. Deste modo, o *boy vicioso* denuncia e polui as relações que se estabelecem nas saunas, pois faz diluírem as fronteiras entre o sexo pago e o prazer, ou seja, entre a hetero e a homossexualidade, a base que sustenta todo o negócio. Marcelo, que se declara gay, diz:

É porque faz pelo vício do sexo, não pelo dinheiro, não né, tem muito vicioso na área, também esses normalmente não cobra ‘um galo<sup>47</sup>, é ruim”. É um trabalho totalmente, porque, a partir da hora que eu vivo disso, que é o meu sustento, entendeu, que não chega a ser um, nada ilícito, né, nada proibido, é meu trabalho, porque, porra! o arroz e o feijão que eu como sai daí, então, acho que é uma coisa meio sagrada o meu trabalho. Então se eu resolvi viver disso, então tem que profissionalizar.

É clara, na fala de Marcelo, a questão da profissão que os michês exercem, o dinheiro e ainda a consideração de que seu ato *não é ilícito*. O pagar pelo sexo ou manter relações sexuais com outro michê, desde que este seja namorado, é permitido, não dilui as fronteiras hierárquicas existentes nas saunas. E a *categoria* trabalho, cara às masculinidades, também é, com o *boy vicioso*, rompida. Por ora é importante destacar que, dentro dos padrões heteronormativos existentes na sauna, tal categoria, *boy vicioso*,

---

<sup>47</sup> Gíria local: Significa R\$50,00.

surge como imprescindível para michês e clientes, não podendo ser transposta, pois é ela que faz a fronteira entre a suposta *heterossexualidade* do michê e a suposta *homossexualidade* ou *bichice* do cliente.

Neste sentido, das hierarquias postas pelos michês como *ativo* e *apenas pelo dinheiro*, podemos pensar nas hierarquias e nas masculinidades hegemônicas existentes nas saunas de michê, mesmo as subalternas. Em outras palavras, tomando-se como ponto de partida que masculinidades hegemônicas são heterossexuais, tanto os michês como os clientes se situam entre masculinidades subalternas. Vejamos alguns pontos teóricos sobre hegemônicos, subalternos e os corpos masculinos.

Para Connell (2005), masculinidades não são categorias fixas, imutáveis, mas estão em constante negociação. Para ela (2005:37):

Nós devemos reconhecer também as *relações* entre diferentes tipos de masculinidade: relações de aliança, dominação e subordinação. Estas relações são construídas através de práticas que excluem e incluem, que intimidam, exploram e assim por diante. Existe uma política de gênero dentro da masculinidade (tradução nossa, destaque do autor).

Segundo Connell (2005) o conceito de masculinidade hegemônica foi introduzido no campo de pesquisas e formalizado em seu texto chave: *Masculinities*, 1ª edição 1995, Connell, R. W. Sobre o termo hegemônico, a autora afirma que: “A hegemonia, então, não significa total controle. Ela não é automática e pode ser rompida, ou ainda, disruptiva em si mesma” (tradução nossa).

Vários autores que se ocuparam do tema masculinidades, entre eles, Vale de Almeida, seguiram Connell e utilizaram o conceito de masculinidades hegemônicas. Vale de Almeida diz: “Parece-me central o uso da noção de ‘masculinidade hegemônica’, ou seja, não o ‘papal’ masculino, mas sim uma variedade particular de masculinidade que subordina outras variedades”. Adiante:

Se a fissura entre as categorias de “homem” e “mulher” é um dos factos centrais do poder patriarcal e da sua dinâmica, no caso dos homens, a divisão crucial é entre masculinidade hegemônica e várias masculinidades subordinadas. Daqui segue-se que as masculinidades são construídas não só pelas relações do poder mas também pela sua inter-relação com a divisão do trabalho e com os padrões de ligação emocional. Por isso, na empiria, se verifica que a forma culturalmente exaltada de masculinidade só corresponde às características de um pequeno número de homens (2000:149).

Citando Connell, Vale de Almeida (2000) continua:

Connell não deixa de realçar que um dos traços importantes da masculinidade hegemônica, junto com a sua conexão com a dominação, é o facto de ser heterossexual (e o processo foucaultiano da passagem da noção de “luxúria” para a especificidade das “perversões” seria fundamental para a constituição histórica da hegemonia).

Como vimos, masculinidades hegemônicas são *necessariamente* heterossexuais e, outras masculinidades, como a dos homens homossexuais, subalternas, em busca da aceitação de sua condição de homem.

No entanto, apesar da forte adesão que o conceito de masculinidades hegemônicas teve e ainda possui, Connell (2005) afirma que o termo masculinidades hegemônicas gerou e tem gerado as mais diversas críticas, mesmo com a fluidez atribuída a ele pela autora. Connell e Messerschmidt (2005), em face das varias criticas recebidas se propõem a repensar tal conceito. Segundo os autores:

Nós pensamos que as críticas têm corretamente apontado para as ambiguidades no seu uso. É desejável eliminar qualquer uso de masculinidade hegemônica como um modelo fixo, trans-histórico. Esse uso viola a historicidade do gênero e ignora a massiva evidência de mudança nas definições sociais da masculinidade. Mas, em outros aspectos, pode ser importante reconhecer a ambiguidade nos processos de gênero como um mecanismo de hegemonia. Considere como uma definição idealizada de masculinidade é constituída nos processos sociais [...] Assim, masculinidades hegemônicas podem ser constructos que não correspondam de perto às vidas de qualquer homem atual. Ainda assim estes modelos expressam, de vários modos, ideais, fantasias e desejos generalizados. Eles fornecem modelos de relações com mulheres e soluções para os problemas das relações de gênero. Além disso, eles articulam-se livremente com a constituição prática de masculinidade como modos de vida cotidianos em circunstâncias locais (tradução nossa).

Em outras palavras, os autores propõe o uso de masculinidades hegemônicas como um *mecanismo simbólico*, pois pode não ser representativo da vida de *qualquer homem atual*, mas *regulador* das relações de gênero e entre os homens, também para se detectar a dominação de um grupo de homens por outro, enfim, um mecanismo regulador das *masculinidades*. Estes grupos podem ser, por exemplo, de estudantes ou de trabalhadores, fartamente citados no artigo de Connell e Messerschmidt (2005). Ao reverem o conceito de masculinidades hegemônicas, estas passam a ser entendidas, segundo os autores, como *mecanismos* de relacionamento entre homens. De qualquer modo, o importante a pontuar aqui é a centralidade do conceito *hegemônico* nos estudos da masculinidade, na constituição das *diferentes* masculinidades, e as relações de poder

entre homens, ou, dito de outro modo, a dominação de um grupo de homens sobre outro.

Para Kimmel (1998) existiria um modelo ideal de masculinidade, representado pelo homem branco, de classe média, vencedor em sua vida particular e em algum esporte, e, principalmente heterossexual. Tal modelo ideal é chamado de hegemônico. As outras masculinidades manifestam-se, especialmente, nos homens homossexuais que estão em constante disputa e tentativa de chegar àquele modelo. Segundo suas palavras:

Em primeiro lugar, pressuponho que entendemos que as masculinidades são socialmente construídas e não propriedade de algum tipo de essência eterna ou mítica, tampouco biológica. Pressuponho que masculinidades (1) variam de cultura a cultura, (2) variam em qualquer cultura no transcorrer de um certo período de tempo, (3) variam em qualquer cultura através de um conjunto de outras variáveis, outros lugares potenciais de identidade e (4) variam no decorrer da vida de qualquer homem individual. Em segundo lugar, entendo que as masculinidades são construídas simultaneamente em dois campos inter-relacionados de relações de poder - nas relações de homens com mulheres (desigualdade de gênero) e nas relações de homens com outros homens (desigualdades baseadas em raça, etnicidade, sexualidade, idade, etc.). Assim, dois dos elementos constitutivos na construção social de masculinidades são o sexismo e a homofobia (KIMMEL, 1998:105).

Para Kimmel (1998, 2001), sexismo e homofobia constituem as masculinidades. Em outras palavras, não é possível ser homem sem ser homofóbico e sexista, ou seja, sem afastar de si, a qualquer custo, e especialmente, desejos sexuais por outros homens. Ainda, é necessária a exclusão do feminino, de atitudes sexistas, excludentes. Para este autor, as masculinidades têm o privilégio da invisibilidade, ou seja: “É um luxo que somente pessoas brancas em nossa sociedade não pensem sobre raça a cada minuto de suas vidas. É um luxo que somente homens em nossa sociedade façam de conta que o gênero não importa” (1998:105-106). Deste modo, o homem “não precisa se preocupar com o gênero e outros homens”, pois ele *é superior*; se for branco e heterossexual, duplamente *superior*. Em outras palavras, a masculinidade hegemônica é branca, heterossexual, de classe média e pressupõe ainda, homens vencedores em alguns setores da vida como esportes os trabalho e, acima de tudo, é homofóbica, pois é construída em oposição a homossexualidade.

Segundo Connell (1992:736) a homossexualidade é vista como a negação da masculinidade, pois os homens homossexuais seriam afeminados. Para ela, dado que a suposição de antagonismo em relação aos homens homossexuais pode ser usada para

definir as masculinidades, presume-se que, para se ser um homem atualmente, tem de ser homofóbico ou hostil com pessoas homossexuais e, em especial com os homens gays. Ainda segundo a autora: “A masculinidade heterossexual não é anterior a homofobia, mas foi, historicamente produzida com ela” (CONNELL,1992:736).

Para Connell (2005:52-53) é no corpo que se situam as marcas e o destino das masculinidades. Segundo a autora:

Um repensar pode dar início ao reconhecer que, em nossa cultura, ao menos, o sentido físico de masculinidade e feminilidade é central para a interpretação cultural do gênero. O gênero masculino é (entre outras coisas) um certo sentir da pele, certas formas e tensões musculares, certas posturas e modos de movimentação, certas possibilidades no sexo. A experiência corporal é frequentemente central nas memórias de nossas próprias vidas, e assim nossa compreensão de quem e o que somos (tradução nossa).

Adiante a autora afirma:

O corpo, eu poderia concluir, é inescapável na construção da masculinidade; mas o que é inescapável não é fixo. Os processos corpóreos entram nos processos sociais, tornam-se parte da história (tanto pessoal como coletiva) e um possível objeto político. Ainda, não estamos trazendo de volta a ideia de corpos como paisagem. Eles têm várias formas recalcitrantes para o controle e o simbolismo social.(CONNELL, 2005:56; tradução nossa).

Pode-se sugerir que as afirmações de Connell (2005) são “um fácil retorno à materialidade dos corpos”, como diz Butler (2005), ou seja, o corpo ou, no caso, o sexo biológico acaba por vincular o gênero e os significados culturais associados àquele gênero ao sexo biológico. Deste modo, mantém-se a heteronormatividade. Em outras palavras, por mais que Connell em *Masculinities* (2005) diga que as masculinidades estão em constante tensão, negociação, que masculinidades hegemônicas são dependentes da época histórica, da cultura, de grupos, e que a hegemonia muda de lado, é o *corpo* ou a anatomia dos indivíduos que os define como masculinos. Assim, a categoria *homem* torna-se estável - relacional, mas estável - e teria como conteúdo a anatomia.

Mas em *The men and boys* (2000:12), Connell reformula sua posição sobre ser o corpo o elemento central para a constituição das masculinidades. Segundo ela, as “masculinidades não são produzidas nos nossos genes” e “nem são anteriores às relações sociais”. Dito de outro modo, a autora mantém sua posição quanto às

masculinidades serem relacionais, sociais e dependentes da época histórica na qual estão inseridas.

Adiante a autora retoma a questão dos corpos e sua relação com as masculinidades. Em *Masculinities*, Connell (2005:53), com a primeira edição em 1995, diz que são as sensações corporais que tornam os indivíduos homens ou mulheres, sensação como ejacular, sentir o prazer dado a uma garota pela primeira vez. Em *The men and boys* (2000:29), a autora afirma que a masculinidade:

[...] é necessariamente uma construção social. Masculinidade *refere-se a* corpos masculinos (às vezes, diretamente, às vezes, simbólica e indiretamente), mas não é *determinada* pela biologia do sexo masculino. É, portanto, perfeitamente lógico se falar de mulheres masculinas ou masculinidade na vida de mulheres bem como masculinidades na vida dos homens (destaques da autora, tradução nossa).

Para Connell (2000), o *corpo* passa a ser, então, um objeto simbólico, podendo assim ser construído socialmente, nas relações com os outros, ou seja, os *corpos são, então, relacionais e contingentes*. Os corpos continuam presentes, pois as pessoas se referem a corpos masculinos, o que sai da cena, aparentemente para Connell, em *The men and boys*, é a *biologia masculina*; em outras palavras, deixam de ser importantes para a constituição das masculinidades a ejaculação ou o prazer relatado por outros homens, em função da ação de penetrar. No entanto a biologia que se torna representacional, ressurge no discurso da autora de forma inesperada, pois, segundo Connell (2000) o *processo social de gênero inclui o parto e o cuidado com a criança*. Está dada aí a essência biológica dos corpos. Vejamos as palavras da autora sobre este ponto:

Através de práticas do corpo-reflexivo, os corpos são abordados pelo processo social e se movem dentro da história, sem deixar de serem corpos. Eles não se transformam em símbolos, sinais ou posições no discurso. Sua materialidade (incluindo capacidades materiais para engravidar, para dar à luz, para produzir leite, para menstruar, para abrir, para penetrar, para ejacular) não é apagada, ela continua matéria. O processo *social* de gênero inclui o parto e o cuidado com a criança, a juventude e o envelhecimento, os prazeres do esporte e do sexo, trabalho, ofensa, morte em função da aids e o esforço para viver com aids (2005:27; destaque da autora, tradução nossa).

As afirmações de Connell (2000) insistem na materialidade dos corpos. A autora busca apoio na biologia para sustentar sua argumentação teórica. Se, por exemplo, o corpo de uma mulher passa a ser *simbolizado* como masculino, pois é como um homem

que esta mulher produz sua subjetividade, este corpo *não é* biologicamente masculino nem poderia ser, pois, segundo a autora “não são apagadas as sensações da menstruação, ejaculação, penetração”. Pode-se sugerir que, para Connell (2000), existiria uma espécie de *impressão*, no sentido de estar *inscrito* na memória das pessoas o sexo biológico desde o nascimento; deste modo, a biologia persiste como definidora do sexo. Ela se torna, por assim dizer, a-histórica.

Mas seguindo Butler (2005), este corpo é discursivamente materializado *como sendo de um homem*. Um processo de materialização que regula as relações de poder entre os gêneros e suas assimetrias. Neste sentido, pode-se afirmar que para Butler (2005) a divisão sexuada dos corpos não está posta de saída, desde o nascimento.

Já para Connell (2000), ele não perde a sua materialidade *original* como corpo feminino, a não ser através de modificações cirúrgicas. Mesmo mudando algumas posições teóricas, pode-se afirmar que, para Connell (2000), a divisão sexual está dada. É imutável. Em outras palavras, a autora mantém o binarismo de gênero, mas de uma perspectiva culturalista.

Apesar de considerar as proposições de Connell um avanço nos estudos sobre homens e masculinidades, não concordo com a posição da autora sobre os corpos e suas funções biológicas como se apresenta colocada acima. Pode-se deduzir que, para ela, o corpo surge como um corpo *estável*, que, mesmo estando ligado à historicidade, não perde suas funções biológicas. Em outras palavras, Connell (2000) *não desvincula* gênero da biologia e mantém a biologia do corpo como a-histórica e com as mesmas funções em qualquer época e cultura. Ou seja, já se nasce dentro de uma ordem do gênero, não de forma discursiva, mas de maneira biologicista.

A autora *não questiona* a produção desses corpos que continuam sendo o *lócus* da construção da masculinidade, mesmo que a biologia deixasse de ter um papel fundamental ou qualquer papel nessa construção. A autora não se refere, em nenhum momento, por exemplo, ao corpo negro, e fala em heterossexualidade e homossexualidade, sempre tendo como referência os corpos e as práticas de gênero ligadas às masculinidades e feminilidades:

A reprodução biológica não causa, ou sequer fornece um modelo para o gênero como prática. Por exemplo, *a sexualidade lésbica e gay são práticas generificadas tanto como a heterossexualidade o é - elas são sexualidades organizadas com referência a corpos femininos e corpos masculinos*, respectivamente, como parceiros. Também é familiar que as diferenciações de gênero que ocorrem não tenham a mínima conexão com a reprodução. Por exemplo, os rudes códigos de

gênero dos jogos do computador. A conexão com a arena reprodutiva é sempre social, uma questão da organização das relações sociais. (p. 27, tradução nossa, destaques nossos).

Nesta lógica, o que de fato importa para a autora é a reprodução social. Em outras palavras, de fato, Connell não tem como referência o determinismo biológico, mas sim o determinismo social, pois a referência para se pensar masculinidades e feminilidades são os corpos socialmente sexuados, tidos como masculinos ou femininos, que *estruturam* as relações de gênero e mesmo as relações sociais mais amplas.

Assim, é aceitável a sexualidade homossexual, masculina e feminina, desde que ela se encaixe nos padrões de gênero socialmente aceitáveis para o masculino ou para o feminino. Por exemplo, em nenhum momento, em seu texto, Connell fala de travestis, transexuais ou mesmo bissexuais. Nem mesmo do homem, homossexual ou não, que é tido socialmente como afeminado. O padrão binário de gênero, que determina o modelo teórico de Connell, não comporta estas definições, pois tal modelo atrela sutilmente o gênero à sexualidade. O trabalho de Connell (1992) mostra, com clareza, a adaptação aos padrões de gênero de homens homossexuais que abandonam a pecha de afeminados para se vincularem ao homossexual mais masculino.

Com apoio em Butler (2003, 2005) e Preciado (2000, 2009), gostaríamos de deixar claro neste ponto que, *também para nós, é nos corpos que se inscrevem* masculinidades e feminilidades. Afirmamos que o ponto não é *negar* a materialidade dos corpos, posto que isso não é possível e é uma irrealidade, também não negamos sua construção, também não estamos certos de que as sensações de menstruar, ejacular, penetrar, e tantas outras ligadas à corpos femininos e masculinos, permanecem na memória; mas, sim, saber a quais políticas e a qual materialidade tais corpos se referem. Gostaríamos de avançar no sentido da compreensão de como, porquê e para quem estes corpos são construídos para que possamos por em marcha um projeto de *desconstrução* e da *ligação* entre corpos e masculinidades ou feminilidades, posto que, como nos disse Butler (2003b,2005) não é o sexo biológico, anterior ao discurso que nos inscreve em uma ordem do gênero, mas sim, a prática discursiva que nesta ordem nos insere. Assim, cabe perguntar: Quais corpos devem se materializar e quais não devem?

O termo *masculinidades hegemônicas* vinculado a esta concepção de corpos estabilizado pela biologia acaba por tornar o conceito de *hegemonia* não como algo fluído e em constantes negociações pelo poder entre grupos que em um dado momento

são hegemônicos e, em outros, são subalternos. Assim, gerou e tem gerado as mais diversas críticas, vindas especialmente dos estudos de gênero. Sua utilização acaba por pressupor, mesmo com a fluidez atribuída a ele por Connell (2005), que homens são homens em qualquer época histórica e em qualquer cultura, dominam a cena cultural, sob quaisquer circunstâncias; enfim, não é necessário se explicar a categoria homem. E este homem superior e universal, teria o direito, inclusive, de dominar outros homens tidos como inferiores, como os homens homossexuais.

Dito de outra maneira, o conceito *hegemonia* acaba sendo tomado pelos seus críticos com um sentido universalizante, que masculinidades hegemônicas teriam como pressuposto o homem europeu, branco, de classe média e com destaque em sua atividade profissional. Claro, este é *um modelo* hegemônico para a sociedade ocidental, e muitas vezes predominante, no entanto, em outros grupos, nesta mesma sociedade, surgem outros modelos hegemônicos e subalternos, distantes do tom de pele, do eurocentrismo e até da classe média. Como, por exemplo, o modelo *macho man* estudado por Cornwall e Lindsafarne (1996).

Para Cornwall e Lindsfarne (1996) *masculinidades* são *relacionais*, *contingentes*, construídas discursivamente em relação às mulheres e a outras formas de masculinidade. As autoras afirmam que *masculinidades* hegemônicas nunca dominam por completo masculinidades subalternas que estariam submetidas as formas hegemônicas. Para elas:

Versões hegemônicas da masculinidade organizam relações de desigualdade. Contudo, formas hegemônicas nunca são totalmente compreensivas, nem sempre controlam por completo as subordinadas. Há sempre algum espaço para as versões subordinadas de masculinidade- como alternativa de identidades generificadas que validam a autoestima e encorajam a resistência. (CORNWALL e LINDSFARNE, 1996:5)

Discutindo o termo *macho man* e as diferentes variações e significados que este adquire, desde sua origem na cultura latino-americana até sua adoção nos países anglo-saxões, as autoras afirmam que a aceitação de uma *masculinidade* hegemônica, universal, tem implicações políticas que acabam por essencializar formas de expressão do masculino e, aparentemente, manter sua suposta superioridade.

Segundo as autoras, a masculinidade hegemônica proposta por Connell (1992,2000,2005) tem como aporte teórico o construcionismo social; manteria a divisão sexuada dos corpos como algo biológico, portanto *natural*, já dado pela natureza. Ou

seja, a categoria *sexo* serviria como uma folha de papel em branco sobre a qual seriam construídas identidades de gênero e sexualidade, não superando, assim, o impasse, caro à antropologia, entre natureza e cultura, cabendo, à natureza, o sexo biológico, e à cultura, o gênero socialmente construído. Ainda, tal aceitação não levaria em conta outra discussão: como as relações de poder são forjadas dentro das diferentes expressões de masculinidades. Cornwall & Lindisfarne (1996:20) dizem:

[...] nosso interesse está na compreensão de como as relações de força e fraqueza são geradas e como, em qualquer campo particular, atribuições de masculinidade são assumidas ou impostas. No entanto, nós sugerimos que tais atribuições não são exclusivas nem permanentes. Em nenhum lugar há apenas um único sistema que define o sucesso e o fracasso das pessoas como sujeitos de gênero em termos absolutos ou duradouros (tradução nossa).

Assim, as autoras sugerem que *masculinidades* são relacionais entre si e com as mulheres; localizadas culturalmente; assimétricas, tanto nas relações estabelecidas com as mulheres como com outros homens. Sugerem, ainda, que estudos antropológicos levem em conta as diferentes formas de expressão das masculinidades entre si e em diferentes contextos culturais. Para as autoras, as masculinidades são *contingentes*:

[...] nós chamaremos de formas privilegiadas de masculinidade que mascaram como sendo ‘masculinidades hegemônicas’ unitárias. Tais construções dominantes determinam o padrão contra o qual outras masculinidades são definidas. Nós vamos nos referir a estas últimas, as masculinidades contingentes, como ‘variantes subordinadas’ (1996:20, tradução nossa).

Adiante as autoras enfatizam:

Reciprocamente, o corpo em si pode ser afetado pelo que está mapeado nele: assim, por exemplo, a inscrição de traços masculinos a corpos do sexo feminino pode ter uma variedade de implicações. No entanto, estas implicações não podem ser assumidas. É mais inteligente considerar estilos e maneiras de gênero, desejo e comportamento sexual como questões separadas. Então o que se torna instrutivo é a maneira com que diferentes tipos de corpos são valorizados [...] diferentes estilos de masculinidades podem ser *feitos* através de alterações deliberadas no corpo (CORNWALL & LINDSFARNE, 1996:38, tradução nossa, destaques das autoras)

Sobre *performances* de masculinidades, as autoras afirmam:

E nós devemos também lembrar que as masculinidades são *performatizadas* ou *ativadas* em configurações específicas: no ginásio da Grécia antiga, ou em

academias contemporâneas, jogando futebol em uma escola ou jogando basquete num clube de jovens no sul de Londres. Há dois pontos importantes aqui: primeiramente, o sexo não pode ser outorgado qualquer característica direta (referencial); e, em segundo lugar, embora em qualquer cenário particular pareceria haver uma relação contingente (indexada) entre indivíduos generificados e a sexualização dos corpos, esta relação não está em sentido algum fixada (CORNWALL & LINDSFARNE, 1996:38, tradução nossa, destaques das autoras)

Cornwall & Lindisfarne (1996:37) dizem:

Nós argumentamos que não há conexão “natural” nem necessária entre homens e a masculinidade. Contudo, isso não significa que este relacionamento seja completamente arbitrário. Em qualquer contexto, idiomas culturais e a história definem as categorias através das quais o gênero é incorporado (tradução nossa).

As autoras questionam as posições construcionistas sobre as masculinidades e feminilidades e posições biologicistas que dão o corpo como definidor e determinante dos gêneros.

Uma meta deste volume é romper as noções hegemônicas de diferença de gênero que enfraquecem [as relações de gênero]. As experiências diárias de desigualdade e acesso diferencial a fontes podem ser localizadas politicamente sem reintroduzir ideias de “pessoas inteiras” essencializadas e generificadas. Indivíduos incorporam muitas subjetividades diferentes. Embora discursos hegemônicos de masculinidade possam suprimir, eles nunca censuram totalmente, subjetividades contraditórias. Ao focar nas variantes subordinadas das masculinidades hegemônicas, nós desafiamos a autoridade das formações hegemônicas. (CORNWALL & LINDSFARNE, 1996: 45-46).

Levando-se em conta os autores acima citados, podemos afirmar que estamos diante de variantes subordinadas das masculinidades hegemônicas. Tomando-se que masculinidades hegemônicas são heterossexuais, brancas, das classes médias e homofóbicas.

Pensando-se nas relações que se estabelecem nas saunas de michê entre boys e clientes, no caso, todas variantes subordinadas, e seguindo Cornwall e Lindsfarne (1996), também, partindo-se de que tanto as masculinidades hegemônicas como suas variantes subordinadas são relacionais, contingentes e dependentes da cultura e dos locais aonde se encontram, sugiro que existem trocas entre masculinidades tidas como hegemônicas e suas variantes subordinadas nas saunas de michê. Friso, *nas saunas de michê* e que são em seus corpos que se inserem as relações de poder e de tensão entre masculinidades hegemônicas locais (nas saunas) e suas variantes subalternas.

Seguindo-se a análise de Cornwall e Lindsfarne (1996) sobre as variantes subordinadas das masculinidades hegemônicas e que masculinidades hegemônicas são também relacionais, contingentes, se inserem em uma época histórica e variam de cultura para cultura e, também, a fluidez atribuída por Connell e Messerschmidt (2005) ao termo hegemônico, retomamos aqui a análise dos boys *viciosos* e *profissionais*.

É possível dizer que enquanto se colocam como objetos do desejo dos clientes, os michês adquirem certa hegemonia sobre as masculinidades tidas como variantes subalternas destas, no caso os clientes. Mas, se os boys passam a praticar sexo entre eles, tornam-se então variantes subordinadas das masculinidades tidas, a partir deste ponto, como hegemônicas, os clientes.

Pois, se para praticar sexo com um “verdadeiro homem” o cliente tem de pagar a este “homem” se submetendo ao preço e condições ditadas pelo boy, pois este “homem verdadeiro” “não transa com outros homens, mas só por dinheiro”, demonstrando assim uma característica importante da heterossexualidade e com isto se tornando desejável a ponto de pagarem por uma relação sexual com ele; no momento em que o boy demonstra sua homossexualidade ou não cobra pelo sexo com o cliente, mostrando certo grau de afetividade e prazer para com este, ou com outros boys, o boy assume o lugar das masculinidades variantes dando a hegemonia masculina ao cliente, pois este é quem tem o dinheiro, passando assim, a ditar as regras da relação. Deste modo, o pagar para o boy não assume apenas a função simbólica da manutenção da heterossexualidade, mas também da manutenção de sua masculinidade hegemônica *dentro* das saunas.

Algumas vezes, durante a pesquisa, Marcos e Marcelo falaram de Lucas, um boy, como “vicioso, sem limites”, ou seja, que pratica sexo com outros boys nas saunas e nos *dark-rooms* sem que estes sejam seus namorados ou paguem pelos serviços. Segue, logo abaixo, o depoimento de Lucas sobre o sexo nas saunas com outros boys. A fala de Lucas é importante, pois, parafraseando Néstor Perlongher, nela se encontra um dos “paradoxos deste estranho negócio” e também as tensões entre as variantes subalternas das masculinidades hegemônicas. Ou seja, apesar da veemente negação de Marcelo, de que, se os boys vão a esses lugares para venderem seus corpos em função de necessidades financeiras, e também para “confirmarem” suas “masculinidades hegemônicas”, vão também, pela resposta de Lucas, em busca de um parceiro.

Sim, rola namoro, rola sexo entre os boys dentro da sauna mesmo. Fora? Até agora com nenhum rolou. Não, mentira, já rolou coisa tipo devagar, telefona, não faz aqui, que é ruim. A gente transa no vestiário, é ruim que a gente pode pegar quarto, que é um absurdo. Imagina se a gente diz ali (na recepção): ‘dá um quarto que eu vou transar com o boy, mas eu vou pagar o quarto’. Imagina você pagando o quarto, que absurdo que é. Mas rola fora da sauna, rola no banheiro, rola no *dark-room*. Pra que tem o *dark-room* então? Eu tenho vontade de falar ali (na recepção): ‘tira essa placa pelo amor de Deus’; quem entra no *dark*, pra que beijar na boca abraçar e sair? *Dark-room* é pra transa, gente. É proibido transar no *dark-room*! O lugar é feito pra isso! No banheiro tem uma placa proibido transar no *dark-room* e no banheiro. No banheiro eu acho sensato, vamo combiná que o banheiro é pra você se lavar, se olhar no espelho, mijar, cagar, não é pra você transar. Pra isso tem os quartos, que é onde a gente transa, pra gente, pros boys<sup>48</sup>.

O lugar que incita ao desejo e à prática sexual, ao mesmo tempo, proíbe a manifestação dos mesmos. As relações existentes nas saunas são relações de poder, fortemente mediadas pelo dinheiro. No momento em que o boy transa com o outro boy, eles passam a serem encarados, imediatamente, por todos os frequentadores, boys e clientes, como um *novo cliente*. Como vimos, ele *ultrapassa* algumas fronteiras, as margens entre o sexo por prazer e o sexo pago, as hierarquias existentes entre as variantes subordinadas das masculinidades hegemônicas, enfim, ele *transgride* as regras do local. Ele passa a ter um novo papel. Este novo papel põe em xeque outros papéis na escala hierárquica. Este é o caso de Lucas para os boys da sauna.

Outro ponto de tensão das masculinidades entre boys é a *multa*. Thiago fala da *multa* na Rainbow. Logo que chegou a São Paulo, Thiago, que já trocava sexo pelo dinheiro há três anos, em seu estado natal, foi à Rainbow. Segundo ele, é uma sauna “muito badalada, todo mundo fala dela, então eu fui lá. Aí teve um boy que queria me dar uma multa”. Eu: “o que é *multa*? Explica melhor”.

Dentro da sauna a vapor o boy veio me pedir dinheiro, falou que eu era novo na casa, quis me dar uma multa, né. No caso, é o pedágio cobrado por boy de sauna”. Eu: Thiago: “Multa: se você é novo na rua de michê você não pode chegar na rua querendo falar: ‘eu vou ficar aqui’. Eles vão te bater. Você olha pra um boy que tá há cinco anos numa rua e falar eu vou ficar aqui, porque a rua é pública. Ele não vai entender isso, ele vai traduzir por ‘me bata, por favor’, entendeu? Ele vai querer papo, você, aí, vai dar pra conversar. Não adianta você dizer ‘eu conheço fulano, eu conheço beltrano, eu sou foda, porque eu sou o cara’, não! Você chega nele e fala ‘eu tô na mesma ‘*correria*<sup>49</sup> que você, eu preciso fazer isso, eu preciso disso, entendeu, eu tô chegando em você pra trocar ideia, eu quero trabalhar, eu sou do ramo, eu não tô aqui pra atrapalhar você’. Você paga a multa em dinheiro, porque

---

<sup>48</sup> Na Rainbow, havia uma placa, até o término desta pesquisa, que indicava ser proibido fazer sexo no *dark-room* e no banheiro. Essa placa se situava na entrada do banheiro superior, próximo ao *dark-room*.

<sup>49</sup> “*Correria*” é um termo êmico. Significa o ato de trocar sexo por dinheiro.

não é pouca coisa; se eu faturar numa boa, eu te dou mais uma fodinha pro teu lado, entendeu. Agora tem boy que chega, não troca ideia, e tem boy folgado que não pode ver boy novo. Você é novo aqui, sabe que os outros boys tá precisando da correria e vai lá pedir dinheiro, antes de você fazer os outros, ele diz: ‘eu quero o que é meu, se não você não trabalha aqui’, entendeu? Na Rainbow, ele veio fazer isso comigo, aí eu fiquei um pouco estressado com ele.

Ou seja, a *multa*, que é uma espécie de *taxa* existente entre os boys para a utilização do local e dos clientes, é aplicada a michês novos em um ambiente, na rua ou na sauna. Neste sentido, as saunas mostram uma dinâmica tensa que se estabelece entre os boys. Tomando-se ainda as variantes subalternas das masculinidades hegemônicas, podemos afirmar que a multa é cobrada pelo boy com mais tempo de casa, ou seja, mais tempo de casa significa, nestes espaços, *certa hegemonia* sobre os boys mais novos, sendo estes últimos, portanto *subalternos* dos mais velhos. Quando Thiago nos diz que “dá mais uma fodinha pro teu lado”, ou seja, se ele tiver vários clientes nesta e nas próximas noites, ele passará para o boy mais velho alguns clientes, ele explicitamente está dizendo que *paga* para este boy mais velho uma espécie de “pedágio” e de que *reconhece* a superioridade hierárquica deste. Um boy mais novo na sauna acaba se tornando atraente para os clientes. É uma novidade bastante disputada, como presenciamos algumas vezes. É esta novidade que o torna hierarquicamente, hegemônico, em relação aos outros boys, especialmente os mais velhos. A multa é a tentativa de reverter novamente as posições hegemônicas e subalternas existentes nestes locais do mercado do sexo.

### **3.2- As performances das masculinidades**

Os corpos jovens, com subjetividades controladas, quando circulam pelas saunas causam a impressão de um zigue-zague quase frenético; buscam seus espaços, seus códigos-territórios, nos termos de Perlongher (2008). A *escadinha* da Rainbow ou o circular de uma ponta a outra da Apolo ou, ainda, os chuveiros da Lovelly, mais do que espaços, são, para esses corpos jovens, como já dito, códigos- territórios. Indicam que este ou aquele corpo esta em busca de um cliente, de uma transa. Uma transa que significa uma *grana* que pode variar, dependendo da noite e do programa acertado, de R\$30,00 a mais de R\$200,00, embora a média seja, para um programa completo, que envolve penetração de um dos participantes, R\$50,00.

Esses corpos jovens procuram indicar mais do que a busca por um cliente; procuram mostrar certa masculinidade, uma disposição permanente para a prática sexual. Para tal disposição, valem-se de estimulantes sexuais, sendo o Pramil largamente utilizado nas saunas.

Os corpos mais envelhecidos situam-se em outros códigos-territórios existentes na sauna. Geralmente estão nas mesas dos salões, sentados no balcão do bar ou, ainda, assistindo à TV, sendo o *Jornal Nacional*, a novela das 9 horas e o futebol os líderes de audiência para esses corpos. Algumas vezes vão aos banheiros em busca de uma transa rápida e mais barata.

Também tem-se a impressão de que existem inúmeros casais intergeracionais, tal o tanto de afagos e afetos trocados entre clientes e boys. Inicialmente pode-se supor que, nas saunas, as fronteiras de raça, geração e classe foram ou são rompidas por causa da afetividade existente entre os seus frequentadores. Há um clima que beira o *romântico*. Será isso mesmo? Dorais (2005:17), em sua pesquisa sobre profissionais do sexo masculino, fala sobre uma *cena*, na qual estão envolvidos vários atores. Segundo o autor:

A prostituição masculina, tal qual outros tipos de trabalho sexual, pode ser conceitualizada como uma *mise en scène* de quatro grupos diferentes de atores. O primeiro grupo, os prostitutas, compartilham este estágio com um segundo grupo, seus clientes, a maioria deles, homens. A maioria vem só, mas alguns estão com amigos. O terceiro grupo abrange todos os empresários que circulam em torno desses dois grupos e lucram com suas interações sem participarem fisicamente delas [...] O quarto grupo consiste de indivíduos tais como legisladores, juizes e, especialmente, líderes de opinião cuja missão é produzir normas sociais e reforçá-las através de policiamento, prossecução, ou outras abordagens. São eles que determinam o que pode ser legalmente visto num show de strip-tease, que definem o termo “solicitação” para propostas legais, que determinam até que ponto lugares de prostituição de rua, clubes de strip-tease, e inclusive agências de acompanhantes serão observadas e seus clientes perturbados (tradução nossa).

Pode-se sugerir que o mesmo se dá na sauna. Uma *mise en scène* entre boys e clientes e os proprietários e gerentes, que lucram com tal interação, sem dela participar. Em outras palavras, aprofundando o olhar, observando e, claro, ouvindo, é possível descobrir que, se existe afeto e desejo entre cliente e boy, muitas cenas *românticas* observadas são *performances*, no sentido dado por Diaz-Benitez (2009), ou uma *mise en scène*, como observou Dorais. São *encenações* para se conquistar um cliente ou *seduzir* um boy.

Marcos relata sua forma de conquista de um cliente novo.

Eu sento na mesa com ele, escuto tudo o que ele diz, faço carão mostrando que to entendendo tudo. Aí eu vou passando a mão na perna dele, vou dizendo que ele é gostoso, que é sensível, grudo nele até a gente ir pro privê. Eu nem escuto o que ele fala, sabe, né? Eu finjo que escuto. O que me interessa é que ele saia comigo. Se não sair comigo sai com outro boy. Então você tem que conquistar, entre aspas, esse cliente. Se ele gostar vira fixo. E pra te ajudar tem o santo Pramil, olha meu, tem uns cliente aqui eu, pra mim, é só no desespero.

Renato:

Gozar com o cliente só se ele pagar. Não, não sinto prazer não. Nem ativo, nem passivo, não sinto nada. Se eu não for muito com ele e eu tiver que fazer ativo, penso: que bom que existe o Pramil, né? Se não é o comprimido não sobe, não sobe. Aí eu subo com ele pensando na namorada. Na hora de gozar eu dou uns gritos, finjo, digo que ele é o máximo, essas coisas. O cliente tem que sair feliz, né? É ele que tá pagando, né? Gozar a gente goza, mas ter prazer é outra coisa. Aqui a gente libera a danada da porra, só.

Lucas:

A gente anda a sauna toda, se masturbando, mostrando o tamanho do pau, um cliente te olha, sorri, você sorri pra ele, é uma cena, sabe? Uma cena. Você não tá nem um pouco a fim de sorri pro cara, brigou com o namorado, com pai, mãe, tá de mau humor, mas é teu trabalho, é dele que sai a grana da balada, da Ellus, das tuas coisas, aí você sorri. A gente faz cena até pros próprios boys. Tem muito boy aqui que tem namorado, casinho com cliente, transa homem, mas quando chega aqui, fala: ‘eu sou ativo, só faço ativo, essas coisas pra te dizer que é macho, e ainda diz: não curto homens’. Então porque tá aqui? É falso, muito falso.

Sr. Gabriel: “Se for um garoto novo, no calor da cerveja, da música, de tudo isso, eu digo fácil: ‘eu te amo’, logo de cara; pago mais do que ele pediu, o que eu quero é aquele garoto pra mim, só pra mim até conseguir. Depois de um tempo ele me cansa”.

Encenações que podem ser traduzidas como *performances* em que várias pessoas estão envolvidas, direta ou indiretamente. Neste sentido, as ideias de Diaz-Benitez (2009) são rentáveis para pensarmos sobre masculinidades e afetividades nas saunas de michê. A autora, em sua pesquisa sobre a pornografia no Brasil, discute o termo *performance* e suas implicações. Segundo Diaz-Benitez (2009:107): “Os objetos dos estudos da performance são múltiplos, incluindo gêneros estéticos como teatro, dança e música, mas sem a eles limitar-se”. Seguindo Schechner, a autora nos diz que *performances* compreendem também rituais humanos como cerimoniais, animais, sendo

seculares e sagrados. Ainda, representações e jogos, a vida cotidiana, seus papéis familiares, sociais e profissionais. Enfim não há limites fixos para este campo.

Comentando os estudos da *performance*, especialmente as proposições de Schechner, Diaz-Benitez (2009:107) diz que: “Estes estudos possuem como base teórica subjacente o pressuposto de que a repetição, ou atividades que se realizam de forma reiterada, é a marca característica da *performance*, tanto nas artes como em cerimônias, rituais, jogos e na vida cotidiana”. A autora faz uma crítica sobre esta abordagem teórica:

Esta afirmação pode criar a perigosa impressão de que “tudo é performance”, impressão esta que igualmente pode ser causada por outras disciplinas: política e ritual, por exemplo. Trata-se então de assumir um objeto de estudo a partir de uma perspectiva, em detrimento de outras - neste caso analisar o fazer - pornô *como performance* (*ibid.*:107).

Diaz-Benitez (2009:107) pergunta-se o que “seria exatamente uma *performance*?”. Segundo a autora, existem duas possibilidades teóricas para uma definição básica de *performance*.

De um lado, uma definição básica sustenta que a representação de um texto dramático é *performance*, e diversos estudiosos do teatro como de outras artes têm aderido a esta perspectiva. Richard Schechner é um dos exemplos proeminentes. Outro sentido do termo vai ao encontro do paradigma que linguistas e antropólogos usam desde os anos 1970 para estender a análise da linguagem à ação. Esta raiz remete especificamente a J.L. Austin (2003), que nos anos 1950 cunhou a expressão *performativa*, isto é, categorias da linguagem que não somente dizem, mas *fazem algo* (op. cit.:107, destaques da autora).

Diaz-Benitez (2009:108), concordando com as afirmações de Schechner, segue, em sua análise do pornô, as três estruturas propostas por esse autor: “*reunião* (tanto dos atores como do público), pela *representação* (interpretação do drama) e pela *dispersão* (dos espectadores que saem do estabelecimento e dos atores que entram em uma etapa de ‘esfriamento’ para ‘desincorporar’ a personagem)”. Para Schechner o ato *performativo* é um ato da representação. Em sua análise do pornô brasileiro, Diaz-Benitez chama as etapas propostas por Schechner de “preliminares, transa e consumação” (p.108).

Seguindo Diaz-Benitez (2009), podemos dizer que nas saunas, as etapas de uma *performance* são compostas de: *sedução, conquista e transa*. Os termos *sedução* e *conquista* são usados não por indicar uma conquista afetiva, mas sim para falar da *sedução* que ocorre entre os participantes, a partir do momento em que o boy se senta à mesa, usa seu discurso, que inclui carinhos e afagos, até chegar à *conquista* do cliente. Já a *transa* seria o último estágio dessa *performance*. Ela depende de quanto o boy consegue *seduzir* o cliente e também ela pode não ocorrer no mesmo dia, mas ser postergada para um futuro próximo. Neste último caso, o boy dá o número de seu celular para o cliente ou vice-versa e eles marcam novo encontro.

Outro aspecto importante para este texto volta-se para a questão da *performatividade* proposta por Bultler (2002, 2003, 2005), seguindo as afirmações de Austin e Derrida, sobre elocuições que, ao serem proferidas, também praticam uma ação.

Segundo a autora: “O poder que tem o discurso para realizar aquilo que nomeia está relacionado com a performatividade e, como consequência, converte-a em um âmbito no qual o poder atua *como* discurso” (2002:56, tradução nossa). Butler (2002:56) afirma:

Não é de todo correto dizer que a linguagem ou o discurso ‘atua’ ou ‘faz’, já que não está claro que a linguagem se tenha constituído como uma série de atos. Afinal de contas, esta descrição da linguagem como ‘ato’ não se pode manter através do tropo que estabeleceu o ‘ato’ como um acontecimento singular, pois resultará que o ‘ato’ se refere sempre a ‘atos’ anteriores e a uma reiteração dos mesmos que talvez possa ser descrita de uma maneira mais apropriada como uma cadeia de enunciados (destaques da autora, tradução nossa).

Butler (2002:56), analisando a citação do juiz em um casamento, quando este diz: *Eu os declaro...*, afirma:

Cabe destacar que não existe um poder entendido como sujeito que atue, mas sim, somente um atuar reiterado que é poder no tanto em que é persistente e instável. Não se trata de um “ato” singular e deliberado como da união do poder e do discurso que repete ou imita seus gestos discursivos. Assim, o juiz que autoriza e legitima a situação que enuncia (o chamaremos “ele” para assim representar um modelo de autoridade masculina) cita invariavelmente a lei que ele mesmo aplica (tradução nossa; destaques da autora).

Deste modo, constitui a ação do casar, mas “é a citação da norma que produz a ‘vontade’ do juiz e que estabelece a ‘prioridade’ da autoridade textual” (tradução nossa. Destaques da autora). Segundo a autora, não há um *eu* constituído anterior ao discurso,

um *eu* autônomo, dono de sua vontade, mas, sim, é a partir da citação da norma que o *eu* passa a existir, no instante mesmo em que o discurso o nomeia. É neste sentido que para Butler (2003b, 2005), não se nasce dentro de uma ordem de gênero em função do sexo biológico da criança, mas sim, *se é discursivamente inscrito* nesta ordem pelas palavras do médico. “É menino (a)”. Para a autora:

Paradoxalmente, a condição discursiva de reconhecimento social *precede e condiciona* a formação do sujeito: não se confere reconhecimento ao sujeito, mas este reconhecimento constrói o sujeito. Assim mesmo, a impossibilidade de reconhecer plenamente, a saber, de habitar em sua totalidade o nome que inaugura e ativa a própria identidade social implica na instabilidade e na insuficiência da formação do sujeito (2002:57, destaques da autora, tradução nossa).

Em outras palavras, não há algo como uma essência do sujeito, um *eu* constituído pré-discursivamente, mas sim, um *eu* que se constitui no discurso e que nunca se completa; sempre há algo que falta.

Segundo Austin (1975:38), “o proferimento performativo como aquela expressão linguística que não consiste, ou não consiste, apenas, em dizer algo, mas em fazer algo, não sendo um relato, verdadeiro ou falso, sobre alguma coisa”. Por exemplo, palavras como *namoro, é meu, sou homem*, são, ao nosso ver, palavras *performativas nas saunas de michê*, pois *fazem* a ação. As palavras ou expressões *namoro, namorar, é meu cliente*, por exemplo, são utilizadas com frequência pelos boys para indicar um cliente que é mais do que um cliente fixo, mas menos do que o namorado (a) fora da sauna. Elas fazem a ação do namorar *dentro* das saunas, mas não fora delas. Deste modo, o cliente passa da categoria de cliente fixo a namorado, ocasionando o ciúme do boy pelo cliente e vice e versa; enfim, elas constroem o ato. Mas sempre apontam para algo que não se fecha, uma fissura.

Segundo Butler (2002), é bom ressaltar que *tais atos, como namorar ou ser homem*, não são atos singulares, mas *repetem* atos anteriores, uma repetição constante que busca dar estabilidade e inteligibilidade ao que é tido como masculino socialmente aceitável. Como afirma a autora, na citação acima, é o reconhecimento de tais discursos que constroem o sujeito. No caso, o michê tido como o *macho*. No entanto, como ressalta a autora e será visto adiante, a impossibilidade de um reconhecimento absoluto, “o nome e a própria identidade social, implica na instabilidade e na insuficiência do sujeito”. (Butler, 2002; tradução nossa)

Ou, nos termos de Derrida (1991:25-26), são signos linguísticos, citados e postos entre aspas pelos boys, pois o signo *cliente* também é signo *namorado*, uma *duplicidade* que acaba engendrando novos contextos e que não se tornam saturados de uma oposição, por exemplo, namoro/não namoro, meu/seu.

Todo signo, linguístico ou não-linguístico, falado ou escrito (no sentido corrente dessa oposição), em pequena ou grande escala, pode ser *citado*, posto entre aspas; por isso ele pode romper com todo contexto dado, engendrar ao infinito novos contextos, de modo absolutamente não-saturável. Isso supõe não que a marca valha fora do contexto mas, ao contrário, que só existem contextos sem nenhum centro absoluto de ancoragem. Essa citacionalidade, essa duplicação ou duplicidade, essa iterabilidade de marca não é um acidente ou uma anomalia, é aquilo (normal/anormal) sem o que uma marca já não poderia sequer ter funcionamento dito “normal”. Que seria de uma marca que não se pudesse citar? E cuja origem não pudesse ser perdida no meio do caminho? (destaques do autor)

Deste modo, a *performatividade* proposta por Butler, é a crítica da autora feita às repetidas reiteraões das normas através dos discursos, falados ou não. Tais reiteraões discursivas acabam por *naturalizar* ou tentar *naturalizar* as *performances* de gênero. Ainda segundo a autora tais *performances* excluem ou tentam excluir o que não faz parte da norma, deixando deste modo, brechas, aonde o que é excluído pode se manifestar. Portanto, o que está nas margens dos discursos das normas é também o que o constitui, o excluído.

Situando tal aporte teórico no âmbito desta pesquisa, estão os corpos bem torneados dos michês, seus pênis em constante ereção, que podem ser lidos como *práticas discursivas performativas* que tentam estabelecer a normalidade das masculinidades, ou seja, *eu sou o homem que vai te penetrar*. Mas, são estes mesmos corpos que produzem discursivamente os corpos excluídos, os corpos dos clientes e boys envelhecidos, negros, afeminados e as masculinidades que não se situam em corpos com uma biologia tida como masculina.

### **3.3- Os corpos jovens dos michês e suas representações das masculinidades**

Quando nos deparamos com os corpos dos michês nas saunas, no seu andar pela sauna ou mesmo quando estão sentados com seus clientes, percebemos corpos bem trabalhados, bem torneados. Barriga definida, músculos que se sobressaem, mas sem se os contornos comuns em halterofilistas, ou seja, destaques excessivos dos bíceps e tórax, os corpos dos michês são, ao olhar mais atento, proporcionais aos obtidos nas

academias de musculação. Barbas sempre feitas e não se notam pelos pelo tórax, apenas nas pernas, enfim corpos que lembram muito os corpos da chamada “geração saúde”. Digamos que “esbanjam saúde”.

Estes corpos geralmente apresentam tatuagens nos braços e/ou pernas, tatuagens de diferentes tipos: algumas com nomes de mulheres, mãe ou namorada, outras com ideogramas chineses, outras ainda mostram dragões ou lutas; também apresentam correntes grossas, sempre prateadas em volta do pescoço; bonés das mais diferentes marcas e tipos também são comuns em suas cabeças. Junto com estes corpos viris, outros, também viris, aparentam menos idade. Eles pouco diferem dos primeiros, quanto às tatuagens, adornos e bonés, mas aparentam menos idade, são mais franzinos, mais magros e com menos músculos. Não é comum entre estes corpos gestos ou trejeitos que seriam socialmente tidos como não masculinos ou femininos. São corpos que tentam acentuar as masculinidades hegemônicas e suas variantes subalternas.

Como vimos, segundo Marcos, correntes e boné são trajes obrigatórios para os boys, uma codificação através da roupa e seus adornos. Marcos nos fala sobre seu corpo quando se olha no espelho de um privê na sauna: “Meu, eu adoro me olhar no espelho do privê. Eu quase gozo com meu corpo”. Podemos afirmar que o michê tem fascinação pelo seu corpo que passa a ser para ele, não apenas instrumento de trabalho, mas também de prazer. É a geração do culto ao corpo, da academia.

Goldenberg (2007:15-16) afirma: “o corpo é, na verdade, ‘naturalmente cultivado’, já que traz em si, inevitavelmente, as marcas de uma cultura”. A autora afirma, ainda, que “as atitudes corporais consideradas naturalmente ‘naturais’ são, na verdade, culturalmente ‘construídas’ ou ‘modeladas’” (destaques da autora). Goldenberg (2007:8) fala que, a partir do século XX, o corpo e seu culto ganham extraordinária “dimensão social”. O ideal estético, com suas normas e imagens, a criação de profissões e uma grande industrialização e comercialização de produtos voltados para se atingir ou manter esse ideal estético, “funda uma nova história para a beleza feminina e em menor grau para a masculina”.

A autora afirma que o corpo torna-se também capital e passa a receber grandes investimentos. Ter um corpo *em forma* significa ter sucesso pessoal e social, se “qualquer mulher ou homem se dedicar realmente a isso”. Passam a ser veiculadas novas noções sobre o corpo; uma delas seria que não existiriam corpos feios, disformes ou gordos, mas sim pessoas com pouca vontade de cuidar de sua aparência. Goldenberg (2007) diz que quanto mais se exige maior autonomia por parte das pessoas, maiores

são as exigências de um ideal de conformidade aos atuais modelos estéticos corporais. Segundo a autora, a existência de maior autonomia e liberdade quanto às exigências sexuais e/ou procriadoras submete o corpo, na contemporaneidade, a “coerções estéticas mais imperativas e geradores de ansiedade do que antigamente”.

Goldenberg (2007) deixa claro o atual *culto ao corpo*, surgido em meados dos anos 1980, o corpo *bem cuidado, bem trabalhado*, enfim, um corpo moldado pelas formas estéticas socialmente desejáveis. Mas esse corpo tem como modelo um corpo jovem, isento das marcas do envelhecimento. Ou seja, o corpo não está preso apenas a uma estética social de perfeição, mas também a uma estética *geracional* de perfeição.

Malysse (2007:94), em uma linha de raciocínio semelhante à de Goldenberg (2007), fala, em sua pesquisa, sobre os corpos cariocas moldados em academias:

As práticas de malhação têm um caráter sintomático em relação ao consenso corporal brasileiro em seus aspectos modais. Elas constituem o estereótipo ideal da aparência física em uma cultura de massa ao banalizar a noção de metamorfose, de uma transformação corporal normal, de uma simples manutenção do corpo: “Mude seu corpo, mude sua vida”, ou “Você pode ter o corpo que deseja”. A mídia apresenta o corpo como um objeto a ser reconstruído tanto em seus contornos quanto em seu gênero. Por meio de complexos mecanismos de incorporação de estereótipos corporais, o corpo se torna então uma superfície virtual, um terreno onde são cultivadas identidades sexuais e sociais. Saturado de estereótipos, ele aparece como um quadro inacabado e se transforma em imagem do corpo: o corpo torna-se um objeto de autoplastia.

Mira (2005:6), em seu artigo sobre o corpo, mostra que, a partir do século XIX, a educação física passa a ganhar importância para as classes sociais, especialmente para as classes médias. Nas palavras da autora: “[...] a modernidade faz surgir um novo projeto educacional, o do ensino universal e gratuito, conduzido pelo Estado, deslocando da família para a escola a tarefa de socialização das crianças”.

Celeste Mira avança a discussão sobre o corpo ao trazer a historicidade destes corpos ‘disciplinados’ e ‘cultuados’, e o novo projeto de estado trazido pela burguesia. Como diz Mira (2005:7), seguindo Foucault (1977, 1993), neste momento social o que “interessa é a disciplina”. Adiante, a autora afirma: “Este discurso [da disciplina] se fortalecerá ainda mais com os higienistas do século XIX, mas sofrerá a concorrência dos pedagogos que acabarão por inserir os exercícios corporais no campo escolar”.

Mira segue Michel Foucault (1977) sobre a disciplina dos corpos, sobre a importância do controle do corpo pelo estado. É em *Vigiar e punir* que Foucault mostra o quanto a disciplina dos corpos e seu controle pelo estado são importantes para o novo

projeto social que emerge com o estado burguês. É através do controle destes corpos *disciplinados, organizados* que irão avançar, segundo Foucault, concepções sobre *saúde mental, doença mental*, e o mais importante para esta pesquisa, emergem, com esse novo projeto social e o seu controle sobre os corpos, os discursos sobre a sexualidade, ou o dispositivo da sexualidade (Foucault, 1993).

Foucault (1993) questiona a *hipótese repressiva*, ou seja, o autor mostra que, ao contrário do que se imaginava e teorizava, mais do que *reprimir* a sexualidade, esses discursos se põem a *falar* de sexo, a explicitar o sexo e a sexualidade dos adultos e das crianças. Nunca se falou tanto sobre sexo como na era vitoriana. Masturbação, coito vaginal e anal, enfim, toda uma série de práticas sexuais estavam presentes cotidianamente nos discursos médicos, jurídicos e pedagógicos. Nasce a *educação sexual* para os alunos, mais um intuito de separar o *bom* sexo do *mau* sexo.

Foucault (1995:146-147) fala sobre o controle do corpo e seu reflexo na sexualidade:

Mas a sexualidade, tornando-se assim um objeto de preocupação e de análise, como alvo de vigilância e controle, produzia ao mesmo tempo a intensificação dos desejos de cada um por seu próprio corpo...

O corpo se tornou aquilo que está em jogo numa luta entre os filhos e os pais, entre a criança e as instâncias de controle. A revolta do corpo sexual é o contrafeito desta ofensiva. Como é que o poder responde? Através de uma exploração econômica (e talvez ideológica) da erotização, desde os produtos para bronzear até os filmes pornográficos... Como resposta à revolta do corpo, encontramos um novo investimento que não tem mais a forma de controle-repressão, mas de controle-estimulação: 'Fique nu... Mas seja magro, bonito, bronzeado!' a cada movimento de um dos adversários corresponde o movimento do outro (destaques do autor).

Marcos sobre a depilação:

Eu me depilo, saco, bunda, cú, tudo. Fica mais bonito, o cliente gosta mais e dá a impressão de que a gente tem menos idade. As pernas eu não depilo não, é coisa de viado. Mas não é só por isso, é higiênico. O cliente faz sexo oral na gente e sai com a boca cheia de pelos é ruim. Tem cliente que não se depila, é ruim. Se eu vou fazer sexo oral evito o saco.

Lucas:

Dói depilar o rabo, especialmente com cera quente, mas deixa a gente mais bonito, mais atraente e é higiênico. Não, não depilo as pernas não. Não é por nada, não é que eu vá ser menos homem, mas acho que fica feio homem de perna depilada e cliente não gosta de perna depilada. Ah! Eles dizem que perna depilada é coisa de mulher, não é de homem. Sabe, uma vez eu depilei as pernas, ficou legal. Foi só sair com o cliente pra ele perguntar se eu não era uma mulherzinha. Imagina! Quis olhar meu suvaco! (destaques do sujeito)

Renato: “Eu depilo peito, saco, mas a bunda não, não é legal, sei lá, não acho que pega bem. Depilo por que é higiênico, já pensou o cara te fazer sexo oral e sair com pentelhos? Minha mulher curte que eu me depile”.

Assim, quanto mais belo e jovem melhor, pois esses são os corpos buscados para o prazer sexual pelos clientes e por outros boys também, seja este sexo fugaz ou não. Deste modo, pode-se sugerir que ser jovem, nas saunas, representa ou pode representar um grande capital econômico e social para o garoto. Atendo-se aos corpos dos boys dir-se-ia que são bem torneados e bem trabalhados fisicamente; eles apresentam os requisitos do culto ao corpo, mas também o *controle* sobre seus corpos e questões ligadas às masculinidades.

A partir das falas acima, além dos corpos serem culturalmente construídos, também se pode deduzir que são construídos para serem inseridos nas práticas reguladoras e controladoras das sexualidades. Miskolci (2006:681) em seu artigo sobre corpos e identidade nos fala de corpos que encarnam “padrões de identidade”, que dão base e sustentam padrões ideais de sociedade. Corpos que são, nas palavras do autor: “depositário das ansiedades individuais sobre a possibilidade de adequação ao mundo”. Ainda segundo Miskolci (2006:682) o culto ao corpo da denominada “geração saúde” incita aos mais rigorosos controles corporais e a “um individualismo perverso, no qual cada um se torna o responsável pelo que é de forma que sua condição física é diretamente atribuída a sua disciplina”. Deste modo técnicas disciplinares são técnicas de assujeitamento porque “criam não apenas corpos padronizados, mas também subjetividades controladas”.

É interessante deter-se, agora, em pontos da história das saunas que são importantes para este culto ao corpo exercido pelo boy dentro da prostituição viril. A Rainbow é inaugurada em 1992, no ápice da geração saúde e traz, em seu interior, equipamentos de ginástica para a modelagem do corpo. Foi a primeira e até agora a única sauna em São Paulo a ter e se preocupar com esse tipo de equipamento, que é utilizado amplamente pelos boys. Logo essa sauna se tornou conhecida, segundo os informantes desta pesquisa, como a sauna dos garotos *bombados* e *bem cuidados* corporalmente. A entrada do fisiculturismo e do culto ao corpo na cena social tem seus reflexos nas saunas. Os donos da Rainbow, não deixam escapar tal situação e pensam a sauna como um lugar, segundo seu gerente, em que “os boys são saudáveis e bonitos”.

Os espaços internos passam a ter a função de *encorpar* o garoto para torná-lo mais atraente para o cliente. No limite, dir-se-ia que tal concepção começa a implantar certo *profissionalismo* nesses espaços. Como disseram o Sr. Américo e o Sr. Fausto, dois informantes desta pesquisa e dos mais antigos frequentadores das saunas, até meados dos anos 1990 não havia uma cobrança explícita por parte do garoto pelos serviços prestados. Com a entrada da Rainbow no mercado da prostituição, oferecendo uma *mercadoria* supostamente mais *atraente* para os clientes, muda-se o conceito de *ajuda* ao garoto e a cobrança começa a ser explícita por parte do boy, ou, dito de outro modo, se antes não havia uma espécie de *tabelamento* por parte dos garotos e o cliente dava quanto podia, a partir da Rainbow surge tal *tabela, ou determina-se quanto vale cada pedaço do corpo do boy*<sup>50</sup>. Este se vê como bonito, bem cuidado e sabe que está naquele espaço para exercer uma atividade profissional.

### 3.4- Os corpos envelhecidos nas saunas de michê

Mas, e o *coroa*? O *coroa*, conforme Simões (2004), também é objeto de desejo nas saunas, não apenas pelo seu capital cultural e/ou financeiro, mas também pelo seu corpo. Olhando mais detidamente, são notados os corpos que trazem as marcas do tempo, das alegrias e dores pelos quais passaram. Muitos desses corpos envelhecidos também estão nus, cobertos apenas por uma toalha. Quase não se nota a presença de cuecas ou sungas neles. Mas alguns desses corpos também apresentam-se vestidos. Geralmente uma calça *jeans* e uma camiseta, ambas de *grife*. Estas seriam as roupas dos clientes. Alguns vão à sauna de terno e gravata, pois saem de seus locais de trabalho e seguem direto para a sauna. Sua intenção é conquistar um garoto, mostrar que ainda são objeto de desejo, que a idade não os afastou do “mercado do sexo e da paquera”, parafraseando Simões (2004).

Gabriel, nos fala sobre a atração e o desejo que sente por homens mais velhos:

Eu não sei, eu acho que... olha, um psicólogo já me falou que isso é ausência de pai e mãe. Eu não acredito nisso (risos), eu acho que é fetiche mesmo. Não sei. Olha, a molecada não leva nada a sério, é só zoeira. Levar mais a sério que eu digo é num... as pessoas de mais idade, assim, têm mais responsabilidade em todos os sentidos

---

<sup>50</sup> Como já foi dito anteriormente, Perlongher (2008) aponta para a cobrança feita pelo garoto como uma maneira de ele evitar ser chamado de homossexual. O que quero ressaltar aqui é a importância do espaço para uma mudança de atitude do rapaz, não apenas no que diz respeito ao corpo, mas também à forma como ele passa a encarar a prostituição.

que você puder imaginar. São mais responsáveis do que as pessoas mais jovens, pensam nas coisas mais corretas, sabem o que é certo e o que é errado, e a molecada sabe o que é errado e muitas vezes praticam [o erro]. Então tem tudo isso. O homem mais velho, o corpo dá tesão, dá sim. Eu não sei dizer exatamente por que, né? Não tenho uma resposta pra isso. Não sei, acho que é fetiche meu mesmo.

Pode-se argumentar que existe algum grau de preconceito nas respostas de Gabriel sobre a suposta experiência de um homem mais velho quando comparado a um rapaz jovem. No entanto, ele também deixa claro sua admiração e desejo por esse homem. No depoimento de Rene sobre homens mais velhos, ele nos fala do início de sua vida sexual homoerótica com um homem mais velho. Também pode-se notar o mesmo preconceito de Gabriel sobre a experiência com homens mais velhos, mas também notamos o mesmo desejo, afeto e até admiração.

Rene: “Eu tinha treze anos e eu tive meu primeiro namorado. Namorado, inclusive eu fui casado com esse cara. Nós ficamos um ano e pouquinho, eu creio que um ano e dois meses mais ou menos; eu tinha treze e ele tinha vinte e sete”. Eu lhe pergunto se ele se apaixonou pelo rapaz. René:

Sim, sim. Como eu falei, sempre gostei de pessoas mais experientes, pessoas mais velhas. Quem me apresentou esse homem foi a mãe de uma amiga minha, mas não era pra namorar, porque teve um churrasco na casa dela, e acabou assim, que a gente começou a conversar, tal, fomos ficando durante uma semana. Depois ele me pediu em namoro, foi quando eu me assumi em casa e saí de casa.

Podemos notar pelos depoimentos dados que ser um *coroa* nas saunas e em outros espaços é ser também desejável, contrariando o preconceito social que atribui ao jovem grande poder de negociação relegando à velhice um lugar obscuro na sociedade atual.

O envelhecer, dentro da sociedade mais ampla, segundo Debert (1999:61), tem-se apoiado em dois debates teóricos. Para uma corrente, o envelhecer, após a meia idade, seria entrar em um período de decadência física e emocional. Para uma segunda corrente teórica, no entanto, os significados do envelhecer são retraduzidos e ganham novas significações, surgindo, assim, termos como nova juventude ou idade do lazer, e a aposentadoria deixa de ser uma fase em que a pessoa se fecha para o mundo e passa a ser um período de atividade e lazer.

Júlio Simões (2004:417), em uma atitude crítica às posições teóricas que veem na maturidade uma decadência biológica, diz, sobre as dificuldades de se ver diante das

limitações biológicas e aceitar a degeneração, que essas situações e experiências são ainda desafios-chaves para os seres humanos. Para Simões, a “obsessão com as formas corporais e a apresentação juvenil” que perpassa vários setores sociais, como a moda, maquiagens, cirurgias plásticas e as múltiplas técnicas para a manutenção do corpo como um corpo jovem, torna-se fator que dificulta a aceitação da degeneração corporal, natural com a idade.

O autor diz: “Certamente, a associação do envelhecimento com a morte tem muito a ver com a repulsa pela velhice”. Segundo ele, para além da associação da velhice com a morte, a rejeição a esse estágio da vida torna-se mais intensa com a possibilidade da perda de controles motores e habilidades cognitivas. (SIMÕES, 2004:417)

Sobre esse processo, Debert (1999:14) aponta que, mais do que a perda do controle corporal e cognitivo e as dependências advindas com essa fase da vida, que dá aos idosos uma identidade e é “responsável por um conjunto de imagens negativas associadas à velhice [...] tornou-se também um ponto de muita importância para a legitimação de direitos sociais, como a aposentadoria”. A autora prossegue dizendo que existe, na contemporaneidade, uma tendência para se rever os estereótipos vinculados à velhice e que a visão de que essa é uma fase de perdas e dependências está sendo substituída por “considerações de que estágios mais avançados da vida são propícios para novas conquistas”.

Como sublinha a autora, envelhecer, embora seja tido por alguns como um processo doloroso e de perdas, possibilita o surgimento do idoso como ator social e, atualmente, acompanha-se de um processo de rompimento desses estereótipos de perdas e dores com o surgimento de mercados voltados para essa fase da vida; o asilo passa a ser um novo espaço de convivência e surgem expressões como “a melhor idade”, e outras.

Júlio Simões (2004:418) comenta algumas pesquisas sobre curso de vida e envelhecimento para a população homossexual e propõe:

[...] situar e analisar dois movimentos articulados no percurso traçado por essas reflexões [sobre o envelhecer homossexual]: de um lado, o que assinala a centralidade do processo de “assumir-se” (*coming out*) na carreira do homossexual moderno, propondo variados modelos conceituais para sua análise e compreensão; de outro, o que se vale das noções renovadas de “curso de vida” (*life course*) e coortes geracionais, para afirmar a importância do vínculo entre as mudanças ao longo da vida e os significados socialmente compartilhados que grupos etários específicos atribuem a tais mudanças, de modo a ressaltar transformações

históricas e culturais dos padrões do desenvolvimento humano e da vida adulta, que sinalizariam novas experiências de maturidade e envelhecimento.

Não é interesse central para este texto a discussão dos processos teóricos em curso sobre o envelhecimento dentro da população masculina com práticas homoeróticas apontadas por Júlio Simões. A citação fez-se necessária para situar o leitor deste texto sobre as arenas de debate em torno do tema. Assim, inclinamo-nos para as análises que consideram o curso de vida, por julgar que é importante que se levem em conta transformações históricas, culturais e as práticas discursivas que as acompanham, padrões de desenvolvimento, experiências compartilhadas por um grupo comum, no caso, homens que envelhecem, podendo ou não manterem práticas homoeróticas, e as dificuldades de cada corpo nesse processo. Ainda, segundo Simões (2004:423):

O paradigma do curso de vida se coloca como tendência alternativa voltada para o reconhecimento de que qualquer ponto da trajetória de vida precisa ser analisado de uma perspectiva dinâmica, como consequência de experiências passadas e expectativas futuras, e de uma integração entre os motivos pessoais e os limites do contexto social e cultural correspondente.

Em outras palavras, a vida é dinâmica, fluida, descontínua, essencialmente ligada aos processos culturais e sociais que a constituem e por ela são constituídos. Ainda em seu artigo, Simões (2004:419) cita uma das primeiras pesquisas dentro deste tema, realizada por John Gagnon e William Simon na década de setenta. Simões diz que, para estes autores, homens homossexuais “teriam menos recursos para enfrentar a crise do envelhecimento”. Para Gagnon e Simon, o início do declínio desses homens iniciar-se-ia por volta dos trinta e cinco anos, mais tardiamente aos 40. Para Gagnon e Simon, citados por Simões (2004), nesta idade começaria o declínio da atividade e da atração sexual, o que geraria tensões entre um estilo de vida homossexual que teria como centro a sexualidade. Ainda, para os autores, o estilo de vida menos centrado na sexualidade trariam para o heterossexual menos problemas, pois filhos, esposas e carreiras dariam uma visão mais positiva do futuro e a esposa que daria maior disponibilidade sexual para o homem heterossexual, no declínio de sua atividade sexual.

Nota-se nas palavras de Gagnon e Simon um reflexo de dois preconceitos sociais que atuam ainda hoje: 1) em relação ao envelhecimento. Um corpo que, para Gagnon e Simon, aos 40 anos, que perderia vigor e potência sexual. Se existe um declínio corporal

e da potência para algumas pessoas com mais de 55 anos, com a introdução do Viagra e outros estimulantes sexuais e academias e o culto ao corpo, como vimos, seria, também para esta população com mais idade, uma solução para questões como perda de vitalidade, do apetite sexual e aumento da massa de gordura. 2) a população homossexual, nas palavras de Gagnon e Simon, viveria, após os 40 anos, sozinha, sem um companheiro que pudesse satisfazer seus desejos sexuais. Neste ponto surge a fala, ao nosso ver, preconceituosa, de que homens homossexuais vivem boa parte de suas vidas voltados para o sexo sem planejamento de carreira, família, etc. A atualidade tem desmentido esta versão da homossexualidade sistematicamente.

Para Simões (2004:417-418), se existe certa “preferência pela juventude e uma antipatia pela velhice” na contemporaneidade, tal preferência e antipatia atingiriam seu ponto culminante em ambientes homossexuais das grandes metrópoles. Segundo o autor, na cena homossexual, fortemente marcada pelo “hedonismo complacente” e com um exagerado culto ao corpo, por meio do qual se valorizam formas estéticas perfeitas, pois seriam tais atributos capazes de suscitar atenção e desejo, “não haveria lugar para pessoas de mais idade”, em função dos estereótipos associados a essa fase da vida. Deste modo, só sobraria, ao homossexual mais idoso, pagar pelo sexo, perigoso e fugaz.

O autor aponta criticamente os estereótipos sociais em torno da velhice e da homossexualidade e se pergunta se “é mesmo deste modo”. Ou seja, homens homossexuais vivem em função do hedonismo e da juventude, da prática sexual e de seus atrativos corporais, tentando satisfazer ao máximo seus desejos. Júlio Simões não concorda com tal posição sobre a velhice nem sobre a homossexualidade. Adiante, o autor diz:

Solidão, isolamento, depressão e perturbações psicológicas crescentes comporiam, assim, o destino dos homens homossexuais, desde a meia-idade precoce até a velhice e seu amargo fim. Oscilando entre a imagem da “tia velha”-exageradamente afeminado, desprovido de atrativos e meio gagá - e a do “velho tarado” – capaz de atacar subitamente qualquer jovem incauto - os homens homossexuais idosos representariam uma das formas mais salientes de alteridade abjeta e excluída dentro da própria experiência moderna e “positiva” da homossexualidade masculina visível (SIMÕES,2004:419).

Simões (2004), questionando tais concepções de envelhecimento dentro da cultura gay, afirma que essas concepções acabam por reforçar valores hegemônicos da heterossexualidade compulsória, pois “reconstroem os estereótipos e estigmas da decadência corporal, cognitiva e moral, que sublinham as perdas, o desengajamento, o

sofrimento e o abandono como componentes inevitáveis do drama da velhice” (2004:419).

Como vimos nos depoimentos de Gabriel e Rene, entre outros informantes michês desta pesquisa, não é apenas o corpo mais envelhecido que é atraente para os boys, mas associada a esta fase da vida, para estes boys estão maturidade, compreensão, “levar as coisas a sério”, enfim, características que somente são atingidas após os 40 anos. Mesmo considerando que tais associações, feitas pelos michês, possam ser preconceituosas por atribuírem aos mais velhos qualidades que nem sempre são percebidas em função apenas da idade, o homossexual com mais de cinquenta anos, podemos afirmar, *tem espaço* no mercado do sexo e da paquera *justamente* em função de sua idade e não um declínio como apontam Gagnon e Simon.

### **3.5- Em preto e branco: as cores das saunas...**

Esta sessão inicia com uma nota do diário de campo, uma vez que ela explicita uma das questões mais tensas das saunas e que apenas se tornou mais clara a partir das entrevistas em profundidade com os michês e clientes. Disse, em outro lugar, Santos (2007), e o início da descrição das saunas reafirma, que estas são espaços amplos, francamente iluminados e que se tem uma visão bastante boa do que acontece em seu interior. É comum poder observar, como já dito, clientes e boys em longas conversas nas mesas, falando animadamente, jogando cartas em animadas partidas de truco ou dominó, enfim confraternizando. Mas, olhando-se atentamente percebe-se que os clientes, em sua maioria, são de pele clara.

*Hoje não vai acontecer nada. Já estou sentado aqui há mais de uma hora. Mas esta cena me intriga. Uma mesa com quatro clientes negros, de toalhas sem que nenhum boy fosse até eles. Vou dar mais um tempo observando* (nota de 15/04/08).

Esta cena durou mais ou menos três horas. Nenhum boy, de pele escura ou clara, foi até eles, o que na Apolo não é comum. Como já dito anteriormente, na Apolo faz-se a “linha namoro com o cliente”, ou seja, os boys vão até as mesas para abordar os clientes. Isso serviu para chamar minha atenção sobre as discriminações nas saunas de michê. Tal situação traz a cor como um importante marcador de diferença também nas saunas. Surgiram algumas que até então não haviam sido formuladas. Como seria, para os boys, fazerem sexo com clientes negros? Para clientes negros, com boys brancos? E

mesmo para boys negros, com clientes negros? Enfim, como seria a questão do desejo, levando-se em conta o fator cor?

Começo com observações feitas por mim a partir da cena descrita acima. Em 28/05/08, quando retornei às saunas, fui à Rainbow. Nota do diário de campo: *A Rainbow é 'branca'! Não se vê clientes negros nesta sauna. Aliás quase não se vê clientes negros nem Apolo e nem na Rainbow. Os boys negros na Apolo são mais comuns, na Rainbow são exceção.* O que se observa, com relação ao tom de pele dos clientes, nas três saunas, é uma maior frequência de negros na Lovely, de alguns na Apolo e de um ou outro na Rainbow. Ou seja, olhando-se para o salão central, das três saunas, o que se nota é uma maior incidência de clientes com a pele clara. E os boys? O fenômeno se repete. Uma maior quantidade de michês com a pele escura na Lovely e na Apolo; já, na Rainbow, o índice dessa frequência é bastante baixo.

Perlongher (2008) depara-se com o mesmo fenômeno na prostituição masculina exercida nas ruas. O autor traz reflexões importantes sobre esse ponto. Segundo o autor:

As discriminações de cor costumam aparecer soterradas e mascaradas nos rituais sociais brasileiros. O negócio do michê não é uma exceção neste 'pudor', que foi delicado descortinar. A discriminação por cor perpassa todas as outras classificações e divisões, e funciona tanto entre michês como entre clientes e 'entendidos' em geral. Como, no resto da sociedade, ser negro é um fator de inferiorização no gueto *gay* paulistano (págs. 150-151, destaque do autor).

Perlongher (2008:152) traz uma declaração de um de seus informantes entendidos sobre a rejeição feita à cor do michê. Segundo este depoimento a rejeição contra o michê negro é muito forte. No entanto, segundo o autor, os michês negros exaltam seus "encantos especiais. Esse encanto pode provir da associação entre negritude e animalidade, herança da escravidão que negava a humanidade do africano e o destinava exclusivamente ao trabalho braçal". (pág. 152).

Perlongher fala também sobre a possibilidade de uma pré-seleção de clientes negros em boates e espaços fechados. Segundo o autor, os negros são impedidos de entrar em boates e saunas em São Paulo nestes espaços. Para ele, esta "discriminação é seletiva" (PERLONGHER, 2008:151), pois permite a entrada de alguns negros, para afastar a pecha de racismo e se impede a entrada de outros negros.

Bernstein (2007:226), em uma nota de fim de capítulo, discutindo os achados de dois pesquisadores, Sullivan e Simon (1998), que, segundo a autora, afirmam que os

clientes negros exercem maior interesse entre as prostitutas, diz o seguinte sobre clientes negros e seus achados em São Francisco:

Eu considero esta descoberta em particular como sendo muito questionável, dadas as evidências que contradizem as pesquisas, minhas e de outros. Em San Francisco, trabalhadores do sexo de todos os backgrounds étnicos e raciais e trabalhando numa variedade de níveis descreveram uma preferência por clientes brancos e asiáticos. Prostitutas de rua afro-americanas, trabalhando com cafetões, disseram-me que seus homens frequentemente desencorajavam-nas de ver clientes negros, porque eles eram vistos como competição. Uma prostituta de rua ‘independente’ observou-me que ‘irmãos sempre pensam que eles podem ter amostras grátis (tradução nossa, destaques da autora).

Mas, além da cena observada já descrita acima e das ponderações de Perlongher (2008) e Bernstein (2007), o que dizem os informantes desta pesquisa sobre a questão cor? Por que aqueles clientes estiveram sós na mesa por tanto tempo? Por que os michês não os abordaram?

Dos vinte e três michês entrevistados para esta pesquisa, apenas dois declararam não terem problemas com relação à cor da pele do cliente: Ivan e Bruno. Sobre esse ponto, Bruno disse:

Faço sem problema. Não tenho preconceito. Nunca namorei, mas já fiquei. Particularmente com homens negros. É, eu acho legal, tal, mas, assim, não tem problema, porque, sabe, eu acabo sendo atraído, não sei porquê. Meu amigo fala que é porque eu sou branquelo demais, aí os negros gostam, tal. Mas é, nunca namorei, mas já tive muitos clientes negros, assim, não tenho problema com cor, coisas assim.

Os outros relatam, com alguma dificuldade e até espanto, em função de perguntas que envolvam suas relações com clientes negros. Por exemplo: “Você transa com clientes negros? Tem algum problema com a cor da pele do cliente?” Diante dessas perguntas a maior parte respondeu: “É o meu trabalho. Pagando, eu transo”. A maioria tenta justificar sua resposta com declarações sobre ser o seu trabalho, por ganhar dinheiro com um cliente negro, ou ainda usando como argumento sua ascendência familiar: “Meu avô era negro, minha avó era branca, então eu sou descendente, mas prefiro brancos”. Roberto usa este argumento quando perguntado sobre clientes negros.

Não, tranquilo. Sempre fui aberto. Eu não sei se é por isso, todo mundo fala que é isso: tipo, eu sou moreno. *Eu tenho fissura por claros*. Da sua cor (do entrevistador) pra trás. *Branquinho*. Não tenho nada contra morenos, contra negros, pelo contrário, acho lindo, sou descendente, meu avô era escravo, então quem sou eu para ter algum preconceito? Mas, tipo, sai numa boa, tranquilo, tá, porque,

independente da cor da pele, na hora que você toca,  *você não sente a cor da pele*, você não vê diferença, você tocar numa pele negra e numa pele branca você não vai sentir diferença, você beijar a boca de um negro e a de um branco, pelo contrário,  *a do negro é mais carnuda*, então não tem essa comigo. (destaques nossos).

Roberto se contradiz na resposta e, ao mesmo tempo, relata a fantasia de o negro ser “mais quente” na cama. Frente à insistência na pergunta sobre ele ter ou não preferência pela cor da pele, diz: “*Eu tenho preferência por brancos*. Não vou mentir. Mas quando eu preciso, fico com negros” (destaques nossos).

Pode-se dizer que, diante da pergunta, para os boys, a relação com clientes negros é uma questão problemática, não importando a cor que eles se autoatribuam. As declarações de Marcos, sobre esse ponto, são emblemáticas: “o negro te humilha, ele quer te comandar. Ele grita com você. Ele acha que você é escravo dele”. Mas, Marcos aponta outra razão para preferir clientes brancos:

“Ah!! O branquinho, eu gosto, é bom. Eu olho no espelho e vejo o contraste. É bom, o escuro em cima do claro<sup>51</sup>”. No entanto, Marcos, falando de sua cor e da relação desta com os clientes, diz: “Ah! Já pensou? Um mulatão como eu, corpo definido, 20 cm de pau, por 11 de grossura todo duro? Quem não quer?” Nota-se na resposta de Marcos a mesma exaltação destacada por Perlongher (2008) de michês que se jubilam de “dotes naturais”.

O Sr. Alencar fala sobre sua preferência: “Vou te confessar uma coisa: eu tenho uma queda por morenos. Morenos, sabe morenos? Do moreno mais claro ao negro. Porque eles são mais quentes na cama, são mais carinhosos; não que o branco também não o seja, é, mas o moreno me excita mais. Não sei, eu gosto mais, eles têm um outro jeito no sexo”. O Sr. Gabriel diz: “sabe, não é preconceito. Eu não tenho nenhum preconceito. Só não gosto de boy preto, não sei por que, não gosto. É gosto, só isso”.

Sr. Fausto: “Nunca tinha pensado nisso. O último rapaz que eu namorei e ajudei a viajar para o exterior era negro. Mas, se eu for me deter sobre a cor, eu saio na maioria das vezes com brancos. Acho que depende da personalidade do boy”.

O Sr. Batista sobre sua preferência pela cor do boy:

Prefiro brancos. Uma questão de tesão. Não uma questão de racismo. Do mesmo jeito que o negro não me atrai, o oriental não me atrai, é mais difícil o moreno, o moreno que eu digo, é o cabelo preto. São os traços de um caucasiano, mas a

---

<sup>51</sup> Os privês das saunas são decorados com amplos espelhos em suas laterais e na parte superior do teto. É possível visualizar a relação de maneira bastante completa.

tonalidade da pele não me interessa. Pode ser até um moreno até um mais escuro, mais pra um mulato. Entendeu? Mas as feições do branco, nariz fino, boca fina, cabelo que não seja o cabelo pixaim, entendeu? O problema não está tanto na cor, está no estilo que me atrai. Por exemplo, é mais fácil eu gostar de um branco, independente da tonalidade da pele, ele é branco, ele é da raça branca, a tonalidade da pele não importa, porque varia. Você é moreno de tonalidade de pele, mas é da raça branca. Eu também. Não tenho uma pele caucasiana lagartixa, mas sou branco. Então... ou digamos assim, o branco e o mouro, o árabe, que tem aquela pele mais escura, mais curtida de sol. É muito mais fácil eu gostar de um branco do cabelo preto do que de um loiro, por exemplo.

Para o Sr. Batista gostar do tom de pele negra ou branca: “Não é uma questão de opção. É uma questão interna, subjetiva”. A resposta do Sr. Batista é racista e traz um ingrediente explosivo, as formas corporais atribuídas às “raças”, naturalizando, essencializando deste modo, atributos corporais e separatistas entre as “raças”. Percebendo sua resposta, o Sr. Batista atribui às formas corporais uma *estilística dos corpos* e, em seguida, reafirma a sua autoatribuição de cor: “sou branco”, como uma sentença, uma sentença que o posiciona em outro patamar, mais alto na hierarquia social e, principalmente, racial.

Traz em seguida, a *subjetividade* pondo assim no indivíduo sua escolha. Para a maioria dos clientes, não é uma questão de tom da pele do boy, mas do *conteúdo* do que ele diz, de sua educação. Sr. Pedro: “Tenho preferência pelo caráter, por gentileza e por harmonia corporal”. Pode-se afirmar que o racismo seria supostamente “abrandado” pelos dotes intelectual, afetivo e formas corporais dos garotos. No entanto, a transformação da cor da pele em características de personalidade, como forma de *negar* a cor do boy, atribuindo então o tesão à educação, caráter e outras qualidades, enfim, *negando os corpos e suas cores, ou os transformando em algo etéreo*, mostra que o racismo *existe* e com bastante intensidade nas saunas de michê.

Com a exceção do Sr. Alencar, que declara preferir negros em função da suposta fogsidade destes, o que não deixa de ser uma resposta situada entre as respostas preconceituosas, o Sr. Fausto, Sr. Pedro e especialmente para o Sr. Batista, assim como para Roberto, Marcos e Carlos, o tom de pele mais escura não torna o negro mais atraente, ao contrário, é o “branquinho” com feições mais “refinadas” (Sr. Batista) que é a fonte do desejo nas saunas. Claro está que essas são respostas baseadas no preconceito e nos estereótipos existentes no Brasil sobre o negro. O Sr. Gabriel desloca para o gosto, para a estética, a sua preferência.

De forma mais negativa esses estereótipos surgem também na fala de Carlos: “Eles [clientes negros] têm um cheiro diferente. Um cheiro de suor que, ao mesmo tempo, pode acabar de tomar banho que esse cheiro continua o mesmo, é um suor diferente. Bem mais forte que o do branco”. Carlos se define como sendo da cor negra. Sobre isso ele declara: “Negro. Me faz muito bem ser negro. Eu gosto de ser negro”. Apontamos seu paradoxo: “Você gosta de ser negro, mas não gosta de transar com negros. É isso?” Carlos: “É isso. É isso mesmo”. Nota-se a mesma naturalização e essencialização já levantadas pelo Sr. Batista.

Muitos anos se passaram desde o início da pesquisa de Perlongher sobre a prostituição de rua em São Paulo e percebe-se que pouca coisa mudou em relação à cor dos clientes e dos boys. Além das respostas francamente racistas de Marcos, Carlos e do Sr. Batista, os elementos relacionados à cor podem ser tomados como importantes marcadores sociais de diferença ou, nos termos de Perlongher (2008), “tensores libidinais”.

Laura Moutinho (2004), em sua pesquisa sobre casais *heterocrômicos* no Brasil e na África do Sul, especialmente o casal heterossexual *mulher branca/homem negro*, traz questões que são bastante rentáveis para se pensar a discriminação existente na prostituição masculina entre homens nas saunas de michê. Moutinho (2004) aponta que tanto lá como cá a questão da miscigenação acaba constituindo uma *identidade nacional*. Na África do Sul, em função do *apartheid*, a política de segregação racial, e, no Brasil, em função da suposta democracia *racial*. A autora busca interligar hierarquias de gênero, *raça* e classe na constituição de suposta *democracia*.

Como destaca a autora, até recentemente, a *mulata* era a depositária da sensualidade e do desejo sexual. Suas formas eram festejadas e desejadas. Assim, o casal *heterocrômico*, nos termos da autora, que seria o fundador de uma identidade nacional, seria o homem branco com a mulata. Concordando com Moutinho (2004), Simões, França e Macedo (2010) dizem que:

seriam uniões informais e verticais, atravessadas por intenso erotismo, mas também pela desigualdade entre os parceiros, acentuadas pelos marcadores de gênero e pelas relações de subordinação que remetiam à escravidão. Nessas narrativas, que combinam lubricidade, dominação e identidade nacional, homens negros e mestiços eram personagens secundários ou esquecidos (pag. 43).

Simões, França e Macedo (2010) apontam para uma revalorização da sensualidade do corpo do homem negro. Segundo os autores:

Hoje em dia, em contrapartida, são correntes no imaginário brasileiro representações sobre sensualidade e lubricidade atribuída aos homens negros e mestiços, valorizados segundo metáforas de volume, virilidade e desempenho sexual. Ainda assim, persiste a percepção social de que relacionamentos interraciais giram principalmente em torno do erotismo e implicam transações entre parceiros desiguais, marcadas por cálculo e interesse - seja para obter vantagens materiais ou prestígio social (da perspectiva dos homens negros e mestiços), seja para exercer controle sobre um parceiro socialmente mais fraco (da perspectiva de mulheres e homens brancos que buscam homens negros e mestiços como parceiros) (pag. 43).

Moutinho (2004:300), seguindo a linha analítica que propõe sobre as relações “heterocrômicas”, afirma:

Mais do que estar desempenhando um papel no domínio público, interessa saber de que modo esse papel aloca o indivíduo na estrutura de prestígio. *Da forma como percebo e pela análise realizada até o momento, creio que se pode afirmar que o prestígio social (dado, por oposição ao estigma que a “cor” evoca) é, igualmente, estruturador das relações entre ‘brancos’ e ‘negros’* (destaques da autora).

É preciso, então, trazer à tona alguns detalhes das relações “heterocrômicas”, nas palavras de Moutinho (2004), que ocorrem no interior das saunas. Os informantes boys desta pesquisa definem-se como *morenos* e *brancos*, seus corpos são, por assim dizer, mercadorias no mercado sexual. Os clientes declaram-se brancos, são compradores nesse mercado. Assim, os clientes são detentores de prestígio para esse grupo, o que propicia para os michês maiores chances de ascensão social, especialmente em função da cor da pele.

Entretanto, isso não resolve a equação sobre o cliente e o michê negro. Nesta pesquisa, este cliente surge como algo ruim, algo a ser evitado. O cliente negro é, também, comprador, também é portador de maior poder aquisitivo, dialoga com o cliente branco, neste sentido, em pé de igualdade. No entanto, “faltaria” a esse cliente, segundo a visão estereotipada do boy, o capital social de que fala Moutinho (2004). Ou seja, *não é apenas o poder financeiro do cliente, mas também é a cor que torna o cliente atraente para o michê.*

Os michês pertencem às classes sociais menos favorecidas; Carlos, Roberto e Marcos possuem tons de pele mais escura. Seguindo Moutinho (2004), esses jovens, não teriam *prestígio* social em outros ambientes. Em busca de prestígio social, seu campo de manobra, no mercado dos afetos e prazeres, seria menor que de outros jovens.

As saunas, em especial a Apolo, surgem, então, para esses rapazes, como este campo possível, em que veriam seus corpos como *corpos do desejo*; seriam donos da sensualidade, lubricidade e proporções maiores, mercadorias essas que possuem alto valor no mercado do sexo, mas que se opõe à cor da pele, ou seja, a cor “branquinha” do michê torna-se um fator mais poderoso de negociação. Em uma frase: os boys negros transformam ou tentam transformar o preconceito existente nas saunas de michê apelando para os estereótipos sociais existentes competindo com os boys brancos. Buscam, assim, adquirir maior prestígio entre os clientes através de seus corpos. Mas somente o Sr. Alencar se mostrou seduzido por estes apelos.

Marcos, em sua resposta, aponta para a questão de poder existente em tais relações, quando se refere ao *contraste* entre os corpos negros e brancos. Para ele, Marcos, que se relata como um “mulatão, com um pau de 22 cm por 11 de grossura”, estar por cima do corpo branco, como dominador<sup>52</sup> da cena, penetrando o cliente, é reverter as relações de poder existentes nesses espaços. Marcos é um boy com *prestígio* nas saunas, em ambas as saunas. Frequenta a Rainbow, na qual é conhecido e esperado, o mesmo se dá também na Apolo. Segundo ele, possui um cliente do norte da Europa que vem à sauna todo ano para vê-lo. É conhecido pela sua virilidade, gentileza, atenção com os clientes e de sempre estar disposto para transar. Seguindo Moutinho (2004) podemos afirmar que, também nas saunas, o prestígio social dado em oposição à cor é estruturante das relações sociais.

Ainda seguindo Moutinho (2006), a cor da pele mais escura acaba por facilitar a troca de dinheiro por sexo entre jovens cariocas. Como demonstra a autora, jovens de pele mais escura, oriundos de duas favelas do Rio de Janeiro, buscam estrangeiros brancos, turistas com maior poder aquisitivo para a troca de sexo e afeto por dinheiro. Como diz Moutinho (2006), esses turistas possuem prestígio junto aos jovens que colaboraram com sua pesquisa.

Paradoxos nas respostas dadas? Certamente, não. Notam-se os valores sociais dos informantes da pesquisa. *Ninguém* se posiciona como racista ou preconceituoso, todos tentam justificar suas repostas com pontos abstratos como caráter ou educação, ou ainda como sendo algo da ordem do subjetivo, ou do *individual*. No entanto, as respostas apontam claramente para o preconceito de cor. Para Carlos, ser negro significa

---

<sup>52</sup> Uso este termo de maneira livre, apenas para demonstrar as relações de poder existentes no ato sexual nas saunas de michê. Não há aqui, qualquer conotação com as relações S/M. Para um detalhamento destas relações, ver Facchini (2008).

motivo de orgulho, e a possibilidade de obter mais prestígio nesse mercado, mas, por outro lado, desejar um negro significa retornar a uma escala social de menor prestígio. Deste modo, é o outro negro que possui um suor indefectível, não ele. Já para Marcos, o negro “humilha”, mesmo que esse negro seja cliente da sauna.

Como dito acima, não apenas a cor confere, *per si*, maior ou menor prestígio para os boys, neste sentido temos de acrescentar à categoria cor a suposta atividade e/ou passividade do boy, sua fogueira na cama, enfim atributos de gênero. Dito de outro modo, Marcos é o *macho* dominador *ativo* durante o ato sexual e gentil com os clientes, subverte deste modo as relações de poder inter-raciais, somando-se assim cor/etnia à hierarquia do gênero.

Mas, a cor do cliente significa menor prestígio deste para os michês de pele mais escura ou clara. O negro se torna *comprador* dos afetos e do sexo, porém, pela lógica dos boys, a posição do negro é a de *vendedor* na troca de sexo por dinheiro.

Seguindo Moutinho (2004, 2006) e Perlongher (2008) afirmo que, também nas saunas de michê em São Paulo, cor/etnia são fortes marcadores sociais de diferença. Tanto positiva como negativamente.

### **3.6- Masculinidades protéticas**

No atual período histórico, Tadeu (2009:10) chama a atenção para a máquina, para o ciborgue, de Haraway (2009), que, cada vez mais, se mistura com o humano: “Ironicamente, são os processos que estão transformando, de forma radical, o corpo humano que nos obrigam a repensar a ‘alma humana’”. Em outras palavras, o corpo humano, como disse Haraway (2009), está bem distante de ser um corpo que não se mistura às novas tecnologias, um corpo, diga-se, *puro, natural*. Em seu texto magistral, *Um manifesto cyborg: ciência, tecnologia e feminismo*, a autora diz que pretende que seu ensaio seja “uma reivindicação de prazer”, superpondo-se às fronteiras do humano; diz, ainda, que sua perspectiva se encaixa em um mundo que, segundo ela, seria um “um mundo sem gênero” e “sem gênese” e que tal pretensão se estende para uma contribuição para os debates feministas. A autora propõe a figura do ciborgue como uma máquina sem gênero, que representa não apenas um robô, mas, sim, todas as tecnologias às quais o ser humano está ligado, como por exemplo, o telefone fixo ou móvel, a internet, os caixas eletrônicos de bancos, as cirurgias de restauração de órgãos, ou de transgenitalização; enfim, o corpo do indivíduo e seus processos de subjetivação

estão, segundo a autora, cada vez mais imiscuídos às e dependentes das tecnologias. O ciborgue de Haraway, figura de linguagem, mas ao mesmo tempo uma possibilidade, é representante máximo deste mundo contemporâneo. Nas palavras da autora:

O *cyborg* é uma criatura num mundo pós-gênero, sem entretanto nenhuma ligação com a bissexualidade, simbiose pré-edipiana, trabalho não alienado, ou outras tentações de uma integridade orgânica, por meio de uma apropriação final de todas as partes numa unidade maior (2009:38, destaques da autora).

Beatriz Preciado (2000, 2009), seguindo Butler e Haraway, fala sobre a incorporação da máquina ao corpo humano, ou das próteses (2000:130-135), como diz a autora. Preciado (2000, 2009) defende a tese de uma descentralização das zonas eróticas que têm sido os pilares da heteronormatividade, como o pênis e a vagina. A autora defende, então, o dildo como objeto de prazer e de substituição do pênis, uma vez que, como será visto adiante, somos corpos prostéticos. Defende também, em seu artigo de 2009, o ânus como cavidade produtora de prazer e argumenta que esse prazer tem sido negado para que a heteronormatividade possa manter seu controle sobre os corpos. Em outras palavras, não somos corpos *puros, cindidos da cultura, mas, sim, somos corpos naturalmente culturais e tecnológicos e não dependemos do pênis ou da vagina para o prazer sexual.*

Assim, Preciado (2000) informa, sobre as próteses e cirurgias de reconstrução, que foram os homens os primeiros a se utilizarem de tais artefatos, especialmente em função de mutilações sofridas durante a guerra que os incapacitava para o trabalho, esses homens deveriam ser reincorporados à força de trabalho, mas não se pensou em construções de próteses para as funções sexuais, pois segundo ela, se um homem estava com uma perna ou um braço mecânico, isto não o impedia de realizar suas funções sexuais. Nos anos 1950, segundo a autora, se era possível a reconstrução do corpo masculino do trabalhador através de próteses é porque “o corpo masculino do trabalhador já havia sido pensado sob a metáfora do ‘robô’”. (p.130, tradução nossa)

Ainda segundo a autora, um homem amputado não era um homem impotente, “incapaz de levar a cabo a reprodução sexual” (p. 131, tradução nossa). Se assim o fosse, sua posição privilegiada na sociedade ocidental como “provedor” e “ativo” sexual estaria posta em risco. No entanto, as próteses, incluindo as sexuais, apontavam para um caminho perigoso para este homem biologicamente “natural”, o corpo masculino não poderia apenas ser reconstruído, mas poderia ser *desconstruído* através de cirurgias e

próteses. Preciado (2000) faz alusão às atuais cirurgias de transgenitalização, tanto masculinas como femininas.

Ou seja, os corpos masculinos, desde há muito, utilizam-se de próteses e outros materiais para sua reconstituição e recolocação na sociedade, mas tais próteses ameaçam o que seria considerado *natural* no masculino: sua suposta superioridade. Ainda segundo Preciado (2000: 133-134):

O que estou sugerindo aqui é que o sexo e o gênero deveriam ser considerados como formas de incorporação protética que se fazem passar por naturais, mas que, apesar de sua resistência anatômica-política, estão sujeitos a processos constantes de transformação e mudança (tradução nossa).

Neste período em que cada vez mais próteses misturam-se aos corpos, em que, como já se viu anteriormente neste texto, cada vez mais as pessoas estão dependentes do fisiculturismo, dos anabolizantes, das técnicas de aperfeiçoamento corporal, pensar-se em um corpo *masculino* ou *feminino*, como propõe Connell (2000, 2005), é, ao nosso ver, manter os privilégios dados ao masculino, é manter a suposta dicotomia cultura *versus* natureza, a polaridade binária dos gêneros - entre os gêneros e intragêneros -, da sexualidade e, além disso, é um divisor de identidades dentro da população homossexual.

Dito de outro modo, o homem homossexual que segue a cartilha de gênero proposta por Connell (1992) é um gay socialmente aceito, porque ele age de acordo com os padrões sociais de gênero, já outros homossexuais... Levine (1998) e Braz (2010), através do *clone*, de Levine, e dos clubes de sexo, de Braz (2010), já mostraram o quanto esse padrão de gênero dentro da população homossexual acaba por excluir outras formas de manifestação da homossexualidade.

Sobre o corpo como referencial das masculinidades, Butler (2005), Halberstam (1998) e Lacombe (2007) têm posições importantes. Para Halberstam (1998:2), as masculinidades não estão e nem deveriam estar reduzidas aos corpos masculinos; são hermenêuticas, interpretativas. Para ela, masculinidades estão atadas “à legitimação, ao poder e privilégios”, ao poder de estado, ou seja, são performáticas, discursivas e políticas, com privilégios sociais, dependendo *do corpo* em que estão localizadas. A autora fala sobre as masculinidades:

Se o que nós chamamos de ‘masculinidade dominante’ surge como uma relação naturalizada entre masculinidades e poder, então faz pouco sentido examinar os

homens pelos contornos da construção social da masculinidade. Este livro vai reivindicar que a masculinidade se torna legível como masculinidade onde e quando se ausenta do corpo do homem branco de classe média. Argumentos sobre masculinidade excessiva tendem a ter seu foco em corpos negros (machos e fêmeas), corpos latinos, ou corpos da classe trabalhadora, e uma masculinidade insuficiente é muitas vezes configurada por corpos asiáticos ou por corpos da classe mais abastada; esta construção estereotipada de uma masculinidade inconstante marca o processo pelo qual masculinidade se torna dominante na esfera de machos da classe média branca (p. 2, tradução nossa).

Como dissemos anteriormente *é no corpo* que se situam as masculinidades, neste sentido concordamos com Halberstam (1998) quando ela nos diz que *é no corpo*, especialmente no de homens de classe média branca, que se situam as masculinidades hegemônicas. O projeto de Halberstam (1998) é que se *desconstrua* a ligação existente entre corpos e masculinidades. Em outras palavras, masculinidades e corpos são constructos culturais e históricos e não estão necessariamente vinculados a um corpo biologicamente tido como masculino. Neste ponto, em um artigo interessante sobre “masculinidades de mulheres”, Lacombe (2007:212) diz:

Ao que me refiro quando falo em *masculinidades de mulheres*? Existe uma certa bibliografia inserida nos estudos *queer* que analisa aquelas mulheres que, sem deixar de sê-lo, incorporam comportamentos tidos como exclusivos dos homens. Mesmo assim, o ponto de partida deve ser colocado em um patamar anterior: o fato de explicitar a possibilidade de uma *masculinidade de mulheres* implica previamente desconsiderar a masculinidade como incindível da estrutura biológica do homem e desenhá-la como uma ficção que se constrói performática e socialmente.

Lacombe (2007) relata um episódio importante sobre a utilização da pochete como instrumento de substituição do pênis. A autora relata que foi dançar forró com uma de suas colaboradoras. Esta, em especial, segundo Lacombe (2007:215-224), possuía jeitos bastante masculinos: cabelos bem curtos, camisas folgadas e usava uma pochete. Neste episódio, Lacombe dançava com essa colaboradora até que a pochete passou a incomodar a pesquisadora. Segundo Lacombe (2007), a pochete, pressionada sobre sua virilha, fazia o volume e a protuberância do órgão genital masculino. “Visto desse modo, a pochete exterioriza a genitália, colocando-a numa situação corporal similar àquela dos homens” (LACOMBE, 2007:218).

A autora propõe pensar em uma “masculinidade que não se atrela a um só corpo, mas salta a um outro” (2007:219). Para Lacombe, a pochete pode ser pensada como “uma estratégia desestabilizadora do processo de construção que opera através da

reiteração de normas, mecanismo mediante o qual o sexo se produz e reproduz” (LACOMBE, 2007:219).

Nesse sentido, tanto Halberstam (1998) como Lacombe (2007) não apontam para uma *ausência* do corpo ou da sua importância para a constituição de masculinidades e ou feminilidades, mas elas deixam claro que tal masculinidade pode ser *cindida* da biologia que supostamente a constitui. Mas como se produzem discursivamente os corpos masculinos?

Como nos diz Preciado (2000:75), o construcionismo mantém, necessariamente, a divisão sexo/gênero, porque esta posição teórica “depende e mantém uma distinção entre sexo e gênero que vem a manter a dicotomia cultura e natureza e por extensão entre tecnologia e natureza”. Neste sentido, para a autora, as hipóteses do chamado construtivismo de gênero têm sido aceitas e têm produzido mudanças políticas pouco significativas. Concordo com a afirmação da autora de que é necessário que se avance para além do debate construtivismo/essencialismo.

Segundo Butler (2003) e Preciado (2000), quando o ser humano nasce, já entra em uma ordem de gênero produzida discursivamente pelo médico através do olhar deste para o sexo anatômico da criança. Como afirmam as autoras, as frases “É um menino!” ou “É uma menina!” posicionam o indivíduo na cadeia das relações de gênero através da percepção do médico sobre os genitais da criança. Preciado (2000:103), em sua análise da criança intersexo, diz que, sobre a mesa do parto, mesa de entrada do masculino ou feminino, define-se a identidade sexual, “sempre e a cada vez, não a partir de dados biológicos, mas sim em relação a um a priori anatômico-político, uma espécie de imperativo que impõe a coerência do corpo como sexuado” (tradução nossa).

Preciado, seguindo Butler (2003), nomeia esse momento do nascimento de “invocação performativa”, e, ainda segundo a autora (2000:105), ninguém escapa a essa interpelação. No momento da ultrassonografia, que, para ela, é mais do que um exame descritivo, é um exame prescritivo, ou no momento mesmo do nascimento, é assinalado ao bebê um sexo masculino ou feminino. “O ideal científico consiste em evitar qualquer ambiguidade, fazendo coincidir, se é possível, no nascimento (talvez no futuro, também na fecundação) a assinalação de um sexo” (p. 105, tradução nossa). Para ela: “A interpelação não é só performativa. Seus efeitos são protéticos: fazem corpos” (p. 105, tradução nossa).

Preciado (2000) afirma que a assinalação da masculinidade ou feminilidade não é só designadora de órgãos sexuais, mas surge como determinação de zonas geradoras

da “totalidade dos corpos, sendo os órgãos sexuais meras zonas periféricas” (p.105, tradução nossa). Deste modo: “a partir de um órgão sexual preciso, este marco abstrato da construção do ‘humano’ nos permite reconstruir a totalidade do corpo. Só como sexuado o corpo tem sentido, um corpo sem sexo é monstruoso” (p.105, tradução nossa, destaque da autora)

Beatriz Preciado (2000), discutindo os recém-nascidos intersexo, diz que, de maneira curiosa, a tecnologia posta em prova para a assinalação do sexo desses bebês é a mesma que é usada para pessoas transexuais. Segundo a autora (2000:106), corpos que possuem uma “incompletude (corpos sem vagina ou sem pênis visualmente reconhecíveis), ou um excesso (corpos que combinam as características supostamente femininas ou masculinas)” irão novamente para a mesa de cirurgia, mas, desta vez, para operações, enxertos, implantes ou mesmo mutilações que podem perdurar até a adolescência. Assim, afirma a autora, “o que é chamado de o centro gerador da identidade sexual se constrói de maneira exclusiva e excludente: é necessário eleger, obrigatória e unicamente, entre duas variáveis, masculina ou feminina” (p. 106, tradução nossa). Como afirma a autora: entra-se na ordem binária do gênero, pelo excesso ou pela falta. O que escapa desse binarismo é assustador, fora do discurso.

A autora nos fala das técnicas de Money e Ehrhardt. É bastante importante trazer esta discussão para este texto. Afinal, como será visto, os corpos masculinos dependem bem menos da genética ou da biologia para serem tidos como masculinos do que da visão do médico que interpreta um *tamanho de pênis* como *bom* para a reprodução heterossexual.

Segundo a autora, os protocolos de gestão de meninos intersexuais baseiam-se na teoria desenvolvida por Money, em 1955, professor de pediatria do hospital John Hopkins, em Nova York. A autora diz que a teoria de Money defende a diferença sexual como sendo normal e natural e que tal teoria descansa sobre uma:

[...] hipótese puramente construtivista (e isto antes que o construtivismo fosse utilizado em argumentações feministas). A conclusão a que chegava Money em 1955 não podia ser, aparentemente, mais revolucionária: o gênero e a identidade sexual são modificáveis até a idade de 18 anos (p. 107, tradução nossa).

Para Preciado (2000), a eficácia e o êxito do modelo de Money, há mais de cinquenta anos, é a combinação estratégica de linguagens de duas “epistemologias que serão utilizadas para descrever o corpo: a análise cromossômica e o juízo estético” (p.

107, tradução nossa). A autora lista a possibilidade genética para a definição do sexo da criança: XX: geneticamente feminino; XY: geneticamente masculino; “Clito-Pênis: na linguagem da assinalação sexual, pequeno órgão que se parece com um clitóris, mas tem potencial para se transformar em um pênis; Micro-Pênis: na linguagem da assinalação sexual, pequeno pênis, porém bem formado; Micro-Falo: na linguagem da assinalação sexual, pequeno pênis mal formado, difícil reconhecê-lo como tal, mas não deve ser confundido com um clitóris; Pênis-Clitóris: na linguagem da assinalação sexual, um grande clitóris que não deve ser confundido com um pênis” (p. 108, tradução nossa).

A autora diz que, se o bebê possuir um cromossoma Y, será considerado como masculino. Mas, nesses casos, é importante saber se o menino reagirá aos tratamentos hormonais, com hormônios masculinos, para o aumento do pênis. No entanto, a autora afirma que o corpo do recém-nascido enfrentará: “um julgamento visual que relegará as análises cromossômicas para classificações secundárias. Os critérios de ‘longitude’, ‘tamanho’ e de ‘aparência normal’ dos genitais substituirão os critérios que regem as provas cromossômicas” (p. 110, tradução nossa).

Para Preciado (2000), essas intervenções médicas no corpo do bebê restituem “um suposto momento original de reconhecimento em que denominamos um corpo de masculino ou feminino” seja através do ultrassom ou do nascimento. Falando de bebês intersexo, e as contradições entre o corpo biológico e os cromossomas, Preciado (2000) destaca a importância da cirurgia pediátrica para a definição de um sexo. Segundo a autora:

A cirurgia pediátrica vem, na realidade, resolver as contradições que surgem entre duas ordens de verdade: as combinações cromossômicas e a aparência do tecido genital. Porém a regra de ordenação do corpo intersexual é fundamentalmente visual e não cromossômica. Como se os olhos fossem finalmente os encarregados de estabelecer a verdade do gênero verificando a correspondência entre os órgãos anatômicos e uma ordem sexual binária. Dito de outro modo, não somos capazes de visualizar um corpo fora do sistema de representação sexual heterocentrado (p. 110, tradução nossa).

Concordo com a autora. Cirurgias e tratamentos hormonais produzem, ou tentam produzir, o aumento do pênis e uma aparência tida como biologicamente *normal* ou *aceitável* desse órgão para facilitar sua penetração em uma vagina. A autora diz sobre os recém-nascidos com cromossoma Y:

Se o recém-nascido XY permanece insensível à terapia hormonal, ele constituirá uma contradição impossível para o discurso médico: estamos diante de um bebê geneticamente masculino, mas sem pênis, ou melhor, ‘sem pênis suficiente’ (um pênis que mede dois centímetros depois do tratamento hormonal). Admitir esta contradição significaria que a coerência do corpo sexuado e, portanto, da identidade sexual possa ser alcançada sem um centro gerador (sexo=órgão sexual) ou ainda, que existe uma ordem sexual alheia à coerência dos órgãos (PRECIADO, 2000:112, tradução nossa).

Dentro do sistema binário e da vinculação sexo/gênero/desejo sexual, estes corpos intersexo, como diz Preciado, não podem ou não deveriam existir, pois quebram, são disruptivos e questionam o sistema heteronormativo. O que sai desse sistema é *anormal*. Diante a autora refere-se à teoria de Money, largamente utilizada ainda hoje, sobre os bebês intersexo com um cromossoma Y:

Para Money, pois, ‘o masculino’ não está definido por um critério genético (possuir um cromossoma Y e um X) ou pela produção do esperma, mas sim por um critério estético, o fato de possuir uma protuberância pélvica ‘do tamanho apropriado’. Como resultado desta política do centímetro, na ausência de um pênis bem formado e de um tamanho mínimo exigível, a masculinidade dos bebês intersexuais XX ou XY são assinalados como do gênero feminino (PRECIADO, 2000:113, destaques da autora, tradução nossa).

Preciado (2000:115) fala que tal “política do centímetro”, que é caracterizada pela “estabilidade do pênis como significante sexual, pela pluralidade das *performances* de gênero”, que rege a pornografia ou a representação da pornografia heterossexual, acaba por identificar “o sexo com a aparência dos órgãos sexuais”, em especial o pênis, e com o “seu funcionamento ótimo. Esta é a ordem do viagra e do orgasmo a qualquer preço”, que acaba por gerar sonhos paranoicos na ordem do heterocentrado. Esta “paranoia” do tamanho do pênis e do orgasmo a qualquer preço também se verifica nas saunas de michê em São Paulo.

### **3.7- Masculinidades protéticas nas saunas de michê**

A partir das afirmações acima, este estudo, então, lida com homens que fazem sexo com homens, posto que, como já relatou Marcelo, assumir uma identidade homossexual não é bom em uma sauna, pois os clientes gostam de *verdadeiros homens* e isso exclui homossexuais. Pesquisamos então variantes subalternas das masculinidades hegemônicas, pois clientes e michês desejam parceiros sexuais do mesmo sexo, são vendedores e compradores de sexo, enfim, contrariam as normas das

masculinidades hegemônicas. Mas, estas variantes subalternas estão sempre em constante negociação nas saunas de michê, o que as faz serem subalternas ou hegemônicas levando-se em conta as regras e hierarquias das saunas. Deste modo, masculinidades hegemônicas e subalternas trazem nas relações que estabelecem entre si hierarquias e relações de poder, inscritas em seus corpos. Ainda, tais relações, entre as variantes subalternas e hegemônicas das masculinidades são discursivamente constituídas e *performatizadas*.

Gostaríamos de sugerir, daqui em diante, seguindo Haraway (2009), Preciado (2000), chamar esses grupos, clientes e michês, de *homens protéticos*, com *masculinidades protéticas*, pois estes homens, tanto michês como clientes, e suas masculinidades, para serem reconhecidos como tal, utilizam-se largamente do Pramil para as ereções, constantemente se masturbam, utilizam-se de academias para manterem seus corpos dentro dos padrões socialmente desejáveis, também tomam anabolizantes, fazem uso da internet e do celular para se comunicarem com clientes e outras pessoas; enfim, são *homens protéticos que têm de se refazer a cada momento*.

Como já dito anteriormente, a forte moeda de venda nestes locais é a masculinidade e a heterossexualidade. Deste modo, para fazerem parte deste grupo, tanto michês como os clientes tentam imitar os padrões de masculinidades aceitáveis socialmente, posto que, para esses homens, o valor repousa em corpos biologicamente constituídos, no sentido de Money, ou seja, que possuem o pênis avantajado e uma prontidão sexual constante.

Dentro da lógica das masculinidades protéticas, tanto o boy quanto o cliente seriam portadores de uma *masculinidade socialmente indesejável*<sup>53</sup> e subalterna, pois, como já demonstrado acima, são relações de poder em múltiplas direções, que envolvem cor, classe, geração, e ambos fazem sexo com homens, situações que não entram no repertório das chamadas masculinidades hegemônicas, mas se aproximam das variantes subalternas de Cornwall & Lindsfarne (1996). Pois são homens submetidos a outros homens, segundo as autoras. Sugiro que, o que importa então para os homens que frequentam as saunas, é a *performance* de masculinidades idealizadas, ou hegemônicas, mesmo que estes homens façam sexo pago, sejam *ativos/passivos*,

---

<sup>53</sup> Uso o termo *masculinidade socialmente indesejável* tendo como referência o brilhante artigo de Rubin (1993) para aproximá-lo das sexualidades socialmente indesejáveis analisadas pela autora, que se localizam na parte mais baixa da estratificação sexual. São sexualidades homossexuais, que praticam sexo intergeracional, pago e que não visam a procriação.

façam sexo intergeracional e com homens de cores mais escuras. O que importa é *não dar pinta*. E não serem associados às masculinidades subalternas.

Retomamos o artigo de Fry (1982). Como vimos anteriormente, o autor demonstrou e será visto abaixo, que o “ativo” sexual não perderia seu *status* de “macho”, de “verdadeiro homem”. Qual o valor de troca e qual a posição hierárquica deste suposto *ativo* nas saunas de michês em São Paulo? E do *passivo*? Este teria algo valioso para trocar? Qual sua posição hierárquica?

Torna-se interessante, agora, desenvolver uma questão importante para a troca de sexo por dinheiro entre homens: a questão do *ativo/passivo*. Esta divisão tornaria, para estes homens, suas masculinidades aceitáveis ou não socialmente. Para essa aceitação, tanto clientes quanto michês tomam por valor social o *ativo* durante o ato sexual e tentam afastar os fantasmas da *bicha*, *passiva*, *tia*, *dar a pinta*, etc. Segue, então, uma visão sobre essas questões e como elas se posicionam com o outro.

Em suas fantasias sexuais, os clientes e alguns boys buscam pênis grandes e grossos, como declararam vários colaboradores já citados anteriormente. Mas, os colaboradores desta pesquisa não gostam de se pensarem ou de se representarem como homossexuais ou gays, tanto os clientes como os michês. Assim sendo eles procuram não *dar pinta* de que são homossexuais.

Sobre o *dar pinta*, há um instigante artigo de Braz (2007), *Macho versus Macho*. Nele, o autor aponta uma questão importante para os frequentadores dos clubes de sexo que pesquisou. São aproximações possíveis entre os frequentadores dos clubes de sexo e das saunas de michê. Segundo Braz (2007:183):

Na maioria dos perfis cadastrados numa página de busca de parceiros para sexo e/ou relacionamento afetivo-sexual, os usuários buscam conhecer ‘caras machos’, com postura ‘masculina’, sem ‘trejeitos’ ou ‘afetações’. Apresentar-se como ‘discreto’ ou ‘fora do meio’ e adquirir o *status* de ‘macho’ parece ser uma maneira de se tornar mais valorizado sexualmente. Tanto aqueles que se identificam sexuais ‘machos’. Quase todos os usuários do *site* que buscam encontrar parceiros para sexo ‘grupal’, no qual um homem deve ser penetrado por outros homens, frisam a exigência de que o ‘passivo’ seja ‘macho’.

Pode-se sugerir que esta questão sobre ser o “macho”, ou não ter *afetamentos* é, também para os frequentadores das saunas, um ponto importante no seu comportamento dentro das saunas. Também nas saunas o “macho” ganha status privilegiado entre os frequentadores, como já se disse antes. Convêm também conhecer os sistemas propostos por Fry (1982), que transformam o pensar as sexualidades masculinas no Brasil.

Peter Fry (1982:87-115), em um texto referência para os estudos de gênero e sexualidade, no Brasil, demonstra a existência de três sistemas sexuais coexistindo no país. Um sistema é o hierárquico, representado pelo “ativo”/“passivo”, ou seja, o que é “ativo”, o que penetra durante o ato sexual, não perderia seu status de “macho”. Já o que é tido como “passivo” seria posicionado como “mulher” ou dentro das *masculinidades protéticas indesejáveis*. Dito de outro modo, tanto clientes como michês buscam espaço dentro de masculinidades, se não hegemônicas, pois em ambos os grupos seus componentes desejam pessoas do mesmo sexo, ao menos como variantes subalternas das masculinidades hegemônicas; neste sentido, como homossexuais *masculinos* o que os aproximaria das masculinidades hegemônicas.

Um segundo sistema proposto por Fry seria baseado nas classificações médico-psiquiátricas. Nesse modelo começa a haver um rompimento da ligação estabelecida entre gênero e orientação sexual. Deste modo, homens que mantêm relações sexuais com outros homens passam a ser classificados como homossexuais. Neste modelo prevalece, ainda, uma oposição que não está baseada nas relações de gênero, mas sim nas classificações médicas: esta oposição se localiza entre normal/doença, perversão.

O terceiro sistema é o *igualitário*, ou seja, é o modelo gay/gay. Neste terceiro sistema, não existiriam relações hierárquicas ou quem seria *ativo* e quem seria *passivo* durante a relação sexual. Para o autor, este modelo, fortemente atrelado aos discursos dos movimentos homossexuais dos EUA e Inglaterra, realça mais as questões identitárias, pressupondo que quem mantém relações sexuais homossexuais é homossexual, mantém sua masculinidade, não importando quem penetra e quem é penetrado. Ainda segundo Fry (1982), o primeiro sistema estaria localizado nas camadas mais baixas da população brasileira, já o modelo igualitário nas camadas mais altas. O autor aponta, no entanto, que esses sistemas são encontrados em todas as camadas da população e que seria possível que o sistema *igualitário* acabasse por se sobrepor aos demais.

Como lembram Carrara e Simões (2007), neste modelo, mantém-se uma progressiva desarticulação do gênero e da orientação sexual, mas contesta os modelos médicos e psiquiátricos. Tanto o segundo como o terceiro modelo apoiam-se no dualismo hetero/homossexual. Adiante, Carrara e Simões (2007:72) apontam a importância dos achados de Fry (1982) para novas configurações das masculinidades brasileiras:

Mais do que o reconhecimento de várias compreensões da sexualidade masculina, que variariam conforme regiões, classes sociais e situações históricas, o que Fry divisa é a imbricação de sistemas de conhecimento da sexualidade com cosmologias religiosas e ideologias sobre raça, idade e outros marcadores sociais; especialmente a força da linguagem do sexo para expressar concepções de hierarquia e igualdade que remetiam a um contexto mais amplo de disputas políticas. Embora Fry não o diga claramente, é possível afirmar que o modelo hierárquico não aponta para qualquer traço singular e menos ainda, não-ocidental da sociedade brasileira. Ao contrário, é ele que nos ancora firmemente nessa mesma tradição.

O primeiro sistema mantém atrelados gênero e sexualidade, caindo em uma formulação que seria assim composta: *gênero=sexo biológico=sexualidade*.

Retomamos aqui o que dissemos no início desta seção para que possamos agregar às masculinidades que se configuram nas saunas, o sistema “ativo”/“passivo” como proposto por Peter Fry. No campo de pesquisa desta investigação, existiriam, nesses espaços, expressões de masculinidade que seriam tidas como hegemônicas, pertencentes aos michês, pois em tese estes seriam “ativos” durante o ato sexual e as variantes subalternas relativas aos clientes, posto que seriam estes, supostamente, os “passivos” durante o ato sexual, portanto “subalternos”, nas saunas de michê e nos termos das masculinidades, quando confrontados com os michês. O que dizem os colaboradores desta pesquisa sobre isso? Como são os atos sexuais entre michês e clientes? Existe uma rigidez sobre ser “ativo” ou “passivo”? São questões que serão vistas a seguir.

Em 1982 o Brasil vivia o início do movimento homossexual brasileiro (MacRae, 1990, Facchini 2005). Começava a surgir, na cena homossexual brasileira, o gay; não um *gay afeminado*, mas um homem másculo, com barbas, pelos e portador de certa *masculinidade*, que, pode-se sugerir, seguindo Perlongher (2008), se encaixaria bem na heteronormatividade. Nesse sistema este homem que não questionava sua *masculinidade* era apenas um homem que amava outro homem. De acordo com Perlongher (2008:101):

[...] no novo modelo *gay/gay* os homossexuais procurariam ser mais masculinos para seduzir amantes ainda mais masculinos. Se na lógica do sistema ‘hierárquico’ a submissão da ‘bicha’ perante o bofe era manifesta e aberta, no novo sistema, que se ufana de ‘igualitário’, essa submissão é forçosamente criticada. Porém, ela não parece implicar uma ‘defenestração revolucionária’ do macho. Embora os extremos ‘caricatos’ de macheza sejam ‘desestimulados’, não se trataria, na verdade, de uma espécie de ‘interiorização’ do protótipo masculino? Isto é, já não se procuraria submeter-se perante o machão, mas ‘produzir’ em si mesmo certo modelo *gay* que

passaria, entre outras coisas, por uma recusa de 'bichice' e por uma defesa - ainda que teórica - de certa pretensão de masculinidade? (destaques do autor).

Com achados próximos aos de Fry (1982), Lancaster (2009) fala do *machismo* acentuado na Nicarágua. É possível se fazer aproximações com o que ocorre nas saunas, nos termos de uma *performance* da masculinidade e dos significados de ser *passivo* durante o ato. Lancaster (2009:42) diz:

O Machismo (não menos que os conceitos Anglo-Americanos adequados de masculinidade e de uma sexualidade adequada) não é exclusiva nem principalmente um meio de estruturar as relações de poder entre homens e mulheres. Ele é também um meio de estruturar o poder entre ou dentre *homens* (tradução nossa, destaques do autor).

Como acentua Lancaster (2009), o machismo é, para os nicaraguenses uma maneira de expressão das masculinidades hegemônicas, estruturante das relações entre homens e, também, é um meio de hierarquizar e excluir o que não é considerado um *homem de verdade*, em função de supostos trejeitos e maneiras de falar. Adiante o autor afirma:

O machismo, então, é uma questão de constantemente afirmar a masculinidade de alguém através de práticas que demonstram serem 'ativas', não 'passivo' (como definido em uma dada localidade). Na superfície, é um sistema principalmente gestual, pois é apenas através da performance competente de certos gestos estereotipados que o machismo pode ser lido, tanto por outros como pelo próprio ator. Todos os gestos, todas as posturas, todas as posições, todos os modos de agir no mundo são imediatamente vistos como 'masculino' ou 'feminino', dependendo se conota atividade ou passividade (tradução nossa, destaques do autor).

Segundo o autor, o homem que não apresenta uma *performance* tida como *masculina* decai na escala da *masculinidade* para o seu ponto zero. Assim, este homem se torna um *cochón*. Sobre a palavra *cochón*, Lancaster (2009:43) diz:

Livremente traduzida como 'queer' ou 'faggot'[bicha, pederasta], pelos visitantes que falam inglês, nicaraguenses educados, se são fluentes em terminologias internacionais, estão aptos a traduzirem o termo duma maneira similar (mas mais polido), dando [as palavras] 'gay' ou 'homossexual' como equivalentes em inglês (tradução nossa).

Ainda sobre o termo *cochón*, Lancaster (2009: 44) continua:

O termo *cochón* aparece para indicar a natureza do papel e do status. Nenhum de meus informantes estava certo sobre a origem do termo; é *Nica*, uma palavra peculiar para o dialeto nicaraguense do espanhol. Além disso, encontram-se diferentes pronúncias em várias vizinhanças, classes e regiões, então não pode haver um acordo sobre a ortografia da palavra. Eu tenho ouvido e prestado[atenção] *cúchon*, *cúlchon* e também *colchón*. A última sugere a origem da palavra: *colchón*, que significa ‘colchão’ (tradução nossa).

É interessante, no trabalho de Lancaster (2009), a análise da *performance* da masculinidade - algo como gestos, posturas e entonações da voz – a qual remete a muitas *performances* testemunhadas durante o trabalho de campo para esta pesquisa<sup>54</sup>.

A palavra indica a posição passiva durante o ato sexual entre dois homens. A masculinidade, como demonstra o autor, é mais *performatizada* e tem como função a exclusão e a organização das hierarquias entre os homens. O autor afirma, ainda, que ser *ativo* no ato sexual não é demérito para este homem e que tal posição, no ato sexual, não implicaria em uma identidade homossexual.

É bom lembrar que Perlongher (2008), seguindo Fry (1982), como dito antes, já apontava para tal hierarquia entre homens a partir de sua suposta posição sexual durante a relação. O sistema bicha/bofe é o exemplo dessa hierarquia. Ou ainda, das masculinidades hegemônicas, suas variantes subalternas e também do que chamo aqui de *masculinidades protéticas indesejáveis*. Convém lembrar que tal posição, a de suposto *ativo* durante o ato sexual, implicaria, dentro do sistema bicha/bofe, *em status* de masculinidade do sujeito *ativo*, masculinidade essa que não seria *perdida* por ele fazer sexo com outros homens; ao contrário, ele seria visto como um homem *potente* sexualmente (Fry, 1982; Perlongher, 2008).

E nas saunas, como esses sistemas se produzem? Existe um modelo bicha/bofe e um modelo gay/gay? Existe, em termos retóricos, um modelo bicha/bofe, em que os clientes são as bichas, as mariconas, e os boys são os bofes, os que penetram, e, interpenetrado por este modelo, existe um discurso que procura excluir boys e clientes tidos como afeminados. Ou seja, é importante ser percebido como *macho* e não como afeminado. Nesses lugares, ser penetrado não é uma desonra, mas ser feminino ou afeminado é. Neste sentido, surge uma *masculinidade* diferenciada em que ser *ativo* ou

---

<sup>54</sup> Em suma, a *performance* notada por Lancaster (2009), corrobora com o que observei em campo.

*passivo* é menos importante do que ser afeminado. Seria interessante focar, por um momento, esta questão<sup>55</sup>.

A partir de 1969, quando das revoltas em Stonweell, nos EUA, os membros do movimento LGBT, mais especificamente do movimento gay, passam a adotar comportamentos de gênero tidos como socialmente mais *masculinos*. No Brasil, tais comportamentos surgem no fim da década de 1970, com o início do movimento homossexual, como notam MacRae (1990) e Perlongher (2008). Em outras palavras, homens homossexuais começam a demonstrar que não é necessariamente um homem *afeminado* que deseja um homem mais *masculinizado*, mas sim que dois homens tidos como *masculinos* podem se amar e serem amados por outros *masculinos*. Aos poucos, pode-se sugerir, homens afeminados começam a ser desvalorizados e afastados da cena gay paulistana. A sexualidade masculina passa a ser atrelada ao gênero.

Entretanto, as saunas, contemporâneas ao movimento, neste sentido, pouco ou nada se modificaram, seus frequentadores não modificaram seus hábitos de trajar e nem aderiram ao estilo *macho man* da época. Como informou o Sr. Fausto: “Nunca usei ou vi alguém usando aqui roupas de couro. Não gosto de pensar que um boy tenha tesão por outro, me brocha na hora”. Recordemos aqui o depoimento de Marcelo que nos diz que “em sauna gay, não existem gays”. Pode-se sugerir que as configurações das masculinidades das saunas de michê pouco ou nada se alteraram.

Ou seja, o michê faz a *performance* do *macho*, que penetra, enquanto o cliente faz a *performance* da bicha, que é penetrada. Pode-se sugerir que a *performance* de “macho” que “penetra” a bicha seria uma tradição do mercado do sexo, tradição que se associa a preconceitos sociais sobre a velhice e a homossexualidade como uma sexualidade feminina, com todos os trejeitos sociais atribuídos à mulher, e ainda, como vimos antes, sobre a propaganda “heterossexualidade” do boy que se prostitui “apenas”

---

<sup>55</sup> West e Villiers (1993:326), em sua pesquisa com homens profissionais do sexo que exercem sua profissão com outros homens, relatam que a maioria de seus entrevistados declarou-se gay ou bissexual. Sobre o uso da palavra prostituto pelos profissionais do sexo, os pesquisadores dizem que: “Mesmo os trabalhadores de rua eram muitas vezes relutantes em se rotular prostitutas, uma vez que a palavra adquiriu associações desagradáveis com ‘putas’ e ‘prostitutas’ do sexo feminino que passivamente entregam uma vagina de um modo mecânico a qualquer homem que queira fazer uso dela”. De forma clara, os homens profissionais do sexo que exercem sua profissão com outros homens que exercem sua profissão com outros homens, segundo os autores, em sua maioria gays, denotam claramente sua misoginia e o medo de serem associados às mulheres profissionais do sexo, marcando de forma nítida as fronteiras de gênero.

pelo dinheiro, “penetrando” “tias velhas” que, já não tendo mais atrativos e prontidão sexual teriam de pagar pelo sexo com um jovem pobre, “heterossexual” e “macho”.

Tal tradição teria se mantido quase que intacta nas saunas, mesmo depois da introdução do modelo gay/gay, dos avanços sociais obtidos pelo movimento LGBTTT, de muitos boys se autodeclararem como gays ou homossexuais e também dos clientes *não fazerem performances de bicha*; no entanto, esta tradição manteria o distanciamento e as hierarquias necessárias para a compra e venda do sexo nas saunas, distanciamento e hierarquia necessárias posto que, como já dito exaustivamente ao longo deste texto, é a suposta virilidade a forte moeda de compra e venda nas saunas. Assim, o boy surge, ainda hoje, hierarquicamente, como o *macho* dominador, certa masculinidade cabe então ao garoto, enquanto o cliente é a bicha dominada.

Em relação à transa com um boy tido como mais afeminado ou afetado, o Sr. José dá uma resposta interessante diante da pergunta que questiona se o boy pode ou não ser afeminado<sup>56</sup>:

Particularmente, gosto de corpo sarado, sem muitos pelos. Sempre gostei, tanto que vou à academia, porque também gosto em mim. Gosto de caras mais novos ou na minha faixa de idade. Tanto faz se é passivo ou ativo. Gosto de transar dos dois jeitos e, se um cara é passivo, não faço nenhuma correlação entre ser ou não macho. O cara e eu gostamos de fazer passivo e ponto. *Obviamente há aqueles caras que são bem femininos, mas com esses eu não gosto de transar. Não gosto de boys afeminados, a não ser quando ele vai ser passivo, com boy afeminado não rola. Não gosto daquele jeitinho de mulher, delicadinho e o cara me comendo* (destaque nosso).

O Sr. Olinto, sobre ser “ativo” com um boy tido como “macho”: “Já pensou? Comer o cu de um cara macho? Não tem prazer igual. É um “macho” comendo outro” (destaque nosso). Para o Sr. Olinto, o boy tem que ter um corpo sarado, ser forte, enfim, carregar todas as marcas da suposta masculinidade ocidental.

O Sr. Fausto, que se diz “passivo” durante o ato sexual, não “consegue imaginar o tesão de um boy por outro”; em outras palavras, sexo entre homens, para o Sr. Fausto, tem de ser entre um hétero e uma *bicha*, reproduzindo o sistema heteronormativo. Para o Sr. José, ser “passivo” na relação só é possível se for com um homem não afeminado. Se o boy for afeminado, a única transa possível, para ele, é ser “ativo”. Sobre a heterossexualidade e o ser “ativo” dos boys sigo Perlongher (2008:49), que diz:

---

<sup>56</sup> O Sr. José e vários outros clientes optaram por dar a entrevista via e-mail. Eu enviava um questionário semiestruturado (ver anexo 1), com perguntas em aberto, e eles me enviavam e-mails com as respostas.

Mas essa heterossexualidade parece ser invocada muito mais vezes do que efetivamente praticada. Como os michês entrevistados “em profundidade” o revelam, gabar-se de heterossexualidade soma pontos perante os clientes, que, em grande parte, procuram rapazes que não sejam homossexuais. Aqui nos encontramos com um primeiro paradoxo que vai marcar o negócio todo. Num apreciável número de casos, os rapazes que se prostituem não são ou não se consideram homossexuais; e esta recusa da homossexualidade vai ao encontro da demanda dos clientes.

Concordo com Perlongher (2008). Marcelo, Marcos, Carlos e outros informantes desta pesquisa dizem que o que é buscado pelo cliente é uma *heterossexualidade* da qual o boy seria portador. Marcelo fala sobre a heterossexualidade buscada pelo cliente:

É falar pro cliente: ‘Eu gosto de homem’. Cliente não gosta de gay. A fantasia dele é estar com um homem de verdade, que goste de mulher. Isso na maioria deles. Não são todos. Você tá entendendo? Muitas vezes o cliente pergunta o que você é e você responde: ‘não tem rótulo’. Se você falar que você é hétero, porra, você tá numa sauna gay, é mentira. Se você falar que você é gay, você tá queimando seu filme. Então você fala que é bi pro cliente, também não. Tem aqueles que não gostam desses que falam que gosta de mulher. Pensa que tá mentindo. Acha que qualquer garoto que se disponha a fazer programa, a beijar outra pessoa, a transar com outra pessoa do mesmo sexo, heterossexual não é.

Apesar de, na contemporaneidade, alguns dos informantes desta pesquisa se *assumirem* como homossexuais ou gays durante a entrevista, essa expressão da sexualidade não deve ser passada para o cliente. Por exemplo, Marcelo se assume como gay em sua vida fora da sauna. Repito: o que é reproduzido por estes corpos, jovens ou velhos, é a heteronormatividade. Marcelo relata que o que se vende é a “fantasia de que o boy é hétero”. Sobre ser passivo, ele declara que:

é um atestado de que sou gay: “Sou gay, assim, como eu falei, isso só dura um mês, porque todo mundo que é novidade o pessoal adora. Então o cara pode não beijar na boca, pode não fazer passivo, pode não fazer porra nenhuma, mas só dele ser carne nova no pedaço todo mundo quer. Então o primeiro mês, eu acho que até o terceiro, dá pra ganhar rios de dinheiro sendo só ativo, só que toda sauna, todo ambiente, todo bar, tem o seu ritmo, aquele ritmo de sempre. É aquele cliente que tá lá, então você acaba se tornando conhecido. Depois de um mês, dois, três, aí você começa a diminuir o ritmo, mas você se acostumou a ganhar R\$300,00, R\$400,00 num dia!. Aí, de repente, você começa a tirar R\$100,00, R\$150,00, a grana começa a baixar e as propostas para ser *passivo* começam a pintar. Tipo: ‘se você deixar [ser *passivo*] te dou R\$100,00 a mais. Não tem exceção, é com todo mundo. Eu não fazia, não aceitava, mas ainda em minha cidade a grana baixou, o pessoal fazia, falou que era tranquilo; eu resisti, mas acabei fazendo. Hoje eu faço ativo e passivo. Sabe, depende mais do cliente do que da grana. Se eu gostar do

cara e ele quiser que faça passivo eu faço. Cobro o mesmo preço pros dois” (destaques do informante).

Ou seja, enquanto se é novidade na sauna, é possível escolher clientes e práticas, mas, quando o boy vai se tornando conhecido, o mercado começa a ditar suas regras. Assim, o sistema *ativo/passivo* acaba se flexibilizando por razões diversas. O que convém pontuar é a *performance* de masculinidade e a suposta heterossexualidade que são vendidas para o cliente, não importando quem é “ativo” ou “passivo” nas saunas, desde que isso fique entre o boy e o cliente. Em todo o período desta pesquisa em campo, os informantes michês declararam que faziam “passivo”, sendo ou não casado, em função de necessidades financeiras ou por não serem mais novidade na sauna. Uma exceção foi Lucas que declarou que preferia ser “passivo”. Já alguns relataram que aumentavam o preço para essa modalidade sexual e outros, como Marcelo, mantinham o preço<sup>57</sup>.

Também os clientes não são bem aceitos quando *dão pinta*, ou seja, apresentam voz mais fina, trejeitos corporais associados à *bichice*. Esses clientes são recusados sistematicamente pelos boys e por outros clientes, ficando em grupos isolados. Quando o boy apresenta tal *bichice*, sua situação torna-se insustentável na sauna, especialmente entre os boys. Portanto, mesmo com o aumento da oferta para os boys serem “passivos” e assim, o cliente ser “ativo”, nenhum dos dois, nem cliente e nem michê, fazem *performances* que seriam tidas como de afeminados. O que existe, *dentro* das saunas, é um “assumir” que se é ou não “ativo” para alguns clientes ou michês.

Poder-se-ia pensar que os frequentadores das saunas utilizam-se do modelo *igualitário*, o modelo gay/gay de relacionamento, e das chamadas masculinidades gays. No entanto, isso não se verifica. Vitor, um boy tido como afeminado, relata um episódio que viveu em função de seu *afeminamento* e de ter sido “ativo” com outro boy na presença de um cliente. Diante da pergunta: “Por que você está com essa bandagem no nariz e uma tipoia?”, Vitor respondeu:

Então... O boy vivia me ameaçando, o tempo todo. Eu passava e ele dizia: ‘E aí, viadinho, vai dá pra mim hoje ou não?’ Mas eu tinha um puta tesão por ele! Bem trabalhado [o corpo], pau grande, deve meter gostoso, mas eu não gostava de ser chamado de viadinho o tempo todo, não gostava. Surgiu a chance de me vingar daquele xingamento. Um cliente me perguntou se eu topava um programa a três, comigo sendo ‘ativo’. Eu disse que topava e ele me mandô escolhê o boy. Beleza!

---

<sup>57</sup> Facchini (2008) também nota variações do sistema *ativo/passivo* em sua pesquisa.

Eu escolhi o cara que vivia me xingando. A gente foi pro quarto. Quando o cliente mandou ele dá pra mim, ele me olhou com uma puta cara feia e disse na minha orelha: ‘eu vou te pegá lá na rua’. Pegou mesmo! A gente saiu da sauna, juntou ele e mais dois boy, e eu apanhei bem. Foi assim que eu ganhei esse nariz novo e esse troço no braço.

Vitor é considerado um michê afeminado. Tem estatura média, frequenta baladas gays e assume, no interior das saunas, sua sexualidade. Já o boy que o surrou tem dois filhos, corpo bem trabalhado e orgulha-se de exhibir seu pênis pelo interior das saunas. Na hierarquia entre os boys, que o depoimento de Vitor evidencia, garotos tidos como *afeminados* são *passivos* durante o ato, e o fato de serem ativos, especialmente na frente de uma terceira pessoa, no caso o cliente, rompe essa hierarquia. Esse rompimento quebra as relações entre masculinidades hegemônicas e subalternas existentes entre os michês. Tal masculinidade hegemônica, dentro das saunas, pressupõe uma heterossexualidade e esta é uma das mercadorias mais importantes que o garoto tem para vender nas saunas.

A partir das falas dos colaboradores, surge uma questão tensa e que tem mobilizado tanto ativistas como acadêmicos. A questão, que tem sido posta a partir dos teóricos *Queer*, discute se uma *performance* de *masculinidade* torna o homem homossexual aceitável socialmente, posto que este homem passa a se conformar dentro de padrões de gênero, conferindo-lhe uma identidade legitimada, a mesma *performance* identitária que exclui outras manifestações da homossexualidade<sup>58</sup> e acaba por reproduzir a heteronormatividade.

Miskolci (2011) fala sobre a exclusão do menino ou do homem afeminado e sobre uma falta de visibilidade desse personagem social no movimento LGBTT. Ou seja, o afeminado tem sido motivo de rejeição por parte de homens que se autodeclaram gays ou homossexuais. Em um importante artigo datado de 1993, republicado em 2007, Eve K. Sedgwick fala que, no DSM III (Manual Diagnóstico e Estatístico de Doenças Mentais), em sua terceira revisão, nos anos 1970, a homossexualidade deixou de ser considerada transtorno, o que pôs imediatamente o Transtorno de Identidade de Gênero

---

<sup>58</sup> Existe uma longa discussão sobre as identidades homossexuais e as políticas *queer*. Não é o objeto desta tese tal discussão. Para um aprofundamento nesta discussão, ver, especialmente, Miskolci (2009 a, 2011), Bento (2011) e Colling (2011).

como distúrbio de personalidade. Segundo a autora, é bastante difícil uma menina ter tal distúrbio ou transtorno, mas tal transtorno é fartamente diagnosticado entre meninos<sup>59</sup>.

De fato, o movimento gay nunca foi rápido para atender as questões relativas a garotos afeminados. Há um motivo impróprio para isto na posição marginal ou estigmatizada em que inclusive os homens adultos que são afeminados têm sido frequentemente rebaixados no movimento. Uma razão mais compreensível que efeminofobia, no entanto, é a necessidade conceitual do movimento gay de interromper uma longa tradição de ver o gênero e a sexualidade como categorias contínuas e flexíveis – uma tradição de supor que qualquer um, homem ou mulher, que deseje um homem deve ser, por definição, feminino; e que qualquer um, homem ou mulher, que deseje uma mulher deve ser, pela mesma moeda, masculino (2007:72, tradução nossa).

Segundo Sedgwick (2007: 72), para que se possa pensar que homens desejam homens como homens e mulheres como mulheres, essas proposições “poderosas e subversivas”, podendo-se acrescentar disruptivas, é indispensável que se desvincule o comportamento adulto de homossexuais dos comportamentos de gênero socialmente aceitos na infância<sup>60</sup>.

Seguindo Sedgwick (2007), com a retirada da classificação da homossexualidade como desvio ou doença do DSM III, surge o distúrbio de gênero. Neste sentido, qualquer conduta ou comportamento que não estejam em conformidade com os padrões de gênero socialmente aceitos serão classificados como *distúrbio* ou *transtorno*. Tais comportamentos verificam-se especialmente na infância e, como aponta a autora, entre meninos. Esta ação repercute dentro do movimento homossexual, gerando, então, um padrão de comportamento de gênero socialmente aceitável para os homossexuais, aceitável no sentido de ser considerado *normal*. Em outras palavras, homens homossexuais vão abandonando comportamentos tidos como femininos, como

---

<sup>59</sup> Halberstam (1998) aponta para esta questão entre as meninas tidas como “masculinas” ou o que a autora denomina de *tomboy* - meninas masculinizadas que não brincam com bonecas ou de casinha, atividades infantis tidas como pertencentes às meninas. A *tomboy* joga bola com os meninos e brinca com o que é considerado brincadeira de menino. Segundo Halberstam (1998), o *tomboyismo* é aceitável até o início da puberdade. Passando dessa fase da vida, se o comportamento masculino se mantiver, a menina será considerada como portadora de um distúrbio de gênero. Como diz Sedgwick (2007), a prática sexual importa menos do que uma suposta desordem de gênero.

<sup>60</sup> West e Villiers (1993:25) notam a questão do afeminamento entre os profissionais do sexo nos EUA. Segundo os autores: “Há muitas razões pelas quais garotos de aluguel deveriam às vezes querer negar a homossexualidade. O estigma pode ter diminuído, mas permanece considerável, mais especialmente entre o grupo de adolescentes da classe trabalhadora onde a intimidação daqueles imaginados afeminados é uma ameaça muito real”.

trejeitos e meneios com o corpo e as mãos, vozes mais finas, e vão excluindo, de seus grupos, homossexuais considerados afeminados.

Deste modo, surge o que Gayatri Spivak, segundo Miskolci (2011:49), denomina de *essencialismo estratégico*, ou seja, a *naturalização* de comportamentos de gênero em conformidade com o que é socialmente aceitável, ou melhor, *desejável*, como masculino ou feminino, para o avanço social e político, em termos de lutas por direitos civis para o movimento homossexual. Como aponta Miskolci (2011), não apenas para ser aceito, mas para a obtenção desses direitos dentro das políticas identitárias do movimento homossexual, é importante a manutenção de um padrão masculino que esteja em conformidade com os padrões de masculinidade socialmente aceitos.

Esta volta aos padrões de gênero *naturaliza* masculinidades, *essencializando-as* e acaba por excluir o que é tido como feminino para os padrões sociais dessas masculinidades. Em uma frase, retoma-se a heteronormatividade, dado que, como diz Richardson (2009), até pouco tempo atrás, masculinidade não era um gênero, “mas a norma”. Dito de outra forma, para que se possa ser aceito como pessoa que ama uma pessoa do mesmo sexo, no caso do menino, no Brasil, este teria de gostar de futebol, fingir que deseja meninas, seguir outras tantas convenções de gênero, que são social e historicamente construídas, e viver seus desejos e fantasias em segredo. Em uma frase: tais posições generificadas trazem à tona uma forte efimenofobia entre homossexuais.

Pascoe (2005:330), em seu artigo, aponta para o *fag*<sup>61</sup> como uma identidade utilizada entre os estudantes masculinos do ensino médio e fundamental para controlar outros meninos que não mostrariam habilidades tidas como socialmente masculinas. Para o autor, bicha é um mecanismo regulador do gênero e não uma identidade fixa; também não estaria necessariamente colada aos garotos homossexuais. “Qualquer garoto pode temporariamente se tornar um *fag* em uma dada interação ou espaço social. Isto não significa que estes garotos sejam identificados ou percebidos como homossexuais”. O autor prossegue:

Mas tornar-se uma bicha tem tanto a ver com falhar nas tarefas masculinas de coragem, força e competência heterossexual ou, de qualquer maneira, revelar fraqueza ou feminilidade, como com a identidade sexual. Esta fluidez da identidade bicha é o que torna o espectro da bicha um mecanismo disciplinar tão poderoso.

---

<sup>61</sup> A palavra *fag* pode ser traduzida como bicha ou o homem afeminado, a bicha *passiva*, enfim, é geralmente um xingamento utilizado para indicar discordâncias de comportamento tidas como pertencentes ao gênero masculino.

Ela é tão fluida que os meninos policiam a maioria dos seus comportamentos externos por medo de a identidade bicha aderir permanente e definitivamente, o suficiente para que os garotos reconheçam um comportamento bicha e se esforcem para evitá-lo (p. 330, tradução nossa).

Em outras palavras, uma identidade bicha aponta para falhas nas realizações de tarefas tidas como masculinas. Mas não só. Comportamentos tidos como femininos, gestos, tom de voz e mesmo pouco ou nenhum interesse pelo sexo oposto, marcam uma identidade que pode deixar de ser fluida e momentaneamente aplicada para se tornar uma identidade definitiva, ou seja, o garoto se tornar uma bicha. É a possibilidade de sua fixação como identidade que torna a palavra *fag* bastante assustadora para os meninos. Deste modo, *fag* se torna, como já dito, um forte regulador das relações de gênero.

Richardson (2009), em um artigo importante sobre esse tema, analisa as representações da homossexualidade na mídia televisiva em Londres e aponta para a exclusão de homens afeminados nessas representações. Para o autor, o programa por ele analisado não apenas “valida o principal da efimenofobia ao recompensar os homens por não serem afeminados, mas o mais perturbador do assunto é que os homens gays tem a posição mais efimenofóbica de todos os outros” (RICHARDSON, 2009:529).

Richardson fala que um homem afeminado rompe os binarismos do gênero. Nas palavras do autor:

[...] o homem afeminado está expondo a plasticidade do gênero. Quando um homem mostra jeitos femininos, ele demonstra que a masculinidade não é propriedade natural dos corpos masculinos. Em outras palavras, o homem afeminado cria *Problemas de Gênero*. Ele mostra que gênero não é fixo, mas flexível. É claro, isto é um desafio para os homens que gostam de pensar que a masculinidade é uma propriedade inerente de ser macho e testemunhar um homem afeminado desconstruir o binarismo de gênero pode promover considerável desconforto. (2009, p. 529, destaques do autor, tradução nossa).

Deste modo, o homem afeminado quebra tal contínuo e recoloca a plasticidade do gênero<sup>62</sup>. Nesse movimento, como diz Richardson, o afeminamento desloca os privilégios da masculinidade como *norma* e traz à tona, descolado do gênero, o desejo.

---

<sup>62</sup> Connell (1992), em seu artigo, aponta com bastante clareza para as negociações feitas entre homens homossexuais e o que a autora denomina de *masculinidades hegemônicas*. As estruturas sociais, segundo a autora, que associam a homossexualidade à perda da masculinidade, tornando o homem afeminado e, desta forma, excluindo-o das relações sociais mais amplas, acabam por *forçá-lo* a entrar nos padrões de gênero dominantes.

Sobre esses pontos, Cornejo (2010) fala de seu afeminamento durante a infância e o segredo. Segundo o autor:

Se esse menino (que fui) viveu meses e anos de dor, angústia, pânico (homossexual), foi porque a díade segredo/revelação é constitutiva do que chamamos, hoje, homossexualidade (Sedgwick, 1998). Esse segredo em questão ameaçava a minha própria falha, porém não só a materialidade que era e havia sido, mas uma que aniquilava qualquer possibilidade de futuro, e uma que fazia com que o amor (de qualquer forma) fosse impossível para mim (p.3, tradução nossa).

O autor se refere aos seus modos afeminados e ao momento em que revelou a sua mãe, com onze anos de idade, que desejava homens, e fala da dor e do choro que se seguiu para ambos logo após a sua revelação. Como o autor relata, o segredo ameaçava sua própria *falha*, sentindo-se ferido e tendo verdadeiro pânico de homossexuais, posto que eles representavam seu “defeito”. Desse ponto em diante, seus desejos, angústias, fantasias passaram a ser vividos em segredo. Um segredo que, segundo ele, seguindo Sedgwick (2007), é *constitutivo* da homossexualidade, um segredo *compartilhado* e que não pode ser revelado, pois tem como preço a aniquilação do sujeito.

Deste modo, sugere-se que ser afeminado ou “dar a pinta”, como fala Marcelo, são significados possíveis da homossexualidade, dentro das saunas de michê, que têm de ser abolidos nesses lugares, pois as regras de masculinidade das saunas *excluem o feminino e as manifestações que possam lembrá-lo*, tornando-os, assim, expressões *proibidas*, de exclusão, inclusive para os clientes. Em uma frase: o gay e o feminino surgem como algo a ser afastado, exorcizado.

No entanto, o Sr. Fausto vê algumas vantagens em ser “passivo”, mas não afeminado. Para citar três: 1) é uma demonstração de *poder* entre os “passivos”; 2) é uma posição bastante competitiva entre os que têm tal preferência durante o ato sexual; 3) desvaloriza os que são considerados muito viris em função do tamanho de seu membro. Sobre a “passividade”, Sr. Fausto diz:

Como eu estava com vontade de trepar, acabei trepando com um deles, o mais cacetudo, um tal de Reinaldão, famoso pela grossura do cacete. Ele se insinuou para mim, cobrando só cinquentinha. Na última vez que nós transamos, ele não deixou por menos de setentinha. Cá entre nós, sou chegado num grandão e grosso. Então, peguei um tamanho gigante e fui me divertir.

Diante da pergunta sobre qual a importância do tamanho do pênis, o Sr. Fausto responde:

porque cacetão é coisa de macho; porque aguentar tudo aquilo dá prazer, é uma

forma de se superar, de se mostrar mais viado que os outros viados, de se mostrar mais devasso que os outros. Não é a toa que chamam de poderosa quem aguenta um pauzão. Fantasias sobre um cara cacetudo? Ele vai me arrrombar, me detonar. Porém, eu vou aguentar e no final vou ganhar. É uma competição, no final de contas. E é uma competição onde o passivo, tido como o lado mais fraco, no final, é o vencedor. Ele se supera, supera os demais passivos e mostra pros ativos cacetudos que o cacetão não é tão poderoso quanto se imagina.

É bastante interessante observarmos neste depoimento do Sr. Fausto a luta entre as variantes subalternas das masculinidades hegemônicas, ou das *masculinidades protéticas indesejáveis* para mudarem de posição dentro das relações existentes nas saunas. Em outras palavras, as variantes subalternas lutam entre si para atingirem posições hegemônicas *dentro* destas variantes. É através das relações de poder que surgem as hierarquias que estruturam as relações existentes dentro das saunas. Assim, as masculinidades hegemônicas *nas saunas*, no caso, as dos michês que possuem um “cacetão” e são viris, se veem ameaçadas pelas variantes subalternas, pois seu “cacetão” não é tão poderoso assim.

Preciado (2009:171) aponta o ânus como um órgão *pós-identitário*, não carrega nem as marcas do pênis nem da vagina. É indistinto, por assim dizer. “Situado na parte traseira e inferior do corpo, o ânus borra também as diferenças pessoais e privatizantes do corpo. O ânus desafia a lógica da identificação do masculino e do feminino”. Pode-se dizer, seguindo a autora, que o ânus, interligado à boca através do tubo digestivo, é uma porta de entrada e saída amorfa. É integrante dos seres humanos de forma indistinta. “Nem pênis, nem vagina, mas sim tubo oral-anal. É no horizonte da democracia sexual pós-humana que está o ânus, como cavidade orgásmica e músculo receptor não reprodutivo, compartilhado por todos” (*idem, ibid.* tradução nossa).

Adiante Preciado (2009:171) diz:

É essa dimensão portal que exige do corpo masculino heterossexual a castração anal: tudo o que é socialmente feminino poderia entrar e contaminar o corpo masculino através do ânus, deixando a descoberto seu estatuto de igual a respeito de qualquer outro corpo. É a presença do ânus (inclusive castrado) no corpo com biopenetrador [que] dissolve a oposição entre hétero e homossexual, entre ativos e passivos, penetradores e penetrados. Desloca a sexualidade desde o pênis penetrante até o ânus receptor, borrando, assim, as linhas de segregação de gênero, sexo e sexualidade (tradução nossa).

É interessante notar que o Sr. Fausto, em várias respostas anteriores, fala sobre a heterossexualidade do michê, de sua potência viril, aponta para o ânus como um órgão que borra as fronteiras de gênero, mas, ao mesmo tempo, é soberano sobre o pênis, não

apenas desmoralizando-o, mas também tornando-o objeto de riso e escárnio entre os “ativos” das saunas. Desse modo é possível sugerir que “ativos” e “passivos” são produções discursivas que servem como motivo inicial para conversação e não, como querem os frequentadores das saunas, como marcadores de masculinidade e virilidade.

No corpo, supostamente determinante da masculinidade e virilidade, também encontram-se as fissuras dessa mesma masculinidade ou *machismo* ou suas fronteiras de gênero e sexualidade borradas. Em outras palavras, uma masculinidade em que o pênis tem de ser repetidamente tocado para se mostrar ereto, isso para os boys; uma masculinidade que, para funcionar, nos termos heteronormativos, ou seja, do *macho* sempre pronto para o ato sexual, para penetrar, - no caso, os boys -, é necessária a ingestão de Pramil<sup>63</sup>. Como dito acima, *masculinidades protéticas*. Marcos: “Hoje eu já tomei uns cinco Pramil; não tá funcionando, meu pau não levanta”. E se levantar será desmoralizado pelo ânus.

Mais uma vez o Sr. Fausto responde, de maneira fronteira, à importância do uso da medicação pelos boys: “Tem *um pau grande e grosso*. É bom transar com ele quando você tá muito afim e, em consequência, um pouco menos exigente. Digo isso porque a transa dele é o trivial variado. *O pau dele fica duro o tempo da transa, graças ao deus viagra/pramil*, suponho eu. Mas ele poderia aproveitar esse recurso da modernidade e fingir um pouco mais de empenho. Assim agindo, agradaria mais aos clientes, mas qual...” (destaques nossos). Em outras palavras, o pênis, um membro sobrevalorizado, mas que falha na sua função sexual.

Masculinidades que são constantemente vigiadas, *performatizadas*, mas que falham enquanto tal. Parafraseando Preciado (2002:20) sobre o dildo: “A contrassexualidade recorre à noção de ‘suplemento’ tal como foi formulada por Jacques Derrida (1967) e identifica o dildo como o suplemento que produz aquilo que supostamente deveria completar” (tradução nossa). Diria que o “deus viagra/pramil” *produz* o que deveria supostamente complementar. Ele é o suplemento dessas masculinidades que não se fecham.

Assim, ser “ativo” surge como produção discursiva que, para os frequentadores das saunas, confere certa *masculinidade*, como já dito, e essa *masculinidade*, associada com certa heterossexualidade, torna-se uma moeda de grande valor de troca entre

---

<sup>63</sup> O Pramil é um estimulante sexual na linha do Viagra. Mas sua fabricação e venda são proibidas no Brasil. Segundo meus informantes, ele é fartamente achado em camelôs da cidade de São Paulo e custaria R\$5,00.

michês e clientes, mesmo que tanto clientes como boys sejam *passivos* entre quatro paredes. O que importa é que *ninguém saiba do poder de diluição de fronteiras do ânus*. Este é o segredo *não revelado* existente nas saunas. Interessante neste ponto é a fala de Marcos, quando este aponta para os boys que fazem DP e diz: “Se você for entrevistar eles, não diz que eu te falei, tá? Eles não gosta que ninguém sabe”.

Ser “passivo” seria um demérito em termos da masculinidade, seria ser bicha, viadinho, e outros apelidos menos valorativos. Além disso, o cliente, para os boys, é sempre *maricona*, mesmo o cliente másculo e que é tido como *ativo* no ato sexual. E tal apelido se deve ao fato de o cliente ter de pagar pelo sexo. Em outras palavras, os boys *desvalorizam quem paga pelo sexo*.

Esse boy que não admite pagar pelo sexo, como disse Lucas anteriormente, mas que sua suposta heterossexualidade admite receber pelo sexo, pois o garoto é jovem e “ativo” sexualmente e está lá, *vendendo-se, porque está ou estaria excluído do mercado de trabalho mais formal, é uma situação passageira, etc*<sup>64</sup>.

Estas são, de maneira geral, as histórias iniciais dos garotos na sauna para a sedução de um cliente. Em outras palavras, o garoto é temporário, ele não está lá porque *gosta* de transar com homens. Para alguns é importante se autodeclararem como heterossexuais que estão lá por necessidades financeiras, para sustentar mulher e filhos, mãe, enfim, sustentar familiares necessitados. Ou ainda justificam: “é que eu estava com algumas dívidas e um amigo me falou que aqui as bichas pagam pra dar o rabo”. E dizem: “é melhor estar lá do que roubar, né?”.

Deste modo os boys agregam valores socialmente aceitáveis como *não roubar e ser ativo sexualmente*. A sexualidade “perversa” cabe ao cliente. É este que tem de pagar pelo sexo, é este que está, supostamente, quebrando a hierarquia social e não o garoto. A identidade do cliente é de uma homossexualidade já posta quando este paga pelo serviço do michê. Mas, aqui, surge um segundo paradoxo existente nas saunas: pagar pelo sexo é, como dito acima, um ato *desvalorizado* pelo michê. Portanto, cabe ao cliente ter capital econômico e tentar conquistar o boy com presentes e dinheiro, sustentando-o em todas as suas necessidades.

Bernstein (2007) e Blanchette (2010:20), que trabalham com a prostituição feminina, falam sobre o estilo *girlfriend experience*, em que, mesmo sendo o sexo pago,

---

<sup>64</sup> Perlongher (2008) também aponta para os garotos que não assumem o que fazem como uma profissão, mas sim como algo passageiro, uma fase em que eles precisam de dinheiro.

“segue a linguagem e fantasia do sexo afetivo e relacional”. Assim, a garota realiza as fantasias do cliente e com isso tenta *conquistá-lo*. Comparando essa modalidade da prostituição feminina com os achados desta investigação sobre a prostituição entre homens nas saunas, nota-se que, nestes lugares, dá-se o inverso: são os clientes que têm de conquistar o boy. Os clientes passam a ser uma espécie de *boyfriend experience*. Ou seja, foram várias as falas dos informantes michês afirmando que eles poderiam até mesmo a se apaixonar pelo cliente, se este o tratasse bem, se fosse gentil com ele, etc.. Pode-se sugerir, aqui, uma das fissuras das *performances* das masculinidades: se cabe ao boy ser o *ativo*, o *macho*, o que penetra, cabe também ao boy ser a *moça* que espera ser conquistada por um cliente gentil<sup>65</sup>.

Assim, como Perlongher (2008) e Miskolci e Pelúcio (2008) já pontuaram, se é uma suposta masculinidade que funciona como forte moeda de troca no negócio do michê, “onde os normais se prostituem para os perversos”, na sauna, pode-se acrescentar, é a variante subalterna das masculinidades hegemônicas mais aceitável, posto que ela é “ativa” que funciona como reguladora da heteronormatividade compulsória. No entanto, como visto acima, essa masculinidade que sustenta a heteronormatividade mostra fissuras e rompimentos.

Outra situação que aponta para essas fissuras das masculinidades e que é bastante reprovada nas saunas, como vimos antes, é aquela em que um michê transa com outro michê, especialmente à vista de todos, ou chega a pedir um privê e pagar por ele para a prática sexual com outro boy. Ele perde sua masculinidade, sua juventude e seu corpo. Ele deixa de ser *mercadoria* e passa a ser *comprador*. *Vira mariconna*. Haja vista a reação de Lucas quanto ao fato de pagar um privê para sair com outro boy.

Dito de outro modo, o cliente vai à sauna para pagar por sexo com um *verdadeiro homem*, o michê. Se o michê paga a outro michê pela prática sexual, isso pode significar que, naquela sauna, não existem “verdadeiros homens”, mas bichas. Como um efeito dominó, o boy acaba por desvalorizar seus colegas. Além disso, o michê tenta ocupar um lugar na cadeia hierárquica que, nas saunas de michê, não é o dele, ou seja, ele *desce* nessa cadeia de hierarquias. Nas saunas, ele é o objeto do desejo e não o sujeito desejante. É nesse jogo das sombras e dos vapores, realizado entre *ser* e

---

<sup>65</sup> Nos deteremos mais detalhadamente no termo *girlfriend experience* utilizado por Bernstein (2007) e Blanchette (2010), que nos inspirou para denominarmos as expectativas dos boys com relação ao comportamento dos clientes na tentativa de conquista-los, no capítulo seguinte deste texto.

*não ser*, entre quem paga quem, que se estabelecem relações entre boys e clientes carregadas de tensão.

Judith Butler (2003, 2005) fala dos *corpos que importam*, dos corpos que se *materializam*. Corpos que são constitutivos e que constituem o que são corpos tidos como socialmente aceitáveis. Até aqui se está dentro dos binarismos construídos de corpos *saudáveis* para se evitar corpos *doentes*; corpos *belos versus* corpos *feios*, e assim por diante, que apontam para suas fissuras e brechas constantes. E, sem sombra de dúvida, dentro dos binarismos, os corpos *masculinos versus* corpos *femininos*. Ou, nos dizeres da autora, essa é a ordem do gênero. Masculino *versus* Feminino. Mas como ensina Butler, é preciso questionar a origem mesma desses binarismos e a quais políticas se endereçam. Desse modo, deve-se perguntar: quais corpos importam?

Quais são os corpos que se *materializam* ou, o que Butler (2005) se pergunta, o que é matéria e o que é forma? Claro, os corpos que *importam*, dentro da lógica binária, são os corpos *saudáveis, belos e masculinos...* Ou melhor, corpos com *performances de masculinidade*. Corpos que andam, falam e gesticulam como *verdadeiros homens*, pois, se assim não o fizerem, serão tidos como bichas, viados, ou, como diz Lancaster (2009), *cochón*. Nas palavras de Butler (2005:29):

O essencial reside então em que a construção não é um ato único, nem um processo causal iniciado por um sujeito e que culmina em uma série de efeitos fixos. A construção não apenas se realiza no tempo, se não que é em si mesma um processo temporal que opera através da *reiteração* de normas; no curso desta reiteração o sexo se produz e se desestabiliza. Como um efeito sedimentado de uma prática reiterativa ou ritual, o sexo adquire seu efeito naturalizado, e, sem dúvida, em virtude desta mesma reiteração se *abrem brechas e fissuras* que representam instabilidades constitutivas de tais construções, como aquilo que escapa à norma ou o que a excede, como aquilo que não pode definir-se nem fixar-se completamente mediante o trabalho repetitivo desta norma (destaque nosso).

Ou seja, a *performatividade* exige, a cada dia, a cada instante, que se repitam os atos, palavras e gestos em um trabalho incansável para manter o que dá inteligibilidade ao sistema de gêneros. Mas, como diz Butler (2003, 2005), nesse processo de reiteração das normas, o sexo se desestabiliza, cria fissuras que acabam por instabilizar o sistema. Assim, masculinidades se traduzem como *atos performativos do sujeito*.

Nas saunas, o que confere inteligibilidade às relações é a produção discursiva da masculinidade, que conduz à heteronormatividade, como já tinham afirmado Miskolci e Pelúcio (2008) em seu prefácio ao *O negócio do michê*; de certo masculino que pode até

ser *passivo* e, com essa *passividade*, *desmontar* virilidades tidas como certas, mas que *não pode, de maneira nenhuma*, perder seu gestual, fala e comportamento tidos como socialmente masculinos. Sugiro que, além de rapazes afeminados e travestis são outras fissuras que mostram a *performatividade* do masculino nas saunas. Por exemplo, lembrando o trabalho de Isadora França (2006 b) sobre as travestis nas saunas, no caso a Rainbow revela as fissuras e a misoginia existente nas saunas. As travestis, em meados de 2005 foram barradas na porta da sauna, pois não podiam entrar. A alegação era de que elas poderiam trazer problemas, muitas eram namoradas de boys e algumas outras justificativas pouco palpáveis. Segundo França (2006b) as travestis se mobilizaram e foram até a sede da Associação da Parada exigir seu direito de entrada. A Associação fez cumprir este direito. Durante minha pesquisa de campo foi possível identificar travestis nas saunas, mas elas ficam isoladas e quase não conversam com outras pessoas. O que acontece com a inteligibilidade desse sistema quando irrompe um caso assim? Ela se rompe, sofre uma ruptura, por assim dizer<sup>66</sup>.

É necessário, então, que se exorcizem os *não homens*, os *não masculinos*. No limite, tais corpos, das travestis, de Vitor, de clientes afeminados, neste sistema de gênero, são corpos que trazem o feminino ou a feminilidade para um sistema que se ufana de masculino e que procura reforçar a heterossexualidade compulsória. Esses corpos são abjetos, introduzem uma *desordem* nas saunas. Eles têm de sair, nem que seja na *porrada*, como foi o caso de Vitor. Seguindo Butler (2003, 2005), dir-se-ia que os corpos abjetos nas saunas são os corpos que lembram certa feminilidade.

A mulher é a excluída de um campo tido como exclusivamente *masculino*. Se, como aponta Pochay (2011), o corpo envelhecido é abjeto socialmente, mas, nas saunas, ganha força e se redescreve, mas o corpo feminino ou gestos afeminados são fortemente repudiados. Mais, dentro desse padrão de relacionamento, o que surge é a homofobia. Segundo Sedgwick (1985:89):

O chamado ‘pânico homossexual’ é a forma mais privada, psicologizada, na qual muitos homens ocidentais, no século XX, experimentam sua vulnerabilidade para a pressão social da chantagem homofóbica; mesmo para eles, contudo, é apenas um caminho do controle, complementar às sanções públicas através das instituições

---

<sup>66</sup> França (2009), em sua pesquisa sobre locais de consumo homossexual, aponta que, também para os Ursos, homens geralmente acima do peso, com pelos pelo corpo, não importa ser *ativo* ou *passivo* durante a relação sexual, mas sim não ser afeminado. Os Ursos, segundo a autora, não tolerariam homens homossexuais afeminados, evitando sua presença em seus locais de frequência.

descritas por Foucault e outros como definidoras e reguladoras do amorfo território 'do sexual' (destaques da autora, tradução nossa).

Seguindo Sedgwick (1985) e Miskolci (2007, 2009b), sugiro que os relacionamentos existentes nas saunas são acompanhados de uma espécie de *pânico homossexual*, homofobia, efimenofobia e misoginia; mesmo quando se assumem como gays ou homossexuais, suas *performances* corporais procuram não identificá-los como tal. As mulheres ou o que possa representá-las são excluídos desses lugares. Muitas vezes presenciei algumas *piadas* sobre bichas e viados, contadas por bichas e viados, que não foram agradáveis de serem ouvidas. Também não se pode esquecer das relações de poder existentes nesses espaços, como já mencionado antes, e que, na fala do Sr. Fausto, se tornam claras.

Afinal, o que se notou na pesquisa de campo para esta tese foi mais uma *performance* do que seria masculinidade ou, dizendo de outra forma, verificou-se que os homens que frequentam as saunas procuram, em seus gestos, comportamentos e falas, evitar *dar pinta* - serem confundidos com homens homossexuais. Repetem o que seria tido como *masculinidades hegemônicas*, um comportamento repetido, às vezes, à exaustão. Sobre essa repetição, Butler (2003a:56-57) afirma:

A repetição de construtos heterossexuais nas culturas sexuais gay e hétero bem pode representar o lugar inevitável da desnaturalização e mobilização das categorias de gênero. A replicação de construtos heterossexuais em estruturas não heterossexuais salienta o *status* cabalmente construído do assim chamado heterossexual original. Assim o gay é para o hétero não o que uma cópia é para o original, mas, em vez disso, o que uma cópia é para uma cópia. A repetição imitativa do 'original' [...] revela que o original nada mais é do que uma paródia da *ideia* do natural e do original (destaques da autora).

Em outras palavras, não há uma heterossexualidade *natural*, ligada ao sexo biológico e ao gênero; há uma *performance* do que é idealizado como heterossexual e que nunca atingirá o original, porque este simplesmente é construído e desconstruído discursivamente, dependente da época histórica e da cultura nas quais está inserido.

Assim, seguindo Preciado (2000,2009) e Butler (2005), pode-se dizer que é através da ambiguidade dos corpos discursivamente construídos e *performatizados* cotidianamente que masculinidades podem ser percebidas. Mas, como ressalta Halberstam (1998), o que se destaca são as masculinidades tidas como *dominadas*, pois é a norma da masculinidade do homem branco de classe média.

Para essa masculinidade, o tamanho do pênis é capital. Segundo as lendas que correm em rodas de homens, quanto maior, mais potente, mais viril, mais *macho*. Mas o Sr. Fausto dá uma outra versão e outra utilidade para esse *maxi- pênis* que, por sinal, transborda nas saunas. O *pauzudo* serve para mostrar que o prazer se localiza no ânus que os suportam e lhes mostram o que é o prazer.

Afinal, para que serve um cacetão? Para ser desmoralizado por bichas que aguentam um pauzudo, de preferência, grosso. Desse modo, pode-se concluir que as representações das masculinidades nas saunas de michê, como a *valorização do macho*, ou o tamanho do pênis - francamente exibido pelos michês ou por clientes que fazem questão de dizer: “eu sou só ativo, e o garoto gosta de gozar comigo; ele goza e geme. Também meu pau não é de jogar fora” - ou suas produções discursivas apoiadas em dotes físicos, acabam por expor as fissuras e brechas deixadas por tais *performances* ou discursos *performativos* que não se completam e permitem que se pense a masculinidade como um *pastiche*. Ou, como diz Butler, *uma paródia*.

#### 4- A etnografia dos amores- afetividades e desejos

Este capítulo trata dos amores, dos desejos, do dinheiro e das relações afetivas e sexuais que ocorrem nas saunas de michês em São Paulo. Interroga a afetividade dos clientes, homens mais velhos, maduros, quando as relações com os michês ultrapassam os limites da transa de uma noite, do imediatismo do sexo. Também interroga como os rapazes veem esses homens quando as relações entram no campo afetivo. Deste modo, falar das gerações, dos amores, do desejo e do dinheiro é importante para que seja possível compreender as relações que se configuram nas saunas.

Como imaginar que, em locais voltados para a troca de sexo fugaz, rápido; locais em que a rotatividade dos profissionais é alta e que nem todos os clientes são *habitués* da casa, possam se desenvolver relações longas e, muitas vezes, duradouras? Essa pergunta surge, porque é mais provável, ou mais esperado, que relações mais longas, homo ou heterossexuais, possam se desenvolver quando há uma proximidade mais constante entre as partes. Portanto, é possível a história do *amor à primeira vista*?

O desejo para ser satisfeito não necessita de convivência, basta um momento. Já a afetividade ou o amor exigem a construção de uma relação, uma convivência prolongada. Neste sentido, muitos clientes das saunas são ocasionais, estão em busca de uma aventura e não querem se envolver, ou ainda, pretendem conhecer a prática sexual com um garoto de programa para satisfazer uma fantasia, enfim, clientes ocasionais, não pretendem se envolver com o ambiente. No entanto, relações prolongadas acontecem. Outro aspecto importante a se considerar é a distância geracional entre os parceiros, a diferença de classe social, de cor/etnia, enfim, as *diferenças* em que se baseiam essas relações.

Voltando a atenção para a afetividade, questiona-se: existe algo como o amor, o afeto ou o desejo para as partes envolvidas? Este capítulo, em sua parte teórica, foi inspirado nas análises de Adelman (2011), Zelizer (2005), Resende (200) e Costa (1999) sobre o amor como produção discursiva. Assim, parte das afirmações de Costa (1999) de que o amor e as amizades (Rezende, 2002) são constructos sociais e históricos em contextos culturais diversos.

Jurandir Freire Costa (1999) problematiza o amor como histórico, socialmente construído e instrumento político no ponto em que este fornece as bases para criação do sujeito moderno, individualista. Ainda, procura dar conta das relações afetivas e sexuais entre gerações díspares. Assim, refletindo sobre a rotatividade dos garotos, suas

*performances*, no sentido dado por Diaz-Benitez (2009) a este termo, passando pela idade de clientes e boys e pelo desejo entre ambos, este capítulo busca lançar pistas e não dar respostas prontas sobre tais relações, até porque não acreditamos em fórmulas prontas, respostas dadas.

#### **4.1- Diferentes gerações para os mesmo amores**

Almeida (1984) destaca a distância entre as faixas etárias dos clientes e dos boys da sauna Lovely, quando de sua pesquisa no início dos anos 1980. Segundo o autor, os garotos tinham entre treze e dezoito anos, poucos garotos passavam dos vinte e seriam raros os de trinta anos. Já os clientes tinham mais de quarenta e cinco anos. Dorais (2005), em sua pesquisa sobre o impacto da aids em profissionais do sexo masculino, no Canadá, também aponta para a grande diferença geracional existente entre os profissionais e os clientes. Davies e Feldman (1999) registram a forte diferença geracional que é presente na prostituição masculina. Perlongher (2008) é outro autor que chama atenção para a grande diferença geracional entre rapazes e clientes na prostituição rua em São Paulo. Cáceres (1999) com profissionais de rua na Venezuela, também nota a mesma discrepância geracional.

West e Villiers (1993) chamam a atenção para o mesmo ponto na troca de sexo por dinheiro entre homens. Segundo os autores, o contato entre jovens garotos e homens mais velhos está distante de ser visto, pelos michês, como ruim ou desagradável; ao contrário, é considerado por estes como algo agradável. Os autores relatam que os trabalhadores das casas de massagem, mais decididos sobre sua sexualidade, mostravam disposição para ampliar esse ponto e contavam que, desde os primeiros anos de vida, sentiam-se atraídos por homens, embora não decodificassem tal atração como homossexual, pois tinham muito pouca idade para a compreensão do que isso significava.

Os autores relatam também, em função de seus achados na pesquisa que realizaram com profissionais do sexo masculino, que o jovem rapaz, adolescente ainda, sente atração por homens mais velhos. Quando o homem mais velho oferece dinheiro para esse rapaz, o jovem associa prazer ao lucro, o que, talvez, possa ser um indicativo da entrada desse adolescente na profissão. Em outras palavras, o jovem que se sente atraído por homens vê, em seu desejo, não apenas o prazer, mas também o lucro.

Durante esta pesquisa foram vários os relatos de informantes michês que se sentiam atraídos por homens, especialmente mais velhos, como dissemos antes, e que, em sua primeira relação, obtiveram dinheiro desses homens. Também eles tiveram grande prazer com o lucro, mas a entrada na profissão se deu, segundo o relato desses informantes, em função de necessidades financeiras imediatas e não ocorreu sem

grandes tumultos e vergonha, não apenas pela venda do corpo para homens desconhecidos, mas também pela prática da homossexualidade.

De qualquer modo, esta pesquisa não teve achados diferentes. Os garotos variavam entre as idades de dezoito e vinte e cinco anos e os clientes apresentavam uma faixa etária acima dos quarenta e cinco anos. Em suma, as relações intergeracionais assumem proeminência na prostituição viril. E, como Zuilhof (1999) demonstra, as relações afetivas e mesmo o desejo ou um pedido de apoio também ocorrem entre michês e clientes.

Como vimos no capítulo três deste texto, Gabriel e Rene nos falaram sobre suas atrações e namoros com homens mais velhos. Não foram os únicos informantes michês que relataram tal atração e namoro. Bruno sobre seu primeiro cliente na prostituição nos fala que:

Esse primeiro cliente eu acho que tinha, em média, uns trinta e alguma coisa, eu não lembro exatamente a idade dele. E foi muito bom, porque, assim, a gente é amigo até hoje, né. A gente teve um papo legal, praticamente fiquei parte do dia na casa dele, tal. Hoje a gente não sai mais, porque a gente virou amigo mesmo, assim, aí eu falo, eu não quero mais sair com ele, a gente brinca, né, mas hoje a gente é amigo, virou amizade mesmo.

Ivan, sobre um cliente com sessenta e sete anos e que tinha alguns problemas de saúde do qual ele passou a cuidar por um bom tempo, sem pagamento extra:

Ele é novo, mas só que tem uns problemas dele, sabe, que deixou ele assim. Então ele não anda direito. Ele andava apoiando no meu braço, eu tinha que correr atrás de um taxi pra ele, eu arrumava a casa dele, fazia comida pra ele comer, sem sal, porque ele não podia comer sal, tinha aqueles negócios, né, fruta, suco ele pode, açúcar ele não pode. Aí eu fui ajudando ele, ele sujava e passava o pano, varrendo, limpando, aí o sobrinho dele, na rua, falou assim pra mim: 'bofê, como foi que você encontrou ele? Encontrou ele na sauna? Vocês é viado?'. Aí eu disse: 'nós somos garoto de programa, ele chamou nós pra ajudar ele, programa ou não, nós estamos aqui é pra ajuda ele'.

Não apenas Bruno, Ivan, Gabriel, Rene, mas também Marcelo e o Sr. Raul, Marcos e o Sr. Reinaldo e o Sr. Fausto e Mateus, relataram amores, namoros e tesão por homens bem mais velhos. As histórias de Marcos e o Sr. Reinaldo, de Marcelo e o Sr. Alfredo e o Sr. Fausto e Mateus pudemos acompanhar durante todo o período em que estivemos no campo. Estas histórias serão mais detalhadas abaixo, nesse momento gostaríamos apenas de marcar o afeto existente entre clientes e boys. Por exemplo, Ivan e Bruno, em seus depoimentos nos mostram que, não mantiveram apenas relações

baseadas na troca de sexo por dinheiro, mas transformaram tais relações em relações que eles chamam de amizade.

Dessa forma, cabe perguntar: o que levaria o jovem a procurar um homem bem mais velho? Aparentemente o ganho financeiro, a satisfação do desejo homoerótico, enfim, o que já foi dito acima. Tentando responder a esta questão, algumas pesquisas enveredam pelo tema do abuso sexual. Dito de outra maneira, alguns pesquisadores tentam descobrir a etiologia da prostituição entre jovens rapazes atribuindo a possíveis abusos sexuais que estes teriam sofrido na infância.

West e Villiers (1993), em sua longa pesquisa sobre profissionais do sexo masculino, investigam também uma possível etiologia da prostituição. Os autores, em seu questionário de pesquisa, e nas entrevistas em profundidade perguntam, para os profissionais do sexo, sobre o início de suas vidas sexuais: se houve algum abuso na infância ou outras questões que possam ter levado os rapazes à prostituição. Os pesquisadores não encontram nada que possa sugerir tal etiologia. Eles dizem, por exemplo, que a tese do abuso na infância, que supostamente levaria a uma iniciação sexual mais cedo e teria como uma de suas consequências a entrada na prostituição, não se confirma. West e Villiers (1993) afirmam que são variados os motivos – uma maneira de ganhar algum dinheiro ocasionalmente ou um passeio que incluía uma viagem, e até mesmo uma forma de expressão de sua sexualidade - que acabam por introduzir esses rapazes na troca de sexo por dinheiro.

Davies e Feldman (1999) e Zuilhof (1999), em suas pesquisas, também não encontram abusos na infância ou outros fatores, como pobreza extremada, que poderiam se caracterizar como situações que levariam esses jovens a se prostituir. Ao contrário, seus achados são bem próximos aos de West e Villiers (1993): motivos recreativos, passeios, atração por homens mais velhos, impossibilidade de se falar com os pais sobre seus desejos homoeróticos. Enfim, não se comprovam teses mais agudas, como abuso sexual na infância, para justificar a entrada desses jovens para a prostituição. Para todos esses autores, os rapazes iniciam sua vida sexual homossexual por volta dos quatorze, quinze anos e, pelos motivos já citados, iniciam-se como prostitutas.

Também nesta pesquisa os achados coincidem com os dos autores citados. Marcelo, Thiago, Carlos, Ivan, Renê e outros colaboradores michês tiveram sua vida sexual homoerótica iniciada por volta dos dezesseis anos. Tais relações se deram com um homem mais velho, de vinte e poucos anos, segundo seus relatos. Foram relações que se podem chamar de casual ou, por assim dizer, contingentes. Até então, segundo

eles, com exceção de Renê e Marcelo, eles se pensavam como heterossexuais. Uma noite, em um passeio no parque ou na rua ou ainda na casa de um vizinho, um homem mais velho os atraiu. Assim aconteceu sua primeira relação sexual. Roberto, Thiago e Ivan relatam que, quando entraram para a prostituição, inicialmente na rua, não estranharam, porque já tinham tido sua primeira relação sexual com um homem.

Suas falas podem ser resumidas no relato de Thiago: “há mais de um ano, foi normal, na boa. Bom, na rua eu juntei o que gosto com o dinheiro, foi muito bom”. Atualmente Thiago tem uma namorada. Mas “ela não pode saber de jeito nenhum que eu faço isso, nem que eu transo com homem!”.

Mas, o que levaria o homem mais velho a procurar um jovem bem mais novo? A princípio, e esta parece ser a resposta mais fácil: seria o encontro entre a suposta estabilidade do homem mais velho e a sua busca de uma juventude perdida. Tal encontro se daria, para o homem mais velho nos corpos jovens da sauna. Esta resposta aproxima-se do senso comum. Mas existiriam outras respostas? É interessante verificar o que diz Halperin (2009) sobre esse ponto<sup>67</sup>.

Halperin (2009) fala da prostituição na Grécia Clássica e da questão intergeracional existente nessa modalidade sexual naquele período histórico. Apesar do risco analítico existente, quando se faz o percurso da Grécia Clássica para a contemporaneidade, risco este que pode se constituir em uma visão linear e a-histórica, Halperin (2009:70-73) traz alguns elementos inovadores, como a questão política que envolvia a prostituição entre homens naquele período histórico e o corpo como limite último de tal liberdade. Traz ainda uma visão menos romântica do profissional do sexo ateniense frente aos cidadãos livres de Atenas.

Segundo o autor: “*Ser um prostituto dificilmente era nobre para um homem, mas contratar um não o cobria de vergonha*” (tradução nossa, destaques do autor). A palavra *vergonha* será retomada adiante, no capítulo, como uma questão importante dentro do universo da prostituição viril e da afetividade que existe dentro dessa modalidade de prática sexual. Outro ponto levantado por Halperin (2009:73) é a troca de *dinheiro por afeto* e a ideia de violação de liberdade que tal troca implicava para os cidadãos atenienses. Segundo Halperin (2009) a ideia de receber dinheiro pela venda do corpo

---

<sup>67</sup> Convém deixar claro que não se fala, aqui, de relações entre jovens com menos de dezoito anos, mas sim com *mais* de dezoito anos. Os rapazes que trocam sexo por dinheiro, nas saunas, têm mais de dezoito anos. Trata-se, aqui, de diferenças geracionais importantes nesta modalidade notadas por todos os autores que trataram do assunto.

rompia a base de confiança mútua entre os membros sobre a coletividade, pois o rapaz que vendia seu corpo servia a esta comunidade, segundo o autor, da pior maneira possível, posto que este rapaz servia apenas o seu cliente, os desejos deste, quebrando assim a coletividade, tão cara aos atenienses. Em outras palavras, a ideia do individualismo, que surge quando um rapaz vende seu corpo a *uma única* pessoa, era fortemente combatida pelos atenienses que pensavam em *coletividade e não em individualidade*.

Adiante, o autor (2009:73) afirma:

A este respeito, a meta da legislação democrática não era moral ou prática, mas simbólica: era destinada a não alterar os fatos da vida social ateniense ou reformar os indivíduos atenienses, mas disseminar entre os cidadãos de Atenas uma nova autocompreensão coletiva, uma imagem de si mesmos como livres e autônomos e participantes iguais na regra compartilhada da cidade, precisamente visto que eles eram todos (ricos e pobres) – *em princípio*, pelo menos – igualmente senhores de seus próprios corpos. Essa soberania corporal veio a representar para os cidadãos atenienses a linha final de sua integridade política e social. E, então, qualquer um que a abandonasse entregava, com efeito, seus meios políticos principais, se não únicos, de recuperar quaisquer outras perdas de sua dignidade, que ele pudesse inevitavelmente sofrer através da dependência social e econômica (tradução nossa, destaques do autor).

Ou seja, o prostituto rompia com os ideais de liberdade dos atenienses. O *corpo* era, para o cidadão de Atenas, seu limite de liberdade política. Vendê-lo significava *vender* sua liberdade e pôr-se a serviço de outro corpo. Se ser profissional do sexo era ter uma profissão livre e se não havia nenhuma vergonha na contratação desse serviço, ele, profissional, era visto como politicamente perigoso, pois vendia seu lugar sagrado de liberdade: o corpo. No entanto, *comprar* este corpo significava ter poder e prestígio na sociedade ateniense. Assim, procurar um rapaz mais jovem para a troca de favores sexuais era, para um homem mais velho, sinal de maior *status* social.

Hoje, esse profissional do sexo masculino também constitui uma ameaça política, uma vez que a prática de sua profissão com outros homens questiona a heteronormatividade e as masculinidades tidas, muitas vezes, como *a norma* e não como um dos gêneros, justamente por interrogar as normas heterossexuais e as do *bom sexo*. Em função disso, a prática de sua profissão torna seu corpo abjeto socialmente. Para muitos informantes michê deste estudo, seria uma vergonha relatar para seus familiares ou amigos que eles trocam sexo por dinheiro. Mesmo quando os familiares destes rapazes sabem de sua sexualidade homossexual, eles não sabem da troca de dinheiro por sexo.

Em uma sociedade estratificada sexualmente (Rubin,1992), vender o corpo por dinheiro ou outras gratificações é situar esse corpo em um dos pontos mais baixos dessa estratificação; é posicioná-lo como abjeto socialmente. Deste modo, dizer aos familiares que eles mantêm relações homoeróticas e trocam sexo por dinheiro os tornam excluídos de suas famílias e amigos.

Quando, neste texto, se fala em relações intergeracionais, fala-se de duas partes: do mais novo e do mais velho. Surgem então alguns pontos importantes a serem considerados: 1) o dinheiro; 2) a atração pelo cliente ou pelo boy, 3) a afetividade, que, segundo sustento aqui, se torna mais importante que o desejo - isto merecerá algumas reflexões teóricas que serão feitas adiante - e 4) as saunas, como locais voltados para relações fugazes e de alta rotatividade de boys, o que, em tese, seria um obstáculo para as relações de longo prazo. Assim, seguindo as falas dos informantes desta investigação, têm-se o dinheiro, como elemento que media as relações e serve como justificativa para essas relações, e também uma atração homoerótica e a vergonha de revelar publicamente ambas as coisas. Vamos ao desejo e ao amor.

#### **4.2- O desejo, o amor e a competição**

A palavra desejo tanto quanto a palavra amor nomeiam, na contemporaneidade, dois conceitos que pretendem abarcar a totalidade das emoções humanas. Quando se fala em desejo, no âmbito da prostituição viril, fala-se em desejo sexual e, mais especificamente, em desejo homossexual, um conceito/desejo que, se não é psicanalítico, foi abraçado por este ramo das humanidades, tornando-se “propriedade” de Freud e seus seguidores.

Como foi mencionado no começo deste texto, o desejo parece ser o objeto que mobiliza as relações da prostituição, seja a prostituição heterossexual ou homossexual. No caso mais específico da prostituição viril, parece ser o desejo por um “homem de verdade”.

Perlongher (2008:249) afirma que o desejo não fica restrito ao individual, mas sim perpassa todas as tensões que “atravessam diretamente o campo social”, rompendo barreiras sociais de classe, geração, cor. Para o autor, a expressão e mesmo a satisfação do desejo, dentro da prostituição masculina, se dá através da mediação do dinheiro, renegociável a cada encontro, para ambas as partes, e, em função da mediação

monetária, dos dotes de cada um dos integrantes, esse mesmo desejo acaba por ser controlado, “evitando o acaso” (p. 250).

Peter Fry (2008), em seu prefácio ao texto de Perlongher (2008), fala que o texto de Perlongher (2008) é, sem sombra de dúvidas, “sobre o desejo e que se deseja o socialmente indesejável”. Concordo com os autores. Pensar, como diz Agústin, na simples troca de sexo por dinheiro é negar, por assim dizer, a dimensão do desejo que interfere nas relações de prostituição.

Perlongher (2008) vale-se de Deleuze e Guattari (1974), em *O antiédipo*, para a sua análise do desejo presente nas relações homossexuais que ocorrem na prostituição rueira em São Paulo. O autor demonstra que o desejo é construído socialmente e é contingente. Com Perlongher (2008), utilizando-se de Deleuze e Guattari (1974), o desejo deixa de ser uma estrutura essencial, a-histórica e pessoal, e passa a ser algo que se desterritorializa para se reterritorializar a cada movimento. Torna-se, ao mesmo tempo, inapreensível e social: inapreensível, em função de seus deslocamentos no tempo-espaço; social, porque é constituído por e constitui os sujeitos *em suas relações*. Sujeitos que se tornam sujeitos do desejo e ao mesmo tempo sujeitos desejanter.

Assim, como diz Perlongher, se a prostituição masculina põe um fluxo desejanter em curso, outra série de controles sociais, como raça, idade, classe, coloca-se como fator de controle desse fluxo desejanter para evitar perigos iminentes no entrelaçamento dos corpos, como a violência e o *apaixonamento* do boy pelo cliente.

No entanto, o fluxo desejanter, buscado pelo boy para evitar se apaixonar pelo cliente nem sempre é obtido. Por exemplo, Renato declara-se heterossexual e tem uma namorada com quem mora. Relata não gostar de fazer *passivo*, mas, quando o cliente pede, se pagar mais, ele faz, no entanto revela: “não gosto. Não me sinto bem, dói”. Ele relata, em seguida: “‘faço passivo’ com quatro clientes e não cobro mais por isso”. Pergunto: “Por quê? Você me disse que só tem prazer com mulher”. Renato: “Ah! Não sei. Sinto prazer com eles, gosto quando eles me penetram, eu chego a gozar e você sabe que isso é sério” (risos).

O desejo surge para Renato sem qualquer explicação. Ele se sente bem com os quatro clientes, tem prazer. Deste modo, o fluxo desejanter e, também o amar, se tornam difíceis de serem contidos. Seguindo autores como Foucault, Sedgwick, Miskolci, digo que o *desejo* é o regulador da vida sexual na contemporaneidade. Também não é a intenção deste pesquisador retirar a carga erótica existente nas relações entre michês e clientes, porém deve-se pensar em outras possibilidades afetivas que incluem o desejo,

mas que não o têm como base para o prolongamento da relação. Sem dúvida, o desejo ganha força e contornos sociais, na medida em que é atravessado por marcadores sociais de diferença, como geração, cor/etnia, classe e sexualidade. Deixa de ser propriedade subjetivante do sujeito individual - ou seria melhor dizer *individualista*? Perlongher (2008) lembra bem sobre o controle que a “explosão desejante” põe em marcha, e como já lembrado aqui algumas vezes, a sexualidade e suas expressões são *dispositivos* de controle.

Também não se pode esquecer o trabalho de Eve K. Sedgwick (1985) apontando para as relações homosociais como basicamente homofóbicas e misóginas, excluindo o feminino, em que o desejo entre homens surge de maneira forte, mas não pode ser realizado, pois, isso acontecendo, esses homens seriam considerados homossexuais. Assim, apesar do desejo entre homens, Sedgwick fala sobre a homofobia existente nessas relações. Nesta mesma linha, Miskolci (2011b) aponta que o maior medo social, de “contaminação” das pessoas, é o desejo homossexual, um desejo que “estaria fora da ordem”, que desconstruiria a ordem heteronormativa.

Em outras palavras, a exclusão do feminino, uma dominação ou tentativa de dominação, surge como legitimadora da homofobia para que esse *desejo* possa sobreviver. No entanto, esse desejo seria distante, platônico. Sr. Fausto: “Falando em amores tortos, até onde eu entendo, todos os meus amores foram tortos, o João, Pedro, Mário, Celso, Antônio”. Nesse depoimento, o Sr. Fausto conta sua relação com João, que começou em meados dos anos 1970 e que terminou com o casamento do rapaz, embora não tenha terminado a amizade, que perdurou, até a morte de João. O Sr. Fausto diz que, mesmo casado, ele continuou a visitar João e que mantiveram uma longa e *fraterna amizade, mas sem relações sexuais, ou uma triangulação homem-homem-mulher*.

Mas, para além do desejo, as relações que se estabelecem nas saunas de michê são compostas de *afetividade*, ou seja, são relações de longo prazo, em que o desejo se transforma, passando de um nomadismo e de uma busca constante de satisfação para tornar-se mais manifestação de carinho e apoio ou fraternidade entre homens. Nossa inserção nas saunas nos possibilitou acompanhar de perto algumas relações prolongadas, que podem ser chamadas de afetivas, entre boys e clientes.

Para falarmos da afetividade gostaríamos de retomar as etapas das *performances* ditas antes. Na tentativa da conquista do cliente pelo boy, diríamos que esse cliente pode vir a se tornar um cliente fixo, ou seja, aquele que irá à sauna apenas para transar

com *aquela* boy; e o boy poderá se tornar fixo desse cliente e, quando este estiver na sauna, ele ficará apenas com esse cliente; um namorado ou ainda podem viver um romance mais prolongado. O termo *conquista* pode também se referir à *conquista* de um único programa com um cliente ou boy. Toda a cena, como dissemos antes, é uma *performance* para seduzir um garoto, um cliente, mostrar que se deseja o sexo do boy e, algumas vezes, roubar o garoto de algum outro cliente. Em suma, o que se tem é uma cena competitiva entre boys e entre clientes na sedução de uma das partes.

Pode-se sugerir, então, que se está diante de uma cena altamente competitiva entre homens que rivalizam entre si, usando como armas carinhos, afagos e beijos. Inversão da masculinidade, que vê a competição entre homens como algo truculento e, geralmente, com a finalidade de conquistar uma mulher? Eu diria que não, apenas outra expressão de masculinidade. Masculinidades hegemônicas e subalternas que disputam o afeto, o sexo e o dinheiro, umas das outras. As disputas entre os boys e clientes e seus repertórios discursivos verbais e corporais, representados, por exemplo, pelo “eu te acho dez!” e pelos afagos e beijos da cena, são quadros que compõem a cena da *conquista* entre michês e clientes nas saunas. Neste ponto, vale perguntar<sup>68</sup>: “Mas é só o dinheiro?” e acrescento: É só a competição? Não, não apenas. Não apenas o dinheiro, nem apenas a competição, nem só o corpo do garoto; existe algo entre boys e clientes que denomino de *afetividade*. No entanto, tal *afetividade* tem à sua frente alguns obstáculos, como por exemplo, *a rotatividade*.

A alta rotatividade dos boys e de alguns clientes, a constante expectativa de que alguém novo surja na sauna são pontos que dificultam relações afetivas entre michês e clientes. Por exemplo, existem várias saunas no país e no interior de São Paulo que oferecem os serviços dos garotos de programa. Assim sendo é bastante comum que os rapazes migrem do interior para a capital de São Paulo e de outras capitais para a cidade de São Paulo e de São Paulo para outras cidades em busca de ganho financeiro.

Mas esta rotatividade não existe apenas entre os boys. É muito comum os clientes viajarem pelo país e mesmo ao exterior em função de seus negócios. Assim, um cliente *habitué* de uma sauna em São Paulo pode ser novidade em Recife, o que o torna atraente para o boy. Por outro lado, um garoto já bem conhecido em Recife, por

---

<sup>68</sup> Em alguns congressos do quais participei, ouvi a pergunta: “é apenas por dinheiro que se pratica o sexo na sauna?” Ora, essa pergunta tem várias implicações: desde certo preconceito com relação à troca de dinheiro por sexo, preconceito esse que recai sobre o garoto, até a negação do cliente, pois, neste sentido, caberia perguntar: “Mas e, para o cliente, é só o corpo jovem?”.

exemplo, pode se tornar novidade ou “carne fresca” para os clientes de uma sauna em São Paulo. Ou seja, é a *novidade* do corpo do boy, para o cliente, e a novidade de conhecer um novo cliente, para um michê, que faz o *negócio do michê*, parafraseando Perlongher (2008), ser altamente rotativo e atraente para ambas as partes.

Carlos fala sobre sua mudança de estado e seu constante vai e vem. Ao ser questionado por que ele sempre acabava voltando para a sauna, Carlos responde: “Ah! Sei lá, facilidade de ganhar dinheiro, entendeu? E consegui trabalho depois disso. Trabalhei muito, trabalhei em uma loja de departamentos, saí da loja, daí eu voltei a trabalhar em rede de fast-food”. Mas Carlos morava com outros boys em sua cidade natal e resolveram voltar para São Paulo para fazer dinheiro. Segundo Carlos, ele viajou também para Bahia, Rio Grande do Sul e outros Estados.

Outro garoto que, durante a pesquisa, se fixou em São Paulo, foi Marcelo. Vindo de um estado do Sudeste, Marcelo já tinha frequentado as saunas de seu estado natal e em outras capitais no sudeste do Brasil. Resolveu “tentar a sorte em São Paulo, porque aqui tem mais dinheiro”. Os deslocamentos constantes do garoto tornam-no *novidade* nos mais diferentes estados e nos termos de Perlongher (2008), trata-se de uma constante desterritorialização e reterritorialização dos corpos dos boys em especial, em busca de novos ganhos, novos horizontes e novos clientes.

Quando da chegada deste novo boy na sauna, vários clientes começam a buscá-lo, chamam-no para a sua mesa, pagam-lhe bebidas e, como confidenciaram vários informantes michês, surgem promessas feitas pelo cliente para esse boy. Promessas que habitualmente giram em torno do *tirar o garoto daquela vida, dar-lhe um emprego decente, ajudá-lo em suas despesas* e daí em diante, em um constante jogo de sedução feito pelo cliente. Se o cliente interessa ao boy e esse interesse nasce das promessas feitas e do valor acertado pelo programa inicial, o garoto acaba por permanecer na mesa e ambos, boy e cliente, começam uma série de carícias em seus corpos, tentando, sugiro, no caso do cliente, mostrar aos outros que aconteceu uma conquista, fato considerado de alto valor entre os clientes em um espaço bastante competitivo, como já dito; e, no caso do boy, mostrar para outros garotos, inclusive os *habitués* da casa, que aquele cliente, que em tese paga mais, foi conquistado.

Mesmo a sedução, jogo constante para ambas as partes, acaba por dificultar ou favorecer relações afetivas que ultrapassem o limite da *transa de uma noite*. No entanto, tais relações acontecem. Em algum ponto, algumas relações crescem, saem dos limites

da sedução, da competição e de apenas uma transa. Passam a ser relações afetivas e sexuais entre clientes e boys. Algumas com longa duração.

Pode-se argumentar que a estrutura arquitetônica das saunas, com suas luzes fartas, os bares, shows, mesas dispostas para que, junto a elas, as pessoas sentem e conversem. Tal disposição do ambiente acaba, diferentemente da prostituição de rua, forçando uma interação face a face entre clientes e boys. Mas esta é uma resposta simplista, põe no ambiente a possibilidade de se construir uma relação afetiva<sup>69</sup>.

No entanto, como nos disse Perlongher (2008) antes, o cobrar pelo sexo, ou a mediação do dinheiro serve, para os boys, como uma barreira para evitar que estes se apaixonem pelos clientes. Mas, em algumas relações entre boys e clientes que pudemos acompanhar o apaixonamento existiu. Sugerimos que o dinheiro é uma barreira tênue e que não necessariamente evita a afetividade entre clientes e michês. Davies e Feldman (1998) em sua pesquisa também observam o apaixonamento existente entre profissionais do sexo e seus clientes. Segundo os autores:

Na prática, os trabalhadores do sexo distinguem clara e consistentemente entre clientes casuais e regulares. A observação participante também revelou relacionamentos variados, complexos, de longa duração e até de carinho entre alguns clientes e os homens jovens que eles pagavam por sexo. Alguns eram amigos de seus clientes regulares. (DAVIES E FELDMAN, 1998:2, tradução nossa).

Importante, neste ponto, aprofundar a análise de Jurandir Freire Costa (1999) sobre o amor-paixão-romântico. O autor analisa o amor como uma construção histórica, social e como produto discursivo político das épocas e transformações históricas. Ao nosso ver, as afirmações de Costa (1999) sobre a fase do *amor-paixão-romântico* são importantes pontos de apoio teórico para uma compreensão dos “amores que não ousam dizer seu nome” e que parecem irrealizáveis.

Para o autor, a busca do amor-paixão e da felicidade erótica tornou-se a grande busca da sociedade ocidental na contemporaneidade, algo com um enorme prestígio cultural. Segundo as análises de Costa (1999:12-13), diante do amor, tudo se torna

---

<sup>69</sup> Existe uma vasta literatura que discute o amor em seus aspectos sociais e intrasubjetivos. Por exemplo; Illouz (1997), Luhmann (1998), Chodorow (1999) entre outros. Estas obras encontram-se indicadas na referência bibliográfica. Aprofundarmos esta discussão sobre o amor e suas funções sociais e seus aspectos subjetivos fugiria à discussão deste texto. Optamos por utilizar Costa (1999) que traz as dimensões sociais do amar. Estas obras encontram-se indicadas na referência bibliográfica.

menor, sem importância, mas esse amor se “tornou uma corveia. Quando é bom, não dura e, quando dura, já não entusiasma”.

A fala de Jurandir Freire Costa (1999) dá a medida da importância que o amar e ser amado assumiu na sociedade contemporânea. Neste sentido é possível sugerir que boys e clientes vão às saunas também em busca do *amor-romântico-paixão*, posto que amar se tornou um bem com prestígio e buscado socialmente. Portanto, pode-se afirmar que amar ou mesmo projetar relações afetivas de longo prazo nas saunas de michê é uma possibilidade. No entanto, não se podem esquecer os preconceitos existentes entre michês e clientes e a homofobia que ocorre em espaços de homosocialidade. Algumas relações afetivas de longo prazo acontecem, mas tais relações são a exceção e não a regra, ao menos nas saunas. Como diz o Sr. Fausto: “Meus amores? Foram todos tortos. Acho que eles têm de ser tortos”.

### 4.3- Os namorados

Neste ponto é importante fazermos algumas reflexões sobre a palavra namorado e seus significados nas saunas, e ainda, trazer a história de Marcos e do Sr. Reinaldo e, abaixo, a de Marcelo e de um cliente que não quis dar entrevistas ou depoimentos.

Várias vezes Marcos e alguns outros informantes apresentaram-me a alguns clientes seus e referiram-se a eles como seus ex-namorados ou namorados. Uma noite indaguei-o sobre essa palavra. Marcos me disse que eram clientes *fixos*, mas, além disso, eram clientes que o tratavam bem, dando-lhe atenção e carinho. Eu insisti no peso da frase namorar o cliente, ao que Marcos respondeu:

É namorado de sauna; por exemplo, quando o cliente vai vir na sauna ele me liga antes, avisa e eu fico a noite toda, quer dizer, o tempo que ele ficar na sauna é só com ele, né? E não cobro a mais por isso. Alguns clientes, que eu gosto, é claro, eu chamo de namorado. Alguns torram a paciência, querem ter direito sobre você, mas é da profissão.

A palavra *namorado* surge então como uma palavra definidora de uma relação mais importante que a relação cliente/boy fixa, pois ela indica uma relação de maior afetividade entre ambos. Em outras palavras, o cliente passa a ser um *namorado*, não o namorado (a) que o boy tem fora da sauna, mas um namorado *dentro* da sauna, com todas as implicações que tal relação traz. Ou seja, o cliente só sai com aquele boy, o boy passa a noite com o cliente, o ciúmes, segundo Marcos e Lucas existe entre ambos,

enfim, são namorados. Quando o boy diz a frase estou *namorando com o cliente*, ele está *de fato* namorando o cliente, mas isso não significa *estar namorando* no sentido socialmente atribuído ao ato de namorar, mas estar com um cliente fixo e, pode-se dizer, especial.

Enfim, pode-se afirmar que há um componente intersubjetivo ligado ao campo do afetivo que acaba se tornando um mediador importante nessas relações. Seguindo esta linha de raciocínio e levando-se em conta a palavra *namorar*, que surge também na pesquisa de Bernstein (2007), se o dinheiro desaparece dessas relações, o cliente passa a ser efetivamente o namorado do boy.

A fala de Lucas traz à luz a figura do *cliente fixo* e do *namorado* cliente, como, neste texto, essas relações passam a ser designadas. Lucas fala de suas relações com um cliente fixo:

Tipo assim, ó, eu namoro com ele, ele é meu cliente fixo certo, ele é *meu*, ele me paga, vamos combiná, por semana; ele me paga sempre que vem aqui. Ele já me liga: ‘ó, to indo aí pra fica com você’, entendeu? Isso quem vai determinar é o cliente, porque se eu passar e der em cima dele e ele gostar, ele vai chegar em mim e falá, sabe, o que é, ‘é que eu gostei de tal menino, vou sair com ele, tá bom? Tchau’.

Pergunto como ficam as relações entre os boys. Lucas: “Fica normal, porque eu sei que o cliente é meu, o cliente é *fixo meu*, ele só vai sair com outro boy pra dar aquela transada e acabou, não vai virar fixo de outro boy. Aí entra o eu mesmo; se ele gostar, ele pode *trocar* eu por você. Já teve muita briga, nossa, por causa disso.

E depois disso cabe perguntar: afinal é namorado ou cliente? Ou em qual contexto é um ou outro? E quem deve ser fiel a quem? Surge afeto, carinho, cuidados, mas o amor, diga-se, *incondicional*, do boy pelo cliente e deste pelo boy, este amor pode ser questionado. Vejamos Marcos e o Sr. Reinaldo.

Além da entrevista gravada, com quase duas horas e duração, Marcos, como dissemos antes, foi um dos principais informantes desta pesquisa. Em muitas ocasiões em que estive nas saunas, Marcos sentou-se à mesa em que eu estava e falou longamente sobre sua vida, seus amores, seus problemas com a droga e as dificuldades que teve para abandonar a dependência, sua ex-esposa e filhos. Falou-me sobre suas relações afetivas com os clientes, situação que, como ele afirmou, o confundia. Marcos nos fala sobre um dos clientes, que foi o seu namorado na sauna, que mais o marcou.

Segundo Marcos, o Sr. Reinaldo, ajudou-o a “sair da droga”, a recuperar a si mesmo e seu orgulho. O que mais o confundia: o cliente não lhe dava nada mais que cinquenta reais por semana. Ou seja, o dinheiro, segundo se pode depreender, era secundário na relação entre eles. Marcos fala sobre seus sentimentos<sup>70</sup>:

Eu gosto dele, não é o amor, assim, mas eu preciso ouvir a voz dele todo dia. Eu tenho tesão nele, eu nunca me senti tão solto, tão à vontade na cama. Com ninguém! Nem com os meus namorados. Ele é velho, não é bonito, mas eu gosto dele, não amo, mas gosto muito dele. Entende? Meu, eu tenho medo que ele fique doente e vá pro hospital. Como é que eu vou visitá-lo? E se ele morre? Como eu vou saber? Tenho medo que ele morra. Sabe, tem o dinheiro, mas você sabe quanto ele me dá? R\$20,00, R\$30,00 por semana. Não é o dinheiro, não posso dizer que é amor, assim aquele que a gente sente pelo namorado, mas eu não sei, não sei, ele é tudo pra mim.

Nesta entrevista o Sr. Reinaldo falou-me sobre seu casamento:

Minha esposa sabe onde estou e com quem estou. Ela é minha confidente, sabe de meus desejos homossexuais há anos, contei-lhe após o nascimento de nosso último filho. As crianças não sabem e nem devem saber. Eu e minha esposa não mantemos intercuro sexual há muitos anos, resolvi contar-lhe, e se me acontece algo em uma noite qualquer? Estes garotos não são exatamente confiáveis. Ela tem de saber até para tratar do patrimônio. Ela tem sido bastante companheira. Temos nossas vidas afetivas separadas, mas apoiamos um ao outro.

Sobre sua relação com Marcos, a resposta nos traz subsídios sobre a afetividade, a polaridade *ativo/passivo* e outras situações que ocorrem nesses espaços. O Sr. Reinaldo faz uma longa digressão de como conheceu e o que o atraiu em Marcos:

Eu o conheci na Rainbow, em 2005, um menino lindo, lindíssimo. Ele andava sempre com uma sunga Armani. Ele me disse que essa sunga sobressaia seu membro viril. De fato, não sei se você reparou, mas o menino é bem avantajado. Perguntei-lhe quanto ele cobrava, ele disse R\$150,00 e que não fazia *passivo*. Ele disse-me com aquele sorriso lindo que sabia da minha fama de *ativo* na sauna, mas

---

<sup>70</sup> Alguns depoimentos foram dados longe do gravador. Para ser o mais fiel possível a esses depoimentos, quando eles me eram dados, vinha para casa e passava o resto da noite transcrevendo o que estava em minha memória. Estas transcrições são as mais fieis possíveis. Quando não se tratar de depoimentos gravados, farei a observação antes da fala do sujeito. O cliente de Marcos acabou por me dar uma entrevista sobre sua relação com ele. As falas do cliente, Sr. Reinaldo, foram todas da entrevista concedida. Tentei entrevistar esse cliente várias vezes. Apesar de ser um cliente *habitué* da sauna e de fazer parte de um rol de relações de clientes que me deram entrevistas, esse pediu para não dar entrevistas, foi reticente, mesmo sabendo que eu usaria um pseudônimo. Informou que era casado e tinha filhos, trabalhava em uma corporação do governo federal e que tais situações o impediam de ser identificado. Garanti a ele o anonimato, citando inclusive que, neste tipo de pesquisa, se o colaborador for identificado, pode gerar problemas e consequências éticas para o pesquisador. Com essas garantias, o cliente acabou concedendo uma entrevista.

com ele, se eu o quisesse, teria de mudar, teria de 'dar o cu pra ele'. Rimos bastante, mas declinei. Disse-lhe que não estava acostumado em ser *passivo*, que tinha uma pele sensível e que, então, não iríamos para o quarto.

Perguntei-lhe como, então, eles haviam chegado a uma história romântica. Respondeu-me: “Todas as vezes que nos encontrávamos na Rainbow ele sentava na minha mesa, conversava, falava dele, me contava sua vida. Fomos criando uma amizade, uma espécie de laço. Uma noite, em uma festa da Apollo, em 2006, eu o encontrei, ele me puxou, me deu um forte abraço, algo inesquecível, um beijo que se tornou a maior atração da festa. Soube depois que Marcos não beijava, mas fui longamente beijado e fiquei muito sem graça; não sou dado a demonstrações públicas de afeto. Ele me disse: ‘hoje nós vamos pro privê e não aceito não’. Eu, sem saber o que dizer, disse: ‘Vamos, mas sou ‘ativo’ e não pago mais que R\$50,00’. Marcos: ‘Vai pegar a chave’. Assim começou esta história”.

Perguntei: “Sr. Reinaldo, o Marcos fala bastante de que você o ajudou a sair das drogas. Como foi?” Sr. Reinaldo: “Eu o acompanhei no seu fundo do poço. Ele usava muitas drogas, não saberia dizer quais, mas eram muitas, emagreceu, muitas vezes saía de casa aos domingos para comprar-lhe comida; dava-lhe R\$20,00, às vezes R\$30,00 por semana, fazíamos amor todas as semanas e nunca dei um tostão a mais. Algumas vezes fui encontrá-lo para saber como estava, fomos ficando, ficando, ele me prometeu que sairia das drogas, saiu. Eu sempre *ativo* na relação, mas uma noite, na Apollo, me sentia muito a vontade com ele, muito mesmo e pedi para ser *passivo*. Hoje, sinto falta dele, de ser *passivo*, pode? (risos). Posso dizer uma coisa que diz o que é minha relação com ele: é o único homem a quem amei” (destaques nossos).

Sem sombra de dúvidas, Marcos e o Sr. Reinaldo construíram uma relação afetiva em que o dinheiro surgiu como mediador de segundo plano, uma relação constituída por ações que lhe deram nova feição: *salvar* Marcos das drogas, tornar-se *passivo*, ou confiar no parceiro, fazendo sexo sem o dinheiro como forma de pagamento. Enfim, Marcos e o Sr. Reinaldo, por assim dizer, se gostavam. Mas, a história de amor e desejo que parecia eterna transformou-se. Agora eles são amantes.

Outra história interessante é a de Marcelo. Em todas as vezes em que o encontrei e conversamos sobre apaixonar-se por um cliente, ele disse-me que isso era impossível, que não tinha tesão por homens mais velhos e que tudo não passava de uma encenação. Ou de uma *performance*, nos termos de Diaz-Benítez (2009). Até que, em uma noite, quando Marcelo se sentia muito deprimido por ter brigado com seu namorado, conheceu

um cliente na sauna. Esse cliente, segundo seu relato, tratou-o muito bem, levou-o para jantar e, estranhamente, não quis fazer nenhum programa. Pagou mais do que Marcelo cobrava, deixou-o dormir em sua casa, enfim, deu-lhe toda a assistência necessária. Perguntei-lhe por que. Marcelo: “Não sei, Elcio, não sei, só sei que ele foi espetacular”. Houve vários encontros entre Marcelo e o cliente depois disso, segundo o relato de Marcelo, vieram as relações sexuais e, com elas, o que Marcelo chamou de *uma ajuda*. Concomitante à ajuda, esse cliente começou a incentivar Marcelo a voltar a estudar, a procurar um emprego com mais estabilidade, a dar-lhe apoio e dinheiro para visitar a família no interior de seu estado natal.

Perguntei um sem número de vezes a Marcelo se ele não estava se apaixonando pelo tal cliente, ao que, invariavelmente, ele respondia: “Não!” (destaque do sujeito). Até que um dia, o cliente disse a Marcelo<sup>71</sup>: “Olha, estou me apaixonando por você. Já me apaixonei por um boy antes e não quero me machucar, então vou te ajudar em tudo que você precisar, mas não teremos mais relações sexuais, seremos amigos apenas”. Tempos depois encontrei com Marcelo na sauna, ele estava com uma chave de cliente. Perguntei-lhe que chave era aquela. Marcelo: “Ele (o cliente) me ajudou muito, muito. Saí dessa vida, mas a sauna é legal, eu reencontro alguns amigos do tempo da viração”. Eu lhe pergunto se ele, afinal, estava transando com o cliente. Marcelo: “Não, ele não quis mais, desde aquela noite. Eu vim com ele hoje aqui. Ele está com um boy no quarto. Depois a gente vai jantar”. Eu respondi: “Que legal!” Não me contive e perguntei: “Mas se ele te pedisse você transava com ele? Você tem ou não tesão por ele?”. Marcelo: “Com ele eu tenho tesão, muito. Ele me conquistou. Se ele quisesse a gente transava agora, só que ele não quer”.

Marcos, Marcelo e o Sr. Reinaldo, em suas declarações, demonstraram muita afetividade e desejo por seus parceiros. Neste sentido, poderíamos sugerir que existe tanto o afeto como o desejo nas relações entre michês e clientes. Mas existem algumas outras declarações que apontam na mesma direção e, também, para o desejo de garotos mais novos por homens bem mais velhos.

Como disseram antes, Gabriel e René sentem atração por homens mais velhos. René, em sua longa entrevista, quando lhe perguntei se o boy se apaixona pelo cliente, falou sobre o assunto:

---

<sup>71</sup> Reproduzo neste trecho anotações do diário de campo. Os trechos a seguir foram dados longe do gravador.

Eu tava num domingo à tarde em casa, sem fazer nada, cigarro acabou, só tinha o dinheiro da passagem para ver o cliente no dia seguinte. Eu falei: puta merda, não vou pedir cigarro pra minha vó, o que é que eu vou fazer? Vou na lan house. Fui numa lan house que eu tinha crédito, entrei, né, nas salas de bate-papo. Quando eu entrei esse cliente me chamou, fomo pro MSN<sup>72</sup>, ele se interessou no papo e ele morava longe de onde eu morava, né, e ele falou você vem pra cá agora. Eu fui. Ele me perguntou se podia me convidar pra jantar e ele perguntou quanto eu cobrava pra passar uma hora jantando com ele sem sexo e eu falei o valor.

Rene nos diz que dias depois o cliente o chamou novamente o convidando para jantar. Este cliente o levou para comer massas em um restaurante nos Jardins<sup>73</sup>. Segundo Rene, ele foi se afeiçoando ao cliente nos vários encontros posteriores. Uma noite, segundo Rene: “acabei dormindo lá[na casa do cliente]. Aí eu me dei conta de que já tava há quinze dias na casa dele, eu tinha ido até a casa da minha vó, assim, mais era quinze dias na casa dele! Então ele comprou, fez igual ao outro, comprou roupas, me apresentou pra todos os amigos dele, isso e aquilo, e a gente ficou seis meses casados, e ele sempre falava pra mim, vai ter uma hora que você não vai aguentar ficar do meu lado”.

Perguntei-lhe se ele curti o cliente e se era mais velho. René: “Curtia, curti ele, não o dinheiro dele, porque ele era milionário. Pra você ter noção, o prédio que ele morava era dele; um lado da cobertura do apartamento era a que ele morava, a do outro lado ele vendeu por uma puta grana, em euros, pra um europeu. Eu ajudei ele a contar a grana. Se ele era mais velho? Tinha quase sessenta anos”.

Mas, se, por um lado, os garotos fazem amigos e têm clientes especiais, ou namorados, por outro lado os boys também têm histórias de promessas não cumpridas pelos clientes. Ou, em outras palavras, vários colaboradores boys desta pesquisa trazem também muitas decepções com seus clientes. Marcos relata que tem um cliente de língua germânica, que, segundo o relato de Marcos, é fascinado pelo seu tom de pele, mais escuro, e pelo tamanho de seu pênis. Quando Marcos o conheceu, o cliente prometeu levá-lo para seu país, ensinar-lhe a língua e sustentá-lo para sempre. Segundo Marcos, estas promessas têm três anos.

Sobre promessas feitas por clientes, Carlos relata: “Então, esse rapaz mora nos Estados Unidos, que eu encontrei em uma boate. Ele me trouxe para São Paulo, pagou

---

<sup>72</sup> MSN é um programa de troca de mensagens instantâneo. A conversa acontece em tempo real.

<sup>73</sup> Bairro nobre da cidade de São Paulo.

passagem aérea mais o hotel aqui, e ele me fez duas vezes a proposta de ir pros Estados Unidos morar com ele. Independente de programa ou não. Falou que me levava pra lá, me dava uma ajuda, arrumava trabalho, e eu, não consigo me manter. Por isso ele fez a proposta novamente e eu tô vendo o que eu vou fazer agora (risos).” Pergunto: “Você vai embora com ele?” Carlos: “Ah! Acho que vou. Ele é muito gente boa, ele conhece minha família sabe? A gente tem uma ligação bem forte de amizade.” Quero saber: “Você iria só pela amizade?” Carlos: “Não. Eu acho que é uma mudança de vida, né? Eu vou prá lá, conhecer coisas novas, é um país novo, um estilo de vida novo.” Pergunto novamente: “Fica difícil recusar um convite como esse?” Carlos: “Ah! Fica, né, meu? Porque é um negócio que vem de mão beijada, então você tem que colocar os prós e os contras, o que é bom pra você, o que você vai ganhar, o que você vai perder, o que você vai deixar pra trás, por isso eu recusei duas vezes já. Duas vezes eu recusei, e agora eu acho que é o momento de aceitar, o momento certo de mudar de vida”.

A última vez que vi Carlos foi em 2010, no aniversário da Apollo. Sobre a promessa, Carlos disse: “Ainda não deu, ele saiu do emprego, mas acho que este ano nós vamos, né?” Como já dito acima, fica evidente, através dos depoimentos dos informantes, o interesse afetivo e sexual pelos clientes e, sugiro, também o desejo sexual por eles, e isso a ponto de sentirem prazer, com determinado cliente, em formas pouco convencionais de praticar o sexo e que serão francamente rejeitadas em outras situações e com outros clientes. Às vezes até com o namorado.

Mas, e os clientes, como eles veem os boys? Eles se apaixonam pelos garotos? Como eles veem suas relações com os garotos? Alguns clientes, diferentemente do Sr. Reinaldo e do Sr. Fausto, são mais econômicos em suas respostas quando a pergunta refere-se a amar um profissional do sexo. Pergunto ao Sr. Fredy se ele já se apaixonou por um boy e ele relata:

Sim, é uma situação péssima. Não fico em cima querendo isto ou aquilo, mas, no fundo, a *questão se sustenta porque existe muito dinheiro na jogada*, ou algum interesse do boy em algo material. Muito raro não existir a questão do dinheiro no meio. *Entretanto, dois casos que tive com os boys, eu os tirei da profissão e fiz com que voltassem a estudar e trabalhar.* Hoje são meus amigos, até viajam comigo, mas não pinta nada de sexo. (destaques nossos).

O Sr. Alencar diz: “Já vivi uma história de amor com um boy. Foi muito forte, muito sofrida”. Pergunto: “Você quer me falar dela?” Sr. Alencar: “Não... sinceramente

não”. Insisto: “Dá pra me falar por que terminou? Você não era correspondido?” Sr.

Alencar:

Elcio, o boy só quer dinheiro. *Você já viu algum boy querer alguma coisa que não seja dinheiro?* Enquanto você dá dinheiro pra eles, o que eles querem, roupa, celular, essas bobagens, eles te tratam super bem, é você no céu e Deus na terra. *Mas gostar de você do jeito que você é? Quando você não pode ou não dá o dinheiro, o “amor” acaba. Eu sofri, muito, foi muito doído.* (destaques nossos, aspas do sujeito).

O Sr. Eliseu:

Para haver relação é necessário algum envolvimento de ambas as partes. Sempre me apaixono pelos meus parceiros. Sem paixão não há tesão. *O que eu procuro manter é os pés no chão e manter essa relação dentro do espaço das saunas.* Ocorreu de eu tentar levar essa relação para fora por duas vezes sem sucesso. No meu caso, essa química só funciona dentro das saunas. (destaques nossos).

O depoimento do Sr. Fausto faz coro com várias vozes que frequentam as saunas. “O garoto só quer o dinheiro”, “Você sabe como é, eles querem o teu dinheiro” são expressões comuns entre os frequentadores mais velhos, de primeira hora, das saunas de michê. Pelas respostas dos informantes clientes, pode-se sugerir, aqui, o surgimento de um dos paradoxos do *negócio do michê* nas saunas: os clientes vão em busca de um garoto para amar e serem amados por ele. Os garotos vão *pelo dinheiro*, o resto vem com o tempo, quando vem.

Mas, se é possível sugerir que, no primeiro momento, alguns dos informantes clientes rompem com os padrões heteronormativos, amando e vivendo com um boy, ou seja, assumindo uma relação abjeta socialmente, muitas vezes, na mesma fala, eles retomam o discurso socialmente aceito e põem no garoto a *culpa* pela *vergonha* que sentem, por procurarem sexo pago, e por uma relação que supostamente deveria ter dado certo, mas que *não deu*.

Assim, sugiro que, devido ao envolvimento com um garoto de programa e, pelas razões elencadas acima, os clientes tentam tirá-los da profissão. Vergonha, dos clientes, de manterem relações homossexuais e permanecerem no *limbo*, preferindo manter seus casamentos heterossexuais, como o Sr. Reinaldo, ou outro cliente que, apesar de ser meu amigo de longa data, não quis dar uma entrevista gravada. Seus motivos: “já sou avô, sou casado, minha mulher não pode saber onde estou”.

O sofrimento de alguns clientes revelado através da justificativa “por não ser amado como sou”, até um ponto, comovem, mas o que os personagens esquecem é que

essa história tem início, ou para ser coerente com a teoria aqui adotada, as práticas discursivas, as falas *performáticas* entre ambos se dão na sauna. É lá que o boy vende o seu corpo; que o cliente, transformado em príncipe, o conhece e *aluga* ou *compra* temporariamente aquele corpo. É lá que o cliente mostra o quanto ganha, aliás faz questão de dizer quanto ganha e quanto pode pagar. Seguindo por este caminho, tem-se a sensação de que o que conta mesmo, para os clientes, no mercado das saunas, é não ser *identificado*, é, para os boys, ter um corpo jovem e teso e, para os clientes, ter dinheiro. Se ele for um *coroa* só irá conseguir um parceiro se tiver grana. Se não, ele “cairá fatalmente” nas mãos desses michês “aproveitadores”, que olham apenas o dinheiro.

O depoimento do Sr. Fausto, Sr. Eliseu, Sr. Alencar, Sr. Fredy são enunciados performativos heteronormativos. Outro ponto que chama a atenção nos depoimentos de boys e clientes sobre a questão do afeto, da relação afetivo/sexual entre ambos é um descompasso em suas respostas. Para os clientes, os “garotos só querem o dinheiro”, se não tiver dinheiro não há relação. Já, segundo os michês, eles querem *o dinheiro*, que é importante, mas, para eles, também é importante acentuar que *não é apenas pelo dinheiro*, que o *afeto* também está presente nas relações com os clientes. Ou, dito de outro modo, *não é o dinheiro que compra o afeto do boy*, mas, sim, o modo como ele é tratado, o interesse que o cliente tem por ele, enfim, uma relação que borra as fronteiras do sexo pago e as torna transgressoras, mas que não deixa de estar com os pés na heteronormatividade, na homofobia e no sexismo.

As histórias acima revelam que os corpos desejantes/desejados, na prostituição viril, de modo geral, e nas saunas de michê, em especial, também buscam algo que estaria além do desejo desses corpos. Algo tido como amor, um *bem maior*. Seguindo Costa (1999), pode-se dizer que o amor é social, historicamente datado e uma prática discursiva. Uma prática subjetivante que tenta justificar ou dar inteligibilidade à prostituição viril. Mas este algo que surge como um discurso que confere inteligibilidade à prostituição entre homens surge, também, como um conflito, como algo que seria um interdito. É necessário olhar com mais atenção para essas histórias de amor para que o *amar* não encubra os diversos significados que as relações assumem nas saunas.

Também não podemos esquecer que muita coisa nesse *amor* está em jogo, como, por exemplo, a melhoria das condições de vida para o profissional do sexo e a companhia para o cliente; também que, nas saunas, existe uma fraternidade em que

formas de feminino estão ausentes; que, como várias vezes, ao longo da pesquisa, os colaboradores atestaram, há preferência por uma sauna em relação à outra porque em uma delas é possível *fazer amigos*, o que, em outras palavras, significa possibilidade de estabelecer relacionamentos homosociais, nos termos de Sedgwick (1985) e que tais relacionamentos são constituídos pela homofobia, misoginia e sexismo.

A grande maioria dos informantes deste estudo, michês e clientes, têm histórias longas e afetivas, histórias de atração sexual pelo cliente, como revela Marcos ao dizer, em relação a um de seus clientes, que “nunca se sentiu tão à vontade com alguém na cama, nem com um namorado”, histórias que algumas vezes os confundem, pois, apesar de não ser só pelo dinheiro, *o dinheiro se encontra presente nessas relações*. Nessas histórias o cliente passa a ser o mantenedor do boy até que este possa caminhar financeiramente sozinho. Algumas dessas histórias terminaram com finais felizes e, conforme confidenciou o gerente da Apollo, alguns clientes estão junto com um boy e não frequentam mais as saunas. Outras terminam por múltiplas razões. O que importa reter é que, de fato, não é apenas *só* pelo dinheiro que esses relacionamentos se mantêm, mas que existe afeto e as relações são construídas e desconstruídas com a ambiguidade do afeto/desejo *versus* dinheiro, e da ajuda.

#### **4.4- O dinheiro e o poder**

Sobre o amor e o dinheiro, Adelman (2011), Bernstein (2007), Davies e Feldman (1999), Padilla (2007), entre outros trazem contribuições importantes. Adelman (2011), em seu texto, discute a dualidade *amor romântico versus o dinheiro e o mercado*. Segundo a autora, existem correntes teóricas que apontam o amor romântico como um substrato íntimo do indivíduo, algo que é produto de sua subjetividade, uma emoção profunda, que deve ser mantida como tal. Para ela, seguindo Rubin (1992), a tradição ocidental trata de “separar, moralizar e disciplinar ‘o sexo’, já o constrói como altamente suspeito” (p. 123). Nesse sentido, o dinheiro pago pelo sexo/afeto surge como algo poluidor das *verdadeiras* relações afetivas que podem ser tomadas como *relações íntimas, autênticas*.

Zelizer (2005), tomando como ponto de partida casos jurídicos onde se exigem indenizações por mortes, danos físicos temporários ou definitivos, as relações existentes dentro da prostituição as relações afetivas e sexuais, nos diz que, em grande parte dos casos, advogados, juízes, familiares, acabam tendo acesso à intimidade dos

demandantes e julgando, através deste acesso qual quantia de indenização é ou não merecida. Deste modo, segundo a autora, a maioria das relações humanas está misturada ao dinheiro ou, ao econômico:

[...] a mistura das transações econômicas e das relações íntimas deixam perplexos participantes e observadores, e não os deixam perplexos porque isto raramente acontece. Pelo contrário, as pessoas estão constantemente misturando suas relações íntimas com transações econômicas. Essa mistura deixa os observadores perplexos por causa de uma crença comum de que a racionalidade econômica e os laços íntimos se contradizem, porque cada uma destas intersecções traz questões delicadas sobre a natureza dos relacionamentos entre aqueles envolvidos, e porque atividades econômicas compartilhadas determinam fortes direitos e obrigações entre os participantes. (ZELIZER, 2005:11-12)

Nos divórcios, indenizações por perdas e danos, mortes, invalidez, ou em situações cotidianas como cuidar de uma criança ou de uma pessoa idosa, o cuidado com os filhos, da moradia, habitação e alimentação, enfim, como nos diz a autora, nossa intimidade está entrecortada pelo financeiro, pelo dinheiro. O que nos torna perplexos, nas palavras da autora, é a crença de que, nossas relações íntimas, são regidas pelos sentimentos e estes não se misturam com questões econômicas. Concordamos com a autora. Nossa vida, íntima ou pública, está, em todos os momentos, entrecortada pelo dinheiro, financeiro, presentes ou equivalentes. Tentar retirar o econômico de nossas vidas seria apostar na crença de sentimentos individuais, puros e afastados da sociedade. E, concordando com Altman (2011), tal separação seria moralizar, disciplinar e por o sexo como algo “impuro”, que deve ser afastado de sentimentos “nobres” que não buscam o pagamento. Em outras palavras, e isto é óbvio, as relações da prostituição são relações em que forçosamente dinheiro, desejo e afeto se interpenetram inexoravelmente. O que não implica na ausência de afeto, desejo, amor.

Podemos trazer estas observações de Zelizer (2005) para as saunas de michê e as relações que se estabelecem entre clientes e boys. Como vimos antes, tais relações são ditadas *também* pelo mercado do sexo, relações que envolvem claramente o pagamento pelos serviços prestados. Mesmo que surja o afeto ou o desejo, ou ainda, o desejo e o afeto do boy pelo cliente, esta relação como dissemos antes, nasceu nas saunas, saunas que *oferecem*, de forma direta, os serviços do boy. Em uma frase: são espaços de compra e venda de sexo e, como vimos em nossa pesquisa, de ajuda do cliente para com o boy quando a relação sai do estritamente sexual. Colocar tais relações na esfera do

“impuro” ou sem “sentimentos” é tentar controlar e moralizar tais relações e dizer que o “verdadeiro” afeto não exige dinheiro ou cobrança.

Mas tratamos das relações das saunas, lugares estes inseridos e constituintes constituídos pelo mercado do sexo. Desse modo, outro ponto importante é que, como integrante deste mercado, não passou despercebido dos gerentes e donos o interesse intergeracional de clientes e michês, nem a ajuda dada aos rapazes pelos clientes. Como declarou o gerente da Apolo anteriormente: “[...] aí nós facilitamos a entrada dos garotos, né?” Em outras palavras, as relações intergeracionais e, afirmo, as relações afetivas de longo prazo, buscadas sempre por clientes e boys, constituem e são constituídas por esse mercado. Assim, a Apolo passa a facilitar a entrada de garotos, buscando aproximações com clientes de poder aquisitivo mais alto. As saunas, que a princípio se tornam espaços de sociabilidade e lazer para homens com desejos homoeróticos, os quais não querem ser identificados com esses desejos em função de sua posição social, começam a investir na prostituição em espaços fechados, apostando nos desejos intergeracionais existentes em algumas relações homossexuais. Os espaços fechados, no caso desta pesquisa, as saunas, tornam-se espaços *facilitadores* dessas relações.

Assim, como dissemos antes, não se pode negar a dualidade destas experiências: o afeto e o desejo, que são construídos durante a relação entre o boy e o cliente, e a ajuda propiciada ao boy pelo cliente. Vários rapazes, em depoimentos dados para esta pesquisa, relataram terem se apaixonado por seus clientes. As histórias começam com um programa, durante o qual surgem novos convites, como aquele feito a René, para jantar. O michê vai tendo suas necessidades supridas, roupas novas, novos celulares, enfim, vai tendo conforto e segurança. Neste ponto, o boy se afeiçoa ao cliente, e tal afeição se dá muito pela forma como o cliente trata o garoto. A história de Marcelo confirma este ponto. Portanto, mesmo na forma de sustento ao garoto e suprimento de suas necessidades, o dinheiro está presente nessas relações. Mais uma vez, Davies e Feldman (1999:11) falam sobre as expectativas, afeições e desilusões entre clientes e boys:

Estes homens jovens evidentemente buscam amizade e apoio bem como sexo de seus clientes. Por outro lado, eles veem o sexo com seus clientes como o preço que eles pagam por serem cuidados de alguma maneira. Este preço às vezes pode ser alto demais (tradução nossa).

Outra análise importante e no qual convém se deter um pouco, não apenas pela questão intergeracional que o autor traz mas também por pontuar as questões políticas que rondam as relações de prostituição entre homens na Holanda, é o de Zuilhof (1999). Segundo o autor, em função da maior abertura da sociedade holandesa no que se refere às questões sexuais e do rebaixamento da idade legal, para dezesseis anos no mínimo, para que sejam permitidas relações entre homens, o tema *prostituição viril* chega a ser comum nesse país. Ainda segundo o autor, encontram-se, na Holanda, rapazes de diversas nacionalidades, como marroquinos, romenos, tchecos, sul e norte-americanos, que vão àquele país em busca de melhores oportunidades de vida e de ganho financeiro.

Os depoimentos dos informantes da pesquisa de Zuilhof (1999) contam, com clareza, que esses rapazes que trocam sexo por dinheiro não apenas têm desejos sexuais por seus clientes como também veem alguns deles de modo especial. O autor diz que, de maneira frequente e comum, os clientes são vistos pelos boys como amigos, amantes, como alguém que lhes dá uma cama para dormir por uma noite ou por algumas semanas, e que “o sexo com eles pode ser pura luxúria” ou “um grito que pede apoio e atenção” (1999:34, tradução nossa).

Padilla (2007) em sua pesquisa sobre a prostituição viril Republica Dominicana, aponta o quanto os turistas que procuram jovens dominicanos para a troca de sexo por dinheiro acabam por ajudar estes jovens. Alguns clientes destes jovens guardam alguma semelhança com o cliente fixo dos boys das saunas em São Paulo. Também, são estes clientes que acabam por *ajudar financeiramente* não apenas o rapaz, mas também a família deste. Atribuir um peso estigmatizante para o pagamento recebido pelos profissionais do sexo, como se estes “visassem apenas o dinheiro” é, não apenas tentar culpabilizar o vendedor, no caso o boy, a ponta mais fraca da relação, mas também negar que se participa *junto com* o boy das regras da prostituição.

Pelo que se viu até aqui, dinheiro, desejo e afetividade andam juntos. Isso macula as relações desses espaços? Para campanhas moralistas, dir-se-ia que sim. Nada melhor para os moralistas dizer que, além de *perversos*, os homossexuais têm de *pagar para suas relações*. Nada seria mais desastroso do que esse tipo de análise. Em relações nas quais se troca sexo por dinheiro, o que é esperado é que o dinheiro surja. O importante e o que desestabiliza a análise, borrando as fronteiras do sexo pago, quando se parte de uma suposta “pureza” das relações “isentas” de dinheiro, é que o dinheiro surge com o afeto. Em outras palavras, dinheiro e afeto não se excluem, ao contrario, se *inter-relacionam*.

Neste sentido, o trabalho de Bernstein (2007:126) merece algumas reflexões. Seus achados sobre *namorados* entre homens que buscam os serviços de uma profissional do sexo permitem algumas aproximações com o que esta investigação encontrou nas saunas. A autora faz uma interessante comparação entre sexo *recreativo* e sexo *relacional*. Segundo ela, o sexo *recreativo* é uma forma de relação sexual sem que haja uma ligação importante; é apenas o sexo. Sem a “ambiguidade, a dependência de status, e a hipocrisia da troca de presentes” (p. 118) das relações sexuais normativas. Já o sexo *relacional* seria uma modalidade de relação sexual, entre o cliente e a prostituta, em que o cliente *buscaria* a relação, mas sem o peso das relações maritais. Algo como *um compromisso sem compromisso*. Ainda segundo a autora, para muitos clientes do mercado do sexo esta forma de encontro traz um facilitador de outras formas de desejo e atividade sexual que não são as encontradas em seus ambientes domésticos. Nas palavras de Bernstein (2007:120):

Isto é verdade se o que o cliente deseja não é um encontro genuíno, mas sim um encontro íntimo, emocionalmente limitado, a experiência de ser acarinhado e ‘servido’, a participação numa ampla variedade de *liaisons* sexuais, ou um interlúdio erótico que é ‘mais real e humano’ do que satisfazer a si mesmo sozinho (destaques da autora, tradução nossa).

Segundo a autora, “uma das características mais buscadas no encontro da prostituição, assim, se tornou ‘experiência da namorada’, ou GFE<sup>74</sup>”. Isto, porque vários de seus entrevistados chamaram a atenção para o *tratamento dado a eles* pela profissional do sexo. Por exemplo, a prostituta “não pode ser fria com eles” (p.126). Deste modo, uma sessão de GFE tem longa preliminar, incluindo beijos, carícias, esforço do cliente para estimular a profissional e vice-versa. Pode-se, assim, concluir que tais encontros constituem-se em encontros de namorados. Sem dúvida, mediados pelo dinheiro. Mas é essa mediação, sugiro, a atração desse namoro.

Bernstein (2007:11) fala da relação sexo *versus* dinheiro. Segundo a autora, por volta dos anos 1990, as escritoras feministas procuravam demonstrar que o trabalho da prostituição era um trabalho como outro qualquer. É por essa época que surge o termo *trabalhadoras(es) do sexo*. Em poucas palavras: o que torna toda a prostituição atraente,

---

<sup>74</sup> A sigla GFE *Girlfriend Experience*. Blanchette (2010) também nota este comportamento em sua pesquisa com prostitutas no Brasil.

para Bernstein (2007), é o fato de o sexo acontecer longe da esfera privada da casa. E o dinheiro é encarado como uma forma de se obter tal proximidade e intimidade.

Medeiros é outra autora que trata da mediação do dinheiro. Segundo a autora (2002:21), que fala da prostituição feminina, as relações estabelecidas nesse âmbito são relações de poder, do poder do erótico, e devem ser entendidas de acordo com os significados culturais desse erótico. Ainda:

O que é negociado é o dinheiro - por parte da prostituta - e o gozo - por parte do cliente. Ambos estão trocando desejo. O objeto é o corpo de alguém - sexo pecaminoso, perigoso, anônimo e pago. O valor corresponde às realizações das fantasias e do gozo (p.21, tradução nossa).

Acrescentaria às afirmações de Medeiros (2002), que nas relações estabelecidas nas saunas entre michês e clientes, também é negociado o amor. A partir das afirmações de Medeiros (2002:97) sobre a prostituição feminina, é possível traçar paralelos entre a prostituição viril e a feminina. Segundo a autora, as prostitutas “possuem uma ética” (2002:97) que é ordenadora e coordenadora de seu trabalho. Segundo a autora, as prostitutas estão trocando sexo por dinheiro para atender uma demanda, a demanda do cliente. Medeiros (2002:97) nos diz que em sua pesquisa, segundo depoimentos colhidos pela autora de suas informantes profissionais do sexo, os clientes estão em busca de prazer, seja este prazer o de “tocar, falar, ver ou o de ejacular” (2002:97), cabe então a prostituta atendê-lo e receber um pagamento por tal serviço.

Adiante a autora fala do prazer sexual sentido pela prostituta na relação com seu cliente. Segundo Medeiros (2002:98-99):

As informantes diferenciam entre o envolvimento e o prazer sexual. Pensam que o prazer é mais fácil de administrar, posto que pode ou não estar associado com uma paixão, mas está na ordem da emoção física; enquanto que a paixão mobiliza todo o sistema emocional de uma pessoa, chegando a mudar toda a sua vida. O prazer pode ser temporal e passar.

A prostituta, em seu trabalho, longe da visão paternalista que muitos têm da prostituição, pode sentir prazer com o cliente. Evidentemente não com todos, tampouco em todas as relações sexuais. O prazer sexual ocorre sobretudo quando a prostituta não tem um companheiro em sua vida particular. Pode ocorrer também quando esta sente atração por um determinado cliente (tradução nossa).

Ou seja, também na prostituição feminina se tem prazer com o cliente. E, segundo Medeiros (2002), as profissionais do sexo lidam melhor com o prazer do que com a afetividade, posto que a afetividade “fugiria” do corpo. É discutível tal afirmação,

pois, a nosso ver, tanto o prazer como o afeto mobilizam todo o corpo e podem *não passar rapidamente*, mas o que é importante nesta afirmação é de que o dinheiro não afasta nem o desejo e nem o afeto.

Mas, tendo como referência as relações que ocorrem nas saunas de michê, e as falas dos informantes clientes anteriormente, o dinheiro traz outra questão embutida, as relações de poder que ocorrem entre boys e clientes.

As relações que se desenvolvem nas saunas entre michês e clientes *são relações de poder* no sentido dado por Foucault a essa expressão. Para o autor, tais relações independem, ou melhor, até dependem de atos coercitivos e medo, mas, quando Foucault (2010) fala de *relações de poder*, afirma que: “De fato, aquilo que define uma relação de poder é um modo de ação que não age direta e imediatamente sobre os outros, mas que age sobre sua própria ação. Uma ação sobre a ação, sobre ações eventuais ou atuais, futuras ou presentes” (2010:287). Em *Microfísica do poder*, o autor fala:

Ora, me parece que a noção de repressão é totalmente inadequada para dar conta do que existe justamente de produtor no poder. Quando se define os efeitos do poder pela repressão, tem-se uma concepção puramente jurídica deste mesmo poder; identifica-se o poder a uma lei que diz não. O fundamental seria a força da proibição. Ora, creio ser esta uma noção negativa, estreita e esquelética do poder que curiosamente todo mundo aceitou. Se o poder fosse somente repressivo, se não fizesse outra coisa a não ser dizer não, você acredita que seria obedecido? O que faz com que o poder se mantenha e seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso (FOUCAULT, 1995:7-8).

Ou seja, o poder é produzido discursivamente e produz discursos sobre ele. Segundo Foucault, as relações de poder são estruturantes das relações sociais. Nas saunas, não só o afeto ou amor confere inteligibilidade ao sistema, como aponta Pochay (2011), mas também o dinheiro com seus instrumentais discursivos de *poder*. Em outras palavras, para o cliente: *é amando e ajudando financeiramente o garoto* que terei o controle sobre ele; para o garoto: *é tendo um cliente fixo, que só sai comigo*, que eu o controlo. Esses discursos, dos garotos e dos clientes, que são *produtores* de prazer, na medida em que um *ama o outro*, de fato, produzem *poder*.

O cliente *ajuda* financeiramente o garoto. Claro, *em tese, ele é mais pobre* e não *conhece* bons restaurantes e *não teve* a chance de estudar, de *ser alguém* (alguém, quem?), enfim, não teve *como se sustentar*. Então o *bom e desinteressado* cliente o

*ajudará a sair dessa vida que, não vale a pena ser vivida, mas, para isso, o boy terá de ser só dele e vice-versa. É esse dinheiro, que compra e vende, e mais a fidelidade e a afetividade de ambos que farão diferença na relação entre michês e clientes. Porém tais discursos são produtores também de poder. Do poder/saber foucaultiano. É o cliente que sabe mais, porque estudou mais, é o cliente que tem mais dinheiro, porque trabalhou corretamente, enfim, é o cliente que, supostamente sabe mais. Este é o jogo das duas partes.*

Claro, o garoto *será tão grato* por sair daquela vida que será só daquele cliente para sempre... Essa é a fantasia esperançosa do cliente. Mas não é *tão* para sempre assim. Também o boy tem sua fantasia de posse. Quando o cliente se torna fixo para um garoto, para este o cliente será somente dele e, caso o cliente queira transar com outro boy, terá de pedir permissão ao seu *boy fixo*, ou *namorado*.

Mas estranho paradoxo: esse pagamento não tem o dinheiro, mas sim, sugiro, o *amor romântico*, citado por Costa (1999), como moeda de troca. *Sujo?* Não, apenas *performático, contextual. Um jogo das relações de poder das saunas de michê em São Paulo.*

O boy tem de amar o cliente como ele é, mas como é ele? Como ele é *com ou sem* dinheiro? Ele é o herói? Aquele que não tem interesse? Pode-se dizer, em função das afirmações feitas pelos informantes clientes desta pesquisa, que ele é sem ser, pois, a partir do momento em que a relação entre ambos sai do estritamente sexual, ou do programa, ou do recreativo, ou, ainda, do relacional, conforme Bernstein (2007), momento em que tal relação passa a ser uma relação afetiva entre ambos, o garoto não pode mais pedir; tem de trabalhar, dividir contas... Pois o cliente quer que o boy não seja boy... Estranho esse jogo. E, repetindo, paradoxal mesmo, jogo em que o amor - uma suposta entidade universal, sem forma, com um conteúdo que seria, diga-se, acima do bem o do mal, um bem comum procurado por todos e que mudará seus dias (Costa, 1999), supostamente entregue ao cliente ou ao boy - exige que os indivíduos sejam o que não são. Ou que se perguntem o que são...

Nessa *produção performativa*, na qual se dá a produção de poder, o boy deixa de ser boy por causa do cliente-príncipe que o salvou da *sujeira* que ambos frequentavam e, diga-se, gostavam, das saunas as quais se tornam *sujas* assim que começa uma história mais afetiva entre um boy e um cliente. Mas, ao final, o michê volta à sauna e o cliente também...

## Finalizando

Esta pesquisa teve como objetivo principal a compreensão das masculinidades e se o uso da expressão *masculinidades hegemônicas* poderia ser utilizada também nas relações entre homens que trocam sexo por dinheiro nas saunas de michê em São Paulo. Durante sua pesquisa sobre a prostituição rueira em São Paulo, no fim dos anos 1970 e princípio dos anos 1980, com o crescimento do movimento homossexual brasileiro, Perlongher (2008) nota uma importante mudança nas atitudes e comportamentos dos que se designam homossexuais.

De um comportamento tido como afeminado, os homossexuais passam a valorizar comportamentos tidos como masculinos, ou seja, muda-se o enfoque das sexualidades para o comportamento de gênero, socialmente aceitável. Tal mudança acaba por excluir homens homossexuais que não se encaixam nos padrões de gênero socialmente aceitáveis para as masculinidades. No entanto, pouco se sentiu desta mudança de comportamento e atitude nas saunas de michê. Nestes locais de encontro entre homens como dissemos ao longo do texto, feminilidades, incluindo travestilidades e homens afeminados são fortemente rejeitados. Também não são bem vistos nas saunas homens que super valorizam sua masculinidade, beirando o modelo que Braz (2010) nomeou como *hipermasculino*. Em outras palavras, os frequentadores das saunas buscam uma aproximação com modelos hegemônicos de masculinidade.

Tinha também como objetivos secundários a compreensão destas relações em espaços fechados da cidade de São Paulo. Quais as dinâmicas destas relações, suas intersecções com os proprietários e funcionários. Como são estes locais em seus interiores?

Como foi dito anteriormente, as saunas são espaços amplos e que não se restringem apenas à prática do sexo. Uma extensa programação, de shows e outros eventos como bingos e karaokês, acontecem quase todos os dias da semana. Estas atividades são concorridas e, algumas vezes, clientes e boys têm nestas programações seu objetivo principal quando vão a estes locais. Em outras palavras, as saunas são espaços de sociabilidade entre homens, ou, nos termos de Anderson (2009), “comunidades imaginadas”, onde as pessoas compartilham sentimentos de pertença a um local construindo um passado e um “nós” legitimamente “comum e identificado”. No caso, o passado “legitimamente comum e identificado” se dá através da construção

das saunas, no fim dos anos 1970, como lugares pensados para o encontro e prática sexuais entre homens que se identificavam ou não como homossexuais.

Em outras palavras, no fim dos anos 1970, os locais públicos e festas em apartamentos privados eram os locais de encontro desta população. Como dito no capítulo dois deste texto, as batidas policiais em busca de “pervertidos” e mesmo a prostituição de rua, como diz Perlongher (2008), se constituem em espaços perigosos para esta população.

Com o surgimento das saunas gay e de michê, e seu anonimato, estes locais passam a se constituir em espaços de encontro “seguros” para esta população sem que esta tenha que ser exposta aos olhares públicos. Muitos clientes colaboradores desta pesquisa são frequentadores destes espaços desde seus primeiros momentos. Um ponto central que os une, além do desejo, é o anonimato propiciado pelas saunas. Este anonimato, as possibilidades da prática sexual com um homem e o ganho por isso, no caso do michê, acaba por tornar o espaço das saunas uma “comunidade imaginada” (Anderson, 2009).

No entanto, estas *comunidades* excluem e se tornam misóginas, pois estes homens que amam e fazem sexo com homens excluem homens tidos por eles como afeminados, excluem também as mulheres, e sem nos esquecermos do emblemático caso das travestis que não podiam entrar nas saunas (França, 2006), que são tidas como gay. São homens que criam um ambiente que Sedgwick (1985) nomeou como homosocial.

Neste tipo de ambiente encontramos não apenas a efiménofobia, mas também a homofobia, a misoginia e o sexismo. Foi o que encontramos. Homens que têm medo de amar outros homens, apesar de buscarem tal afeto, porque o outro surge sempre como um personagem que merece desconfiança. Neste sentido, sugiro que mais do que a desconfiança que outro possa causar, o que de fato está dito por estes homens é que eles têm é vergonha de amar outros homens. Como nos lembra Sedgwick (2003, 2007), a vergonha é constituinte do sujeito homossexual fazendo funcionar então a homofobia destes frequentadores.

Esta pesquisa também interrogou as masculinidades hegemônicas e subalternas a partir das relações entre michês e clientes nas saunas que oferecem este serviço em São Paulo. O termo masculinidades hegemônicas, amplamente utilizado nos estudos sobre masculinidades propõe uma masculinidade que seria heterossexual, branca e eurocêntrica. Teria valores como força física, pouca emotividade, enfim, os valores

masculinos construídos a partir do século XIX. Esta expressão da masculinidade seria idealmente buscada por outras expressões da masculinidade, tidas então como subalternas.

Para tal interrogação utilizou-se da teoria da *performance/performatividade* partindo do pressuposto que existem *performances* de masculinidade que tentam, mais do que buscar, se aproximar de tal hegemonia. Mas como a teoria da *performance* nos aponta, *representamos* mesmo que seja para nós mesmos atos e situações que julgamos como sendo “verdades”. Nas saunas não foi diferente. Homens que se auto-declaram homossexuais, heterossexuais ou ainda bissexuais, mantêm práticas sexuais e se relacionam afetivamente, às vezes de forma prolongada, com outros homens, *performatizando* o que seria para eles uma masculinidade hegemônica.

Como disse Butler o gênero tem de ser *performatizado*, para que se tenha uma impressão normalizadora deste mesmo gênero. Em outras palavras, que este gênero é o *verdadeiro* gênero. No caso, de que estas masculinidades são *verdadeiras* masculinidades. De que não há brechas ou fissuras de que estes homens, tanto michês quanto clientes, *ativos*, *passivos*, enfim isto importa pouco, é que são *verdadeiros homens* fazendo sexo como outros *verdadeiros homens* é o que de fato importa. Afinal, a moeda forte nas saunas é a masculinidade, uma masculinidade que pressupõe um homem heterossexual, branco e de classe média. Deste modo, uma moeda mais forte é não ser afeminado. O michê ou o cliente que é rotulado de afeminado perde prestígio e cai em descrédito para outros michês e clientes. Assim a efimenofobia é um fantasma a ser exorcizado, controlado, afastado. A masculinidade passa a ser então *performatizada*.

Tal *performance* exige próteses, nos termos de Preciado (2000), ou seja, objetos externos que tornarão possível uma *masculinidade sem retoques*. Em outras palavras, uma masculinidade tida como: potente, viril e heterossexual. Assim, através das academias e energéticos, masturbação constante, uso do Pramil, e outros energéticos para se elevar a potência sexual e a duração da ereção, através do interdito do gozo para uma maior quantidade de ereções, tem-se a sensação de um corpo perfeito, de um pênis maior e mais potente, confirmando as teorias médicas que atestam o sexo do bebê. Mas como disse o Sr. Fausto: “Pra que serve um cacetão?” Para ser desmoralizado pelo ânus e o prazer anal.

## Referencias Bibliográficas

ADELMAN, Miriam, 2011. Por amor ou por dinheiro? Emoções, discursos e mercados- *In- Contemporânea- Revista de Sociologia da UFSCar*, São Carlos, Departamento e Programa de Pós Graduação em Sociologia da UFSCar; 2011, nº2, p.117-138

AGUSTÍN, Laura Maria, 2007. *Sex at margins- migration, labour, markets and the rescue industry*- Londres, New York: Ed. Zed Books

\_\_\_\_\_, 2004. Lo no hablado: deseos, sentimientos y la búsqueda de “pasárselo bien”- *In- OSBORNE, Raquel (ed.)- Trabajador@s del sexo- derechos, migraciones y tráfico en el siglo XXI*- Barcelona: Ed. Edicions Bellaterra, pag. 181-191

ANDERSON, Benedict, 2009. *Comunidades imaginadas- reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*, São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1ª Reimpressão

AUSTIN, J. L., 1975. *Quando dizer é fazer*; Porto Alegre: Ed. Artes Médicas

BENTO, Berenice, 2011. Política da diferença: feminismos e transexualidades- *In- COLLING, Leandro (org)- Stonewall 40+ o que no Brasil?*- Salvador: Ed. EDUFBA, pag. 79-110

BERNSTEIN, Elizabeth, 2007. *Temporarily yours- intimacy, authenticity, and the commerce of sex*- London and Chicago: Ed. University of Chicago

BLANCHETTE, Thaddeus Gregory, 2010. Fariseus e gringos bons: heterossexualidade e masculinidade entre estrangeiros anglofalantes no Rio de Janeiro- Comunicação Oral- *In- Seminário Internacional: Trânsitos contemporâneos: Turismo, Migrações, Gênero, Sexo, Afetos e Dinheiro*, Campinas: UNICAMP, 15-16/ dezembro, Mimeo

BOLTON, Ralph, 1995. Trick, friends, and lovers: erotic encounters in the field- *In- KULICK, Don and WILLSON, Margaret (ed.)- Taboo- sex, identity and subjectivity in anthropological fieldwork*, London and New York: Ed. Routledge, pag. 140-167

BOURDIEU, Pierre, 2005. Gostos de classe e estilos de vida- *In-* ORTIZ, Renato, (org)- *A sociologia de Pierre Bourdieu*, São Paulo: Ed. Olho D'Água, Tradução: Paula Montero e Alcía Auzmendi

BRAH, Avtar, 2006. Diferença, diversidade, diferenciação- *In- Cadernos Pagu*, (26), janeiro- junho, Campinas: Ed. UNICAMP, pag. 329-376

BRAZ, Camilo Albuquerque, 2010. *À meia- luz... uma etnografia imprópria em clubes de sexo masculinos*, Tese- Doutorado- Apresentada para o Programa de Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas- Campinas: UNICAMP

\_\_\_\_\_, 2007. Macho *versus* macho: um olhar antropológico sobre práticas homoeróticas entre homens em São Paulo, *In- Cadernos Pagu*, Campinas: Ed. UNICAMP, pag.175- 206

\_\_\_\_\_, 2009. Vestido de antropólogo- nudez e corpo em clubes de sexo para homens- *In- Revista Bagoas*, Natal: Ed. UFRN, nº3, p.75-95

BRENNAN, Denise, 2004 – *What's love got to do with it- Transnational desire and sex tourism in the Dominican Republic* – Durham and London: Duke University Press.

BUTLER, Judith, 2002. Críticamente subversiva- *In-* JIMÉNEZ, Rafael M. Mérida (org)- *Sexualidades transgresoras- una antología de estudios queer*, Barcelona: Ed. Icaria Editorial, p. 55-110

\_\_\_\_\_, 2003b. *Problemas de gênero- feminismo e subversão da identidade*, Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira,

\_\_\_\_\_, 2003a. O parentesco é sempre tido como heterossexual?- *In- Cadernos Pagu*, (21), Campinas: Ed. UNICAMP, pag. 219-260

\_\_\_\_\_, 2005. *Cuerpos que importan- sobre los limites materiales y discursivos del "sexo"*, Buenos Aires- Barcelona: Ed. Paidós, 1ª Reimpressão

CARRARA, Sérgio e SIMOES, Júlio Assis, 2007. Sexualidade, cultura e política: a trajetória da identidade homossexual masculina na antropologia brasileira- *In- Cadernos Pagu*, Campinas: Ed. UNICAMP, pag. 65- 100

CLIFFORD, James, 2002. *A experiência etnográfica- antropologia e literatura no século XX*, Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1ª reimpressão

CHODOROW, Nancy J., 1999 - *The Power of Feelings – Personal Meaning in Psychoanalysis, Gender, and Culture*. New Have & London: Yale University Press.

COLLING, Leandro, 2011. Apresentação- Políticas para um Brasil além do Stonewall- *In- COLLING, Leandro (org)- Stonewall 40+ o que no Brasil?- Salvador: Ed. EDUFBA*, pag. 7-19

CONNELL, R.W., 1992. A very straight gay: masculinity, homosexual experience, and dynamics of gender- *In- American Sociological Review*, Vol. 57 (December: 735-751)

\_\_\_\_\_, 2005. *Masculinities*, Berkeley and Los Angeles: Ed. University of California, 2ª edição

\_\_\_\_\_, 2000. *The men and boys*, Berkeley and Los Angeles: Ed. University of California

CONNELL, R.W. and MESSERSCHMIDT, James W., 2005. Hegemonic masculinity: rethinking the concept- *In- Gender & Society*, 19; October, p. 829-859

CORNEJO, Giancarlo, 2010. La guerra declarada contra el niño afeminado- Florianópolis: *In- Fazendo Gênero 9- Diásporas, diversidades e deslocamentos*, Comunicação Oral

CORNWALL, Andrea, LINDISFARNE, Nancy- Dislocating masculinity: gender, power and anthropology- *In- CORNWALL, Andrea, LINDISFARNE, Nancy (org)*, 1996. *Dislocating masculinity- comparative ethnographies*, New York and London: Ed. Routledge, pág. 11-47; 1ª reimpressão, 1996

COSTA, Jurandir Freire, 1999. *Sem fraude nem favor- estudos sobre o amor romântico*, Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 2ª Edição

CRAPANZANO, Vincent, 2004. *Imaginative horizons- literary- philosophical, anthropology*, Chicago and London: Ed. University of Chicago

\_\_\_\_\_, 2005. A cena: lançando sombra sobre o real- *In- Revista Mana- 11 (2): 357-383*

DAVIES, Peter and FELDMAN, Rayah, 1999. Selling sex in Cardiff and London- *In- AGGLETON, Peter (ed.)- Men who sell sex- international perspectives on male prostitution and HIV/AIDS*, Philadelphia: Ed. Temple University Press, 1-22

DEBERT, Guita Grin, 1999. *A reinvenção da velhice- socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*, São Paulo: Ed. EDUSP/FAPESP,

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix, 2004. *O anti- Édipo- capitalismo e esquizofrenia*, Tradutores: Joana Moraes Varela e Manuel Maria Carvalho, Lisboa: Ed. Assirio e Alvim

DERRIDA, Jacques, 1991. *Limited Inc.*, Campinas: Ed. Papirus, 1991

DIAZ- BENITEZ, Maria Elvira, 2009. *Nas redes do sexo: bastidores e cenários do pornô brasileiro*, Tese- Doutorado- Apresentada para o Programa de Pós- Graduação em Antropologia Social, Rio de Janeiro: Museu Nacional, UFRJ

DORAIS, Michel, 2005. *Rent boys- the world of male sex workers*, Quebec: Ed. McGill Queen's University

FACCHINI, Regina, 2005. *Sopa de letrinhas? Movimento homossexual e produção de identidades nos anos 90-* Rio de Janeiro: Ed. Garamond

\_\_\_\_\_, 2008. *Entre umas e outras- mulheres (homo) sexualidades e diferenças na cidade de São Paulo*- Tese- Doutorado- Apresentada para o Programa de Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas- Campinas: UNICAMP

FIRTH, Raymond, 1989. Second Introduction- *In-* MALINOWSKI, Bronislaw- *A diary in the strict sense of the term*- Stanford: Ed. Stanford University, p. xi- xxxi, 2ª edição

FOUCAULT, Michel, 1993. *A história da sexualidade- a vontade de saber*, Rio de Janeiro: Ed. Graal, 11ª edição, 1993; Tradução: Maria Tereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque

\_\_\_\_\_, 1995. *A microfísica do poder*, Rio de Janeiro: Ed. Graal, 11ª reimpressão. Revisão: Roberto Machado

\_\_\_\_\_, 2010. O sujeito e o poder- *In-* DREYFUS, Hubert L. e RABINOW, Paul, (org)- *Michel Foucault- uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*, (pag.) 273-295, apêndice da 2ª edição, Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária/GEN- Editorial, 2ª Edição, Tradução: Vera Porto Carrero e Gilda Gomes Carneiro

FRANÇA, Isadora Lins, 2006b. “Cada macaco no seu galho?”- Poder, identidade e segmentação de mercado no movimento homossexual- *In-* RBCS, V.21, nº60, fevereiro

\_\_\_\_\_, 2006a. *Cercas e pontes: o movimento GLBT e o mercado na cidade de São Paulo*- Dissertação Mestrado- Apresentada ao Programa de Pós Graduação em Antropologia Social do Departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas- São Paulo: USP

\_\_\_\_\_, 2010. *Consumindo lugares, consumindo nos lugares: homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo*- Tese- Doutorado- Apresentada para o Programa de Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas- Campinas: UNICAMP

FRY, Peter, 1982. *Pra inglês ver- identidade e política na cultura brasileira*, Rio de Janeiro: Ed. Zahar Eds.

\_\_\_\_\_, 1987. Prefácio- In- PERLONGHER, Néstor- *O negócio do michê- a prostituição viril em São Paulo*, São Paulo: Ed. Brasiliense, 1ª Edição, pag., 11-16

GEERTZ, Clifford, 1989. *A interpretação das culturas*, Rio de Janeiro: Ed. LTC

GIDDENS, Anthony, 1993. *A transformação da intimidade-sexualidade, amor, e erotismo nas sociedades modernas*, São Paulo: ED. UNESP, 2ª Reimpressão

GOLDENBERG, Mirian, 2007. Apresentação- In- GOLDENBERG, Mirian (org.)- *Nu e vestido- dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, Rio de Janeiro: Ed. Record, pag. 7-17, 2ª edição

GREEN, James N., 2000. *Além do carnaval- a homossexualidade masculina no Brasil do século XX*, São Paulo: Ed. UNESP

HALBERSTAM, Judith, 1998. *Female masculinity*, Durham and London: Ed. Duke University

HALL, Stuart, 2000. Quem precisa de identidade?- In- TADEU DA SILVA, *Identidade e diferença- a perspectiva dos estudos culturais*, Rio de Janeiro: Ed. Vozes, p. 103-133;

HALPERIN, David, 2009. The democratic body- prostitution and citizenship- In- ADAMS, Rachel e DAVID, Savran- *The masculinity studies reader*, London and New York: Ed. Blackwell, 7ª Reimpressão, pág. 69-75

HARAWAY, Donna, 2009. Manifesto ciborgue- ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX- In- TADEU, Tomaz (org)- *Antropologia do ciborgue- as vertigens do pós- humano*, Belo Horizonte: Ed. Autêntica, pag. 33- 118; 2ª Edição,

ILLOUZ, Eva , 1997. *Consuming the romantic utopy – love and the cultural contraditions of capitalismo* – Berkeley e Los Angeles: University of California Press.

KIMMEL, Michael S., 1998. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas, Porto Alegre: *In- Revista Horizontes Antropológicos*, ano 4, nº9, p.103-117, outubro

\_\_\_\_\_, 2001. Masculinity as homophobia: fear, shame, and silence in the construction of gender identity- *In- WHITEHEAD, Stephen M. and BARRET, Frank J. (org.)- The masculinities reader*, Malden: Ed. Blackwell Publishers

KULICK, Don, 1995. Introduction- The sexual life of anthropologists: erotic subjectivity and ethnographic work- *In- KULICK, Don and WILLSON, Margaret (ed.)- Taboo- sex, identity and subjectivity in anthropological fieldwork*, London and New York: Ed. Routledge, pag. 1-28

KUNZO, Hari, 2009. Você é um ciborgue- *In- TADEU, Tomaz (org)- Antropologia do ciborgue- as vertigens do pós- humano*, Belo Horizonte: Ed. Autêntica, pag. 17-32, 2ª Edição,

LACOMBE, Andrea, 2007. De entendidas a sapatonas; socializações lésbicas e masculinidades em um bar do Rio de Janeiro- *In- Cadernos Pagu*, Campinas: Ed. UNICAMP, pag.207- 226

LANCASTER, Roger, 2009. Subject honor, object shame- *In- ADAMS, Rachel e DAVID, Savran- The masculinity studies reader*, London and New York: Ed. Blackwell, 7ª Reimpressão; pág. 41-68

LEAP, William L., 1999. Sex in “private” places; gender, erotics, and detachment in two urban locales- *In- (org.)- LEAP, William- Public sex, gay space*, New York: Ed. Columbia University, pag. 115-139;

LEVINE, Martin P., 1998. *Gay macho- the life and death the homosexual clone*, New York and London: Ed. New York University

MACRAE, Edward, 1990. *A construção da igualdade- identidade sexual e política no Brasil da abertura*, Campinas: Ed. Unicamp

\_\_\_\_\_, 2005. Em defesa do gueto- *In-* GREEN, James N. e TRINDADE, Ronaldo (org)- *Homossexualismo em São Paulo e outros escritos*, São Paulo: Ed. UNESP, pag. 291-308; 2005

MALYSSE, Stéphane, 2007. Em busca dos (H) alteres- ego: Olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca- *In-* GOLDENBERG, Mirian (org.)- *Nu e vestido- dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, Rio de Janeiro: Ed. Record, pag. 79-137, 2ª edição

MÁRQUES, Fernanda Telles, 2002. *No cais do corpo- um estudo etnográfico da prostituição viril, na região portuária santista*, Tese- Doutorado- Apresentada para o Programa de Ciências Sociais da UNESP, Araraquara: Campus Araraquara

MEDEIROS, Regina de Paula, 2002. *Hablan las putas- sobre prácticas sexuales, preservativos y SIDA em el mundo de la prostitución*, Barcelona: Ed. Lallevir S.L./ Virus Crônica, 3ª edição

MIRA, Maria Celeste, 2005. Da higiene à musculação: mudanças nas concepções e práticas corporais a partir da história da educação física. *In-* BERNARDO, Teresinha e RESENDE, Paulo-Edgar Almeida, (orgs.), *Ciências Sociais na atualidade: movimentos*. São Paulo: Ed. Paulus

MISKOLCI, Richard, 2006. Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência- Florianópolis: *In-* *Revista Estudos Feministas*, 14 (3): 272, setembro-dezembro, p.681-693

\_\_\_\_\_, 2007. Pânicos morais e controle social- reflexões sobre o casamento gay- *In-* *Cadernos Pagu*, Campinas: Ed. UNICAMP, pag. 101-128

\_\_\_\_\_, 2009. O armário ampliado- notas sobre sociabilidade homoerótica na era da internet- *In-* *Gênero- V.9, nº2, P.171-190; 1º semestre*

\_\_\_\_\_, 2011. Não somos, queremos- reflexões *queer* sobre a política sexual- In- COLLING, Leandro (org)- *Stonewall 40+ o que no Brasil?-* Salvador: Ed. EDUFBA, pag. 37-56

MISKOLCI, Richard e PELÚCIO, Larissa, 2008. Prefácio à nova edição- Aquele não mais obscuro negócio do desejo- In- PERLONGHER, Néstor- *O negócio do michê- a prostituição viril em São Paulo*, São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 9-32

\_\_\_\_\_, 2009. A prevenção do desvio: o dispositivo da aids e a repatologização das sexualidades dissidentes- In- *Sexualidad, Salud y Sociedad, Revista Latino Americana*, nº1, pp. 125-157, Disponível em [www.sexualidadsaludysociedad.org](http://www.sexualidadsaludysociedad.org)

MOUTINHO, Laura, 2004. *Razão, “cor” e desejo-* São Paulo: Ed. UNESP

OLENSEN, Virginia, 2006. Os feminismos e a pesquisa qualitativa neste novo milênio- In- DENZIN, Norman K. e LINCOLN, Yvonna S. (org)- *O planejamento da pesquisa qualitativa- teorias e abordagens*, Porto Alegre: Ed. Artmed, p.219-256

PAIVA, Antônio Cristian Saraiva, 2009. Pulsão invocante e constituição de sociabilidades clementes: notas etnográficas sobre karaokê numa sauna em fortaleza- In- 33º Caxambú: Encontro Anual da ANPOCS; 26-30 de outubro de 2009, GT 36- Sexualidade, Corpo e Gênero; Comunicação Oral- Mimeo

PADILLA, Mark B., 2007. Tourism and Tigueraje- The Structures of Love and Silence among Dominican Male Sex Workers in- PADILLA, Mark B., HIRSCH, Jennifer S., MUÑOZ-LABOY, Miguel, SEMBER, Robert E., and PARKER, Richard G. (editors) *Love and Globalization – Transformations of Intimacy in the Contemporary World –* Nashville: Vanderbilt University Press.

PASCOE, C.J., 2005. “Dude, you’re a fag”: adolescent masculinity and the fag discourse- In- *Sexualities*, Maio, 25- pag. 329-346

PELÚCIO, Larissa, 2005. Na noite nem todos os gatos são pardos- notas sobre a prostituição travesti- *In- Cadernos Pagu*, Campinas: Ed. UNICAMP, p. 217-248, (25) julho- dezembro

\_\_\_\_\_,2009. *Abjeção e desejo- uma etnografia travesti sobre o modelo preventivo de aids-* São Paulo: Ed. Annablume/FAPESP

PERLONGHER, Néstor, 2008. *O negócio do michê- a prostituição viril em São Paulo*, São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2ª edição

\_\_\_\_\_, 2005. Territórios marginais- *In- GREEN, James N. e TRINDADE, Ronaldo (org)- Homossexualismo em São Paulo e outros escritos*, São Paulo: Ed. UNESP, pag. 263-290

\_\_\_\_\_,1993. Antropologia das sociedades complexas: identidade e territorialidade, ou como estava vestida Margaret Mead- *In- Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo: ANPOCS, ano 8, nº22, p.137-144; 1993- Disponível em <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs>

PISCITELLI, Adriana, 2005. Apresentação- Gênero no mercado do sexo- *In- Cadernos Pagu*, (25), julho- dezembro de 2005, Campinas: Ed. UNICAMP, pag. 7-23

POCAHY, Fernando Altair, 2011. *Entre vapores e dublagens: dissidências homo/eróticas nas tramas do envelhecimento*, Tese- Doutorado- Apresentada para o Programa de Pós- Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

PRECIADO, Beatriz, 2000. *Manifiesto contra- sexual: práticas subversivas de identidad sexual*, Madri: Ed. Opera Prima

\_\_\_\_\_, 2009. Terror anal: apuntes sobre los primeros días de la revolución sexual- *In- HOCQUENGHEM, Guy- El deseo homosexual*, Madri: Ed. Melusina

RABINOW, Paul, 2007. *Reflections on fieldwork in Morocco*, Los Angeles and London: Ed. University of California, Edição comemorativa de 30º aniversário da 1ª edição de 1977; 2007

RESENDE, Claudia Barcellos, 2002. Mágoas da amizade: um ensaio em antropologia das emoções- *In- Revista Mana: estudos de antropologia social*, Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-931320020002000003&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-931320020002000003&lng=pt&nrm=iso)

RICHARDSON, Niall, 2009. Effeminophobia, misogyny and queer friendship: the cultural themes of channel 4's playing straight- *In- Sexualities*, 12; 525- 544

ROTELLO, Gabriel, 1998. *Comportamento sexual e AIDS- a cultura gay em transformação*, São Paulo: Ed. SUMMUS/GLS

RUBIN, Gayle S., 1992- Thinking sex: notes for a radical teory of the politics of sexuality- *In- ABELOVE, Henry, BARALE, Michèle Aina, HALPERIN, David M. (orgs)- The lesbian and gay studies reader*, New York and London: Ed. Routledge,

SCOTT, Joan W., 1992. "Experience"- *In- BUTLER, Judith and SCOTT, Joan W. (Org)- Feminists theorize the political*, New York and London: Ed. Routledge

\_\_\_\_\_, 1995. Gênero: uma categoria útil de análise histórica- Porto Alegre: Ed: UFRGS, *In- Educação e Realidade*, V.20, nº2

SEDGWICK, Eve Kosofsky, 1985. *Between men- English literature and male homosocial desire*, New York: Ed. Columbia University

\_\_\_\_\_, 2007(a). A epistemologia do armário- *In- Cadernos Pagu*, pag. 19-54, Campinas: Ed. UNICAMP

\_\_\_\_\_, 2007 (b)- How to bring your kids up gay- *In- WARNER, Michael (org)- Fear of a queer planet- queer politics and social theory*, pag. 69-81, Minneapolis: Ed. University of Minnesota,

SIMÕES, Júlio Assis, 2004. Homossexualidade masculina e curso de vida: pensando idades e identidades sexuais- *In-* PISCITELLI, Adriana, GREGORI, Maria Filomena, CARRARA, Sérgio- *Sexualidades e saberes: convenções e fronteiras*, Rio de Janeiro: Ed. Garamond

SIMMEL, Georg, 2006. *Questões fundamentais de sociologia*, Rio de Janeiro: Ed. Zahar

SIMÕES, Júlio Assis, FRANÇA, Isadora Lins, MACEDO, Márcio, 2010. Jeitos de corpo: cor/raça, gênero, sexualidade e sociabilidade juvenil no centro de São Paulo- *In-* *Cadernos Pagu*, (35), p. 37-78, julho/dezembro, Campinas: UNICAMP

TATTELMAN, Ira, 1999. Speaking to gay bathhouse: communicating in sexuality charged spaces- *In-* (org.)- LEAP, William- *Public sex, gay space*, New York: Ed. Columbia University, pag. 71-94

VALE DE ALMEIDA, Miguel, 2000. *Senhores de si- uma interpretação antropológica da masculinidade*, Lisboa: Ed. Fim de Século, 2ª Edição

VANCE, Carole, 1995. A Antropologia redescobre a sexualidade: um comentário teórico- *In-* *Physis- Revista de Saúde Coletiva*, V5, nº1

WEEKS, Jeffrey, 1995. *Sexuality and its discontents- meanings, myths and modern sexualities*, New York and London: Ed. Routledge

WEITZER, Ronald, 2000. Why we need more research on sex work- *In-* WEITZER, Ronald (org.)- *Sex for sale: prostitution, pornography, and the sex industry*, New York and London: Ed. Routledge, pag. 1-13

WEST, Donald J. e VILLIERS, Buz de, 1993. *Male prostitution*, New York and London: Ed. Harrington Park Press

ZELIZER, Viviana A., 2005. *The purchase of intimacy* – Princeton: Princeton University Press.

ZUILHOF, Wim, 1999. Sex for Money between Men and Boys in the Netherlands: Implications for HIV Prevention - *In-* AGGLETON, Peter (ed.)- *Men who sell sex- international perspectives on male prostitution and HIV/AIDS*, Philadelphia: Ed. Temple University Press, 23-40

## **ANEXOS**

## **Roteiro da Entrevista Semi- Estruturada**

### **Anexo 1**

Qual a sua idade?

Grau de Instrução

Você vem na sauna há quanto tempo?

Você é de São Paulo?

Há quanto tempo você troca sexo por dinheiro?

Há quanto tempo você faz sexo com michês?

Você trabalha apenas nas saunas? Por Que?

Você vem apenas na Apolo ou na Rainbow, ou frequenta/trabalha nas duas?

Você frequenta saunas em outros estados do Brasil?

Você se autodeclara como: gay, homossexual, bissexual, heterossexual ou alguma outra identidade?

Você se autodeclara como: Negro, Branco, Moreno, Mulato ou alguma outra etnia?

Você tem preferencia por clientes/boys de alguma cor específica?

Você é casado com um homem, uma mulher ou está namorando com um homem ou uma mulher?

Sua família sabe que você troca sexo por dinheiro? Por que sabe ou não sabe?

Você já se apaixonou por algum cliente/boy? Comente.

Algum cliente/boy já pediu alguma coisa que você não concorda e não quis fazer?

Você tem alguma preferência em ser ativo ou ser passivo?

## **Anexo 2**

### **Boys e clientes- os colaboradores da pesquisa:**

#### **Os boys**

**Marcelo-** 19 anos, grau de instrução- superior incompleto, se declara branco e gay

**Marcos-** 27 anos, grau de instrução- fundamental incompleto, se declara índio e gay

**Carlos-** 23 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara moreno e bissexual

**Roberto-** 18 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara moreno e bissexual

**Lucas-** 23 anos, grau de instrução- superior incompleto, se declara branco e gay

**Mateus-** 20 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e gay

**Ivan-** 18 anos, grau de instrução- ensino fundamental incompleto, se declara preto e bissexual

**Thiago-** 19 anos, grau de instrução- ensino fundamental incompleto, se declara branco e bissexual

**Bruno-** 22 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e homossexual

**René-** 21 anos, grau de instrução- ensino médio incompleto, se declara moreno e homossexual

**Jorge-** 22 anos, grau de instrução- ensino médio incompleto, se declara moreno e bissexual

**Renato-** 22 anos, grau de instrução- ensino médio incompleto, se declara branco e heterossexual

**Pedro-** 27 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e bissexual

**Ângelo-** 20 anos, grau de instrução- ensino fundamental incompleto, se declara branco e heterossexual

**Rodolfo-** 34 anos, grau de instrução- ensino fundamental incompleto, se declara branco e bissexual

**Heitor-** 20 anos, grau de instrução- ensino fundamental incompleto, se declara branco e heterossexual

**Mauricio-** 25 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara moreno e homossexual

**Wesley-** 23 anos, grau de instrução- ensino fundamental incompleto, se declara branco e heterossexual

**Dario-** 20 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e gay

**Diego-** 18 anos, grau de instrução- superior incompleto, se declara pardo e gay

**Gabriel-** 22 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara “moreninho claro” e bissexual

**Haroldo-** 20 anos, grau de instrução- ensino fundamental completo, se declara branco e heterossexual

**Nivaldo-** 18 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara moreno e gay

**Vitor-** 18 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e gay

#### **Os clientes**

**Sr. Fausto-** 64 anos, grau de instrução- superior incompleto, se declara branco e homossexual

**Sr. Eliseu-** 51 anos, grau de instrução- superior completo, se declara branco e homossexual

**Sr. Batista-** 56 anos, grau de instrução- superior completo, se declara branco e homossexual

**Sr. José-** 45 anos, grau de instrução- superior incompleto, se declara branco e homossexual

**Sr. Alfredo-** 57 anos, grau de instrução- superior completo, se declara branco e homossexual

**Sr. Alencar-** 45 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e homossexual

**Sr. Américo-** 70 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e homossexual

**Sr. Gabriel-** 52 anos, grau de instrução- superior completo, se declara branco e homossexual

**Sr. Olinto** – 60 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e bissexual

**Sr. Pedro-** 51 anos, grau de instrução- superior completo, se declara branco e homossexual

**Sr. Fredy-** 52 anos, grau de instrução- superior completo, se declara branco e gay

**Sr. Raul-** 39 anos, grau de instrução- superior completo, se declara branco e homossexual

**Sr. Reinaldo-** 60 anos, grau de instrução- superior completo, se declara branco e homossexual

### **Gerentes, funcionários e proprietários**

**Sr. Maia-** 55 anos, grau de instrução- ensino fundamental completo, se declara branco e heterossexual- gerente da Apolo

**Sr. Joaquim-** 60 anos, grau de instrução- ensino fundamental completo, se declara branco e heterossexual, proprietário da Apolo

**Sr. Jairo-** 45 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e heterossexual- funcionário da Apolo

**Sr. Alberto-** 30 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e heterossexual- funcionário da Apolo.

**Sr. Elias-** 55 anos, grau de instrução- superior completo, se declara branco e homossexual- proprietário da Rainbow

**Sr. Michel-** 53 anos, grau de instrução- ensino médio completo, se declara branco e homossexual- Foi funcionário das três saunas desta pesquisa.

**Clara-** *Drag- queen* da Apolo. Clara exerce também a função de produtora de shows da sauna.



Anexo 3 – Cartaz de Divulgação do Bailão que acontece aos sábados (Arquivo Pessoal)



Anexo 4- Cartaz de Divulgação do Aniversário de 31 anos da Apolo (Arquivo Pessoal)

## **Terça Nostra**

Macarronada da Mamma servida por GoGo Boys  
Videokê as 19h00 e Show com Strippers

## **Boteco da**

Show bem brasileiro com Atrações e Strippers  
e Cerveja Free servida durante o Show

## **Bailão da**

Venha dançar com GoGo Boys ao som de Disco  
com músicas dos anos 60 até as atuais  
Buffet Free à vontade

## **Bingododotor**

Animadíssimo Bingo com muitos prêmios e  
Super Show com Atrações e Strippers

Anexo 5- Cartaz de divulgação da programação semanal da Apolo- (Arquivo Pessoal)



Anexo 6- Cartaz de Divulgação do Jantar da Rainbow- (Arquivo Pessoal)



Anexo 7 – Cartaz de divulgação de aniversário de um frequentador da Rainbow (Arquivo Pessoal).



Anexo 8- Os Palhaços do Circo na apresentação na Apolo



Anexo 9- O Equilibrista no final de seu número na Apolo. No Final lê-se uma frase comum na Apolo: “Amigo é tudo”- Arquivo Pessoal