



GT 79. Sexo e o Dom: Etnografias das trocas afetivo-sexuais/comerciais

Coordenador(es):

Thaddeus Gregory Blanchette (UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro)

Adriana Gracia Piscitelli (Unicamp)

Sessão 2

Debatedor/a: Ana Paula da Silva (UFF - Universidade Federal Fluminense)

Existe uma ambiguidade fundamental que se encontra na base das relações heterossexuais normativas engendradas, que revela-se na suposta natureza antagônica das trocas comerciais afetivo- sexuais e as relações afetivo- sexuais baseadas na reciprocidade. Nas culturas ocidentais em geral, essas duas formas de relações afetivo- sexuais tendem a ser entendidas como completamente diferentes e/ou separadas umas das outras (a teoria das “esferas separadas”), ou são configuradas como duas manifestações do mesmo fenômeno básico (a teoria “nada é diferente”). Como Viviane Zelizer aponta, porém, na vida vivida, a interação entre elas é complexa e ambígua. Nesse tipo de relação humana, onde as lógicas econômicas coincidem, se misturam, e até se co-constituem com lógicas morais e afetivas (e vice-versa), mas onde a prostituição e o amor são hegemonicamente entendidos como esferas separadas contraditórias, o “Ensaio Sobre o Dom”, de Marcel Mauss revela-se como valiosa contribuição para entender as (in)diferenças entre as várias formas de labuta/troca sexual e emocional. Nosso GT vai contemplar etnografias que exploram as complexidades e ambiguidades das trocas sexuais/afetivas, buscando desconstruir os dois modelos acima descritos. Preferencialmente daremos destaque para os trabalhos que situam essas trocas como fatos sociais totais dentro de cenários mais amplas de ação e valores, ilustrando a dialética entre a agência humana e as estruturas socioculturais em que essa é embutida.

O cliente (não) é quem manda: um estudo sobre o processo de adequação de clientes a uma boate de prostituição em São Luís do Maranhão

Autoria: Paulo Victor Paixão da Silva (UFMT - Universidade Federal de Mato Grosso)

Esse work é fruto de um campo exploratório, realizado entre março 2018 a abril 2019, em uma boate de prostituição feminina, onde trabalhei e morei. A boate fica em São Luís do Maranhão e é direcionada a um público masculino de alto poder aquisitivo, nela ocupei diferentes cargos, trabalhei como caixa do bar, estoquista e secretário. Observei como o comportamento dos clientes se distinguia a partir dos seus graus de familiaridade com a boate e que, de forma geral, o controle das dinâmicas internas é de outros agentes, em especial da gerente do salão de festa e das mulheres que fazem programa na boate. Chamaram minha atenção episódios em que novos clientes protagonizavam idas frustradas à boate, nos quais nem chegavam a conversar com as mulheres. Isso ocorre por esses clientes terem pré-noções sobre como um estabelecimento de prostituição funcionaria e que quando confrontados com as reais dinâmicas da boate levam a momentos de tensão. Comparo com a experiência de clientes regulares da boate, que já integrados às dinâmicas do salão de festa, chegam a tentar manipular as regras, tentando conseguir descontos nos programas ou não pagando taxas da boate. discuti o tema em conversas informais com a gerente do salão de festa, os garçons, o DJ e algumas das mulheres que fazem programa na boate, interlocutores que entendo serem figuras centrais para o funcionamento da boate e a integração dos clientes às dinâmicas do salão de festa. Como o acesso ao mercado do sexo se apresenta como parte constituinte de uma masculinidade hegemônica, entendo que a ideia de prostituição está presente no imaginário social até de pessoas que não tem acesso ao



mercado do sexo. a necessidade de apresentar virilidade e ter acesso a uma diversidade sexual aparecem como motivos para a busca por mulheres que fazem programa. Muitos homens procuram serviços sexuais como forma de se reafirmar dentro de um ideal de masculinidade. Portanto, espaços como a boate se tornam importantes espaços para a socialização masculina. Meu campo o desenha como um espaço complexo que, ao mesmo tempo, coloca o homem em uma posição de poder, como consumidor, é um cenário conduzido por mulheres: a dona, a gerente e as mulheres que fazem programa lá. Essa é uma pesquisa em andamento para a minha dissertação de mestrado.

[Trabalho completo](#)



Sobre a 32 RBA

Em 2020, a Reunião Brasileira de Antropologia vai ocorrer de modo remoto entre os dias 30 de outubro e 06 de novembro. O evento é realização da Associação Brasileira de Antropologia e da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), palco de muitas histórias de luta pela afirmação do caráter público e socialmente comprometido do conhecimento que produzimos. Estarão em discussão, na 32ª RBA, não apenas os diversos temas que constituem o verdadeiro tesouro investigativo que a antropologia brasileira forjou ao longo de várias décadas, mas também as graves questões colocadas pelo inquietante contexto social e político atual. Nele, vislumbram-se inúmeros desafios a direitos consagrados pela Constituição Brasileira e a valores éticos centrais à atuação das e dos antropólogos, especialmente o respeito às diferenças sociais, culturais e políticas, baseadas em etnia, raça, religião, classe, gênero, sexualidade, origem regional, nacionalidade, capacidades corporais etc. Hoje, mais que em qualquer outro momento histórico, os saberes antropológicos são veementemente instados a aprofundar a análise dos muitos problemas nacionais, entre os quais, a crescente desigualdade social, a real vulnerabilidade de grupos e populações e os elevados índices de violência no campo e nas cidades. Que a 32ª RBA possa trazer contribuição relevante ao país e à comunidade antropológica brasileira, em seu contínuo e árduo trabalho de refinar saberes insubmissos a todas as forças e poderes que ameacem a diversidade humana e naturalizem as desigualdades sociais.

Realização:



Apoio:



Organização: