



CALIDEZ E VIRILIDADE: UMA ANÁLISE DOS DISCURSOS E REPRESENTAÇÕES DE UMA MASCULINIDADE HÍBRIDA

Tiago Cantalice da Silva Trindade

Os caça-gringas e sua masculinidade híbrida

As parcerias afetivo-sexuais binacionais na mais badalada praia do Rio Grande do Norte nos saltam aos olhos, pois é cada vez mais freqüente cruzarmos com esses casais, em Pipa. É grande a quantidade de *nativos* e *locais* que passeiam pelas ruas e praias da Pipa ao lado de mulheres estrangeiras. Eles privilegiam tais relacionamentos, pois, além de lhes agregarem um valor simbólico que os diferenciam dos demais homens da comunidade, abrem oportunidades de trocas culturais e de acesso a bens, serviços e símbolos, de outra maneira impossibilitada ou, ao menos, dificultada, tendo em vista seu limitado aporte financeiro, logo, devido à sua condição de classe.

Esses jovens homens, por causa de seus extensos históricos de interação com estrangeiras, são emicamente conhecidos como *caça-gringas*. Uma característica que traduz o perfil do *caça-gringa* é que ele objetiva, segundo os interlocutores, sempre se dar bem, tirar vantagens dentro da relação, pois relacionar-se com *gringas*, em Pipa, é sinônimo de conquistar bens materiais e simbólicos. Vê-se, então, que a partir do fenômeno sobre o qual nos debruçamos, alguns papéis que pareciam cristalizados, no que diz respeito ao mercado de sexo e ao turismo sexual, se invertem. Os homens são quem se disponibilizam afetivo-sexualmente nos destinos turísticos e são as mulheres quem cruzam fronteiras e participam dessas trocas afetivo-sexuais em contextos de viagem. Em texto que introduz essa discussão no cenário acadêmico brasileiro, Adriana Piscitelli (2000: 07) afirma que “essas interações confundem as articulações internacionais entre sexo e poder correntes no turismo sexual”, pois alteram, sobretudo, as políticas de gênero.

Certos *nativos/locais* de Pipa percebendo o interesse de muitas estrangeiras em desenvolverem relacionamentos afetivo-sexuais durante sua estada na praia, exacerbam os traços distintivos das representações da masculinidade local contrapondo-se aos referenciais de masculinidade dos países das *gringas*. Defendendo a idéia de que as diferenças instigam a atração, esses homens, visando facilitar suas conquistas, manufaturam e performatizam uma masculinidade, que chamo de híbrida, pois mescla princípios de agência relacionados à masculinidade hegemônica e outros, às masculinidades alternativas (MOORE, 2000).

O ideal moderno de masculinidade que atua feito uma “bússola de orientação para a formatação de comportamentos assumidos no Ocidente como autenticamente masculinos só pode



ser o resultado de complexas elaborações culturais.” (OLIVEIRA, 2004: 19). Para Pedro Paulo de Oliveira, o ideal de masculinidade sofreu transformações durante a passagem da Idade Média para a Era Moderna e as causas dessas mudanças, que culminou na sua feição hegemônica atual, seriam: a formação do Estado nacional moderno, que disciplinou e brutalizou os agentes envolvidos no seu processo de monopolização do uso da força, e o surgimento dos ideais burgueses, fortemente calcados na família nuclear, que estabeleceram a firmeza, o autocontrole e a contenção dos sentimentos como características masculinas, além de disseminar o protótipo do homem responsável, laborioso e provedor. São essas as peculiaridades que “logo passariam a ser cultivadas e associadas a uma masculinidade digna desse nome.” (OLIVEIRA, 2004: 46). Porém, o autor alerta que aquilo considerado normal, autêntico e hegemônico não precisa ter maioria numérica, mas precisa constituir uma maioria ideal, sendo tomado como padrão que desqualifica quem não o segue ou não o atinge.

Henrietta Moore (2000), compartilhando da análise que Oliveira introduz, afirma que é necessário perceber que não há uma completa determinação entre discursos de gênero e identidade/performance de gênero. A maioria das sociedades busca discursivamente construir indivíduos generificados a partir da construção e atribuição de princípios de agência oposicionais, que são atrelados, excludente e reciprocamente, a homens e mulheres.

Na pragmática cotidiana, esses discursos dominantes se deparam com a resistência e a subversão dos agentes frente às suas normas ideais e fixadoras. Na verdade, eles se vêem forçados a conviver com discursos subdominantes¹ e com identidades de gênero processuais, que denunciam a multiplicidade de variações discursivas existentes no interior de um mesmo contexto social. Portanto, vê-se que as representações de gênero são polissêmicas, inclusive, intraculturalmente.

O caso dos *caça-gringas* é uma radicalização dessa constatação, pois comprova que a multiplicidade das performances de gênero reside no próprio sujeito. Isso foi constantemente sentido durante a etnografia. Os discursos de gênero, assim, são assumidos pelos agentes de forma processual, flexível e mutante, possibilitando-lhes realizarem constantes re-elaborações identitárias. Considerando as identidades de gênero como algo contextual, em movimento, portanto não fixas, podemos perceber como astuciosamente os agentes assumem e investem em determinados discursos de gênero, seja ele dominante, alternativo ou mesmo uma combinação tática (DE CERTEAU, 2007)

¹ Esses discursos ao se identificarem e serem identificados como alternativos aos discursos dominantes, no intuito de demonstrar desafio, resistência e mudança, acabam, paradoxalmente, por reforçar o caráter hegemônico destes, continuando a enquadrá-los como o modelo, o padrão, ajudando a formar a maioria ideal que necessitam para se manterem dominantes, como salienta Oliveira (2004).



de ambos, visando obter vantagens pessoais, de acordo com as posições de sujeitos disponibilizadas e limitadas pelos contextos sociais² (MOORE, 2000).

A masculinidade viril e cálida, corporificada pelos *caça-gringas*, apesar de manufaturada, como qualquer conformação identitária, aparece aos olhos das estrangeiras como exemplares autênticos, representações sociais do masculino que entre seus compatriotas vem se rarefazendo. Dessa forma, tal mescla se apresenta como um envolvente convite à interação com o exótico.

[... o] termo geral de homem brasileiro, pelo que vi e senti, é muito mais doce, mais carinhoso, mais sexual, mas também sei que é mais hipócrita. [...] o homem europeu é mais frio, mas também pode ser mulherengo. Não tão à frente como o latino em geral. Também estive com cubano e colombiano e é similar [ao brasileiro], **responde a essa doçura que perdeu o homem europeu** (Marta, doutoranda em Letras e professora de português, 31, espanhola) (Grifo meu).

A fala de Marta mostra-nos ainda que tais características parecem estar atreladas à constituição da latinidade (representada na figura do *latin lover*), posto que considera as representações da masculinidade pipense, com que teve contato, similar às encontradas em Cuba e Colômbia³. Por outro lado, Maria (gerente de restaurante, 42, portuguesa), afirma que em outras viagens que realizou pela América Latina nunca se envolveu emocional ou sexualmente com ninguém, só em Pipa, e, assim, chega a listar as características marcantes do homem brasileiro:

As principais diferenças, eu acho, **o carinho, sem preconceito, não ter vergonha de ser carinhoso**, é isso o que eu quero dizer. Não ter vergonha de ser carinhoso, criativo [em termos sexuais] e, como é que se diz, e que gosta de agradar... **Ele gosta de agradar do mesmo jeito que gosta de gozar**, entendeu? Lá [em Portugal], você vê com muita frequência, ele querer só gozar e não querer se preocupar em agradar, tá entendendo? É meio egoísta nesse aspecto. E como culturalmente ele não sabe fazer, então não sabe nem que tem que fazer isso. **E aqui, desde muito cedo os homens aprendem a agradar as mulheres, né? São mais charmosos** (Grifos meus).

O embaralhamento desses contrastantes princípios de agência, com os quais os *caça-gringas* se munem, é bastante valorizado pelas turistas estrangeiras, sendo evidentemente expresso em suas narrativas. A união entre virilidade, disponibilidade sexual e um discurso romântico - que segundo as falas tem uma base cultural, pois “desde muito cedo os homens aprendem a agradar as mulheres” - cativa e surpreende essas viajantes, habituadas em seus países a conviver com relacionamentos descritos como demasiadamente frios, previsíveis e negociados. Em adição, o relacionamento com

² É bom enfatizar, como faz Sherry Ortner, que os agentes sociais estão sempre “envolvidos na multiplicidade de relações sociais em que estão enredados e jamais podendo agir fora dela.” (ORTNER, 2007: 47). Dessa forma, eles estarão sempre limitados pela estrutura social e sempre possuirão agência, já que os indivíduos atuam exatamente a partir da estrutura e a transformam por meio de suas brechas e falhas.

³ Existem vários estudos sobre homens que disponibilizam serviços sexuais para mulheres que estão em viagem. Autores como Kamalla Kempadoo (2004), Klaus de Albuquerque (1999), Julia Davidson & Jaqueline Taylor (1999) e Laura Agustín (2007) realizam estudos sobre essa variante do mercado de sexo e destacam países como Jamaica, Cuba, República Dominicana e Barbados.



os *caça-gringas* prescindem de formalidades, estando mais abertos ao improvisado, à experimentação e à vivência de novas sensações.

A escolha do prazer e o prazer da escolha

Para compreender como essas identidades de gênero são vivenciadas nas interações com as *gringas*, deve-se atentar para como elas são reveladas nos discursos dos *caça-gringas*, pois independentemente das táticas de sedução utilizadas por eles, o que é destacado e significado discursivamente tende a reforçar princípios de agência que não rompem com o ideal de masculinidade hegemônica.

Ao contrário das estrangeiras, eles não dão demasiado valor ao carinho e romantismo que lançam mão nessas interações, bem como não corroboram a posição de provedoras que elas assumem, pois, assim, estariam rompendo com os roteiros da masculinidade dominante. Entretanto, o entendimento dessa aparente incoerência torna-se mais fácil, quando percebemos que a maleabilidade de suas identidades de gênero revela o teor performativo de suas representações, ou seja, elas respondem a estímulos e expectativas dos demais sujeitos presentes no contexto interacional. Inclusive, é importante ponderar também se os discursos do não ao romance e à atenção, observados quando eles estão entre homens, não é o discurso apropriado frente a outro *caça-gringa* em potencial (isto é, eu mesmo). Será que se fosse uma mulher conduzindo a pesquisa, eles não acentuariam o romance e a atenção? O domínio dos códigos *nativos*, a forma de entrada no campo e as marcas e práticas corporais do pesquisador não devem ser descartadas da análise da conjuntura interativa. A tática implica exatamente em agenciar os elementos certos, nas horas certas, com as pessoas certas, não significa necessariamente que se esteja mentindo, apenas *dançando conforme a música e o par* (cf. Goffman, 1985).

Nesse sentido, tanto nas conversas entre amigos, quanto nas entrevistas a mim concedidas, esses homens enfatizavam sua iniciativa para a conquista, o domínio parcial dos códigos lingüísticos e culturais dessas mulheres, sua desenvoltura e virilidade sexual, sua esperteza e malandragem⁴, além da lábia que lhes permite persuadir e seduzir as *gringas* a ingressarem em relacionamentos afetivo-sexuais.

A gente tem um carisma maior do que o deles [os *gringos*]. Eles são assim mais de conversar e o brasileiro se chega mais, vai se encostando, tem o lance da pele, pega na mão, chama pra dançar um forró, a gata já fica viajando, tá ligado? (Pessoa).

⁴ Roberto DaMatta em *O que faz do Brasil, Brasil?* diz que a malandragem é uma forma de “navegação social nacional”, e que a área privilegiada de ação do malandro é a “região do prazer e da sensualidade, zona onde o malandro é o concretizador da boêmia e o sujeito especial da boa vida. Aquela existência que permite desejar o máximo de prazer e bem-estar, com um mínimo de trabalho e esforço.” (1986: 103).



Geralmente na cara de pau mesmo. Chegar chegando como o pessoal fala. Você geralmente olha se ela não está acompanhada logo e... Também depende da mulher, a abordagem... Se for daqui já lhe conhece, então você tem que ter um cuidado maior exatamente porque já lhe conhece. Já quando é paulista, essas coisas assim, você tem que chegar com uma cantada mais elaborada, porque... Tá ligado, paulista, né? E quando é estrangeira mesmo, você já pega na mão, às vezes ela olha pra você, você chega chegando mesmo, já abraçando, dançando, pegando na cintura e acabou-se. [Mas tu acha que a dificuldade da língua ajuda também?] Da língua, muitas vezes com a dificuldade da língua, já vai no contato já físico, já vai pegando na mão, pega na cintura, dançando junto (Renan, 25, pipense, recepcionista).

A maioria afirma ter recebido presentes das estrangeiras, mas frisam que essa atitude, bem como a de pagar pelo consumo de drinques e refeições, é espontânea, não ocorre a partir de uma insinuação.

Pagam jantar, já aconteceu de pagar jantar assim sozinha a conta. O que eu acho normal. [... E presente? Já te deram também?] Já chegaram a me dar presente, a me presentear. [Tipo o quê?] Assim como bola, camisa, tênis... [Isso de marca boa?] Isso, sempre original, né? [Presente caro.] É, sempre coisa boa (Thomaz).

É, muitas convida: 'Vamo jantar comigo e pá.' Eu fico noiado, com vergonha quando tá a família toda, tá ligado? 'É, vou, vou.' Depois, não vou aí: 'Porra, foi mal, tava com umas coisas pra resolver aí.' [Mas a doida paga geralmente quando ela convida?] Paga viu. [... Elas costumam dar presentes?] Dá. Oxê, meu irmão, quando vai embora, mermão. [Costumam dar o quê?] Porra, dá uns livro, dá um mp3, assim, dá algumas vezes máquina fotográfica e pá. Ela tem duas: 'Ah, não, pegue uma pra você.' (Renato).

É importante ressaltar a facilidade com que esses *nativos/locais* de Pipa se movimentam por esses múltiplos discursos de gênero, incorporando seletivamente variados princípios de agência, conforme demandam e delimitam os contextos sociais. Quando em contato com as turistas estrangeiras, os *caça-gringas* investem numa mescla de traços viris e discursos românticos (remontando ao arquétipo do Dom Juan), porém desfazem-se rapidamente dessa ambigüidade quando em interação com seu círculo de amizades, pois é mais vantajoso assumir a representação de uma masculinidade hegemônica, socialmente valorizada, do que sofrer a reprovação dos seus pares⁵, por revelar que pediu presentes às ou que depende financeiramente das *gringas*.

Tal exposição desvenda-nos como a complexidade das conformações de gênero, vivenciadas pelos agentes, não se submetem à simplicidade dos ideais e o quanto as categorias de gênero são maleáveis e contornáveis, apesar de pretenderem fixar e definir os sujeitos a partir de representações essencializadas. O domínio dos códigos identitários locais e estrangeiros permite aos *caça-gringas* essa movimentação pelos discursos de gênero, sua manipulação tática e a aquisição de status.

⁵ "A dominação simbólica exercida pelos grupos estabelecidos consegue transformar os valores dos dominantes em valores dominantes, a tal ponto que mesmo os que são mal classificados na hierarquia social, isto é, os desclassificados, reproduzem, cultuam e aplicam a si próprios os valores responsáveis por sua própria desclassificação." (OLIVEIRA, 2004: 81).



Existe, em primeiro plano, um hiato entre o discurso e a prática, pois correntemente os *caça-gringas* passam a receita da conquista como se ela seguiu-se os preceitos de um cortejo ordinário, isto é, sem interesses extra-amorosos, baseada na *curtição pela curtição*. Enquanto isso, eles buscam imputar sobre os demais as atitudes tidas como não-honrosas ou reprováveis, na tentativa de diferenciar seus comportamentos e táticas de conquista da mesmice rotulante⁶. Não obstante, quando lançamos um olhar mais atento sobre os contextos, notamos que essa distância entre discurso e prática revela uma coerência subjacente. O que aparenta ser contraditório, à primeira vista, guarda um substrato consistente, posto que responde à especificidade contextual.

Considerações finais

Como vimos, essas interações afetivo-sexuais binacionais são carregadas de ambigüidades, o que desemboca numa série de indefinições. É turismo sexual ou é turismo de romance? É prestação de serviços sexuais ou é um cortejo trivial? Há interesse econômico, mas não há mediação monetária direta? Os bens e serviços são simbolicamente valorizados e servem de estimulante para novas parcerias? Apesar de serem vazados por interesses extra-sexuais, esses relacionamentos não são emocionalmente neutros? Estimula-se a crença no amor romântico a partir de encontros efêmeros e interessados? Todas essas ambivalências embaralham e desestabilizam não apenas as percepções de quem está analisando este circuito de fora, mas também dos próprios parceiros das relações.

Entre os *caça-gringas* não é unânime, mesmo entre aqueles que afirmam que as estrangeiras viajam apenas em busca de sexo, considerá-las turistas sexuais. A raridade da mediação monetária direta poupa-as desse rótulo. Entre as três estrangeiras entrevistadas, por sua vez, surgiram diferentes opiniões sobre seus parceiros e interpretações sobre seus relacionamentos. Apenas Marta considerou seu companheiro pipense um profissional do sexo. Melina (32, argentina, visitadora médica), ao contrário, não crê na existência de um mercado de sexo em Pipa, pois, segundo ela, os relacionamentos, dos quais tomou conhecimento, eram sempre consensuais. Maria, por seu turno, diz conhecer vários homens que “se prostituem por um jantar, por uns drinques na noite, por um tênis novo”, mas os homens *nativos/locais* com quem esteve envolvida não tinham nenhum interesse extra-afetivo.

⁶ Esse esforço discursivo revela que se “para alguns há crise porque as responsabilidades atribuídas aos homens pesam como fardo, e, portanto, geram descontentamentos e angústias, entre os homens das camadas mais baixas [onde se encontram os *caça-gringas*] a preocupação maior pode ser a falta de possibilidade de cumprimento das responsabilidades.” (OLIVEIRA, 2004: 204).



Entretanto, numa coisa elas partilham da mesma apreciação: nenhuma, inclusive Marta, aceita a pecha de turistas sexuais⁷. Apesar de afirmarem conhecer alguns casos de mulheres que viajam em busca de sexo, elas resignificam suas vivências de uma maneira que reforça a relação determinista entre turismo sexual e masculinidade, distinguindo, então, suas próprias experiências frente à mescla entre sexo e turismo. Apelando para essencialismos que engessam as mulheres como vítimas ou pessoas facilmente ludibriadas, por isso exploradas, pelos homens, e como agentes que empreendem relacionamentos sempre com base no romance e na contínua procura pelo *homem de suas vidas*, essas interlocutoras, ao tentarem se desvencilhar de uma categoria negativamente valorada e amplamente reprovada, acabam por reproduzir o atual regime de gênero. Contudo, dessa vez, utilizando e investindo, proposital e astuciosamente, nos princípios de agência vinculados aos discursos de gênero dominantes (MOORE, 2000), para evitar o julgamento social e sua provável reprovação.

A aparente contradição - que acomoda em seu interior uma sagaz coerência - entre prática e discurso de ambos os parceiros visa manter algumas concepções essencialistas do regime de gênero (pois lhes conferem vantagens), em que o homem está livre para múltiplas experiências sexuais, o que lhe protege de rotulações e estigmatizações quando desempenham o papel de servidores sexuais, seja no sexo mercantilizado ou no sexo transacional. E em que a mulher, por seu turno, nunca interage sexualmente com alguém sem ser guiada por impulsos românticos, dessa forma lhe cai muito bem a cômoda idéia de que ela não pratica turismo sexual, mas turismo de romance, pois toda vida se está em busca de um *príncipe encantado*. Entretanto, percebe-se facilmente, com base nas falas dos interlocutores e nas observações, descrições e análises feitas sobre o fenômeno aqui estudado, como os agentes apropriam-se e manipulam as categorias culturais, seja para reproduzi-las ou alterá-las, deixando “de ser escravos de seus conceitos para se tornarem seus senhores.” (SAHLINS, 2003: 11).

Bibliografia

AGUSTÍN, L. M. *Sex at the margins, migration, labor markets and the rescue industry*. London: Zeb Books, 2007.

⁷ Albuquerque categoriza as *turistas sexuais femininas* em quatro tipos: “the ‘first timers’ or ‘neophytes’; the situational sex tourists’, who, according to O’Connell Davidson (1996), do not travel with the specific intention of buying sex but avail themselves of the opportunity when it arises; the ‘veterans’, who travel explicitly for anonymous sex and usually find multiple partners; and the ‘returnee’, who visits specifically to be with one man met on an earlier trip and with whom she has established some sort of ongoing relationship” (1999: 95). Em Pipa, apesar da negação dos *caça-gringas*, pudemos visualizar todos esses tipos *turistas sexuais femininas*, sendo que a situacional era a mais comum, a exemplo de Marta e Maria. Melina enquadra-se na categoria *returnee*.



ALBUQUERQUE, K. de. Sex, beach boys, and female tourists in the Caribbean. In: DANK, B.; REFINETTI, R. (orgs.). *Sex work & sex workers: sexuality & culture*. London: Transactions Publishers, 1999, v. 2.

CHAPKIS, W. *Live sex acts: women performing erotic labours*. London: Cassel, 1997.

DAMATTA, R. *O que faz do brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DAVIDSON, J. O.; TAYLOR, J. S. Exploring the demand for sex tourism. In: KEMPADOO, K (org.). *Sun, sex and gold: tourism and sex work in the Caribbean*. Lanham: Rowman and Littlefield, 1999.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. 13ª ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

GIDDENS, Anthony. *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Editora Unesp, 1993.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.

KEMPADOO, Kamala. *Sexing the Caribbean: gender, race and sexual labor*. New York: Routledge, 2004.

PISCITELLI, Adriana. Trechos de um diário de campo: mundos contemporâneos, gênero, desigualdades. In: *A questão social em 500 anos*. Rio de Janeiro, 2000.

MCCLINTOCK, A. Sex work and sex workers: introduction. In: *Social text*. Winter, 1993, n.º 37.

MOORE, Henrietta. L. Fantasias de poder e fantasias de identidade: gênero, raça e violência. In: *Cadernos Pagu: corporificando gênero*. Campinas: Unicamp, 2000, v. 14.

OLIVEIRA, P. P. de. *A construção social da masculinidade*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

ORTNER, S. B. Poder e projetos: reflexões sobre a agência. In: GROSSI, M. *et al.* (orgs.). *Conferências e diálogos: saberes e práticas antropológicas*. Blumenau: Nova letra, 2007.

PERLONGHER, N. O. *O negócio do michê: a prostituição viril em São Paulo*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SAHLINS, Marshall. *Ilhas de história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.