

Por uma antropologia do programa

*Towards an anthropology
of the “tricks” [“programa”]*

Eros Sester

Doutorando em Antropologia Social
pela Universidade de São Paulo (USP).

Mestre em Antropologia Social pela
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

e-mail: eros.sester@gmail.com

14

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar aspectos relacionados ao mundo dos “programas” do ponto de vista da atividade de GPs (garotos de programa) e clientes: a produção social das identidades relacionadas aos “programas”, a constituição mútua entre subjetividades, corporalidades e circulação de bens e dinheiro, a produção social de convenções de profissionalidade e o tema da biotecnologia de gênero. Tais análises insistem na rentabilidade do procedimento analítico que consiste no posicionamento do programa como núcleo a partir do qual se compreende uma rede de sujeitos, humanos e não-humanos.

Palavras-chave: prostituição masculina, prostituição, gênero, sexualidade

Abstract

Current article aims to analyze aspects related to the world of “tricks” [“programas”] from the point of view of male escorts [“garotos de programa”/“GPs”] and clients: the social production of identities related to the “tricks”, the mutual constitution of subjectivities, corporealities and circulation of goods and money, the social production of professional conventions and the subject gender biotechnology. Such analyzes insist on the profitability of the analytical procedure which consists of positioning the “trick” as the center from which a network of subjects, human and non-human, is understood.

Keywords: male prostitution, prostitution, gender, sexuality

Seguindo o exercício proposto por Luiz Augusto Campos na vídeo-aula *Problema de pesquisa*¹, inicio o presente artigo formulando o problema da minha pesquisa atual de maneira a mais pessoal, de forma que denote minha “curiosidade” ou “interesse” “constitutivos”, me utilizando de uma linguagem passível de comunicar a um público mais leigo e em forma de interrogação².

- O que é um programa? E se a gente deslocasse o centro da análise sobre o fenômeno do “trabalho sexual” para o evento-programa?
- Como corporalidades e circulação de bens e dinheiro se constituem mutuamente? E quais os impactos dessa relação na construção do mundo do GP (garoto de programa)³ e na relação que constitui com o cliente?
- O que é “trabalho sexual”? Como se dá a sexualização do trabalho? Como se dá a profissionalização do sexo?

Em outras palavras, meu problema consiste no desencadeamento de uma sucessão de perguntas, que resvalam em outras: o que são esses processos de sexualização do trabalho ou profissionalização do sexo?, como esses processos se constituem mutuamente? Parto da desconfiança a respeito da rentabilidade do conceito “trabalho sexual” para fins analíticos, considerando que sua importância está relacionada mais ao domínio do debate público e de uma rede de atores relacionados a movimentos sociais. Pergunta mais interessante para mim seria, justamente, como o fenômeno da existência sistemática de “programas” passa a ser lido sob o prisma do “trabalho sexual”?

1 Disponível no link: <<https://www.youtube.com/watch?v=GgM1WgSGMtQ>>. Todos os links deste documento foram verificados dia 3 de fevereiro de 2020.

2 Este e outros insights relacionados à produção do presente texto são fruto da disciplina *Etnografia e autoria em revista: encontros para uma oficina de escrita*, ministrada por Laura Moutinho e Pedro Lopes na USP na segunda metade de 2020.

3 Uma descrição mais minuciosa do termo e dos sujeitos por ele descritos será feita na seção seguinte. O mesmo se passa com a categoria “cliente”.

Para responder a essas questões, ademais, proponho uma pergunta metodológica em termos condicionais: e se a gente deslocasse o centro da análise da narrativa de história de vida do garoto de programa para a descrição do evento-programa? Quais seriam as implicações metodológicas e analíticas desse deslocamento? Essa pergunta metodológica responderia a uma inquietação pessoal: a de evitar a exotização do objeto pesquisado e propor relativa simetriação a outros fatos e atores que envolvem o programa (hotel/motel/local, viagem, cliente, academia, esteroides, páginas de anúncios, esquinas, saunas, viagra, tatuagem, drogas recreativas etc.).

As convenções de profissionalidade⁴ se mostram frequentes em arranjos que definem os programas, e estão diretamente relacionadas à construção de uma subjetividade do “GP profissional”. O processo de “profissionalização do sexo”, que é deflagrado tanto no curso de programas, como na estilização pessoal e inclusive no jargão político do “trabalho sexual”, e a desconstrução desse processo pelo procedimento analítico são alguns dos temas os quais venho me confrontando na minha pesquisa de doutoramento.

Dito de maneira resumida, defendo aqui uma abordagem a respeito do fenômeno ora chamado “prostituição masculina”, acercando-me dele a partir de três vetores: (1) o “programa”, situação que funda a prática e torna possível o processo de desenvolvimento de dois sujeitos centrais (o GP e o cliente), analisado de forma antropológica, (2) a relação entre circulação de bens e a produção social do corpo (engatilhada pela situação-programa e encarnada pelos sujeitos) e (3) a produção social do fenômeno em termos de um processo de “profissionalização do sexo” ou “sexualização do labor”. Considero que, a despeito de falar com pessoas, meu principal objeto de pesquisa não é o GP, e nem o cliente, mas sim o *programa*. Não se trata, então, de uma “antropologia da prostituição” via GPs, mas sim de uma “antropologia do programa”. Estou testando

4 Que são deflagradas no quadro de distintos “regimes de (in)formalidades” (OLIVEIRA, 2019: p.12).

a ideia de que é a sucessão de programas que permite e condiciona o desenvolvimento de determinadas subjetividades e facilita a criação de redes de apoio simbolicamente demarcadas.

A interface etnográfica da pesquisa ancora-se em trabalho de campo que foi realizado junto a GPs a partir de 2017, e que contemplou principalmente homens cisgêneros que moram ou moraram na capital paulista. Alguns desses rapazes transitam por áreas de atuação contíguas, como a produção pornográfica. Alguns frequentam *saunas de boy*⁵, outros *anúncios em páginas virtuais*⁶ e/ou *aplicativos de encontros*⁷. Ainda, há aqueles que “fizeram” também prospecção de clientes na rua⁸, de modo que considero que meu campo, por um lado, me encaminha para a construção de consensos a respeito do objeto de estudo, mas, por outro, é etnograficamente desafiador, por conta da diversidade de interlocutores de pesquisa não facilitar a descrição de uma “cena” com dinâmicas intrínsecas regulares.

5 Saunas de boy são estabelecimentos mantidos em regime comercial, centrados na viabilidade sistemática de programas e em algumas modalidades rituais e de sociabilidade a eles relacionadas. Cf. BARRETO, 2017; SANTOS, 2012; VIANA, 2010.

6 É como estou chamando as interfaces digitais mantidas em rede virtual, acessíveis a partir de dispositivos como celulares e computadores, nas quais, mediante pagamento financeiro ou não, uma pessoa apresenta uma persona estilizada nos termos da vendabilidade de uma situação hipotética co-protagonizada por ela presencialmente.

7 Trata-se de interfaces digitais-virtuais, normalmente acessadas a partir de smartphones, cujo desenho de interface, baseado na geolocalização e na produção estilizada de uma persona, permite interações digitais com pessoas até antes desconhecidas. Há alto grau de expectativa social envolvido na consolidação de encontros pessoais a partir de tais interações. Esses encontros são normalmente marcados por afeto, desejo e erotismo, fato que favorece, dentro da interface, o desenvolvimento de interações (relativamente afins) voltadas para o engatilhamento de situações-programas. Cf. BARRETO, 2019.

8 A prática do “trottoir” registrada por Néstor Perlongher (1987), às vezes descrita como “fazer ponto”, que consiste em uma utilização territorializada e estilizada de zonas convencionadas como “públicas”, inscrita no jogo de gestos e intenções manifestas que conduzem a maiores ou menores chances de engatilhamento de uma situação-programa. Cf. PERLONGHER, 1987; VIANA, 2010. Repare que há, para os locus de partida, a pressuposição de um deslocamento espaço-temporal para a efetivação da situação-programa.

Ainda em tempo, as condições de pesquisa trazidas pelo imperativo discursivo do isolamento relacionado à epidemia do novo coronavírus talharam a forma como os dados foram produzidos e analisados ao longo do último ano.

Neste artigo, meu foco recairá principalmente sobre as seguintes dimensões do meu objeto de pesquisa e foco analítico: (1) a definição dos sujeitos da pesquisa e de seu evento fundante, o programa, (2) os índices processuais de construção de uma performance de gênero passível de acarretar situações tarifadas, (3) a importância de uma rede de humanos e não-humanos no engendramento de uma subjetividade generificada e (4) proposições analíticas para uma antropologia do cliente.

Esses garotos e seus programas

GP (lê-se gepê) é uma das principais categorias utilizadas ao longo do campo para definir sujeitos que co-protagonizam situações-programa. O termo baseia-se na abreviação da expressão “garoto de programa”, palavra que possui o mesmo significado, e que pode ser intercambiada livremente com a categoria “boy” (lê-se bóí, e é um termo originário do inglês, que significa “garoto”). Categorias como “michê”, “puto”, “prostituto”, “modelo”, “escort”, “acompanhante” e “trabalhador sexual” podem ser utilizadas para se referir aos mesmos sujeitos, mas solicitam maior contextualização quando utilizadas.

O GP é, por um lado, um sujeito fundamental para a realização das situações a partir das quais os fenômenos serão aqui analisados. Não à toa são chamados “de programa”. O termo “garoto” evoca, por outro lado, um traço fundamental: uma marca etária. É, contudo, uma marca que reside na posicionalidade. O garoto não está em uma coorte, mas em uma relação. O garoto é mais novo *em relação*. Outro dado é que a “garotidade”

dele é constantemente emulada⁹, performatizada, manipulada¹⁰. A “garotidade” não é rígida absolutamente por convenções numéricas de idade, e tais convenções são eventualmente manipuladas. Contudo, a passagem do tempo se impõe como uma questão estrutural (embora quase sempre oculta) para a viabilidade da realização de programas¹¹.

Há um sistema de contrapesos (interseccionais) subjetivo que aloca a “garotidade” em um lugar não necessariamente unívoco em uma escala dos valores que orientam a escolha por determinado GP para o co-protagonismo da situação-programa (como silhueta, confiança, cor/etnia, altura etc.). Esse sistema de contrapesos torna-se mais evidente quando levamos em consideração o GP-mais-velho-em-relação ou o cliente-mais-novo-em-relação.

O cliente (categoria que descreve o outro sujeito fundamental para a existência de programas) é, contudo, comumente mais-velho-em-relação. O senso comum o descreve com frequência como uma pessoa provida de mais capitais materiais *em relação*, fato que não pode ser generalizado, apesar de operar simbolicamente. Se existem marcas que disputam o sistema de valores que vigora sobre a construção social do

9 Fédon, 37 anos: “Eu seria do nicho de twinks; digo seria porque sou um fake twink, né, hahah. Já sou mais velho, só tenho cara e corpo de mais novo, então ainda consigo atrair quem goste de mais novos. Vamos ver até onde dura isso”. Pesquisador, 28 anos: “Okay, você é twink. Conseguir definir pra mim o que é um twink? Haha! Eu tenho uma percepção pessoal, mas seria legal ver como você descreve”. Fédon: “Hahah, o twink é o pós-teen/pré-adulto. Ou seja, aquela faixa dos 18-20 e poucos em que o guri já saiu da adolescência mas ainda tem aquele aspecto físico de mais novo. Por isso digo que sou um fake [falso] twink”. Conversa em texto no WhatsApp, novembro de 2020.

10 Uma pesquisa sobre GPs na capital do Rio de Janeiro aponta: “Assim como o nome, a idade exata pode ser contextual e relacional no meio da prostituição masculina” (BARRETO, 2017: p.25). Eu daria ênfase aos aspectos contextuais e relacionais da autoapresentação em termos etários. Idade, para me contraponto ao que é dito, nesse sentido, não pode ser entendida como “exata”, ao menos sem um referencial prévio. Sobre um interlocutor de pesquisa, um antropólogo radicado em São Paulo dia “Ora tinha 24, ora 26 e por acaso de algum registro 29 anos” (OLIVEIRA, 2019: p.10).

11 Pesquisador, 28 anos: “Conversa em texto no WhatsApp, novembro de 2020”. Fédon, 37: “Depois, boa pergunta. A velhice, acho, hahah. Sempre me senti ‘velho’ de alguma forma. Mas quando for mesmo, aí vejo o que faço. Melhor não se antecipar tanto. rs”. Conversa em texto no WhatsApp, novembro de 2020.

GP (idade, afetividades, atributos raciais, gesto erotizado, altura, estilização corporal etc.), com relação à construção imaginária do cliente não vige um conjunto muito claro de expectativas, senão a que se relaciona com seu poder de compra - embora pare sobre ele, como também ocorre com o GP, uma série de pressuposições.

Para este estudo, o GP é definido como um sujeito interpelado como tal, isto é, alguém que, no curso de reiteradas situações-programas, passou a se entender e/ou ser entendido coletivamente como GP. O GP normalmente sai das situações-programas com alguma quantia de dinheiro (seja ela entregue pessoalmente ou adquirida mediante meios digitais) ou uma promessa de quantia, senão com a posse de algum bem entendido como de valor equivalente a uma parte dessa quantia ou ao encontro. Quando ele não sai da situação com esse valor, ainda assim, é fundamental que tenha havido a expectativa em recebê-lo. A recepção dos valores está condicionada à existência do cliente, com quem realiza um ritual de negociação e acordo prévios ao programa. O GP, portanto, define-se na relação que é estabelecida com o cliente na situação-programa.

O cliente é, por outro lado, aquele que, no curso de uma ou mais situações-programas, se define pela relação estabelecida com um GP. Para ser cliente é necessário haver ao menos a intenção de trocar quantias monetárias e/ou bens por uma situação previamente acordada e negociada com o GP. Ademais, o cliente define-se pelo poder de escolher com quem ele engatilhará a situação-programa.

O programa, aqui descrito como uma situação, é um encontro entre pelo menos um cliente e um GP. Ele se define pelo estabelecimento de uma relação espaço-temporal marcada por práticas marcadamente sexuais, eróticas, afetivas, desejosas. Há expectativas de ambos os lados postas em marcha desde o processo de negociação e acordo prévios até pelo menos o fim do programa, ao cabo do qual o GP toma para si, em situações regulares, uma quantia monetária e/ou um bem, oferecido pelo cliente.

Uma dimensão fundamental do programa são os trajetos que ele demanda, a relação com determinadas espacialidades e temporalidades, mais ou menos institucionalizadas. Outro traço comum, mas não absoluto, é a liminaridade, isto é, a natureza relativamente fugidia dos vínculos que ele enseja. Por fim, é comum que, para que exista o programa, uma série de elementos materiais seja considerado (desde o espaço onde o programa ocorrerá até a utilização eventual de próteses, camisinhas, fármacos, drogas recreativas etc.).

A reiteração da prática de programas implica também na construção social de um roteiro-de-programa, ou de roteiros-de-programas. Os roteiros prévios são parte das negociações que antecedem as situações, e são postos à prova durante os programas propriamente ditos.

GPs e clientes também meditam, com frequência, ao longo de todo o processo, a respeito dos riscos implícitos às condições de condução para os/dos programas. O risco, todavia, eventualmente se deflagra como tensor libidinal (PERLONGHER, 2007) fundamental no processo de erotização do evento.

A existência de um programa, portanto, retifica e tensiona a produção social de sujeitos, organiza e é organizada espaço-temporalmente e mobiliza uma constelação de atores (humanos e não-humanos) e instituições com implicações econômicas, sociais e simbólicas.

Meus interlocutores de pesquisa GPs praticaram ou praticam programas a partir de canais distintos de comunicação prévia, por vezes conjugados. Há, conforme mencionado alhures, diversidade socioeconômica, etária e racial entre eles, o que não favorece a descrição de uma cena total, mas facilita a compreensão analítica a partir de denominadores comuns. Um traço presente em vários deles é a trajetória de deslocamentos e a passagem ou radicação na zona metropolitana da cidade de São Paulo. Até agora o *corpus* etnográfico é formado sobrema-

neira de entrevistas presenciais e remotas e conversas registradas realizadas por meio da ferramenta digital-virtual WhatsApp.

No campo analítico, destaco que, no campo dos estudos de humanidades, um marco importante no desenvolvimento de uma literatura devotada ao estudo da relação entre masculinidades, sujeitos e relações afetivas, eróticas e sexuais mediadas por trocas de valores e equivalentes no Brasil é o volume *Homens nos mercados do sexo – Reflexões sobre agentes, espaços e políticas*, organizado por Thiago Oliveira. Trata-se de um conjunto de textos que:

contemplam reflexões de jovens pesquisadores e pesquisadoras que [têm se dedicado] a pensar a configuração dos mercados do sexo contemporâneo a partir do espólio oferecido por obras que constituem o cânone do subcampo disciplinar dos estudos sobre mercados sexuais, gênero, sexualidade e trabalho. Retomando a perspectiva de um investimento sobre processos nomádicos (...), essas reflexões situam não apenas os atravessamentos que constituem e são constituídas pela participação do gênero nos mercados do sexo, mas também colocam questões para pensar formas de gestão e manuseio do poder que são instauradoras de feixes de relações a partir das articulações estabelecidas (OLIVEIRA, 2019: p.16).

A contribuição seminal de Néstor Perlongher pode ser deflagrada ao visitar a bibliografia da maioria esmagadora dos textos que vêm sendo produzidos (como foi concluído pelo levantamento bibliográfico realizado por LOPES et. al, 2019), inclusive nos capítulos da coletânea supracitada. Sua obra-prima *O negócio do michê* (1987), e os artigos que a precederam, expressam uma “confluência de bons encontros: pioneirismo etnográfico na temática e genialidade na análise teórica das relações que envolvem o universo dos homens que se prostituíam” na primeira metade dos anos 80’s na cidade de São Paulo (LOPES et. al, 2019: pp.19-20).

O dispêndio implícito à reprodução da relação entre corpo e circulação de dinheiro

Venho argumentando a favor da existência de uma relação mutuamente constitutiva entre processos de produção de corporalidades e circulação de bens – especialmente dinheiro. Buscarei descrever analiticamente esse processo, levando em consideração o fato de que há uma teia de afinidades atitudinais e sentidos que atravessam gestos e ações e dão curso a esse processo, de modo que o mesmo se apresenta como necessariamente ambíguo. Este fato está intrinsecamente relacionado à ambígua posicionalidade do programa, do GP e do cliente dentro de quadros convencionais que ligam gênero e sexualidade a trabalho. Em outras palavras:

Mesmo no momento que eu não tava fazendo programa mais, que eu falei “não, eu vou largar disso”, eu continuei malhando, assim, entendeu? Então, continuei malhando, continuei com o mesmo objetivo de ter um corpo padrão, certo? Que continua sendo meu objetivo mesmo independente de ter... Eu acho que o programa e a pornografia, não vou dizer que justifica, porque te qualquer forma eu estaria malhando e fazendo atividade física e talvez fazendo ciclo¹², mas acho que ela ocupa uma posição justificatória pro meu investimento de tempo e dinheiro com relação a corpo padrão. Mas acho que é mais essa a relação que “ah, eu malho pra ter um corpo sarado”, quer dizer “eu malho pra ter um corpo sarado pra fazer programa, pra fazer pornô”. Eu acho que é mais o contrário. Tipo, assim “ah, o pornô e o programa torna mais aceitável que eu invista nisso”. Sei lá, eu acho que é meio “unir o útil ao agradável”, assim, meio que brisando agora, mas acho que é meio nesse sentido, sabe? Eu faria de qualquer forma, eu ‘taria malhando de qualquer forma, ‘taria fazendo ciclo de

12 Como chamam as terapias à base de esteroides anabolizantes, feitos normalmente em conjugação com práticas desportivas, e que aceleram processos metabólicos como a hipertrofia muscular. Este aspecto compõe um projeto de estilização corporal que pode ser flagrado entre vários GPs.

qualquer forma. O pornô e o programa, eles casam, eles confluem com isso, apenas. E também assim, lógico, às vezes, por exemplo, eu tô malhando em casa e gravando vídeos, né? Eu sei que se malhar menos no dia e nos dias que precedem uma gravação eu vou tá com o corpo menos inchado e isso faz muita diferença na câmera. Então existe, claro, uma pressão, um pouquinho, assim, maior, de tá com o corpo, manter, né, se eu não tivesse que fazer o vídeo talvez eu tivesse mais tranquilo, né?, menos me cobrando. Mas eu não vejo como uma grande questão, assim, uma treta, é uma parte do trabalho, assim, entendeu? Assim como, sei lá, uma pessoa que trabalha com uma máquina e precisa engraxar, pôr graxa na máquina, cuidar dos equipamentos, eu preciso cuidar do meu corpo-máquina-empreendimento-desejante¹³. Sacou? Holy Thug, 26 anos, áudio transcrito, maio de 2020.

Note-se que, apesar de falarmos do agenciamento corpóreo-econômico do GP, o cliente ocupa uma posição central no desencadeamento de um processo de constituição mútua, motivo pelo qual nos dedicaremos a uma análise a respeito do gesto da escolha por ele protagonizada. Seguimos problematizando a posicionalidade de ambos os atores na relação com o processo que ora é objeto de preocupação, nunca esquecendo o papel fundamental ocupado pelo estabelecimento dos programas na constituição desses processos e subjetividades.

Ao abordar a organização das territorialidades operadas pelos deslocamentos simbólicos e topográficos dos “michês” em São Paulo na investigação de Néstor Perlongher na década de 1980¹⁴, Júlio Assis Simões lembra da importância, para o “michê”, de

uma postura, uma aparência, uma gestualidade, uma discursividade, uma corporalidade – tatuagens e outras marcas corporais,

13 Digna de nota a circulação de convenções textuais relacionadas aos estudos de gênero e sexualidade e teoria *queer*. Conheci Holy Thug, vale mencionar, no ambiente universitário, quando ele frequentava os mesmos corredores e logradouros que eu.

14 “Michê” descrevia rapazes engajados em programas a partir da modalidade de prospecção ao longo dos logradouros do centro da metrópole naquela época. Cf. PERLONGHER, 2007.

tipificação da indumentária, modelização de tiques, trejeitos e gestuais –, que operam como indícios de um desempenho sexual esperado ou proclamado segundo os critérios de seleção e valorização de parceiros do mercado homoerótico masculino (SIMÕES, 2008: p.539).

Exigência para o engatilhamento do evento-programa é o cumprimento de alguns índices por parte das duas ou mais partes envolvidas. Ora, o que investigamos amiúde aqui é a produção social da parte representada pelo GP a partir de um mútuo processo de constituição, de produção de corporalidades e circulação de bens codificáveis pelo valor de mercado e prestígio, um processo que pode ser deflagrado pelo acúmulo de indícios. O processamento desses indícios concernentes ao papel atribuído ao GP confere força motriz ao processo de engatilhamento do evento-programa.

O alcance desse acúmulo de indícios está relacionado à produção social de um corpo. O agenciamento desse corpo e a operacionalização de tecnologias de si é fundamental para entendermos o processo de montagem de uma subjetividade-GP. Para os fins deste artigo, partiremos dos aspectos ligados à relação entre estilização corporal, utilização de fármacos, performance de gênero e expectativas com relação ao roteiro de programa.

A constituição do GP como tal passa pelo processo de suscetibilização de tarifação. A existência de determinados indícios (como os descritos acima e a seguir) tende a ser relacionada a um maior coeficiente de movimentação do programa. Depreendemos daí que quanto mais se acumula esses indícios, mais se acredita estar perto de engatilhar o evento-programa.

A constituição dessa subjetividade está longe de estar condicionada somente a uma racionalidade funcionalista de mercado. Ela também se associa aos imponderáveis de estilo de vida, raça-etnia, classe, lugar

de origem. Está ligada a expectativas a respeito de papéis sociais, a fortemente a convenções de masculinidades também. Sobre as convenções de masculinidades, vale mencionar que é possível deflagrar tensões entre as mesmas, advindas da circulação em diferentes mundos sociais, cada qual com suas idiossincrasias.

Examino tais dimensões atento, portanto, àquilo que elas falam sobre o processo de corporificação quando associado à maior (e não menor) probabilidade de gerar uma situação-programa, tarifada ou tarifável. É, conforme argumento, na situação-programa que esses indícios se atualizam como relevantes no quadro simbólico que envolve o sujeito-GP.

Biotecnologia e produção dos sujeitos GPs

A administração de fármacos com fins de produzir efeitos sexualizados e generificados sobre os corpos se enquadra no registro da biotecnologia. Podemos questionar o espaço de agenciamento que se deflagra na utilização de moléculas sintetizadas. Aqui falamos da influência e operacionalidade do discurso farmacêutico e biomédico sobre o processo de produção de sujeitos. Se falamos de GPs, por exemplo, não versamos propriamente sobre as biodinâmicas implícitas ao uso de tal ou qual molécula, mas de elementos (“bala”, “bomba”, “viagra”¹⁵) que possuem determinadas propriedades, como a de fazer-acontecer determinadas reações, engendrar relações, intumescimentos, audácias, hipertrofias etc. Também essas pílulas, pós, ampolas etc. servem como próteses dos sujeitos-em-situação-de-programa, como *gadgets*, dispositivos. Ocupam, talvez em um outro sentido, um lugar emblemático em uma rede de não-humanos. Por

15 Gírias que extrapolam o campo semântico dos meus interlocutores de pesquisa. “Bala” refere-se ao ecstasy ou metilenedioximetanfetamina, droga psicotrópica não regularizada. “Bomba” a qualquer esteroide anabolizante, tipo de substância que é frequentemente usada de maneira irregular para produzir mudanças corporais relacionadas à estilização da silhueta -- sempre operativa nos termos de convenções de gênero. “Viagra” é o nome comercial do citrato de sildenafila, a mais conhecida molécula cujo efeito esperado é ereção. Opto, nesta frase, por usar tais categorias êmicas para salientar os atributos ontológicos dos fármacos em uma rede de produção de significados e relações.

um lado, um lugar do estilo-de-vida, da identidade coletiva, do modo de vida, de uma construção de masculinidade socialmente ratificada. Por outro lado, na multiplicação do fator econômico.

A prática regular de esportes, sobretudo os que implicam em aumento de massa muscular (um índice de masculinidade, como estamos considerando aqui), faz ou fez parte da rotina de parte dos meus interlocutores de pesquisa. Esse fato nos leva a acrescentar a essa rede de produção de subjetividades e multiplicação do fator econômico os serviços e produtos relacionados a essas práticas (academias de ginástica e musculação e suplementos). Vale lembrar que a conjugação de atividades como a musculação com o uso de anabólicos hiperboliza, otimiza e acelera o processo de hipertrofia muscular¹⁶. A musculação, todavia, não é a única prática cujo impacto de médio ou longo prazo resulta em maior chance de encarnar uma silhueta mais passível de erotização tarifável¹⁷ (ou tarifação erotizada).

Os GPs podem ser exímios produtores de uma antropologia prática do programa, de planos de ação especializados de reterritorialização

16 Isadora Lins França, em uma passagem inspiradora de seu capítulo sobre a etnografia em uma “boate” em São Paulo e seus habitué, comenta a respeito das convenções correntes ali relacionadas à dimensão do desejo: “Necessariamente o corpão deve apresentar músculos definidos e desenvolvidos, especialmente no peito, barriga e membros superiores, que, junto com costas e ombros, devem ser depilados ou pelo menos ter pelos cuidadosamente aparados. Embora uma aparência corporal fitness (ou seja, de músculos bem definidos e pouca gordura corporal, mas não hipertrofiados) tenha ganhado espaço nos últimos anos, ainda é muito presente o modelo dos músculos superdesenvolvidos. Nenhum dos dois é facilmente atingível. Ambos dependem de muitas horas de musculação e ginástica e, em certa medida, de substâncias capazes de fazer crescer os músculos. É difícil alcançar o corpo almejado sem o uso dessas substâncias, considerando a rotina dos frequentadores da boate (...). Pelo que pude aferir, a maioria dos homens que utiliza esses recursos [combinação e ingestão e aplicação de determinadas substâncias e repetição de exercícios direcionados a músculos específicos] faz uso de esteroides anabolizantes que demandam cuidadosa administração e sabidamente podem trazer impacto negativo à saúde” (FRANÇA, 2012: pp. 93-95).

17 Will, 22: “Como eu já trabalho com a dança, o meu corpo já é pré-definido [falando aqui de padrão de silhueta], ele tende a chamar mais atenção. E aí por exemplo eu dançando lá [na sauna] eu chamo mais atenção ainda porque além de eu ‘tar mostrando o meu corpo, conforme eu faço os passos o meu corpo vai enrijecendo mais e vai mostrando partes que as pessoas não conseguiam ver antes e aí ele é uma exibição, quase como se fosse um trailer [de filme], sabe?”

contínua de gênero, mestres de obra deveras aplicados em conduzir à situação cuja reiteração os define como GPs. Digo isso porque tenho o privilégio de ter conversado e entrevistado interlocutores de pesquisa que possuem interpretações absolutamente refinadas a respeito da auto-produção da subjetividade, do expediente do programa e do papel ocupado pelo cliente na economia dos programas, que denotam grande investimento intelectual sobre a reflexão de ocupar e habitar um lugar no mundo. Tal processo de elaboração de uma autoantropologia é fundamental no processo de reavaliação contínua do *ethos*-GP, dos objetivos individuais de cada um, no desenvolvimento de uma ciência do programa e da condução ao programa, dentre outras dimensões do devir.

Sabemos, ademais, que lograr um encontro é diferente de conduzir à situação-programa. As expectativas a respeito do encontro e a prática da “contratação”, do ponto de vista dos clientes, são reavaliadas no momento do encontro ou no curso e após o programa (já que bons programas tendem à reincidência).

Ainda em tempo, uma nota a respeito das tatuagens. Por um lado, as tatuagens ajudam a compor uma estilização corporal generificada, de modo que, eventualmente, podem sublinhar atributos identificados com convenções de masculinidade viril¹⁸. Todo esse dispêndio, todo esse investimento na produção de um corpo correntemente atualizado e verificado através do acúmulo de indícios, converge para a aplicabilidade do GP como mais ou menos passível de efetivar uma situação-programa.

18 Um desenho específico quando tatuado, todavia, serve recorrentemente de assinatura referente ao vínculo com as práticas do programa. O aqui chamado “coelho da Playboy”, como é conhecido, assinala com frequência o vínculo de um sujeito com a reiteração de situações-programa, sobretudo quando situado a uma das margens superiores laterais da virilha. Este tópico por si só precisa ser refinado, com análise imagética e contextualização histórica do signo, que está desde o início vinculado ao dito “trabalho sexual”, à construção de uma arquitetura de gênero, à produção social das convenções de gênero, a uma geopolítica das representações e à pornografia. Cf. PRECIADO, 2010.

Construção e desconstrução social de limites: não-humanos, fármacos, sujeitos, trabalho, programa, risco e contágio

Tomemos, como exemplo, o “Viagra”.

Viagra, na minha visão, eu acho que é indispensável, afinal de contas, geralmente quem é garoto de programa trabalha com isso porque gosta de sexo, nem todos são só pela necessidade. Mesmos os que são só pela necessidade gostam de sexo, então se excitam muito fácil. Mas tem alguns que não, então o viagra faz parte do orçamento do profissional Bruno, 31 anos.

Além disso, eu tenho o uso cotidiano de viagra muitas vezes, quando eu vou atender um cara que eu não vou ter tesão por ele, ou quando é primeira vez e eu vejo pela foto que, sei lá, talvez eu não curta muito. Então eu faço o uso volta e meia disso. Tento não abusar porque... Viagra não é muito pesado pro corpo, é uma coisa que idoso usa, mas com o tempo você vai criando resistência ao medicamento e também tem os lances de, tipo, com o tempo, alguns caras têm uma piora na qualidade da visão. Tem um lance disso. Tem umas estatísticas sobre isso. Holy Thug, 26 anos.

A utilização do “viagra” é definidora, para alguns GPs, das condições de exercício dos programas. Ela operacionaliza o indício-ereção, estilização da virilidade, do desejo masculino, da animação sexual¹⁹. A atualização do “viagra” como possibilitador da situação-programa, ratifica a díade cliente

19 Trata-se de um fármaco que conduz à ereção (e não necessariamente ao orgasmo), ou seja, agente que permite a emulação e forja da virilidade. O intumescimento, nesse sentido, não somente atende a um imperativo sociológico (fisiológico, reprodutivo ou funcional), mas restaura (ou visa restaurar) uma (já sobredeterminada) leitura de um corpo masculino como tal. Falo, aqui, da produção social da masculinidade a partir da corporeidade. O viagra é um recurso utilizado para, no registro de um erotismo extremamente genitalizado, dentre outras coisas, não apenas programar e executar o prazer sexual (BRETON, 2006), mas também para reafirmar o lugar do vigor e da virilidade dentro do imaginário hegemônico sobre a masculinidade.

versus não-cliente. Entende-se que um não-cliente (pessoa cuja motivação para encontro é não-tarifada, às vezes chamada de “vício”²⁰) prescinde de um intumescedor. Entende-se também que a possibilidade de ereção contínua propiciada pelo “viagra” também decorre do exercício seriado de programas. Daí que a utilização de fármacos também atualiza a diáde profissional *versus* não-profissional. Os efeitos simbólicos para o cliente são passíveis de manipulação na medida em que o GP admite a utilização da pílula ou não. Um cliente pode mudar sua avaliação, de acordo com sua escala de valores, ao saber que um GP usa a droga para facilitar o engatilhamento de uma situação-programa.

Também a utilização sazonal de esteroides anabolizantes²¹ (eventualmente chamados de “bomba” ou dos nomes e demais categorias atinentes a cada uma das moléculas e terapias), encantadores da carne, resulta, como já explicitado, em uma estilização corporal que atine a certos índices simbólicos – virilidade, vigor, masculinidade, juventude, casualmente saúde.

20 Termo é usado por interlocutores para, em contraste com situações de sexo tarifado, destacar em um relato de que se trata de uma situação não mediada por troca de valores pecuniários. “Fazer um vício” carrega uma ideia que repõe um imaginário associado ao terreno da contravenção e da anormalidade. GPs eventualmente se auto-identificam como “heterossexuais”, ou seja, como pessoas que têm atração afetiva, erótica, sexual, sobretudo, pelo sexo oposto, de forma sobre-legitimada e alegadamente absoluta. O sexo com pessoas do mesmo sexo, para esses GPs, se justificaria tão e somente pelo interesse no dinheiro. Do lado do cliente, haveria um contínuo investimento de erotização de uma virilidade marcada pela heterossexualidade, o que também ratificaria o investimento identitário do GP como “heterossexual”. Logo, o comportamento corrupto, divergente, errático, vicioso, enfim, seria aquele injustificável do ponto de vista dessa elaboração discursiva de gênero, o de se relacionar com uma pessoa do mesmo sexo sem a legitimação da troca financeira, por puro prazer, por puro vício. O termo vício se destaca, contudo, dessa estrutura, na medida em que é usado de forma mais corriqueira para destacar uma situação que define sexo/afeto/erotismo não-transacional, sobretudo se o sujeito do relato é um GP que se auto-identifica como “homossexual” ou “gay” (sinônimos, definem a atração afetiva, erótica, sexual por pessoas do mesmo sexo, mas o caráter da sua [auto]legitimidade é mais socialmente frágil) e/ou que possui uma vida pública mais vinculada com convenções de masculinidades mais “flexíveis”, ou em redes de pessoas que se auto-identificam da mesma maneira.

21 Thug, 26 anos: “É, eu cheguei a fazer mais um ciclo depois - mais forte o ciclo, inclusive, que me fez crescer mais”. “Crescimento” aqui refere-se ao aumento de massa muscular, a hipertrofia. Transcrição de áudio, maio de 2020.

Podemos abordar a administração de fármacos na relação com identidades e práticas codificadas como homossexuais seguindo a leitura foucaultiana de Preciado, para quem o conjunto dessas intervenções corporais corresponde a um processo de subjetivação implicado pela administração farmacopornográfica de moléculas, que ensejam efeitos protéticos, ciborguizantes (PRECIADO, 2008).

Todavia, falando de um ponto de vista antropológico, é também inegável que a atuação dos fármacos junto aos GPs corresponde a processos de corporificação que os aproxima do processamento de um acúmulo de indícios que os torna mais próximos do engatilhamento da situação-programa. Falo dos efeitos performáticos, plásticos, de um ponto de vista simbólico.

Nos aproximamos de uma proposta analítica para a qual o intumescimento genital/pau duro, hipertrofia muscular/corpo sarado, uso simultâneo de cocaína e ketamina/ato de “fazer um Calvin” se forjam como engrenagens do programa – uma abordagem dessa estrutura prática como protético-performática. Parece muito acertado, por um lado, inclusive, que os elementos precursores dessa estrutura prática não sejam lidos em termos necessariamente clínicos ou biocinéticos, mas também a partir de um ponto de vista da produção social de uma masculinidade – ou em termos de ganhos e perdas.

A análise se fragiliza, todavia, se nos confrontamos com pelo menos dois aspectos candentes na vida desse GP: a lógica social mediante a qual a “montagem” de uma mesma masculinidade transcende o campo da tarificação. Antes, o GP tira partido dessa construção social, e não o contrário – homens aprendem a ser homens antes de aprenderem a ser GPs. Alguém pode, por exemplo, não fazer programas, mas circular ao longo de redes e circuitos sociais com GPs, compartilhando da administração de fármacos, estilo-de-vida, maneirismos etc.

Outro elemento que dificulta a correspondência entre identidade-GP e estrutura prática performático-protética é a porosidade das convenções a respeito da natureza da situação-programa, se sexual, se profissional, se qualquer outra coisa. Em poucas palavras, os efeitos colaterais da justaposição entre labor (já previamente fragilizado como paradigma) e estilo-de-vida.

Mais uma vez as drogas recreativas aparecem, desta vez como resultado de um processo de barganha. Os “aditivos”²² são frequentemente relacionados ao expediente da situação-programa, fato que se articula à atitude de venda e revenda de drogas em circulação irregular. Assim, não é incomum ouvir de GPs que tal venda e revenda proveja renda adicional, às vezes se sobrepondo propriamente à experiência do toque, da lambida, carícia ou penetração. Parte notável dos roteiros narrados de situação-programa descrevem situações de protagonização do uso de drogas. É comum, por exemplo, que determinadas atitudes sejam interpretadas ou narradas no registro de uma economia discursiva da perda. O cliente pode, de acordo com as narrativas, demandar a presença de um GP associada com a provisão de determinada droga²³. Nesse tipo de situação o GP pode inclusive barganhar um bom valor, além da mais-valia sobre a droga, por conta da sua dupla-função. Ademais, a administração contínua de drogas ao longo de um expediente é enten-

22 Bruno, 31 anos: “Aditivos são adicionais químicos que são postos para que o sexo entre num outro patamar, num patamar psíquico alterado. Então esses aditivos são crack, crystal, cocaína, heroína, anfetamina, slam, doce, ecstasy, LSD, tipos de drogas ilícitas as quais vão dar sensações “barra” [/] emoções dentro desse programa, a pessoa - ela - se altera e se abre a outros fetiches. Exemplo, a pessoa que faz fisting às vezes é adepta do poppers pra que haja um vasodilatador, haja mais dilatação na parte anal e assim ela consiga relaxar para colocar o braço dentro do cuzinho dela. Tã-rã! Ou a pessoa usa cocaína pra não sentir vergonha, pra não ter pudor, pra poder se soltar sexualmente”.

23 Bruno, 31 anos: “É óbvio que é muito mais fácil um garoto de programa traficar. É muito mais fácil um garoto de programa ser um aviãozinho, porque os clientes também procuram isso. E é uma forma dele lucrar também. O que que o cliente vai comprar na boca por dez reais ou vai comprar em algum ponto por vinte, o garoto de programa vai vender por cinquenta. O garoto tá tirando quarenta reais de lucro em cima disso”. Transcrição de áudio, novembro de 2020.

didada como fator propício a aumentar as chances do cliente propor ou aceitar trocas mediadas por contrapartidas, fato que faz com que alguns dos meus interlocutores de pesquisa falem sobre a necessidade de forjar uma situação de controle sobre a situação-programa.

Também o GP pode estar suscetível, no sentido oposto, a diminuir suas exigências em termos de contrapartidas, flexibilizando tempo e gestos para continuar utilizando determinado “aditivo”. É comum, ainda, que os clientes solicitem aos GPs que usem “aditivos” conjuntamente. Ainda, é possível que essa seja uma exigência irredutível na construção da situação-programa, de modo que o GP seja interpelado previamente a esse respeito.

Há um outro conjunto de dispositivos relacionados à administração de contágios, controle epidemiológico, manejo de populações. Falo de “camisinhas”, “cá-ípsilon”²⁴ / “lubrificantes”, “prep”²⁵ e também de técnicas do corpo (“abstenção de intercurso anal” / “sexo anal” / “penetração”) aplicadas à complexa semântica que relaciona prevenção a risco. Ademais, advogo pela incorporação de determinados processos (como corporificação, cognoscência, risquificação) ao procedimento analítico proposto por Néstor Perlongher para pensar sexualidade, gênero, classe e idade²⁶, a partir da operacionalização do conceito de tensor libidinal.

24 Ou “KY”, é uma marca de “lubrificantes íntimos”, isto é, géis ou líquidos que diminuem o atrito da penetração genital-anal. Há uma grande variedade de marcas ou lubrificantes, mas eventualmente o “KY” é utilizado como metonímia para qualquer lubrificante.

25 “Prep” é a sigla para Profilaxia Pré-Exposição, um tratamento farmacológico contínuo que, do ponto de vista que importa aqui, é entendido como um fator que garante relativa imunidade ao contágio pelo vírus HIV, causador da aids. Holy Thug: “O prep é também um fármaco que eu uso, mas mesmo que eu não fosse GP eu gostaria de tá usando prep. Eu uso camisinha na maioria dos programas, mas eu tenho alergia a camisinha, alergia a látex. Então às vezes camisinha é um problema pra mim. Não que eu faça sexo sem camisinha a rodo, em alguns casos eu faço. E o prep me dá uma segurança, sacou?”

26 O autor já sinaliza a existência de um determinante racial (PERLONGHER, 2007: pp.150-155). É importante frisar que processos de racialização são impassíveis de serem ignorados em qualquer análise interseccional sobre marcadores sociais da diferença envolvendo GPs.

Um dos pontos críticos a respeito da análise sobre o campo da sexualidade, é o uso das gastas noções de “anonimato” e “impessoalidade” como propriedades descritivas e/ou analíticas de determinadas relações ou conjunto de relações. Em primeiro lugar, os qualificativos “anônimo” e “impessoal” são bastante utilizados para definir práticas frequentemente entendidas (em termos sociais, culturais e políticos) como estigmatizadas²⁷, como a “pegação”²⁸.

Embora esteja bastante acertado que o uso dessa terminologia para descrever tais práticas responda a imperativos sociais e políticos²⁹, não está nítido para mim que ela denota alto proveito analítico, já que ela pode incorrer em uma essencialização da experiência³⁰. Em lugar de entender “pessoalidade” e “anonimato” como categorias que traduzem a diversidade das experiências do campo da sexualidade, prefiro entender

27 “Em lugar de destituir da pegação seu potencial antropológico, tornando-a cativa de rótulos usuais, proponho uma reflexão acerca dos próprios motivos pelos quais tendemos a rotulá-la como ‘anônima’, ‘impessoal’ e ‘efêmera’, quando na verdade muitas vezes o campo nos mostra profusões de nomes, categorias e interpelações, em relações cuja intimidade é diversificada e negociada, e realizada em ritmos diversos, seriado, duradouro, faiscado. (...) O ‘anonimato’ não funciona como algo que a relação ou seus vetores possuem, mas uma tensão que se deflagra. (...) Não se trata, portanto, de definir a pegação a partir de ‘intercursos sexuais efêmeros, passageiros, fortuitos, nos quais não há um vínculo amoroso prévio’ (...), mas tomar a furtividade, a efemeridade e a fortuidade como tensores” (SESTER, 2017: pp.52-53).

28 Uma estrutura de práticas reiteradas entre homens, cujas ações se dão determinados espaços, pagos ou não, que atendem a certos índices. Tais práticas se dão entre pessoas que normalmente não se conhecem previamente, e deflagram a operatividade de tensores como afeto, erotismo, envolvimento sexual e desejo, clareza, cognoscibilidade e publicidade. Cf. *ibidem*.

29 Michael Pollak identifica os seguintes traços na vida no “gueto homossexual”: “o isolamento do ato sexual no tempo e no espaço, a restrição a um mínimo de preparação ao ato sexual, a dissolução da relação imediatamente após o ato, o desenvolvimento de um sistema de comunicação que permita essa minimização dos investimentos ao mesmo tempo em que eleve a um nível máximo os rendimentos orgâsmicos”. Baseado nisso, prossegue o autor: “não é de estranhar que um mercado sexual liberado das pressões ‘não sexuais’ se tenha desenvolvido primeiramente nas sexualidades marginais relegadas à quase clandestinidade, e, em primeiro lugar, na homossexualidade” (POLLAK, 1985: pp. 57-58).

30 Isso quando se pratica um procedimento analítico que acaba “comprando” o discurso nativo e/ou o senso comum sem abordá-lo no complexo quadro de discursos e práticas que se tensionam entre si. A “essencialização da experiência” pode ser evitada com procedimentos da antropologia como simetrização e contextualização dos sujeitos, discursos, objetos e práticas.

tais processos do ponto de vista de um tensor que modula, anima, atravessa relações. Em lugar de acionar o “sigilo”³¹ como condição monolítica, antes devemos entender como diferentes regimes de visibilidade e formas de apresentar-se no mundo condicionam relações e constroem linhas de interpretação sobre determinadas práticas.

Caberia, aqui, fazer uma “antropologia da antropologia” neste quesito, para compreender as condições sociais e estruturas simbólicas mediante as quais determinados conceitos e descritores são fetichizados em detrimento de outros.

Sucedede, de acordo com a linha argumentativa supracitada, que o domínio do “risco” (tal como o domínio da cognoscência/visibilidade) é suscetível de animar o estabelecimento de relações – em lugar de ser posicionado analiticamente de acordo com critérios que definem tal ou qual encontro como categoricamente “arriscado”. O risco se deflagra como tensor importante das relações que orbitam os programas, como veremos adiante. Ademais, o tema do risco é frequente e, como estrutura simbólica, conduz gestos e modula interpretações das duas partes elementares envolvidas no engendramento da situação-programa.

31 “Sigilo” é um termo corrente do jargão dialógico entre GPs e clientes e refere-se à ideia de restrição a respeito das informações e dos fatos que ocorrerão ao longo do processo-programa. Longe de se encerrar no universo dos atores engendrados pelos programas (como se deflagra na retórica de aplicativos de encontros; MONICA & COSTA, 2020), o “sigilo” é, como sugere Eve Sedgwick, relacionado à contínua gestão de uma existência pública “gay”: “Mesmo num nível individual, até entre as pessoas mais assumidamente gays há pouquíssimas que não estejam no armário com alguém que seja pessoal, econômica ou institucionalmente importante para elas. Além disso, a elasticidade mortífera da presunção heterossexista significa que (...) as pessoas encontram novos muros que surgem à volta delas até quando cochilam. Cada encontro com uma nova turma de estudantes, para não falar de um novo chefe, assistente social, gerente de banco, senhorio, médico, constrói novos armários cujas leis características de ótica e física exigem, pelo menos da parte de pessoas gays, novos levantamentos, novos cálculos, novos esquemas e demandas de sigilo ou exposição. Mesmo uma pessoa gay assumida lida diariamente com interlocutores que ela não sabe se sabem ou não. É igualmente difícil adivinhar, no caso de cada interlocutor, se, sabendo, considerariam a informação importante” (SEDGWICK, 2007: p.22). Ademais, a erotização ritual do “sigilo” vem frequentemente acompanhada do rechaço de traços expressivos que tensionam com convenções de gênero associadas ao protótipo de masculinidade amaneirada com referenciais simbolicamente vinculados à “heterossexualidade” absoluta.

É necessário acumular esta reflexão para passar ao exame da manipulação ou não de tecnologias de administração de contágios. O uso ou não-uso de tais tecnologias (a “camisinha”³² figurando definitivamente com destaque nesse rol) está frequentemente no centro das negociações. Por um lado, porque é impossível desvincular o “sexo anal” – quando demandado – da necessidade de escolha de uma técnica de penetração anal-genital. Em uma escala de práticas sexuais, a penetração anal-genital é frequentemente ratificada por clientes e GPs como mais propensa a resultar em contágio, a depender de como é realizada – fato que, aliás, deflagra o grau de generalidade de ideias a respeito de tais contágios, dentro dos quais há inegável participação de discursos advindos das biomedicinas e de estudos da Saúde Pública. Há, portanto, operando junto ao conjunto das decisões a respeito da situação-programa, uma espécie de consenso a respeito de um uso espontâneo, por exemplo, de “camisinhas”.

Por outro lado, o GP pode ser interpelado por clientes a, justamente, se abster do uso de camisinha durante o intercurso anal-genital. Tal solicitada abstenção é comumente implicada pela erotização do contato anal-genital. Tal erotização é eventualmente descrita em termos da associação que é feita com a possibilidade de contágio. Pode ela também ser apresentada em termos do gosto pelo “contato epidérmico” / “no pelo”, ou ser posicionada na relação com a erotização da ejaculação que é frequente no intercurso anal-genital e que é significada de modo distinto quando realizado sem a “camisinha”. Isto porque a “camisinha” impede o contato direto do “sêmen” / da “porra” com a parte de dentro do cu / da mucosa anal daquele que é penetrado no intercurso anal-genital.

O “sêmen” / a “porra” carrega significados e pressupostos que animam as relações, como virilidade, vigor, tesão, risco. Quando alguém

32 “A ‘camisinha’ opera como signo definidor de limites entre práticas e mediador entre corpos e subjetividades, índice de higiene, saúde, inclusive eventualmente do devir-par (...). [Ela] é significante não apenas de um corpo moral entre frequentadores, mas também de um espaço moral entre gestores” (SESTER, 2017: p.67).

“goza no cu” de outrem, sobretudo se falamos de uma situação-programa, o que está sendo depositado na relação, a atitude, carrega, assim, uma teia de conceitos e uma miríade de processos – que sequer se esgotam no expediente da “gozada” ou da situação-programa em si.

Vale lembrar que a barganha é dimensionada também em termos dos riscos implícitos à narrativa do contágio. A depender do grau de abjeção socialmente reconhecido, diferentes valores podem ser barganhados, por qualquer uma das partes. O risco é uma estrutura subjacente a esse ranqueamento de abjeções, sendo mais ou menos operativo a depender do repertório acionado na situação-programa.

Por fim, há os GPs que podem ocupar espaços propagandísticos dando, justamente, destaque sobre a “disponibilidade” ou preferência para o intercurso anal-genital. Há, nesse caso, uma assunção a respeito de uma atitude; interpretação que pode pairar sobre a cabeça de outros GPs, especialmente se se considera que clientes possam pressupor um alto grau de “exposição” dos mesmos a bactérias e vírus – a depender de como são lidos. “Exposição” que, levada às últimas consequências, implicaria em majorar as chances de contágio.

Outros GPs ainda afirmam prescindir da “camisinha” acionando a identidade de “usuário de prep”. O “prep” se define pela tomada regular de um ou mais fármacos que efetivam uma autopercepção relativa de imunidade à infecção do vírus causador da aids, que está implicada à condução, pelo usuário e partes relacionadas, a uma re-interpretação estrutural do risco implícito às práticas do programa, especialmente do intercurso anal-genital.

O “risco”, na verdade, não é uma categoria oculta, mas sim uma estrutura que modula relações entre GPs e clientes, tanto quando o “anônimo” (ou melhor, a cognoscência) modula as relações de pegação.

Economia inaudita: a produção social do sujeito cliente

Nota-se que a construção analítica do processo de retroprodução mútua entre corporalidades e circulação de bens e dinheiro está ancorada em grande parte nos relatos de GPs, e não no de clientes, o que expressa a defasagem etnográfica da contraparte do programa, fato alhures comentado. Decorre dessa errância etnográfica, que leitores e analistas possam ser conduzidos à ideia, equivocada, ao meu ver, de que a relação entre aquele processo e a efetivação da situação-programa in- depende da atuação de outros papéis sociais, sendo o cliente evidentemente fundamental aqui.

É de extrema importância, portanto, que se faça um exercício de reconstrução do protagonismo do cliente e outros atores (*sites* de propaganda, o usuário de aplicativos que não se engaja na situação-programa, pessoas que por ventura possam estar engajadas na seleção de GPs em saunas etc.) sobre o processo de atribuição de vendabilidade de um programa baseada nos atributos imputados ao GP. Alguém pode dizer que o grau de virtuosidade do ciclo corpo-dinheiro para o GP tende a ser proporcional ao grau de potencialidade de efetivação de uma situação-programa. Todavia, esse alguém se veria forçado a admitir, todavia, que o papel condicionante do protagonismo do cliente – e da rede de atores que orbita e atravessa os programas – é fundamental para o desencadeamento do evento.

Assim, a despeito da dificuldade de encarnar o sujeito etnográfico da contraparte na construção de um quadro simétrico visando uma teoria antropológica da situação-programa, esta seção objetiva arrolar instâncias que traduzem o protagonismo do cliente sobre a efetivação do evento.

O cliente, começaria argumentando, ratifica sua construção como tal no quadro que resulta na efetivação do programa **escolhendo**. O ato da escolha por uma situação com uma determinada pessoa é funda-

mental, pois são as **escolhas** que definem como serão os programas e quem serão os GPs. Se a existência de um GP como tal depende da re-iteração de programas, mas ninguém o escolhe como protagonista da situação-programa, logo esse GP é excluído da estrutura prática que tornaria possível o seu devir. É porque um ou mais clientes escolhem regularmente por determinado período um rapaz (seja ele autodeclarado GP ou não) para o engatilhamento da situação-programa que ele passa a acumular recursos para a construção de uma autorreflexão sobre sua existência como um GP. Se o ato da escolha é facultado para o GP (que exerce poder de escolha nas decisões sobre atender³³ um cliente), quando exercido pelo cliente ele se torna fundante: na constituição de um cliente como tal (seja ele mais ou menos episódico) e também na ratificação de um GP como tal.

Prossigo: o processo de escolha é *não-linear*. Pode se dar ao longo de segundos, minutos, dias, semanas, meses ou anos, dependendo de como você remonte o processo ou como ele se dê. A escolha pode envolver uma conversa remota ou não. Ela também pode se dar através da conversa (também não-linear) com uma quantidade variável de GPs, além de poder ser uma escolha reincidente ou não. Ademais, a escolha frequentemente conjuga outros elementos que podem estar embutidos no planejamento ou nas expectativas do cliente³⁴, como drogas, um lugar específico que você possa alugar por hora etc.

Tampouco as razões por detrás das escolhas são unívocas. Elas têm, a bem da verdade, motivações as mais diversas. Existem índices subjetivos que são expressos em termos de preferências, apresentados como

33 Com frequência, o conceito “atender” aparece como sinônimo de “realizar programa”, e “atendimento” como “programa”. Chama a atenção a contiguidade semântica dessas expressões com a retórica profissional, o que alimenta o debate a respeito dos limites entre a prática reiterada de situações-programa, forma-trabalho e “regimes de (in)formalidades” (OLIVEIRA, 2019: p.12).

34 Ou impostos pelo GP, por exemplo nas suas condições rituais ou no caso da “venda-casada”, isto é, relação posta como obrigatória entre evento-programa e qualquer outra commodity (por exemplo, vaga em hotel ou motel).

engatilhadores de/em processos desejosos, ou deflagrados pela escolha reincidente, tal é o caso de raça-etnia, estilo, vestimenta, silhueta, gesto generificado e sexualizado, altura, performance de classe etc. Há também os índices que atendem a expectativas narrativas, atitudinais, de abordagem. Isso porque o cliente pode, por exemplo, se importar mais ou menos com a forma como o GP demonstra maior interesse ou não pelo assunto, pelo dinheiro, pela forma como ele está se sentindo, pelo seu corpo, sua idade, sua cor³⁵.

Há, ainda conforme falamos, outros vetores de identificação vestigial, como a dimensão do espaço-tempo (dia, noite, ócio, trabalho etc.), a ação pragmática ou praticidade, a expectativa sobre segurança, a relação com o uso de dispositivos alteradores da consciência, a reflexão ou entendimento prático a respeito da própria dignidade desejante, as concepções morais a respeito do corpo, da orientação relacional, da gestão de contágios, do trabalho e do valor social do dinheiro, o encontro com cosmologias religiosas, a administração das visibilidades públicas. Podemos falar detidamente sobre cada um desses aspectos, mas aqui eu gostaria de salientar o papel performático dos valores, expostos e barganhados.

Bastante se falou sobre a relação entre o papel performático dos valores e a cartografia corporal sexualizada e generificada (LOPES et. al, 2019: pp.37-40). Sabe-se, desde *O negócio do michê* que o aspecto performático dos valores também se molda aos territórios onde se negocia a imputação de valores monetários à situação-programa (quando esta é precificada, lembrando que outros bens podem compor a barganha). Nestor Perlongher tratou de tal processamento em termos de conversões libidinais. Decerto não se pode ignorar a propriedade transdutiva do dinheiro. Contudo, sua agência não se limita à produção social dos “papéis sexuais”.

35 Sabe-se que há uma marca de etnia/raça/cor que se deflagra no diferente tratamento dispensado aos clientes, fato registrado por Néstor Perlongher (2007) e Victor Hugo de Souza Barreto (2017).

É, postulo aqui, mediante a aceitação de determinado valor (posto pelo GP e ratificado pelo expediente da troca pelo cliente):

- Que um GP testa o valor de mercado da situação-programa por ele protagonizado.
- Que o GP incorpora à situação-programa os atributos (tamanho do pênis, boa comunicação interpessoal etc.) que, no gesto do aceite, ratificam seu valor agregado, expresso em termos performaticamente monetários.
- Que GP e cliente ratificam a mediação dos meios mediante os quais a situação-programa se processa (canal, lócus, horário) no processo de atribuição performática de valor.
- Que o cliente ratifica o valor de mercado da situação-programa protagonizada por um GP (metaforizada pelo GP-ele-mesmo).
- Que o cliente se deflagra/é deflagrado portador de um certo quantum monetário, o que:
 - O define em termos qualitativos de clientela³⁶.
 - Demonstra seu maior ou menor poder de agenciamento material – efetivo em termos econômicos.

Este último aspecto dificilmente é levado em consideração se o ponto de partida da compreensão sobre o programa é a troca já efetivada. A reflexão sobre a etapa da escolha que leva à efetivação da situação-programa deve levar em consideração o poder de consumo (dinheiro, crédito, empréstimo³⁷ etc.) do cliente, considerando a ponderação que este faz em termos de gasto esperado, da valorização do gasto (“custo-benefício”), e que está intrincada às outras dimensões do processo de escolha.

36 Isto é, as taxonomias contingentes produzidas pelos GPs para definir clientes – identificadas etnograficamente desde O negócio do michê (PERLONGHER, 2007: pp.144-150).

37 Considero aqui o relato de um interlocutor de pesquisa sobre um cliente que solicitava e em-bolsava empréstimos financeiros com frequência para, de acordo com o relato, custear situações-programas caras e drogas ilícitas como crack e cocaína.

Em suma, a escolha de realizar uma situação-programa com um GP específico é não-teleológica, senão sempre contingente e marcada por instâncias decisórias plurívocas.

Não podemos abrir mão do fato de que as escolhas estão circunscritas a um momento e a determinadas condições. Diferentes situações em que escolhas são deflagradas expressam, para citar alguns exemplos, a existência maior ou menor de critérios manifestos, maior ou menor urgência, ou ebriedade, ou mesmo condições materiais para o gasto, senão sua disponibilidade, e toda a sorte de imponderável que pode tornar cada situação de escolha mais singular.

Cada escolha é, assim, singular, fruto de uma constelação de motivações mais ou menos complexas e esquadrinháveis em termos analíticos. Mas também cada escolha reconstrói o evento-programa, reiterando ao mesmo tempo o papel social de cada uma das partes e as relações de corporalidades e trocas.

A escolha pode também ser emulada, de forma a confundir o GP e fazer com que o cliente logre de certo substrato erótico procedente do domínio do jogo, fato que pode ensejar um debate sobre espoliação do trabalho³⁸. Mas também a escolha pode ser confundida com sua emulação, de forma com que a polissemia aí implícita dificulta alguma purificação analítica.

Se a escolha é uma etapa do programa, se e o programa é, por um conjunto mais ou menos habitual de motivos, erotizado, e se além disso a etapa que antecede o evento presencial é sobremaneira não-remunerada, logo deflagramos que o terreno movediço da escolha, liminar por definição – por não resultar na consolidação obrigatória de qualquer

38 Uma vez que, pensando a atuação dos GPs como trabalho, os gestos rituais do jogo pré-programa encaminham para uma ideia de condução narrativa de satisfação sexual (frequentemente encarnada no gesto da ejaculação) que se processaria e se encerraria na situação do programa, o cliente que lança mão do expediente do jogo de sedução para alcançar esse fim (que normalmente implica o encerramento da busca e da escolha) sem com isso se engajar na situação-programa, estaria extraindo uma mais-valia, não apenas libidinal, mas do trabalho não-pago realizado pelos GPs.

situação-programa –, é, por sua natureza, o espaço propício da exploração – se pensarmos na forma-trabalho –, por um lado, e do laboratório do desejo, por outro, especialmente para o cliente, que testa aí as suas intenções, elucubrando narrativas, desbravando suas searas íntimas sem o compromisso de levá-las adiante.

Se o programa se efetiva na situação, mas começa bem antes, assim também se é com o tornar-se cliente.

As misérias

Retomo, antes de concluir o presente artigo, à discussão sobre as “misérias” ensejadas em um ensaio antropológico em forma-dramaturgia *O privilégio da miséria ou a miséria do privilégio*³⁹, elaborado em 2018 em uma experiência conjugada entre duas personas purificadas: o antropólogo, por um lado, e o GP, por outro. Para os fins deste artigo, evoco uma discussão a respeito das vulnerabilidades embutidas na construção social do cliente.

O que é a violência? (...) Porque eu sinto que, mesmo quando o trabalho é pacífico, e é na maioria das vezes mesmo, é porque a paz desse trabalho é um trem com ar condicionado que segue num trilho que dificilmente faz ruído, e esse trilho é a violência. E você sabe que violência é essa? (...) A violência do cliente contra o garoto de programa é essa de você se sujeitar a um cara com várias cédulas azuis na mão, e não ter contrato assinado, não ter nenhuma garantia trabalhista, ter que desenvolver seus próprios protocolos de segurança do trabalho. Mas

39 “O experimento ora apresentado em forma-dramaturgia é fruto de um esforço conjugado entre antropólogo e garoto de programa. Produto foi gestado no âmbito de uma pesquisa de doutoramento em curso no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. A farsa aqui desenvolvida é tributária de dois processos correntes e pulsantes na antropologia contemporânea: a desconstrução dos limites canônicos do que seria o Texto Antropológico legítimo e institucionalizado e o imperioso direcionamento de uma repolitização do conhecimento antropológico através do trabalho cooperativo antropólogo e ‘nativo’” (GUIMARÃES & RENAN, 2019: p.222).

e a miséria do cliente? Eu não tô falando do cara que foi assassinado em Pinheiros este mês⁴⁰, nem dos fodidos do Botton⁴¹, ou daqueles que são furtados, chantageados e tal, mas daquela miséria, a pior miséria, muito anterior, que é a seguinte: a de só mediante pagamento financeiro ter a chance (na maioria das vezes malogradas) de sentir-se desejado. Isso inclui sentir-se desejado por pessoas como eu. Sentir-se desejado em situações que me incluem. O cliente paga para ter dignidade afetiva. (...) É insuficiente dizer que ele só paga pra mostrar poder, essa é uma visão burra da coisa. As relações de poder que se estabelecem nos programas não são um cálculo besta entre quem tem grana e quem não tem. O dinheiro não é a encarnação do poder, que alguns têm muito e outros têm pouco, e quem já tem vai dominar o outro só porque tem. O cara pega um punhado de notas de cem, não é pra mostrar que ele tem o poder: ele quer materializar aquela situação e, ao fazer isso, ele se coloca involuntariamente numa posição de vulnerabilidade na qual a posse dessas quantidades serve de contrapeso. Ainda assim, quando essa materialização é posta em execução, muitas vezes ele se frustra com a pressa, a falta de educação, o nojo, o preconceito, o oportunismo, o contraste com a foto que o escorte⁴²

40 Referência à morte de José Hélio Cavalleiro, homem “de 49 anos, (...) encontrado morto dentro do seu apartamento [no distrito de] Pinheiros, na zona oeste de São Paulo” no dia 15 de abril de 2018, época em que o texto estava sendo escrito. De acordo com reportagem Contador encontrado morto em bairro nobre de SP teria sido dopado, R7, de 16 de abril daquele ano (disponível em <<https://noticias.r7.com/sao-paulo/contador-encontrado-morto-em-bairro-nobre-de-sp-teria-sido-dopado-16042018>>), “parentes e amigos relataram aos investigadores que o contador era homossexual e ‘não mantinha nenhum relacionamento fixo’. Segundo afirmam, Cavalleiro tinha costume de trazer rapazes para o apartamento e já havia contratado acompanhantes” (grifos meus). Há aí uma sugestão implícita entre “vício” e crime.

41 Fortunato Botton Neto foi um GP [“michê”] cuja atuação foi notabilizada após a atribuição de diversos assassinatos na segunda metade da década de 1980 na cidade de São Paulo. O conjunto dos assassinatos rendeu-lhe a alcunha pública de “maníaco do Trianon”, em alusão a um dos territórios nodais associados à presença de GPs-em-situação-de-ponto naquela época, os arredores do Parque Trianon no distrito dos Jardins na cidade de São Paulo. Cf. ARRUDA, 2001.

42 Anglicismo, refere-se ao termo inglês escort que, na gíria de circuitos formados sobremaneira por pessoas com identidades sociosexuais relacionadas a práticas afetivas, eróticas e sexuais com pessoas do mesmo sexo e/ou gênero, significa GP.

colocou no anúncio. Porque cara, tem coisas que, não interessa, o dinheiro não compra. O cara paga pra se sentir afetivamente digno. Ele paga pra que uma pessoa que jamais sairia com ele sem dinheiro o fite com um olhar interessado e emule por ele um desejo que é técnico e artificial. Eu sempre espero que isso restaure a autoestima do cliente, ou pelo menos faça ele pensar. Mas eu tenho a impressão que existe um alto custo por essa experiência fugidia de paraíso. Como uma droga, que te leva para fora da realidade ordinária enquanto o tempo escorre miseravelmente em contagem regressiva. (...) Como eu já disse, o afeto está no centro dessa formatação, então o acompanhante acaba acompanhando muito mais coisa do que deveria, e lidando com tensões e pesos dele próprio e do contratante. É necessário saber a hora de sair e parar de oferecer o serviço, ainda que a grana seja boa, quando isso não te faz bem ou, pelo contrário, quando faz mais mal para o cliente do que bem para ele. *Aí é necessário ter princípios.* Por trabalhar com gozo e sua simulação, sei que pode haver e há recorrentemente algum sofrimento dentro do condomínio, do carrão, de uma Tommy Hilfiger⁴³. Acho que, muitas vezes, há um grande contraste na experiência do cliente entre o efeito imediato daquilo que se almeja, a materialização da situação que o dinheiro permite, com o que vem depois, isto é, o retorno da solidão, a constatação de que no fim o programa era um paliativo, um grito desesperado por dignidade. Não quero com isso retratar o cliente como um cachorrinho abandonado, e nem generalizar, há alguns clientes bem resolvidos numa multidão de gente dentro do armário e com problemas de autoestima, senão desmistificar uma estrutura de opressão verticalizada – uma romantização cliente *versus* puto.

Esse desenvolvimento argumentativo conduz a uma interpretação possível a respeito da constelação de afetos por detrás das escolhas operadas

43 Refere-se a uma grife de vestuário e cosméticos com ação comercial internacional, fundada em 1985 e sediada nos Países Baixos. No texto, ela é acionada como metáfora para se referir a padrões de consumo relacionados às classes altas, já que os produtos da marca são comercializados a preços muito elevados no Brasil.

pelo cliente que engendram situações-programa. Ele trabalha com uma retórica que pressupõe a operacionalidade de fatores como autoestima, solidão, autopercepções, reflexões sobre autoimagem, custo social implícito em certas práticas desejantes, autonomia e a gestão da ficção da simetria.

O argumento simetriza a operacionalidade de uma relação de violência (por vezes sorrateira e estrutural) para as duas partes. Este argumento é importante, pois desmistifica um perigoso pressuposto, o de que existe uma relação de assimetria unilateral e absoluta de subjugação perpetrada pelo cliente sobre o GP. O depoimento estilizado de Renan evoca situações pontuais (assassinato, “os fodidos do Botton”) e típico-ideais narradas por clientes (“a pressa, a falta de educação, o nojo, o preconceito, o oportunismo, o contraste com a foto que o escorte colocou no anúncio”) que salientam a existência de conflitos que deflagram situações explícitas (e particulares) de violência contra o cliente.

Haveria, contudo, também, a operacionalização de relações de violência veladas, marcadas pelos fatores supracitados, pelos ruídos implícitos na aventura do desejo. Não se deseja apenas alguém, mas sim uma relação de desejo. Renan está apontando para as interpretações que os clientes fazem quando suas expectativas se confrontam com as situações-programa e suas implicações. A “miséria do privilégio”, assim, é que a dissimetria instaurada pela posse de bens e dinheiro que serão engatilhados na troca, ou deflagrada pelo acesso a infraestrutura, situações e símbolos culturais marcados por classe que o cliente proporciona ao GP, não são, do ponto de vista do autor, suficientes para dirimir o fato de que seus objetivos mais sentimentais, profundos e psicológicos ao mobilizar situações-programa podem ser (e são eventualmente) malogrados, frustrantes ou insuficientes do ponto de vista de algumas de suas expectativas originais.

A fala de Renan, quando falamos do GP, constrói uma inversão narrativa rumo à compreensão de um “privilégio da miséria”.

O cliente é frequentemente pensado, concebido e apresentado textualmente como um sujeito descorporificado. Sua presença é fantasmática, sua invisibilidade e mudez são marcantes. Sua corporalidade é, no entanto, central para o engatilhamento da situação-programa. Podemos discutir os termos de um processo de “dessubjetivação” que poderia ser deflagrado pelas “misérias do privilégio”, alguém cuja agência não pode ser entendida unilateralmente, mas também a partir das dores implícitas e narradas que estão imbricadas ao processo de trocar cédulas de dinheiro pelo engatilhamento da situação-programa. Portanto, as interpretações a respeito da ontologia do cliente (bem como a do GP) dependem das lupas que usamos para enxergá-lo.

Na outra mão, o GP é frequentemente retratado e analisado como um corpo dessubjetivado. A objetificação exagerada do seu corpo baliza um processo de essencialização – ora ratificado pela denúncia, ora pela adoção de convenções do senso comum. Sua condição em termos monetários faz com que seja descrito frequentemente em termos de uma dependência econômica que se traduz em exploração de classe e subsunção simbólica em relação ao cliente. Esse viés é frequentemente hiperbolizado pelos imperativos éticos e políticos de uma práxis antropológica que (corretamente, diga-se de passagem) ratifica uma série de lutas políticas contra opressões e mazelas, defendendo a dignidade dos coletivos e rituais a que tradicionalmente se dedica. Assim, as decisões a respeito da forma como determinado sujeito (seja ele uma pessoa ou um coletivo) é retratado pode ser interpretada de maneira politicamente contraproducente. Contudo, o ato de incorrer no procedimento da fetichização do oprimido implica eventualmente em perdas analíticas importantes para o refinamento e adensamento descritivo-analítico que, por sua vez, nunca deixam de alimentar o debate das micro e macropolíticas da sexualidade e do desejo.

A “ressurreição” subjetiva do GP (mais comum que a corporificação do cliente), quando admitida textualmente, confere a ele o lugar de agente

social e histórico; não apenas um produtor de sentidos, mas um ator cujos gestos e ações protagonizam os processos que almejamos interpretar aqui, como a produção social de masculinidades (tanto na desconstrução das mesmas, como na reposição de convenções), a construção social de personas, a movimentação econômica, a produção social do expediente de “trabalho”, o agenciamento da auto-segurança, a pilhagem como fuga das convenções laborais etc. Um corpo-sujeito, enfim.

Quando a relação entre clientes e GP é reconstruída textualmente, concludo, há de se tomar um cuidado para simetrizar os atores ontologicamente.

Conclusão: o futuro do programa

O presente artigo sumarizou algumas das questões presentes na minha pesquisa atual de doutoramento. Ele, todavia, não esgota as inquietações geradas por ela e, tampouco, não objetiva propor uma abordagem limitante, mas, pelo contrário, reivindica um ponto de partida analítico e epistemológico possível e específico: o do programa como núcleo a partir do qual se configuram os arranjos analíticos e se estrutura a narrativa dos dados de campo.

Ainda em tempo, é importante notar que o isolamento social relacionado à epidemia do novo coronavírus⁴⁴, para boa parte dos meus interlocutores de pesquisa, se traduziu em perda sensível dos ganhos gerados pela sucessão de programas, que frequentemente compunham a maior parte de seus rendimentos. Este é um aspecto dentre outros que concorre para o processo de precarização dos GPs. Falamos, aqui,

44 Tendo iniciado em março de 2020, o isolamento social passou por diversas etapas no Brasil, sendo ainda, passado mais de um ano, tema fundamental na opinião pública brasileira e nas disputas envolvendo a agenda política brasileira. Até a entrega da versão final deste artigo, o Brasil somava mais de 337 mil mortos decorrentes da grave crise sanitária e humanitária agravada por escolhas políticas, técnica e sociais desastradas, desonestas e mal-intencionadas. Uma discussão sobre o “futuro do programa” não está, portanto, desarticulada de uma discussão mais geral a respeito de um futuro humano possível.

na ausência de uma previdência emergencial para pessoas que ocupam um limbo das convenções profissionais (justamente!). Podemos discutir o grau de conforto envolvido no agenciamento contingente dessas convenções de profissionalidade do lado do GP, mas algo incontestável é a situação de vulnerabilidade social a que tais sujeitos foram lançados durante o período de isolamento. O programa depende sobremaneira do encontro presencial entre pessoas, o que é algo de difícil negociação quando falamos do imperativo ético e sanitário do isolamento social. Se falarmos, portanto, nesse sentido, de um expediente social que implicou no sequestro da autonomia de milhões de brasileiros e brasileiras, inevitavelmente falaremos também daqueles e daquelas cuja renda dependia e continua dependendo do toque, da calentura e da acolhida inegociavelmente amalgamada entre corpos.

Bibliografia

ARRUDA, Roldão. **Dias de ira – Uma história verídica de assassinatos autorizados**. São Paulo: Globo, 2001.

BARRETO, Victor Hugo de Souza. **Vamos fazer uma sacanagem gostosa? - Uma etnografia da prostituição masculina carioca**. Niterói: EDUFF, 2017.

_____. **“Os novos territórios da prostituição masculina”**. In: OLIVEIRA, Thiago (org.). **Homens no mercado do sexo - Reflexões sobre agentes, espaços e políticas**. Salvador: Devires, 2019.

BRETON, David Le. **“A produção farmacológica de si”**. In: NAVARRO, Alicia & PITANGUY, Jacqueline (orgs.). **Saúde, corpo e sociedade**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

FRANÇA, Isadora Lins. **Consumindo lugares, consumindo nos lugares**. Rio de Janeiro: UERJ, 2012.

LOPES, Tatiana Bezerra de Oliveira. **Corpos, desejos e prazeres interditos: A “lista de palavras proibidas” nos anúncios de prostituição do jornal Correio do Estado**. Trabalho de Conclusão de Curso na Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul como requisito básico para a conclusão do Curso de Ciências Sociais. Campo Grande, 2019.

LOPES, Tatiana Bezerra de Oliveira et. al. **“Prostituição masculina no Brasil - O panorama da produção teórica desde ‘O negócio do michê’”**. In: OLIVEIRA, Thiago (org.). **Homens no mercado do sexo - Reflexões sobre agentes, espaços e políticas**. Salvador: Devires, 2019.

MONICA, Eder & COSTA, Ramon. **“Privacidade, liberdade sexual e sigilo: Sentidos de liberdade no aplicativo Grindr”**. In: **Interfaces Científicas**, vol.8, n.2, Aracaju, 2020.

OLIVEIRA, Thiago. “Apresentação”. In: _____. **Homens no mercado do sexo - Reflexões sobre agentes, espaços e políticas**. Salvador: Devires, 2019.

PERLONGHER, Nestor. **O negócio do michê – A prostituição viril em São Paulo**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2008.

POLLAK, Michael. “A homossexualidade masculina, ou: a felicidade no gueto?” In: *Sexualidades ocidentais - Contribuições para a história e para a sociologia da sexualidade*. São Paulo: Brasiliense, 1985

PRECIADO, Paul B. **Pornotopía -- Arquitectura y sexualidad en “Play-boy” durante la guerra fría**. Barcelona, Anagrama, 2010.

_____. *Testo Yonqui*. Madri: Espasa, 2008.

SANTOS, Daniel Kerry dos. “**Trabalho sexual exercido por homens - Problematizações teórico-metodológicas e estratégias de pesquisa**”. In: OLIVEIRA, Thiago (org.). **Homens no mercado do sexo - Reflexões sobre agentes, espaços e políticas**. Salvador: Devires, 2019.

SANTOS, Elcio Nogueira. **Amores, vapores e dinheiro – masculinidades, homossexualidades nas saunas de michê em São Paulo**. Tese defendida no Doutorado em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo em 2012.

SEDGWICK, Eve Kosofsky. “**A epistemologia do armário**”. In: *CADERNOS PAGO*, vol. 28, Campinas, jan-jun, 2007.

SESTER, Eros. **Um grito chamado silêncio – Uma errância etnográfica da pegação à produção social dos parques Ibirapueras**. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social defendida na UNICAMP. Campinas, 2017.

SESTER, Eros & RENAN. “**O privilégio da miséria ou a miséria do privilégio**”. In: OLIVEIRA, Thiago (org.). **Homens no mercado do sexo - Reflexões sobre agentes, espaços e políticas**. Salvador: Devires, 2019.

SIMÕES, Júlio Assis. “O negócio do desejo”. In: Cadernos Pagu, vol. 31, Campinas, jul-dez, 2008.

VIANA, Normando. “**É tudo psicológico dinheiro... pruuu! fica logo duro**”: desejo, excitação e prazer entre boys de programa com práticas homossexuais em Recife. Dissertação de Mestrado em Psicologia, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade de Federal do Pernambuco, 2010.