

“PROSTITUTA, BRASILEIRA E SUCESSO NA TV”: GÊNERO, MÍDIA E EDUCAÇÃO*

“PROSTITUTA, BRASILEÑA Y EL ÉXITO EN LA TV”: GÉNERO, MEDIOS Y EDUCACIÓN

“PROSTITUTE, BRAZILIAN AND SUCCESS IN TV”: GENDER, MEDIA AND EDUCATION

Vanda Aparecida da Silva**
vandas7@yahoo.com.br

REVISTA PEDAGÓGICA

Revista do Programa de Pós-graduação em Educação da Unochapecó | ISSN 1984-1566

Universidade Comunitária da Região de Chapecó | Chapecó-SC, Brasil

Como referenciar este artigo: SILVA, V. A. “Prostituta, brasileira e sucesso na TV”: gênero, mídia e educação. Revista Pedagógica, Chapecó, v. 18, n. 38, p. 221-238, maio/ago. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.22196/tp.v18i38.3396>

RESUMO: Trata-se de uma reflexão acerca da imagem, representações e discursos sobre a mulher brasileira difundidas nas mídias, e captadas em diferentes momentos, tanto em Portugal como no Brasil. A partir de mediações digitais em rede, pretendo conectar notas sobre as narrativas de homens inscritos na plataforma de encontros “Meetic”, com a entrevista e conteúdos das revistas *Carta Capital* e *Focus*. A intenção deste texto é colocar para educadores e educadoras uma temática que inclui as questões de gênero, mas, especificamente, os estigmas e os preconceitos acerca da mulher brasileira, e que poderá ser encontrado em discursos veiculados pela mídia, aparecendo em diferentes formatos, nos encontros e desenccontros de culturas (CANCLINI, 1997). Sensibilizar o olhar para aspectos mais complexos dessa interação entre pessoas que circulam e contactam-se por meio do terreno virtual é colocar-se diante de um debate acerca de culturas.

Palavras-chave: Gênero. Mídia. Educação. Mulher Brasileira. Consumo.

ABSTRACT: This is a reflection on the image, representations and discourses of the Brazilian woman performance widespread in the media, and captured at different times both in Portugal and in Brazil. From digital mediations network intend to connect notes on the accounts of men enrolled in the dating platform “Meetic” with interview and content of the magazine *Carta Capital* and *Focus*. The intention of this paper is to lay educators a theme that includes gender issues, but specifically

the stigmas and prejudices about the Brazilian woman, and that can be found in speeches broadcast by media, appearing in different formats in meetings and cultures of disagreements. Raising look at more complex aspects of interaction between people moving and contact through the virtual ground is put up on a debate about cultures.

Keywords: Gender. Media. Education. Brazilian Women. Consumption.

RESUMEN: Se trata de una reflexión sobre la imagen, representaciones y discursos sobre la mujer brasileña difundidos en los medios, y recogidos en diferentes momentos, tanto en Portugal como en Brasil. Por medio de mediaciones digitales en red, busco conectar notas sobre las narrativas de hombres inscritos en la plataforma “Meetic”, con la entrevista y contenidos de las revistas *Carta Capital* y *Focus*. El objetivo de este texto es enseñar a educadores y educadoras una temática que incluye las cuestiones de género, pero, en manera específica, los estigmas y prejuicios relacionados a la mujer brasileira, y que podrán encontrarse en discursos fomentados por los medios, y que aparecen bajo diferentes formatos, en los encuentros y desencuentros de culturas. Sensibilizar la mirada para aspectos complejos de esta interacción entre personas que circulan y se ponen en contacto a través del terreno virtual es ponerse delante de un debate acerca de culturas.

Palabras clave: Género. Medios. Educación. Mujer Brasileira. Consumo.

* Uma primeira abordagem desta temática foi apresentada no 1º Congresso da Associação Internacional de Ciências Sociais e Humanas em Língua Portuguesa – organizado do XII CONLAB, realizado no período de 1 a 5 de fevereiro de 2015, na Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal. Texto não publicado nos anais do congresso.

** Professora Adjunta do Departamento de Ciências Humanas e Educação (DCHE), Centro de Ciências Humanas e Biológicas (CCHB), da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), *campi* de Sorocaba. Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

1 INTRODUÇÃO

Esta reflexão insere-se em um debate mais amplo que coloca em xeque aspectos da cultura global e da nacional e a crise da ideia de modernidade que se localiza nas duas últimas décadas do século XX. Das muitas mudanças que ocorreram, a globalização e as inovações tecnológicas são as que serão postas em destaque devido ao papel que tiveram no estreitamento do tempo e do espaço. Esse estreitamento acabou por encurtar distâncias e propiciar o deslocamento de pessoas, fisicamente mediante os meios de transporte; mas, também, permitiu o contato virtual através dos meios de comunicação (MACEDO, 2010). A intenção deste artigo é colocar, para educadores e educadoras, uma temática que inclui as questões de gênero, este entendido, nos termos que define Joan Scott (1994, p. 12-13), como “[...] um saber que estabelece significados para as diferenças corporais. Esses significados variam de acordo com as culturas, os grupos sociais e no tempo, já que nada no corpo, incluídos aí os órgãos reprodutivos femininos, determina univocamente como a divisão social será definida”.

Especificamente, pretende-se falar dos estigmas (GOFFMAN, 1988), dos estereótipos e dos preconceitos acerca da mulher brasileira, o que poderá ser encontrado em discursos veiculados pela mídia, aparecendo em diferentes formatos, em encontros e desencontros de culturas. Sensibilizar o olhar para aspectos mais complexos dessa interação entre pessoas que circulam e contactam-se por meio do terreno virtual é colocar-se diante de um debate acerca de culturas.

Gatti (2013), ao analisar Allport (1977)¹, salienta que o estereótipo – por circular nos discursos tanto quanto os adágios – acaba por trazer não somente elementos de depreciação mas também de valorização de um grupo, uma pessoa. O estereótipo pode estar ligado ao preconceito, mas não somente; afinal, este “[...] mesmo podendo perpetuar preconceitos, por seu caráter rígido, também funciona como identificador, mostrando facetas positivas de uma categoria” (GATTI, 2013, p. 48). Não obstante, os estereótipos muito rapidamente imprimem categorias de valorização aos grupos, às pessoas e, assim, conferem ingredientes para que se identifique ou refute determinada imagem, sentimento/desejo de pertença.

A ideia de cultura, portanto, traz a dimensão do simbólico. Assume-se a cultura, como o faz Geertz (1989, p. 15), “[...] como as teias de significados tecidas pelo próprio homem”; ou seja, o que se busca é a compreensão das teias, a própria cultura, e a sua análise. O que se pretende é chegar ao significado. O que dizem das mulheres brasileiras, em Portugal, assim como, a veiculação da imagem da mulher pela mídia² brasileira e portuguesa configura-se em um campo privilegiado para os conteúdos que tratarei aqui. São conteúdos retirados de experiências de pesquisa,

¹ Refere-se à obra “La Naturaleza del prejuicio”, publicada em 1954.

² Especialmente, a televisão, as revistas e a internet.

³ Vale dizer que residi em Portugal, no período de 2006-2012, por ocasião da realização de um pós-doutorado (financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia – FCT).

de minha atuação enquanto pesquisadora, brasileira e migrante³.

Nesse sentido, iniciar com a cultura pode indicar que se pretende dar ênfase a um campo clássico da Antropologia, enquanto objeto de estudo. No entanto, para a educação, a cultura e o gênero são moedas correntes; portanto, objetos de estudo. Assim, fixar-me-ei também no campo da Antropologia visando ao diálogo com a educação, já que a matriz desta escrita é de uma antropóloga. O olhar de uma antropóloga que flerta com elementos do discurso, com vistas ao que o discurso vai construir no social enquanto sentido. A inspiração vem de Dominique Maingueneau (2015, p. 29) para definir que o sentido que vou procurar

[...] não é um sentido diretamente acessível, estável, imanente a um enunciado ou a um grupo de enunciados que estaria esperando para ser decifrado: ele é continuamente construído e reconstruído no interior de práticas sociais determinadas. Essa construção de sentido é, certamente, obra de indivíduos, mas de indivíduos inseridos em configurações sociais de diversos níveis.

Eis, aqui, um dos desafios para a educação na sociedade contemporânea. Uma educação no sentido amplo, pensada a partir do “Outro”, dos seus diferentes universos, contexto histórico, político e cultural, na sua relação com o tempo e o espaço (SILVA, 2007).

Dessa maneira, colocar em relevo conteúdos que emergem das imagens projetadas acerca da mulher brasileira, em movimento, nas capas de revistas, telas de televisão e em um *site* de relacionamento será uma forma de provocar o debate do como aparecem os discursos em espaços escolares, na casa, na família a fim de vermos como a diferença de classe, gênero, sexualidade, raça/etnia, em um tecido de emaranhados, por vezes, conflituosos, pode compor o cotidiano de educadores e, assim, tais temas virem a ser trabalhados em salas de aula. Sobretudo, elementos que se ligam diretamente com as questões da migração e os processos migratórios, em distintos contextos seja no local, regional, nacional e internacional.

2 O CONVITE

Encontrava-me no Brasil quando recebi o convite para falar sobre a imagem da mulher brasileira propagada por um canal da televisão portuguesa. Chegou-me por um repórter da revista *Carta Capital* (revista digital) que estava escrevendo a reportagem, e esta veio a público com o seguinte título “Prostituta, brasileira e sucesso na tevê”⁴. Não sei especificar ao certo o que motivou, originalmente, tal convite. Fato foi que havia um programa da televisão portuguesa cujo desenho animado com uma personagem a ser destacada: “prostituta e maníaca sexual alvo dos

⁴ A reportagem completa está no *site*: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/prostituta-brasileira-e-sucesso-na-tv-portuguesa>>.

⁵ Para obter mais informações sobre a UMAR, consulte: <<http://www.umarfeminismos.org/index.php/quemsomos>>.

⁶ Disponível em: https://banhodechuva.files.wordpress.com/2010/08/focus_565_2010_capa.jpg

⁷ Em Portugal, "Casas de Alterne" refere-se ao espaço noturno onde mulheres incentivam os homens a consumirem bebidas e a terem a sua companhia, mas o sexo é opcional.

⁸ Ferrari (2015) aborda o projeto "A construção simbólica do espaço: A imagem do Brasil no contexto dos megaeventos esportivos", do sociólogo Michel Nicolau Netto, que pode ser acessado em: <<http://www.bv.fapesp.br/pt/auxilios/86100/a-construcao-simbolica-do-espaco-a-imagem-do-brasil-no-contexto-dos-megaeventos-esportivos/>>.

personagens masculinos do programa" e com sotaque "brasileiro". A exibição desse programa acabou por despertar o sentimento de indignação de alguns movimentos sociais. A ONG de Portugal que defende brasileiras na Europa, a União de Mulheres Alternativas e Resposta (UMAR)⁵, e outros grupos criaram um "Manifesto contra o preconceito às brasileiras". Essa foi uma maneira de responder ao programa de animação intitulado *Café Central*, da rede de televisão estatal portuguesa RTP, em que havia apenas uma personagem feminina.

Embora o tema da mulher brasileira em Portugal não fosse o centro de minhas investigações, era impossível não colaborar. Oportunidade que tive de fazer uma retrospectiva sobre o assunto, e que me chamou atenção para outro aspecto do conteúdo trazido pela matéria: o de alertar para o papel da mídia na manutenção e disseminação dos estigmas, como o caso da "capa da edição 565"⁶ da revista semanal *Focus*, que traz uma mulher de costas exibindo o corpo de biquíni. A manchete "Os segredos da mulher brasileira" vem acompanhada de frases depreciativas: "Eles adoram-na, elas odeiam-na", "2.216 casamentos com portugueses só em 2009" e "Os dez mandamentos que usam para seduzir os homens", como traz a reportagem. Manchetes estas que, uma vez impressas, dispostas *online*, reproduzem o conteúdo das entrevistas de José Machado Pais realizadas com frequentadores das "Casas de Alternes"⁷ e com as respectivas esposas destes frequentadores, as quais deram início ao movimento intitulado "As mães de Bragança", no idos de 2003.

Michel Nicolau Netto, em pesquisa recente, diz que na história do Brasil, nos anos de 1960 e 1970, a Embratur (Empresa Brasileira de Turismo) procurou trabalhar

[...] a visão leve e amigável do Brasil para se contrapor aos prejuízos causados no exterior pela associação do país ao autoritarismo e à violência do regime militar. A própria ideia de liberalidade sexual, movida pelas imagens de mulheres atraentes e escassamente vestidas, hoje abominada globalmente por remeter ao turismo sexual, servia de contraponto e, esperava-se, atenuante à repressão institucional. (FERRARI, 2015).

Segundo a reportagem de Ferrari (2005), Netto afirma que a Copa do Mundo acabou por confrontar os universos simbólicos e mercadológicos. Quando a Embratur tentava fugir da imagem das décadas de 1960 e 1970, dos anos de 1990 e abandonando o foco em água, areia e coqueiros, e focar nos agentes de viagem, em 2014, com a Copa do Mundo, enfrentou a forte presença da Federação Internacional de Futebol (FIFA) e patrocinadores internacionais que buscaram reinserir imagens sexistas e de apelo à imagem da mulher brasileira como objeto sexual⁸.

A minha participação na matéria da revista *Carta Capital*, interpelada tanto como pesquisadora quanto

⁹ Coordenado pela pesquisadora Dra. Iara Beleli (PAGU-UNICAMP), a quem agradeço a oportunidade de participar do referido projeto. Agência financiadora: CNPq. Ver Beleli, 2010, 2012.

¹⁰ Considerando a sede do projeto proposto, Brasil.

¹¹ *Website* escolhido a partir da consulta a seleta rede de *amig@s*, em Lisboa, conhecedores e ou usuários do *site*.

como mulher (brasileira), para falar da discriminação de mulheres que, como eu, estiveram e ou estavam a viver em Portugal, que não era foco central de minhas preocupações, passou a relevo com a minha participação no projeto *Em busca do Par Perfeito: gênero e outras marcas de diferença nas relações amorosas na internet*.⁹ A participação neste projeto teve por objetivo a entrada no terreno virtual para a realização do estudo de caso, posicionada como mulher brasileira. Alguns conteúdos servem, aqui, para pensar como, mais recentemente, esse campo da virtualidade mediada pelo computador tem desencadeado novas formas de se posicionar diante daquilo que, para muitos, ainda seria um campo desconectado do real, da vida ordinária. Nestes termos, a experiência de inscrever-me em um *site* de relacionamentos trouxe, efetivamente, o confrontar de expectativas e projeções, especialmente porque o universo virtual passa a ser tão real. Assim, entre Brasil e Portugal, os dispositivos móveis, o computador e a internet passaram a ser meu terreno fértil para olhar e esta, nestes dois mundos.

No momento de minha entrada no projeto, estava com residência em Lisboa (Portugal). Isso foi oportuno e interessante para ver como funcionaria um *site* de relacionamentos do outro lado do oceano¹⁰, bem como para saber como as pessoas estavam aderindo a este lugar, para encontrarem possíveis parceiras/parceiros amorosos-afetivos. Além de ser uma oportunidade de testar se a minha nacionalidade brasileira ainda poderia ser um aspecto que chama atenção do homem português, europeu. A participação nesta pesquisa teve que considerar não somente os conteúdos discursivos dos possíveis entrevistados mas também a relação *on/off-line*, em um terreno pouco claro. Assim, iria adentrar um campo complexo e pouco evidente entre os mundos *on-line* e *off-line* que, por sua vez, iria trazer-me muito das estruturas normativas desses dois mundos. Esse foi o meu contexto.

Para muitos, a internet poderia ser tão somente um veículo para o desenvolvimento da virtualidade e, por conseguinte, inscrever-se em um *site* de relacionamentos poderia ser a garantia de viver um tempo reservado para a fantasia, o anonimato; um espaço em que se poderá desenvolver uma relação inovadora com o seu desempenho, assim como reivindicar performances desejadas, sonhadas. A ideia aqui a ser trabalhada é que este mundo do virtual não está circunscrito ao uso da internet (MILLER; SLATER, 2004) ou das tecnologias de comunicação, mas é o resultado deste conjunto do vivido e do sonhado manifesto também mediante performances em rede. Além de evidenciar que a internet, o *website* de relacionamentos *Meetic*¹¹ compõem o processo de troca, de consumo da sociedade vigente.

A menção de que iria inscrever-me em um *site* de relacionamentos suscitou a preocupação de alguns amigos mais zelosos, cuja orientação foi para ter cuidado. Quase

¹² O que pude perceber foi que me apresentar como pesquisadora não seria um elemento de proteção para pessoas que poderiam estar com más intenções. De qualquer modo, não estava previsto que iria realizar entrevistas face a face com os possíveis inscritos no *site*. Isto seria tarefa para outro(a) pesquisador(a).

¹³ O Grupo *Meetic* foi criado na França, em 2001. É anunciado como o maior *site* no serviço de *dating online* (procurar parceiros ou amigos através da internet) e *matchmaking* (procurar parceiros por afinidade psicológica através da internet), da Europa. Os seus serviços centram-se em diferentes marcas: *Meetic*, *Match.com*, *Meetic Affinity*, *Match Affinity* e *Peexme*. Em Portugal, foi criado em 2005.

¹⁴ Expressão que aparecia no *site* português.

sempre dito em tom de alerta e vago, uma vez que, concretamente, ninguém me disse “cuidado com o quê?”.¹² De qualquer modo, creio que estava subentendido que “ser brasileira” me colocava em uma situação de maior vulnerabilidade, e que esse campo virtual mantinha um fio tênue com a vida cotidiana. Se o corpo sexualizado da mulher brasileira migrante pode ser visto como um marcador que “racializa e sexualiza” as mulheres brasileiras, este não é fixo e exclusivo. Como coloca Piscitelli (2008), “[...] há constantes negociações dos posicionamentos nos contextos migratórios que permitem que a suposta ‘sensualidade natural’ da brasileira tanto possa ser rejeitada, como performatada estrategicamente para fins diversos no mercado de trabalho e nas relações afetivas”. Observação esta que poderá ser corroborada or intermédio da leitura de trechos de algumas das entrevistas que tive com homens portugueses inscritos no *website Meetic*, colocando-me diante de fatores importantes como classe e faixa etária, na reflexão dos conteúdos trazidos pelas falas dos entrevistados. As análises que seguem, portanto, confluem para o que Togni (2011, p. 390) observou a respeito dos estudos sobre as mulheres brasileiras em Portugal, especialmente envolvendo “[...] a não articulação do gênero com outras categorias de diferenciação como geração, classe, cor da pele/raça e origem regional”.

2.1 No *site*: <http://www.meetic.pt/>¹³

Para me cadastrar no *site*, precisei criar um *nickname* – nome fictício escolhido pelo(a) usuário(a). O meu nome fictício foi *Sol*. Preenchi o meu perfil procurando colocar informações mínimas, tanto sobre mim como acerca do tipo de homem pelo qual eu estaria interessada, para ver como reagiriam os homens inscritos no *site*. Em nenhum momento; falei sobre minha raça/cor. Também optei por não colocar nenhuma fotografia. Limitei-me a informar minha altura, a cor dos olhos, os desportos que pratico; minha data de nascimento, meu país de residência (Portugal), código postal da cidade (Lisboa), até porque essas informações foram exigidas pelo *site* (vinham com um asterisco). Informei a nacionalidade (brasileira); a(s) língua(s) que falava; o comprimento do meu cabelo; o meu estilo; as minhas habilitações; o meu signo. Na sequência, denominada “O meu Estilo de Vida”, preenchi apenas o item “Os meus animais de estimação”. Por fim, “A quem procura/buscas?”, preenchi apenas o item “A sua idade” (idade dos possíveis pares, de preferência, de 20 a 50 anos).

A partir disso, fui me familiarizando com o *site*, com aparições quase todos os dias, mas muitas vezes não tentava estabelecer alguma conversa com os que me enviavam “galanteios”¹⁴ (um toque que aparecia na tela do computador com o símbolo de um “raio”). Com o passar dos dias, fui observando alguns perfis aleatoriamente e arquivando-os. Entretanto, na medida em que os galanteios aumentavam

comecei a considerar duas coisas: uma, que poderia ser uma manipulação do “mediador” do *site*; outra, que a pouca informação a meu respeito estava a alimentar o imaginário dos homens inscritos.

Nos meses que se seguiram depois que fiz a compra do passe (assinatura para poder frequentar o *site* do mês de julho ao mês de setembro de 2013)¹⁵ para poder ter mais acesso (leia-se, maior intimidade) e interagir com os inscritos, fui estabelecendo maiores contatos e iniciei algumas conversas no *chat*. Nesta fase inicial de minhas investidas, tive trocas e mais diretamente comecei a ver a possibilidade de conseguir alguma entrevista face a face.¹⁶ Tão logo iniciava uma conversa dizia quem era e quais as minhas intenções no *site*. Na maioria das minhas conversas nenhum dos homens recuou ou desistiram de continuar a conversar comigo. Um exemplo foi a troca de *e-mail*¹⁷ que tive com um interessado e perguntei-lhe o que mais tinha chamado atenção no meu perfil. Ele respondeu-me:

“olá, obrigado pela atenção 1º k me chamou atenção foi o SOL depois vi k gostas de fazer caminhada eu tambem adoro ate ver por do sol, depois uma pessoa descontraída é sempre uma companhia agradável. terei todo prazer em conversar se quiseres adiciona no meu email no Skype. [informa o endereço do email] beijinhos” (49 anos, Lisboa).¹⁸

O que não quer dizer que algum deles não me dissesse do seu desapontamento. Em conversa no *chat*, um participante (43 anos, Lisboa) disse-me que o fato de eu não colocar nenhuma fotografia poderia ser um elemento que não despertaria tanto interesse. Em contraste, este inscrito tinha postado uma bela fotografia, com o peito desnudo, cabelos molhados como se estivesse saindo de um banho de mar ou piscina. Chamei-lhe atenção de que talvez o fato de não ter fotografia não fosse tão limitador assim, uma vez que ele havia me enviado um galanteio. Ele, então, disse-me que estava só a “cuscar”¹⁹, querendo dizer que estava somente bisbilhotando, sem expectativas de que eu fosse aceitar o galanteio. De meu lado, a fotografia do rapaz chamou-me a atenção e me despertou interesse em conversar. Entretanto, também busquei opostos; e puxei conversa com um homem português que tinha postado uma fotografia, revelando uma face sisuda e amargurada, com olheiras (59 anos, Lisboa).

Nem sempre foram os homens que me galantearam ou procuraram conversar comigo no *chat*, também tomei a iniciativa de iniciar a conversa, buscando ser direta. Queria testar se aceitavam a investida de uma mulher. Notei que, quanto mais direta eu era, mais prontamente os homens me respondiam. Por outro lado, quando tentei arranjar entrevistados através do envio de mensagens (via *e-mail* do *site*), ao me apresentar obtive algumas recusas, por exemplo, a seguinte resposta a um *e-mail* que enviei para um inscrito (41 anos, Lisboa):

¹⁵ Valor cobrado pela assinatura de três meses foi € 53,70 (cinquenta e três euros e setenta cêntimos).

¹⁶ Que seria realizada por outra pesquisadora.

¹⁷ O conteúdo das trocas de **e-mails** e diálogos nos *chats* de bate-papo que apresento neste artigo foi gravado e impresso. Também mantive um diário de anotações no período em que estive inscrita no *site* de relacionamento *Meetic*. Entre os perfis que fui observando, a maioria dos inscritos possuía formação universitária. Os trechos dos diálogos foram mantidos sem correções; por isso, quaisquer desvios à norma culta devem ser desconsiderados.

¹⁸ Acabei por não escrever a este interessado.

¹⁹ Cuscar: “ver ou pesquisar sornateiramente; falar da vida alheia; bisbilhotar”. (DICIONÁRIO PORTO EDITORA, 2016, [s. p.]).

“Olá, Como vai?

Tudo bem?

Recebi teu galanteio e agradeço. Sou uma investigadora e estamos a realizar uma investigação sobre as pessoas que buscam parceiros/as nos sites de relacionamentos. Estou a contactá-lo para saber se aceitaria conversar com uma colega que faz parte deste projecto e que estará em Lisboa na semana de 02 a 07 de Setembro?

Caso esteja interessado, agradeço a resposta deste e-mail para que possa lhe passar o contacto dela. Um abraço”.

Resposta: “Lamento informa-la, mas infelizmente não estou disponível para ser cobaia em projectos científicos e considero mesmo errado que se inscrevam aqui pessoas com esse fim e sem outro propósito!”.

Tal recusa, porém, não impediu que este homem continuasse a enviar-me galanteios, quase como se quisesse recordar-me que o único interesse que deveria ter naquele *website* era o de ter um relacionamento. No entanto, também é interessante notar que da resposta enviada há a ideia de que o *site* deveria ser um espaço “seguro” e talvez “intocável” para aquele que nele se inscreve. Ou será que estaria reivindicando a privacidade para a variável comumente atribuída aos homens em *sites* de relacionamentos, a traição? (SAMPAIO, 2002). Se assim for, seria o caso de interpretar que essa reivindicação de privacidade para realizar a fuga da rotina de um casamento pouco estimulante e, portanto, a busca por um “cantinho virtual” (BELELI, 2012), seria uma espécie de outra versão do percurso que alguns homens fazem ao “irem às putas” para a satisfação de fantasias e desejos ou simplesmente para encontrar alguém que os ouça, quando não conseguem com as respectivas esposas (PAIS, 2010)²⁰.

De qualquer modo, não estava no *script* que haveria uma pesquisadora tentando entrevistar homens ao contrário de querer conquistar um parceiro afetivo-amoroso. Fato foi que, quando utilizei o *chat* de bate-papo, notei que, após ter tido minha primeira conversa/entrevista, pude utilizar os comandos copiar e colar para poder ter o registro o mais rápido e fiel ao instante da conversação. Entretanto, em uma segunda conversa, tal comando não foi possível. Ou seja, não consegui fazer uma cópia-cola. Isso fez com que, quase que simultaneamente, eu fosse escrevendo perguntas e respostas. Além de ter uma sensação desconfortável de que “alguém” estava a limitar-me, controlar-me. Estava lá a figura do mediador do *site*? A resposta a tal indagação pode ser interpretada à luz da seguinte frase de Paul Virilio (CRESSWELL, 2009, p. 29): “quanto mais a velocidade aumenta, mais a liberdade diminui”. Para Virilio, a “velocidade da luz” que pode ser performada pelas possibilidades do espaço virtual coloca para nós este estado de constante vigilância, mesmo quando achamos ou somos levados a

²⁰ Outra possibilidade que soma a isto me foi sugerida por Teresa Melo (UFSCar/Sorocaba). Os *sites* de relacionamentos, cada vez mais, estão se tornando em uma espécie de mantenedores de relações que caíram na rotina. Assim sendo, a ida a estes *sites* tem possibilitado a manutenção da relação, antes de decidirem-se pela ruptura. É o caso dos que procuram os *sites* de relacionamentos com pessoas casadas.

achar que nossas identidades estão protegidas; principalmente protegidas de revelarem-se a pessoas da nossa vida cotidiana (BELELI, 2012; BEN-ZE’EV, 2004).

A minha nacionalidade brasileira, em um primeiro momento, não me pareceu ser uma informação que chamava mais atenção dos homens inscritos no *Meetic*. Isto foi o que me disseram alguns. O fato de ser uma pesquisadora, quando poderia afastar os possíveis interessados, não foi determinante para os três participantes que entrevistei naquele *website*. Interrogo-me se a minha faixa etária²¹ não terá sido um fator de atração? Indagação para qual não consegui obter uma resposta precisa; entretanto, dos três homens com os quais tive interação no *chat*, a idade média das mulheres com as quais eles tiveram contato e ou algum relacionamento mais íntimo era entre os 35 e 40 anos de idade.

²¹ Na época da realização desta pesquisa, eu estava com 43 anos de idade.

3. TRÊS HOMENS PORTUGUESES NO MEETIC

Das abordagens feitas pelo envio aleatório de mensagem para aqueles que haviam me enviado algum “galanteio” no *website Meetic*, a maioria rejeitou conceder entrevistas face a face (anunciada para momento posterior). Todavia, das três conversas que tive no *chat* apenas do homem (59 anos, Lisboa) que perguntei se aceitaria ter uma conversa face a face com uma pesquisadora, a resposta foi um seco “não”. Quando insisti, ele me disse:

*E: Isto é sério demais para expor e divulgar.
P: (Eu argumentando) Concordo contigo. O que nos interessa não é expor a pessoa, aliás há uma conduta ética que é a da preservação da identidade das pessoas entrevistadas. Quanto a isto, esclareço, haverá total anonimato.*

E: Tudo bem.

P: (Eu com esperanças) Aceitas a conversar com ela, então?

E: Desculpa. Isto está a cansar-me.

P: (Eu finalizo): OK. Não vou cansá-lo mais, então.

²² Quando interagi com os participantes do *Meetic*, no *chat*, estava no Brasil.

As idades dos respectivos inscritos no *website* eram 32, 43 e 59 anos. Todos moradores da cidade de Lisboa.²² Assim como as idades eram distintas, também o perfil, o tom que imprimiram às suas falas, e escrita variavam; portanto, suas performances no *chat* traduziram diferentes maneiras de estar no *website*. Nessa direção, a noção de *performance* inspirada em Paul Zumthor é interessante para pensarmos acerca das aparições destes inscritos no *Meetic*; afinal, como diz este autor, trata-se de um “[...] acontecimento oral e gestual que obedece a regras que, simultaneamente, estão sendo demarcadas pelo tempo, o lugar, a finalidade da transmissão, a ação do locutor e a resposta dos envolvidos ou do público” (2000 apud SILVA, 2007, p. 274). Assim, a linguagem escrita nos *websites*

pode sugerir a maneira de falar de um corpo imaginado, sublimado. Isso poderá aparecer em forma de sentimentos de frustração, curiosidade, diversão, tristeza, solidão, insegurança.

Por contraste, na tríade dos entrevistados no *chat*, o homem de 59 anos trouxe o conteúdo de sentimentos mais marcados pela frustração, pelo desencanto com a experiência de usuário de um *website* de relacionamentos, assim como na sua própria vida afetivo-amorosa. Insisto no contraste, pois foi assim que, a partir das falas, pude observar melhor como esses homens portugueses procuravam falar de suas aspirações, das mulheres, de suas maneiras de estar. Para esses três homens com os quais conversei mais intensivamente, havia, na maioria das suas falas acerca dos encontros face a face com as mulheres, o misto de desapontamento diante da *performance* destas. Ou seja, eles viam um comportamento na internet que não tinha correspondência no encontro. De outro ângulo, fica sempre a indagação se terão eles correspondido à *performance* anunciada?

Perguntado sobre o que mais teria lhe chamado atenção no meu perfil postado, o homem de 59 anos, respondeu-me: "procuro uma pessoa para viver comigo". Quis saber se ele achava que iria encontrar através do *site*? E ele, uma vez mais, deu-me uma resposta desencantada: "99% de hipótese de não encontrar". Seguido da resposta à pergunta se já havia encontrado com alguém mediado pelo *site*, um "já" afirmativo levou-me a saber como tinha corrido: "É uma porcaria de gente". Como assim? Não me deu a resposta pronta. Tive de prosseguir por outros caminhos, a saber, com quantas mulheres tinha encontrado. Ele me disse que foram três ou quatro, pois, alguma tinha mesmo intenção de esquecer. A idade das mulheres eram de 40 a 50 anos, todas elas divorciadas. Indaguei sobre a nacionalidade, e soube que todas eram portuguesas. Perguntei-lhe: "P: e o que não te agradou nelas? R: são um lixo".

A palavra "lixo" concentrava outras atribuições valorativas às mulheres portuguesas com quem este homem (59 anos) tinha se encontrado: "mal-formadas", "gente incapaz de gostar de alguém", "duras e frias". Logo, pela ausência, podem-se perceber os atributos que ele espera de uma mulher: bem-formada, capaz de gostar de alguém, maleável/gentil e quente. Indaguei se ele teve relações sexuais com alguma daquelas mulheres, e ele me respondeu que não. Como é a mulher que gostaria de encontrar, perguntei-lhe: "um ser humano capaz de gostar de alguém". Entretanto, por mais que o *site* se mostrasse um local seguro para este homem encontrar alguém com o perfil que ele desejava, esse senhor achava que no *site* "esta gente não vale nada", dizendo-se desiludido com as pessoas. Mas, indagava-me de onde viria aquela carga de rancor impresso pelas palavras escolhidas para expressar sua opinião acerca da mulher portuguesa? Ou será por qualquer mulher? Talvez minha resposta estivesse na informação de que este homem tinha sido casado e, na época em que teclamos, ele havia se separado há pouco tempo.

P: quanto tempo foste casado?
E: 4 anos
P: Com mulher portuguesa?
S: Brasileira
P: E podes me dizer porque achas que acabou o casamento?
E: falta de afeto
P: Mas quando a conheceste não era afetiva?
E: um pouco, mas depois caiu a máscara

Tiveram três meses de conversas pelo *website* de relacionamento (brasileiro), disse-me o homem (59 anos), antes de a mulher brasileira rumar até Portugal para se conhecerem pessoalmente e virem a se casar. Conjugalidade esta que se configura no que vem a se denominar de “casamentos transnacionais”, ou seja, um casamento entre imigrante e membro da sociedade acolhedora (TOGNI; RAPOSO, 2009). Ao indagar sobre o que mais tinha lhe chamado atenção na brasileira, ele me disse que “*parecia boa pessoa*”. E depois como seguiu?, respondeu-me: “*como eu lhe disse, esfriou*”. Todavia, é por contraste que este homem tece seu julgamento a respeito das mulheres com quem se encontrou e com quem se casou; porém, sem nenhuma vencedora. Ou seja, todas as mulheres perdem seja a brasileira, seja a portuguesa: enquanto a portuguesa é comparada a “lixo”; a brasileira é “fingida”, “mascarada”. E, ambas, são desprovidas de afeto. Não obstante, ainda na interação com este entrevistado pude perceber que ele mantinha algum interesse em estar com uma mulher brasileira, pois, quando já achava que a conversa não tinha muito mais para seguir, perguntei-lhe “*o que é um exemplo de uma pessoa fria*”. E ele me respondeu: “*quer vir jantar comigo?*”. Uma vez mais, por oposição queria me mostrar o quê? Talvez, o que me dissera no início da nossa conversa no *chat*, que ele estava à procura de uma pessoa para viver com ele; e, para além disso, mostra que a experiência da busca afetivo-amorosa mediada pela internet, na continuidade do *on-off-line* poderá ser resignificada a partir da correspondência do desejo atendido.

Os dois outros homens entrevistados por meio do *chat* do *Meetic*, um com 32 anos e outro com 43 anos, evidenciam outro aspecto interessante acerca da participação de homens de uma faixa etária considerada jovem, demonstrando terem outra relação com esse espaço. Este se mostra como mais um dos tantos dispositivos virtuais que acionam para interação social, para a manutenção de buscas e conquistas afetivo-amorosas. Tanto um como outro, tiveram encontros íntimos com mulheres conhecidas através do *site Meetic*, e quiseram demonstrar que estavam ali para “*experimentar esta opção*” (32 anos, Lisboa); ou que “*estava ‘a cuscar’ o teu perfil*” (43 anos, Lisboa), realizando mesmo o que se considera um intercâmbio social e afetivo mediado pela tecnologia, de uma forma descontraída para não dizer, espontânea: “[...] *resolvi experimentar esta opção. Tenho amigas e sempre tive as minhas*

namoradas; e tenho facilidade em conhecer pessoas" (32 anos, Lisboa). O homem de 32 anos quando perguntado se, dentre as sete ou oito mulheres que tinha conhecido pelo *site*, tinha estado com uma mulher brasileira, sua resposta foi muito evasiva, querendo demonstrar que não fazia nenhuma diferença entre estar com uma brasileira, uma portuguesa ou uma chinesa. Perguntei-lhe o que tinha achado, e ele me disse: "*normais... iguais as portuguesas... Lol*". Depois, acrescentou que a brasileira tinha algo contra os portugueses.

E: "a brasileira tinha algo contra os portugueses. Passou o tempo todo a dizer mal... A romena é ótima pessoa"
P: a brasileira a dizer mal dos portugueses? Do país?
E: de tudo... País... pessoas... costumes... às tantas disse "porque estás cá?" ☺☺
P: e ela?
E: porque preciso de trabalhar. E gosto do clima.

É interessante observar que as generalizações para comparar as nacionalidades apareceram em repostas que remetiam para um país ou outro. Como no caso citado, falar mal dos portugueses é diferente de falar mal do país. Em uma outra conversa que tive com o entrevistado de 43 anos, o contraste veio na comparação dos comportamentos. O entrevistado (43 anos) lançava-se na aventura de mostrar-se aberto a conhecer muita gente através do *website*, até porque ele questiona, comparando com o que imagina que seja minha figura de brasileira, pois julga que "*as brasileiras são mais confortáveis socialmente*", e diz que "[...] *o contraste, as portuguesas e outros povos está aí. Nós somos pouco sociáveis, ou melhor, mais inseguros, por isso mais tristes... mais egoístas, mais críticos e por aí fora*". Quis entender o que ele queria dizer com "crítico". Para ele, "[...] *ao nos protegermos tanto não somos tão hábeis nos relacionamentos nem a avaliar as pessoas. O que leva a que grande parte das vezes entremos em relações que não são o que queremos, mas apenas o que nos habituamos... Compreendes?*".

Tentando compreender o que esta narrativa reflexiva quer dizer para além do que as palavras traduzem, recorro a outra frase que vem carregada de uma expressão bastante empregada pelos portugueses, "apalpar terreno", para interpretar que, para um dado grupo de homens que se inscrevem em um *site* como o *Meetic*, com uma escolarização de nível universitário, há uma tendência a irem desconstruindo o próprio estereótipo que os encapsula como tímidos e inseguros. Simultaneamente, vão sendo levados por uma lógica mercadológica de comportarem-se exatamente assim para alimentar esse espaço criado para que suas emoções sejam, então, racionalizadas, e estejam nessa condição de negociar os afetos, as amizades (ILLOUZ,

2007). Não obstante, é neste *continuum on/off-line* que se efetiva a (des) construção de imagens já opacas pelo tempo; porém, com a força da permanência na vida das pessoas, na medida em que são confrontadas por aquilo que o *website* propicia para estabelecimento da intimidade. Um exemplo disto foram os questionários que eram enviados minutos depois de um homem ter me enviado um “galanteio”. Alguns perfis já traziam um questionário para ser respondido. Isso estava relacionado com o tipo de “passe” (ou seja, de pacote do *Meetic*) destinado à maior interação, conhecer mais sobre as pessoas, seus gostos, interesses etc. Nestes termos, parece que, mesmo em um *website* onde se poderia brincar de esconder as emoções, vemo-nos mais diante do que alerta Eva Illouz (2007, [s. p.]). “para que o ser humano seja cada vez mais rentável, estandardizou-se a alma”.

Beleli (2012) observa que, na ênfase, por parte dos sujeitos, de encontrarem o seu “par perfeito”, sinalizam para o amor sem interesse. Essa busca, contudo, não está isenta de algumas características que são valorizadas, dentre elas a questão econômica. O exemplo que essa autora nos traz é dos cenários paradisíacos e românticos que indicam a celebração do amor. Amor este que reclama uma boa condição financeira para custear os gastos que ir ao paraíso requer. Todavia, outro elemento que a fala de um entrevistado (59 anos, Lisboa) trouxe foi a reivindicação de correspondência de afeto. Recordo que este entrevistado foi casado durante quatro anos com uma mulher brasileira que ele conheceu em outro *site* de relacionamentos. Então, quis entender o que seria uma pessoa afetiva para este homem. Ele respondeu que era “aquela que toca no outro”. Quis saber como? Respondeu-me, “com afecto e amizade”. E o que seria uma mulher amiga? “Aquela que gosta e ajuda”, disse-me. Insisti um pouco mais, mas as respostas já vinham vagas. Entretanto, toda a fala confluía para a primeira resposta deste entrevistado na nossa apresentação no *chat*. Ele queria uma companheira: “*procuo uma pessoa para viver comigo*” (59 anos, Lisboa). Nos dicionários da língua portuguesa, a palavra “amizade” indica sentimento e relação. Fica a indagação: que elaboração e significado de amizade estão presentes na sociedade portuguesa que não pode ser vivida na sua união com a mulher brasileira? Todavia, “amizade” não é uma relação de mão única.

Desse modo, esta reflexão acerca das representações e os discursos sobre a imagem da mulher brasileira difundida através da mídia, e captada em diferentes momentos, tanto em Portugal como no Brasil, acabam por trazer elementos para se pensar sobre as normatizações de gênero. Mesmo quando as imagens aparecem veiculadas por aparatos da tecnologia da comunicação e que, por conseguinte, poderia remeter para conteúdos da ordem de uma racionalidade do mundo globalizado, o que temos são ideais do que deveriam ou não ser os estilos de vida marcados pelo sexo. Busquei incorporar algumas notas sobre as narrativas

²³ Reportagem disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/prostituta-brasileira-e-sucesso-na-tv-portuguesa>

de homens inscritos na plataforma de encontros *Meetic*, a reflexão acerca da reportagem em mídia *online*, *Carta Capital*²³, na qual tive participação e notas da revista *Focus*. A ideia foi confrontar os questionamentos de valores éticos (por parte dos inscritos no *Meetic*), que demandam formas mais extraordinárias na relação entre corpo, emoções, quando mediados por computadores e dispositivos móveis; mas, sobretudo, pensar como os sujeitos reorganizam antigos estigmas sobre a sexualidade, a identidade de gênero, e a imagem da mulher brasileira.

Tudo isso poderá perpassar relações entre educadores(as) e alunos(as), profissionais da educação que acabam por ser desafiados a terem de abordar questões de gênero, mas não mais na perspectiva da naturalização de papéis, do que é da feminilidade e da masculinidade, para ir além. Procurei trazer conteúdos discursivos, tomando como exemplo a imagem da mulher brasileira, que falam desse encontro com o mundo português e com seu próprio mundo, por intermédio da mídia brasileira. Impondo, assim, que se comece a olhar para as reivindicações de demarcação da diferença ao mesmo tempo em que há pessoas procurando aproximarem-se. Desafio que o projeto da modernidade nos impõe. Modernidade esta que é, em um “[...] certo sentido, o reino do cinismo”, posto que seja da sua constituição “[...] a denúncia das desigualdades e dos desencontros que a caracterizam. Nela, o capitalismo se antecipa à crítica radical de suas vítimas mais sofridas. Por isso, a modernidade não pode deixar de conter (e manipular) reconhecíveis evidências dos problemas e das contradições de que ela é expressão” (MARTINS, 2000, p. 21).

Nessa direção, inspirada por José de Souza Martins (2000), embora deste lado do Atlântico, no Brasil, estejamos a nos conectar, pela internet, com diferentes pessoas pelo mundo, no movimento da migração, levamos a nossa experiência de pertencimento e identidade para outras localidades. E vamos percebendo nossa inconclusividade, nossas dificuldades. Afinal, pensar a modernidade, desde a América Latina, segundo Martins, é reconhecer a “confusão” que se faz com a ideia de moderno por oposição ao tradicional. Uma constante e angustiada busca de tornarmos-nos modernos quando antes temos na tradição a incorporação de fragmentos do moderno (p. 53). Escreve o autor:

[...] a modernidade nos chega, pois, pelo seu contrário e estrangeira, como expressão do ver e não como expressão do ser, do viver e do acontecer. Chega-nos como modernidade epidérmica e desconfortável sob a forma do fardo nas costas do escravo negro, ele mesmo negação do capital e do capitalismo, embora agente humano e desumanizado do lucro naquele momento histórico [...]. (MARTINS, 2000, p. 27).

Assim, a brasileira virtual é tão real na imagem projetada nos anúncios das agências de turismo, com corpos

torneados, bronzeados pelo sol tropical, transformados em ícones de consumo, como são reais outros corpos menos comercializáveis. A sexualidade aparece cerceada pela necessidade da confirmação da emoção, do afeto que não se encontra na mediação feita por computadores e dispositivos móveis. Dessa maneira, a sexualidade vai sendo projetada para um campo de expectativas que o virtual parece dar conta, como um véu revestindo corpos, mas que necessita de vigília, pelo fato de ser um terreno de conflitos. Por fim, na urdidura do véu, ocorrem os (des)encontros: a) entre os inscritos na plataforma *Meetic* e possíveis parceiros os(as) afetivo-amorosos(as) (inclusive, o desencontro com a pesquisadora brasileira); b) da personagem de animação brasileira e ninfomaníaca com os personagens masculinos, em um programa da televisão lusa.

Conforme uma expressão empregada em Santos et al. (2003), é justamente nessa “dimensão virtual da realidade” que moram os interesses de mercado, já que importa mais o que esta dimensão rende, em termos econômicos, do que o real em si. Daí que reproduzir imagens estereotipadas e estigmatizantes ou enaltecidas, de modo a conformar representações identitárias de gênero, grupos ou pessoas (brasileiras ou não), alimenta o mercado econômico em que as emoções, cada vez mais, são “sincronizadas”. O material aqui tratado sugere que há um descompasso entre as expectativas das pessoas de estarem de posse dos aparatos tecnológicos, neles e por eles serem inseridos nos domínios do que seja global e conectável; portanto, do imediatismo que a velocidade dos meios de se comunicar traz, e o campo das escolhas, das necessidades. Especialmente quando o desejo que orienta tais escolhas encontra-se, fundamentalmente, marcado por valores que clamam por maior compromisso, dedicação e um efetivo empenho afetivo-amoroso, confrontado por imagens pouco flexíveis que jogam com ideias positivas e negativas a respeito das nacionalidades das pessoas e sua condição geocultural. Estudos realizados (PISCITELLI, 2011; MITCHELL, 2011) observam que mesmo quando o Brasil era visto como uma economia que estava em ascensão, ainda eram mantidas narrativas que colocavam o país à margem das condições de produzir “culturas superiores” (PELÚCIO, 2011).

REFERÊNCIAS

ALLPORT, Gordon W. (1954). **La Naturaleza del prejuicio**. 5. ed. Tradução de Ricardo Malfé. Buenos Aires: Eudeba, 1977.

BELELI, Iara. Amores online. Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia. In: PELÚCIO, Larissa Pelúcio et al. (Org.). **Marília**: Oficina Universitária. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. p. 56-73.

BELELI, Iara. Gênero. In: MISKOLCI, Richard (Org.). **Marcas da diferença no ensino escolar**. São Carlos: EdUFSCar, 2010. p. 45-74.

BEN-ZE'EV, Aharon. **Love Online**: emotions on the internet. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

BONIS, Gabriel. Prostituta, brasileira e sucesso na tevê. 26 nov. 2011. **Carta Capital**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/prostituta-brasileira-e-sucesso-na-tv-portuguesa>>. Acesso em: em 18 nov. 2014

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997.

CRESSWELL, Tim. Seis temas na produção das mobilidades. In: CARMO, Renato Miguel do; SIMÕES, José Alberto (Org.) **A produção das Mobilidades**: Redes, Espacialidades e Trajectos. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2009. p. 25-40.

DICIONÁRIO PORTO EDITORA. Cuscar. 2016. **Infopédia**. Disponível em: <<http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/cuscar>>. Acesso em: 18 nov. 2014

FERRARI, Márcio. Turismo como estratégia – Pesquisador estuda a mudança de imagem do Brasil no exterior e suas repercussões nos megaeventos esportivos. **Revista Pesquisa Fapesp**, v. 227, [s. p.], jan. 2015. Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/2015/01/19/turismo-como-estrategia/>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

GATTI, Márcio. **A representação da criança no humor**: um estudo sobre tiras cômicas e estereótipos. 2013. 246 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2013.

GEERTZ, Clifford. Uma Descrição Densa: por uma teoria interpretativa da Cultura. In: GEERTZ, Clifford. **Interpretação das Culturas**. São Paulo: LTC, 1989. p. 3-24.

GOFFMAN, Erving. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Lisboa: Nova Guanabara, 1988.

ILLOUZ, Eva. A fábrica da alma standardizada. **Le Monde Diplomatique**, n. 61, II Série, nov. 2011. Disponível em: <<http://aviagemdosargonautas.net/2011/11/08/a-fabrica-da-alma-estandardizada-por-eva-illouz>>. Acesso em: 18 nov. 2014.

MACEDO, Elizabeth. A Cultura e a Escola. In: MISKOLCI, Richard (Org.). **Marcas da diferença no ensino escolar**. São Carlos: EdUFSCar, 2010. p. 11-44.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e Análise do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MARTINS, José de Souza. As hesitações do moderno e as contradições da modernidade no Brasil. In: MARTINS, José de Souza. **A sociabilidade do homem simples: cotidiano e história na modernidade anômala**. São Paulo: Hucitec, 2000. p. 17-54.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. Etnografia on e off-line: cibercafés em trinidad. In: **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 41-65, jan./jun. 2004.

MITCHELL, Gregory. Padrinhos gringos: turismo sexual, parentesco queer e as famílias do futuro. In: PISCITELLI, Adriana; ASSIS, Gláucia de Oliveira; OLIVAR, José Miguel Nieto (Org.). **Gênero, sexo, afetos e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil**. Campinas: UNICAMP/PAGU, 2011. p. 31-56. (Coleção Encontros).

NETTO, Michel Nicolau. A construção simbólica do espaço: A imagem do Brasil no contexto dos megaeventos esportivos. **Processo: 14/07029-7** – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH), Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Campinas: FAPESP, 1 jul. 2014/30 jun. 2015. Disponível em: <<http://www.bv.fapesp.br/pt/auxilios/86100/a-construcao-simbolica-do-espaco-a-imagem-do-brasil-no-contexto-dos-megaeventos-esportivos/>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

PAIS, José Machado. “Mães de Bragança’ e feitiços: enredos Luso-Brasileiros em torno da sexualidade”. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 41, n. 2, p. 9-23, jul./dez. 2010.

PELÚCIO, Larissa. “Amores perros’: sexo, paixão e dinheiro na relação entre espanhóis e travestis brasileiras no mercado transnacional do sexo”. In: PISCITELLI, Adriana; ASSIS, Gláucia de Oliveira; OLIVAR, José Miguel Nieto (Org.). **Gênero, sexo, afetos e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil**. Campinas: UNICAMP/PAGU, 2011. p. 185-224. (Coleção Encontros).

PISCITELLI, Adriana. Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. **Sociedade e Cultura**, v. 11, p. 263-274, 2008.

PISCITELLI, Adriana. Amor, apego e interesse: trocas sexuais, econômica e afetivas em cenários transnacionais. In: PISCITELLI, Adriana; ASSIS, Gláucia de Oliveira; OLIVAR, José Miguel Nieto (Org.). **Gênero, sexo, afetos e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil**. Campinas: UNICAMP/PAGU, 2011. p. 537-582. (Coleção Encontros).

SAMPAIO, Alice. **Amor na Internet** – quando o virtual cai na real. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2002.

SANTOS, Laymert Garcia dos et al. A informação após a virada cibernética. In: SANTOS, Laymert Garcia dos et al. **Revolução tecnológica, internet e socialismo**. São Paulo: Fundação Editora Fundação Perseu Abramo, 2003. p. 9-34. Disponível em: <http://novo.fpabramo.org.br/sites/default/files/revolucao_tecnologica_internet_e_socialismo.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2015.

SCOTT, Joan Wallach. Prefácio a Gender and Politics of History. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 3, p. 11-27, 1994. Disponível em: <<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1721/1705>>. Acesso em: 30 mar. 2016.

SILVA, Vanda. **Sertão de Jovens: Antropologia e Educação**. São Paulo: Cortez, 2004.

TOGNI, Paula. “Que ‘brasileiras/os’ Portugal produz? Representações sobre gênero, amor e sexo”. In: PISCITELLI, Adriana; ASSIS, Gláucia de Oliveira, OLIVAR, José Miguel Nieto (Org.). **Gênero, sexo, afetos e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil**. Campinas: UNICAMP/PAGU, 2011. p. 385-433. (Coleção Encontros).

TOGNI, Paula; RAPOSO, Paulo. **Os fluxos matrimoniais transnacionais entre brasileiras e portuguesas: gênero e imigração**. Lisboa: Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (Estudos OI), 2009.

UNIÃO DE MULHERES ALTERNATIVAS E RESPOSTA. Disponível em: <<http://www.umarfeminismos.org/index.php/quemsomos>>. Acesso em: 30 mar. 2016.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: EDUC, 2000.

Recebido em: 10/08/2016

Aprovado em: 18/10/2016