

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES - SCHLA
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

ANELISE MONTAÑES ALCÂNTARA

**CHUPA QUE É DE UVA: SUBJETIVIDADES INSTITUÍDAS COM O USO DE
PRODUTOS ERÓTICOS**

**CURITIBA
2013**

ANELISE MONTAÑES ALCÂNTARA

**CHUPA QUE É DE UVA: SUBJETIVIDADES INSTITUÍDAS COM O USO DE
PRODUTOS ERÓTICOS**

Dissertação de mestrado, Programa de Pós graduação em Sociologia, Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas Letras e Artes. Universidade Federal do Paraná.

Professora: Dra. Marlene Tamanini.

**CURITIBA
2013**

A todas as biomulheres e transmulheres de Beatriz Preciado.

AGRADECIMENTOS

À professora Dra. Marlene Tamanini, pela imensa contribuição a minha pesquisa, pela dedicação e pelo compartilhamento de saberes.

À professora Dra. Miriam Adelman, pelas preciosas contribuições nos seminários metodológicos.

À professora Dra. Ana Paula Vosne Martins, pois suas aulas foram de grande ajuda para minhas inquietações feministas.

As/aos professoras/es do mestrado, que contribuíram na construção do meu encantamento pela sociologia.

À minha querida amiga Thays Monticelli, pelo apoio no desafio de estudar e entender a sociologia, pelo compartilhamento de músicas, conversas, risadas e desesperos durante o percurso do mestrado.

Às minhas amigas e amigos que conheci durante o curso, sobretudo Ana, Carol, Silvia, Samara, Tatiana, Ricardo e Douglas. Obrigada pelo apoio e pelo convívio.

À minha eterna amiga Milene Zanoni da Silva Vosgerau, por fazer parte da minha vida.

À Núbia, sua companhia é sempre muito especial.

Ao Leo, pelo enorme apoio.

A todas as pessoas que concordaram em participar da minha pesquisa.

CHUPA QUE É DE UVA

Vem meu cajuzinho!
Te dou muito carinho.
Me dá seu coração!
Me dá seu coração!
Vem meu moranguinho!
Te pego de jeitinho.
Te encho de tesão!
Te encho de tesão!
Me deixa maluca!
Tira o mel da fruta.
Me mata de amor!
Me mata de amor!
Me pega no colo;
Me olha nos olhos;
Me beija que é bom!
Me beija que é bom!
Na sua boca eu viro fruta.
Chupa que é de uva!
Chupa! Chupa!
Chupa que é de uva!
Na sua boca eu viro fruta.
Chupa que é de uva!
Chupa! Chupa!
Chupa que é de uva!
Chupa! Chupa!
Chupa que é de uva!

Aviões do Forró.

RESUMO

Esta pesquisa foi realizada entre os anos de 2011 e 2012 em Curitiba-PR, visando compreender os discursos e as práticas do mercado de produtos eróticos, assim como perceber como são construídas novas “verdades” sobre a sexualidade e o sexo entre suas vendedoras e consumidoras. O objetivo central desta pesquisa é analisar as formas de incorporação dos produtos eróticos pelas mulheres e como a inserção desses produtos pode instituir novos processos de subjetivação em relação ao que foi a repressão histórica da sexualidade. Assim, esta pesquisa centrou-se nas narrativas e discursos de mulheres heterossexuais casadas ou que mantêm um relacionamento afetivo/sexual como vendedoras ou consumidoras de produtos eróticos. Utilizou-se a abordagem qualitativa e as técnicas de pesquisa: diário de campo com observação participante em salão de beleza, feira erótica, conversas com amigas e até mesmo nos meios virtuais, como vídeos do *youtube* e *sites* de internet. Além de entrevistas semiestruturadas com quatro vendedoras de produtos eróticos e seis consumidoras, pude observar este campo por meio de diversos olhares. Dessa forma, ultrapassei lugares e fronteiras, procurei estabelecer relações com os resultados empíricos de um local para o outro, segui aspectos da etnografia multi-situada refletidos pelas práticas de Bourdieu. Por meio dos conceitos desconstrutivistas e desnaturalizadores das teorias feministas e dos estudos de gênero, tencionei os conceitos dos dispositivos da sexualidade, biopoder, farmacopornografia e o de reflexividade a partir das obras de Foucault, Preciado e Giddens. Percebi que os discursos do mercado de produtos eróticos colocam as mulheres como as principais protagonistas do seu erotismo, elas são ativas em suas relações sexuais, incitam e provocam os seus companheiros. Esse mercado atribui a responsabilidade às mulheres em manter seus relacionamentos/casamentos por meio do sexo. Elas ainda têm seu corpo como suporte do erotismo, embora em uma lógica que abre possibilidades para potencializar seus prazeres e desejos corporais, de forma individual ou com seus parceiros. Elas estão distantes da figura submissa da pornografia e da maternidade, embora ainda permaneçam inseridas nas convenções de gênero. Ressalta-se que os produtos eróticos representam uma sexualidade que vem sendo normatizada, reiterando a heteronormatividade e estabelecendo como devemos fazer sexo e proporcionar ao mesmo tempo a busca de um orgasmo que não existia antes. Percebe-se uma complexidade atualmente: o produto em tese proporciona prazer, mas ao mesmo tempo determina como devemos fazer ou não fazer sexo. Há um entrelaçamento entre sexualidade e heteronormatividade que traz novas considerações e ressignificações aos estudos sobre sexualidade.

Palavras-chave: *Sex shop*. Sexualidade. Erotismo. Gênero. Mercado de produtos eróticos. Pornografia.

ABSTRACT

This research was conducted during the years of 2011 and 2012 in Curitiba-PR, to understand the discourses and practices of erotic products market, as well as understand how new "truths" are built about sexuality and sex, between sellers and their consumers. The main objective of this research is to examine ways of incorporating erotic products for women and how the integration of these products can create new processes of subjectivity in relation to what was the historical repression of sexuality. Thus, this research has focused on the narratives and discourses of heterosexual women married or who maintain a loving/sexual relationship as sellers or consumers of erotic products. We used a qualitative approach and research techniques: field journal with participant observation in salon, erotic fair, conversations with friends and even in virtual environments, like youtube videos and websites. In addition to the semi-structured interviews with four sellers erotic products and six consumers, I observed this field through various looks. Thus, I crossed places and borders, tried to establish relations with the empirical results from one location to another, followed aspects of multi-situated ethnography practices reflected by Bourdieu. Through the deconstructivist concepts of the feminist theory and in the gender studies, I related the concepts of sexuality devices, biopower, and farmacopornography, and reflectivity from the works of Foucault, Anthony Giddens and Beatriz Preciado. I realized that the discourses of erotic products market, place women as the main protagonists of their eroticism, they are active in their sexual relationships, incite and provoke their partners. This market assigns responsibility to keep women in their relationships / marriages through sex. They still have their body as eroticism support, although in a logic that opens possibilities for enhancing their bodily pleasures and desires, individually or with partners. They are far from the submissive figure of pornography and motherhood, although still remain embedded in the conventions of genre. It is noteworthy that the erotic products represent a sexuality that has been normalized, reiterating heteronormativity and establishing how we have sex and give at the same time the search for an orgasm that did not exist before. It is perceived complexity today: the product in theory gives pleasure, but at the same time determines how we do or do not have sex. There is an interlacement of sexuality and heteronormativity that brings new considerations and new meanings to studies on sexuality.

Keywords: Sex Shop. Sexuality. Eroticism. Gender. Market erotic products. Pornography.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
2 “ESPIANDO PELA FECHADURA”: NOTAS SOBRE O CONTEXTO DOS PRODUTOS ERÓTICOS	19
2.1 O GERENCIAMENTO DO CORPO FEMININO	26
2.2 PRAZERES E DESEJOS CORPORAIS: PORNOGRAFIA OU EROTISMO?	41
3 “PREPARANDO A CAMA”: MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA..	56
3.1 “DESPINDO OS SUJEITOS”	56
3.2 “TIRANDO AS VENDAS” DO CAMPO DE PESQUISA.....	63
3.3 VENDEDORAS E CONSUMIDORAS DE PRODUTOS ERÓTICOS	66
3.4 DESCOBRIR PARA ENCOBRIR: ESPAÇOS E CONTEXTOS QUE SE PODE FALAR DE SEXO.....	70
3.4.1 Visita a <i>sex shops</i> , boutiques sensuais e a loja Eudora	71
3.4.2 “Entre esmaltes, rímel e brinquedos eróticos”: o salão como espaço de conversas sexuais	74
3.4.3 Conversando sobre sexo com as amigas	81
3.5 SEXO VIRTUAL?	86
3.6 “VOCÊ GOSTA DE UVA, MORANGO OU MELANCIA?”: PERCEPÇÕES SOBRE A FEIRA ERÓTICA	88
4 “DISCUTINDO A RELAÇÃO”: PERCEPÇÕES DAS VENDEDORAS	95
4.1 “APIMENTANDO A RELAÇÃO”: CONSUMO DE PRODUTOS ERÓTICOS	95
5 “DISCUTINDO A RELAÇÃO”: NARRATIVAS DAS CONSUMIDORAS .	120
5.1 O DESEJO DE SER DESEJADA: ESTRATÉGIAS UTILIZADAS PELAS CONSUMIDORAS	121
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	136
REFERÊNCIAS	140
APÊNDICE A	148

1 INTRODUÇÃO

O provocativo título da dissertação: “chupa que é de uva”, surgiu a partir da minha visita à *Erótika Fair* realizada em São Paulo, em sua 19ª edição em março de 2012. É a quarta feira erótica mais visitada do mundo, sendo a primeira da América Latina. Essa feira traz as últimas novidades em produtos eróticos lançados no mundo, e em meio aos vários produtos, uma reduzida calcinha cor de uva me chamou a atenção. Tratava-se de uma calcinha bem pequena, com tiras de regulagem nas laterais, cor brilhante e em seu forro havia um *bullet*: um vibrador em formato oval ligado a um controle remoto com cinco intensidades diferentes de vibração, denominada “chupa que é de uva”. Além dessa calcinha com o *bullet*, a marca ainda ofertava outras duas versões do mesmo produto, que também fazem alusão ao corpo e a excitação, chamadas: “vem quente que eu estou fervendo” na cor vermelha e “se te pego não te largo” na cor preta. Essas tangas são da marca brasileira *Hot Flowers*, a maior empresa de fabricação de cosméticos e brinquedos eróticos da América Latina. Elas são usadas para estimular o clitóris, individualmente ou acompanhada, nesse sentido o controle da intensidade das vibrações pode ser de autoria da/o parceira/o durante as relações sexuais. As três calcinhas são nominadas com trechos retirados de músicas, sendo a primeira um forró dos “Aviões do Forró”, na sequência uma música de Erasmo Carlos, regravada pela banda de *rock* Barão Vermelho e a última uma banda de axé, a Banda Beijo. Tratam-se de músicas populares, bem conhecidas e com ritmos animados. A *Hot Flowers* aproveita o sucesso dessas músicas que associam o erotismo/pornografia ao humor. É frequente essa associação entre sexo e humor no universo depreciado da cultura de massa, de produtos populares e pornografia. Como nos mostra o refrão da música do “Aviões do Forró”: “na sua boca eu viro fruta. Chupa que é de uva! Chupa! Chupa! Chupa que é de uva!”, que faz uma alusão ao sexo oral.

No Brasil, existem mais de 40 sabores de géis para a prática de sexo oral, desde sabores de frutas até de bebidas alcoólicas. O mercado de produtos eróticos implica o movimento do mercado, as empresas, a tecnologia e o movimento da/do consumidora/o que institui e é instituído neste efeito de poder dos discursos produzidos pelo mercado de produtos eróticos. Nesse processo, as mulheres consumidoras também instituem etiquetas, códigos de condutas, ditam comportamentos fazendo de si a própria propaganda desses produtos. Esse

mercado se apresenta a cada dia mais “quente, frio, doce, refrescante, cheiroso e acariciador”, nos mostrando variados meios de excitação e de práticas sexuais. No entanto, esse novo universo não se apresenta apenas de maneiras tão saborosas. Ele mostra um contexto paradoxal, pois por um lado, observam-se transformações acerca das convenções sobre sexualidades e relações de gênero, e por outro, essas novas experiências não fogem da normatização dos corpos, dos desejos e das práticas sexuais. Inicialmente, esses produtos eram encontrados em *sex shops*. A idéia de *sex shop* foi desenvolvida por uma mulher, Beate Uhse, que se preocupou com gravidezes indesejadas. Para garantir às mulheres uma autonomia frente aos direitos reprodutivos, ela estabeleceu uma estratégia comercial na qual vendia porta a porta tabelinhas para evitar gravidezes, um livro sobre anticoncepção, além de dicas e noções de prevenção de doenças. Com o sucesso de vendas, no início da década de 1960 ela abriu sua primeira loja. Inicialmente a loja mantinha o mesmo foco, sendo destinada a mulheres. No entanto, os *sex shops* se configuraram de outra maneira quando chegaram ao mercado dos Estados Unidos, ressignificando esses espaços como masculinizados, mais associados à transgressão e à pornografia. Atualmente esse mercado vem sendo transformado e deslocado dos conhecidos *sex shops* “masculinizados” para diversos locais que feminizam esses contextos, como lojas de *lingerie* e boutique sensuais, destinadas para mulheres. Esses espaços estão resgatando as origens dos primeiros *sex shops* que eram dedicados às mulheres. Deste modo, assiste-se a uma mudança nos espaços de venda de produtos eróticos, que carregam a lógica de um erotismo politicamente correto e que afasta a ideia da pornografia. A pornografia seria o espaço destinado aos *sex shops* mais masculinizados, no qual é possível encontrar cabines com filmes pornôns para masturbação do homem. Entre os motivos que levam as mulheres a utilizar produtos eróticos estão comemorar datas especiais no relacionamento, fazer uma surpresa ao parceiro, realizar uma fantasia, agradar o parceiro e experimentar algum brinquedo erótico. Nesse processo de agradar o outro pode estar imbricando a imaginação, os jogos lúdicos como fontes de prazer e potencializar os prazeres sexuais que as mulheres podem extrair para si.

O crescimento exponencial da fabricação e do consumo de produtos eróticos nos últimos 5 anos no Brasil coloca as mulheres como figuras-chave do universo erótico, pois estas são as principais consumidoras e vendedoras desses produtos. Junto a esse crescimento, também é observado o aumento dos anúncios em mídias

eletrônicas e impressas, as propagandas e a utilização de novelas e filmes, como difusores dos usos desses produtos nas práticas sexuais. Como exemplo, me reporto a personagem (Jéssica) de Gabriela Duarte na novela *Passione*, que foi veiculada de maio de 2010 a janeiro de 2011. Com frequência ela aparecia nas cenas com produtos dos *sex shops*, tais como fantasias e algemas. A personagem utilizava esses produtos com o seu marido e rompia com a ideia de mulher passiva, que não tem desejos sexuais. A personagem foi construída como uma mulher de desejos insaciáveis, que muitas vezes não encontrava essa compatibilidade sexual com seu marido. Contudo, esse casal também não fugia das lógicas normativas, reiterando a mulher como responsável pela manutenção do seu casamento ou relacionamento e o corpo feminino como suporte de um erotismo constante, como era frequentemente visto nas cenas em que este casal abordava assuntos referentes à frequência das relações e das *performances*. Na mesma lógica de exposição dos produtos eróticos, também em 2011, o filme “De Pernas pro Ar” estreou no Brasil. Como protagonista, Ingrid Guimarães interpreta Alice, que descobre o prazer com os produtos eróticos do *sex shop*. Alice ainda não havia sentido um orgasmo com o marido e conseguiu com um coelho de pelúcia. Esse produto apresenta um segredo guardado com um cadeado, que é um vibrador rosa de 13 cm com formato fálico. Além de Alice utilizar vários produtos eróticos, ela se torna sócia de um *sex shop* virtual e obtém grande sucesso nos negócios.

O filme retrata uma realidade que está sendo vivenciada no Brasil, pois o mercado erótico vem crescendo entre 15 e 18,5% anualmente e tem as mulheres como empresárias de destaque neste ramo de negócios. Além das lojas físicas e das lojas virtuais, as consultoras domiciliares (o chamado *sex shop* na sacola) são a grande aposta desse setor. Esse filme teve muita repercussão e sucesso entre o público; cerca de 3,6 milhões de pessoas o assistiram nos cinemas brasileiros. Devido ao grande público, no final do ano de 2012 foi apresentada a continuação de “De Pernas pro Ar”. Dessa vez, Alice abre uma franquia de seus negócios de *sex shop* em Nova Iorque e um novo brinquedo sexual é destaque (um polvo).

Além dos filmes e das novelas, há diversos programas de televisão que abordam as questões sexuais e a prática do uso de produtos eróticos, tais como o programa “De noite na cama” (de 1998 a 2000), no Shoptime, e “Sexo a Três”, na Rede TV, ambos com a apresentadora Monique Evans, “De 4 com Ângela Bismarchi”, “Amor e Sexo” com Fernanda Lima e, em canais fechados o seriado

"*Sex and the City*" (de 1998 a 2004), "Falando de sexo com Sue Johanson" (uma idosa canadense educadora sexual no canal do GNT), especialistas que respondem dúvidas por e-mail no "Simplesmente Sexo", no *Discovery Home & Health*, o "Tudo sobre sexo com Dr. Drew", no *Multishow*, e MTV Erótica, com apresentação de Babi Xavier e Dr. Jairo Bouer, entre outros programas que tratam da indústria do sexo.

Para além de uma abertura para as discussões sexuais, atualmente vemos uma espécie de exibicionismo sexual. As pessoas devem contar as suas práticas sexuais e os seus desejos para todo mundo, como se suas vidas sexuais fossem um livro aberto. Nesse sentido, as estratégias discursivas do mercado erótico divulgam como apimentar e temperar os relacionamentos, despertando a atenção das consumidoras para que "cuidem de seus relacionamentos", sobretudo de seu casamento.

Esses são aspectos de grande complexidade e, embora existam discursos para manter a responsabilidade da mulher no que tange a esquentar a relação e prolongar suas relações afetivas, também há brechas para abordar as questões referentes aos prazeres femininos. Dessa forma, percebemos que há um novo contexto sexual que precisa ser compreendido por novas análises. Neste caminho, já não estamos falando de patologia ou das repressões. Talvez falemos de algumas persistências, certamente de algumas representações. Talvez alguns simbolismos sobre o sexo e o corpo se repitam ou sejam reiterativos em relação a valores que eram ou são próprios da produção de desigualdades nas relações de gênero. O fato é que este tema nos vincula com questões muito importantes sobre sexo, sexualidade, relações afetivas, casamento, prazer, recreação e com o lúdico, o consumo e o mercado. Nessas dinâmicas temos um importante grau de exposição dos corpos, dos desejos e das possibilidades dos usos do sexo que é intermediado ou não, por produtos e por diferentes relações. Esses aspectos nos colocam no centro das tensões que fizeram a experiência humana e as percepções a respeito da sexualidade, do desejo e do mercado do sexo. Este tema, portanto, além de ser um terreno fértil à análise tem a ver com nossa vida, nossa experiência e com nossa própria trajetória conceitual ocidental.

Durante grande parte da adolescência e da juventude, os assuntos relacionados ao sexo são frequentes. Tomando como exemplo minha trajetória, relembro que minhas amigas desde seus 14 anos já mantinham relações afetivas e sexuais intensas. Nas conversas com essas amigas, eu percebia que a preocupação

central de algumas era buscar os meios para conquistar meninos e homens. Dentre essas conversas, destaco a que escutava sobre posições sexuais, o que elas haviam feito, onde haviam transado. Isto incluía desde fantasias e *performances* que aconteciam em espaços como no meio do mato, na escada, no carro, no sofá, e até gravar cenas de sexo com seus namorados. Não era raro escutar receitas de como agradar um homem na cama, mas nessas conversas nunca se falava sobre masturbação feminina e do prazer feminino. Contudo, a busca pelo prazer sexual estava presente em suas vidas, mas de certa forma dissimulada e silenciada em outras *performances*, como escutar músicas lentas e dançar sozinha segurando almofadas, sendo que essas almofadas eram posteriormente utilizadas para masturbação feminina quando a música chegava ao fim. Assim como travesseiros, chuveirinhos, portas, cadeiras com irregularidades eram objetos utilizados na prática da masturbação feminina durante a infância e adolescência. Sempre de uma maneira escondida e para descobertas sexuais, pois todos esses relatos e atos de masturbação foram desenvolvidos por elas sem nenhum meio de comunicação, buscando seus prazeres de uma maneira “independente”, ou seja, aprendiam a se masturbar por si mesmas, não se baseando em relatos orais, meios de comunicação ou revistas.

No entanto, as cenas de erotismo e excitação sexual eram rapidamente incorporadas por essas meninas, que me relataram fazer *strip tease*, quando tinham em torno de 7 a 10 anos de idade. Nas cenas colocavam várias calcinhas uma sobre a outra e dançavam para meninos, aos poucos retiravam as calcinhas sem nunca chegar a um “nu” total. No relato essa prática era considerada como uma brincadeira que acontecia quando não havia adultos por perto, sem nenhum tipo de vigilância e “retribuição” oferecida pelos meninos. Apesar de aparentemente parecer que as meninas faziam para o outro, elas também estavam se divertindo, faziam porque viam na tv, imitavam e existia um sujeito desejante efeito do poder que implica o lúdico.

Nesses relatos as relações sexuais sempre foram pautadas por uma lógica normativa masculinizada, que exalta as *performances* e os prazeres dos homens e não evidencia os prazeres e *performances* femininas, sendo que muitas vezes essas meninas se encontravam em uma angústia sexual por não saber ou ter vergonha de provocar seus estímulos. Não temos certeza se nesta faixa etária frente a estas experiências as meninas seguem vivendo, fazendo e dizendo o mesmo. Porém,

podemos dizer que no campo do mercado e de muitas práticas relatadas nesta pesquisa presenciamos uma nova configuração das práticas sexuais femininas com o advento dos produtos de *sex shop*, na qual as mulheres teriam (ou abrem a possibilidade de) um maior domínio sobre seus corpos e desejos.

Com isso gostaria de ressaltar que no século XX o corpo feminino passa a ser o suporte de um erotismo constante, principalmente com o advento da *lingerie*, com o desenvolvimento da indústria têxtil que amplia consideravelmente esse campo erótico. A intimidade das brasileiras com o fim de aumentar as vendas das roupas “de baixo” era exibida em catálogos, e os espartilhos, meias de seda 7/8 e ligas avulsas presas às cintas eram usadas por muitas mulheres por escolha, estilo ou fetiche. Esses produtos passaram a ser fortes símbolos de erotismo e sensualidade na sociedade ocidental. Embora hoje existam vestimentas e fantasias para homens consideradas como produtos eróticos, ainda prevalece uma quantidade muito superior de *lingeries* e fantasias para mulheres. O corpo da mulher continua sendo suporte do erótico e, esse corpo é, de certa forma, treinado para ser desejado e para agradar ao “outro”. Nesse contexto, o desejo sexual masculino é percebido como uma “necessidade fisiológica”, estando genereficado para o masculino, pois esta necessidade está muito mais ligada ao que é pensado como desejo do homem. A ideia de que o homem possui uma necessidade que precisa ser regularmente atendida e de que não tem controle sobre o exercício de sua sexualidade é marcada por concepções de gênero. Por exemplo, é fácil escutar conversas a respeito desse apetite sexual do homem, e que por isso a tendência de um homem casado é “pular a cerca”. A dupla moral ainda persiste, embora as mulheres tenham a liberdade para decidir se querem ou não continuar casadas caso seus maridos as tenham traído. Em práticas de patologização da sexualidade, a mulher considerada hiperssexual já foi associada a ninfomaníaca e a histérica. Hoje, em um sentido oposto, é considerada como doença a falta de desejo ou prazer sexual, como nas denominadas disfunções sexuais (as disfunções do desejo, as disfunções da excitação, as disfunções do orgasmo e as disfunções de dor (vaginismo) que estão agrupadas num termo totalizador). Evidentemente estas constituições discursivas e terapêuticas são partes constitutivas de processos de continuidade entre desordem e normalidade. Essas “desordens” revelam-se como textualidades em que a sexualidade, suas práticas e os processos que a constituem são efeitos de processos históricos e culturais e uma poderosa forma simbólica de inscrição

corporal, na qual o sexo e a sexualidade é o lugar prático do controle e do diagnóstico das práticas biopolíticas. Ao mesmo tempo em que essas práticas são constitutivas de mecanismos que direcionam as energias de homens, sobretudo de mulheres, do mercado na constituição de concepções de normalidade e desvio. Esse processo também enreda o sujeito mulher a experimentar todo este campo como libertador.

Dentro dessa perspectiva, meus estudos acerca do consumo de produtos eróticos pelas mulheres tencionaram os conceitos dos dispositivos da sexualidade, biopoder, farmacopornografia e o de reflexividade embasados pelas obras de Foucault, Preciado e Giddens.

Estamos trazendo como ponto de partida os estudos históricos e genealógicos da história da sexualidade de Michel Foucault. O autor mostra a relação intrínseca entre sexo, poder, saber, prazer, controle e submissão, tendo como tema central de sua obra como nos constituímos como sujeitos. A sexualidade - como uma construção - tem uma história em que as instituições de poder e os discursos de saber formulam verdades sobre o sexo. Foucault demonstra as singularidades dos acontecimentos históricos e a forma como as relações saber/poder foram produzindo subjetividades nos indivíduos. O autor aponta três modos de subjetivação que transformam o indivíduo em sujeito por meio das práticas discursivas, disciplinares e subjetivantes. O sujeito se constitui nas relações com a verdade, com os outros e consigo mesmo, compreendendo práticas de dominação e de liberdade. Pois na teoria foucaultiana, a sociedade moderna tem micropoderes que impedem ao indivíduo escapar dessas relações de poder. Embora haja espaço para liberdade dos indivíduos para que estes se pensem como sujeitos senhores do seu destino, a sociedade age estabilizando e fortalecendo a trama social, produzindo indivíduos sujeitos e sujeitados, através das práticas disciplinares que envolvem o poder e o saber.

Foucault me ajuda a pensar o cotidiano das mulheres que se defrontam no constitutivo dispositivo da sexualidade, que institui e desinstitui identidades, que dita comportamentos, práticas, representações e autorepresentações. Os múltiplos discursos de verdades, da ciência, da mídia, da psicanálise, entre outros, formulam modelos, padrões de conduta, valores que permitem a inclusão social dessas mulheres no mercado afetivo e sexual. O sexo possui uma influência decisiva na

vida de homens e mulheres, sendo uma prática que demarca poderes, lugares de posse e de dominação.

A sexualidade tem sido sempre alvo de normatizações e esmiuçamentos pelas instituições de poder, sobretudo a heterossexualidade obrigatória, que passa pela hierarquia, dominação e delimitação de poderes segundo o sexo biológico. Os corpos femininos têm sido o alvo privilegiado do exercício de poderes, estando no imaginário sexual, como corpos disponíveis e desfrutáveis, na medida em que seus lugares na sociedade passam pela sedução, casamento e reprodução.

Do trabalho de Preciado utilizo sua leitura de Foucault. Neste trabalho utilizo o conceito da era farmacopornográfica em que Preciado afirma que a sociedade está imersa e constituída pelo intenso consumo de drogas lícitas e ilícitas, medicamentos e pela pornografia. Os produtos eróticos fazem parte dessa lógica masturbatória do consumo pornográfico em que a ação do poder cria uma nova servidão, a dos orifícios, das ereções, das *performances* e das seduções. A subjetividade tem sido constituída incessantemente pela farmacopornografia, na qual o sexo continua sendo objeto de controle dos corpos. Assim, o uso dos produtos eróticos, apesar da noção de maior liberdade sexual, se insere na lógica em que as mulheres são controladas pelos modelos farmacopornográficos, seus corpos continuam sendo disciplinados e normatizados (sejam magras e belas), há uma sociabilidade marcada por seduções, belezas e proezas sexuais, em que os sentidos e os desejos são domesticados a fim de manter um relacionamento/casamento.

Desta forma, os dispositivos da sexualidade, o biopoder e a era farmacopornográfica colocam as mulheres em uma lógica do consumo e da incitação constante ao uso do erótico e do pornográfico. Por outro lado, o conceito de reflexividade, desenvolvido por Giddens, traz a essas mulheres poderes crescentes em relação as “estruturas sociais”, suas possibilidades de escolha e decisão quanto às direções de seu cotidiano, consumo, expressões de sexualidade, liberdade, aspectos constituidores e que se constituem em sua própria subjetivação. Esses espaços de reflexividade podem ser identificados. É por esses aspectos que esta pesquisa procurou analisar as narrativas das mulheres a respeito do consumo de produtos eróticos e seus constituidores e processos de subjetivação.

Neste trabalho procuro identificar a construção da subjetividade em relação ao consumo de produtos eróticos de mulheres heterossexuais, consumidoras e/ou vendedoras de produtos eróticos, sejam eles utilizados antes, durante ou após as

relações sexuais. Nesse sentido, considero estratégico estudar as práticas que envolvem as sexualidades e os erotismos, em meio a um universo que parece central atualmente: o mercado.

A fim de conhecer esse mercado erótico e sensual, a pesquisa foi se produzindo como processo. Inicialmente fui até o campo para me aproximar e identificar meus problemas de pesquisa, e somente tive contato com mulheres heterossexuais, sendo a maioria delas casadas. As mulheres casadas e heterossexuais estão sendo os alvos principais desse mercado erótico e sensual brasileiro.

Esta pesquisa se concretizou através da abordagem qualitativa, que tem por objetivo compreender as entrelinhas de uma realidade social, que se articula às experiências com os contextos sociais em que os indivíduos compartilham, e influenciam suas percepções de si e de sua subjetividade. Neste trabalho as técnicas de pesquisa utilizadas foram o diário de campo com observação participante e as entrevistas semiestruturadas. Observei ambientes como salão de beleza, feira erótica, conversas com amigas sobre a pesquisa, *sites* de internet e vídeos no *youtube*, que me ajudaram a refletir sobre o mercado dos produtos eróticos e sobre seu consumo entre mulheres.

Utilizando, assim, os mesmos instrumentos de observação e perseguindo questões da mesma natureza, ultrapassei lugares e fronteiras, procurei estabelecer relações com os resultados empíricos de um local para o outro. Dessa forma, segui aspectos da etnografia multi-situada refletidos pelas práticas de Bourdieu.

A literatura mostra mudanças na vida sexual das pessoas e mostra também que as mulheres querem mais prazer de seus relacionamentos e de seus casamentos, que as mentalidades estão mudando e que as pessoas sentem cada vez menos vergonha de experimentar novas maneiras de prazeres sexuais, tais como a masturbação ou a busca de novas sensações sexuais na relação com o/a parceiro/a. Nesse sentido, os produtos eróticos podem ser uma possibilidade para intensificar os prazeres dessas relações sexuais ou do autoerotismo, auxiliando na diversificação dessas práticas.

Vale ressaltar que os produtos eróticos representam uma sexualidade que vem sendo normatizada, reiterando a heteronormatividade, estabelecendo como devemos fazer sexo e proporcionar ao mesmo tempo a busca de um orgasmo que

não existia antes. Percebe-se uma ambiguidade: o produto em tese proporciona prazer, mas ao mesmo tempo determina como devemos fazer ou não fazer sexo.

Objetivando discutir os aspectos envolvidos com as principais perguntas do trabalho (explicitadas na página 23), a dissertação está organizada em quatro capítulos. O primeiro é intitulado “espiando pela fechadura”: notas sobre o contexto dos produtos eróticos aborda o tema de pesquisa, meus principais questionamentos e preocupações, objetivos e minhas hipóteses. Nesse capítulo apresentamos como o corpo da mulher tem sido o alvo privilegiado do exercício de poderes, sendo dessexualizado ou patologizado, e sobre a intervenção do mercado de produtos eróticos na sexualidade em uma era farmacopornográfica e em uma perspectiva da reflexividade.

No segundo capítulo, “preparando a cama”: métodos e técnicas de pesquisa, relato os marcos teóricos e metodológicos em que esta pesquisa se fundamenta, reporto às particularidades do campo de pesquisa e aos locais que foram utilizados como meios de coleta de dados para me auxiliar a refletir sobre o tema.

No terceiro capítulo, “discutindo a relação”: percepções das vendedoras apresentamos as narrativas das vendedoras de produtos eróticos e as análises desta pesquisa.

No quarto capítulo, “discutindo a relação”: narrativas das consumidoras apresentamos as narrativas das usuárias de produtos eróticos e as análises desta pesquisa.

Esta pesquisa mostra que os discursos do mercado de produtos eróticos colocam as mulheres como protagonistas do seu erotismo e como ativas em suas relações sexuais, pois elas incitam e provocam seus companheiros. Ainda que elas deem preferência a que seus companheiros tomem iniciativa para a prática sexual, elas não ficam mais esperando por eles. Elas se exibem e se fazem notadas por eles, provocando o desejo do outro. Esse mercado atribui responsabilidade às mulheres em manter seus relacionamentos/casamentos por meio do sexo e do esforço em agradar o “outro”, porém, no consumo de objetos eróticos há possibilidades para potencializar os prazeres e desejos corporais de forma individual ou com seus parceiros. Ainda que permaneçam inseridas nas convenções de gênero, estas mulheres estão distantes da figura submissa da pornografia e da maternidade.

2 “ESPIANDO PELA FECHADURA”: NOTAS SOBRE O CONTEXTO DOS PRODUTOS ERÓTICOS

Para iniciar uma “espiada” acerca do consumo de produtos eróticos pelas mulheres atualmente, julgamos necessário abrir todas as “portas do quarto”¹ desta pesquisa para exibir nossos principais questionamentos, pois assim ficam esclarecidos os nossos objetivos e as questões norteadoras deste estudo. Compreendemos como importante também, expor como esses produtos e espaços (destinados a sua venda e consumo) foram transformados e ressignificados na trajetória sexual ocidental. Desta maneira entrando pelas brechas da história muito provavelmente poderíamos encontrar experiências diversas, não apenas dentro das dinâmicas que fizeram a modernidade ocidental, mas também na experiência de homens e mulheres.

Alguns autores² vêm apontando que a sexualidade foi muito mais conhecida e estudada pelo seu lado negativo, perigoso e de ameaça do que pelo seu lado positivo e de prazer. Esse aspecto contudo, não nos parece o único lado possível na experiência humana. A bibliografia dá conta de que a sexualidade foi sendo construída pela sociedade como problemática e danosa, como nos apontam Carole Vance e Gayle Rubin, ao mostrar que o “pânico sexual”³ foi vinculado à suposta decadência moral ou a desorganização social. (PISCITELLI; GREGORI; CARRARA, 2004). Em consequência disso, por muito tempo os estudos relacionados à sexualidade foram focados nas doenças, tais como a histeria, a masturbação, a sífilis⁴ e mais recentemente, na década de 1980, a AIDS. Além das doenças, outros temas abordados demonstram o lado negativo da sexualidade: a prostituição, o tráfico de mulheres, a gravidez na adolescência, dentre outros.

¹ Esse trocadilho de palavras se reporta ao quarto do casal, o qual convencionalmente está marcado como um espaço das intimidades, de relações sexuais. No entanto, acreditamos que todos os espaços residenciais e também fora deles possam ser utilizados e usufruídos para práticas sexuais.

² Sergio Carrara (2005), Carole Vance (1995), Margareth Rago (2008), entre outros.

³ Carole Vance e Gayle Rubin apresentaram em Chicago em 2003 o conceito de “pânico sexual”, baseado no conceito de “pânico moral” formulado pela sociologia britânica nos anos de 1970, e foi desenvolvido pela antropologia feminista e pela historiografia *gay*, tendo como referencia os movimentos agrupados pela ansiedade em torno de questões sexuais. (PISCITELLI; GREGORI; CARRARA, 2004).

⁴ No final do século XV irrompeu na Europa uma epidemia muito grave de sífilis, até então uma doença desconhecida. O nome sífilis surgiu em 1530, em um poema escrito por Girolamo Fracastoro de Verona em que conta o mito do pastor *Syphilus* que amaldiçoou o deus Sol e foi punido com a doença. Entretanto, esse termo só começou a ser usado de fato no final do século XVIII. (GERALDES NETO et al., 2009).

Minha intenção ao entrar no mestrado era estudar a medicalização da sexualidade, no contexto da pílula do dia seguinte entre jovens usuários, me inserindo nessa perspectiva do “pânico sexual”. No entanto, na disciplina de seminários metodológicos, na qual ocorre uma orientação coletiva entre os alunos da mesma linha de pesquisa, me foram sugeridas algumas leituras, entre as quais, destaco o livro “Nas redes do sexo: os bastidores do pornô brasileiro” da María Elvira Díaz-Benítez (2010). Esse livro foi uma espécie de catalisador para a mudança do foco do meu objeto de pesquisa. A partir dessa leitura, passei a pensar o sexo e a sexualidade pelo lado dos prazeres e dos desejos corporais. Passei a pensar que a sexualidade para além da questão das enfermidades ou do mercado era um importante campo no seu sentido ampliado. Foi então que me aproximei de leituras que se voltavam para a sexualidade, na intenção de investigar o consumo de produtos eróticos, sua conexão com o mercado e sua possibilidade de reflexividade do “eu”. E considerei uma visão mais ampliada da sexualidade informada por Carrara et al. (2009, p. 100):

[...] uma construção que envolve um processo contínuo, e não linear, de aprendizado e reflexão por meio do qual, entre outras coisas, elaboramos a percepção de quem somos. Esse é um processo que se desdobra em meio a condições históricas, sociais e culturais específicas. (CARRARA et al., 2009, p. 100).

Os estudos acerca do consumo de produtos eróticos nos resgatam este outro lado da sexualidade, na qual os prazeres, os desejos, as *performances* e a inclusão de objetos em uma vida sexualmente ativa nos permitem refletir sobre uma sociedade que consome e ingere medicamentos (lícitos e ilícitos), drogas e pornografias, gerando sujeitos “excitáveis”, “eréteis”, “ejaculadores” e “orgásmicos” (PRECIADO, 2008), mas também de sujeitos que fantasiam e escolhem. Nessa perspectiva, compreendemos de um lado que os produtos eróticos estão vinculados a uma lógica performática e normatizada que dita e impõe o que são “sexos e prazeres ideais”. De outro, que lugar de si é este que em Foucault é o efeito do mesmo poder?

Atualmente as ações do mercado de produtos eróticos, vinculadas a produção dos desejos e das *performances*, passaram a fornecer para um conjunto maior de pessoas os elementos (entre eles os brinquedos sexuais) que permitem a diversificação de práticas sexuais. (GREGORI, 2010). Esse mercado

vem se afirmando através da exposição cada vez maior do erótico em novelas, programas de humor, filmes, revistas, sobretudo as que têm por objetivo um público de mulheres⁵, livros⁶ e internet. (AGUIAR, 2011a). Além disso, Mirian Goldenberg (2011b) nos aponta que há um “mito sexual do brasileiro/a”⁷ que se reporta aos brasileiros como campeões sexuais em relação à *performance*, seja quanto à variedade de parceiros, frequência das relações, e até mesmo quanto a duração das preliminares sexuais. O suposto mito cultural acerca dessa sexualidade é contestado quando nos deparamos com evidências de um código de moralidade e decência, mesmo se encontramos espaços para novos arranjos e novas configurações familiares que não as padronizadas em normas binárias, desiguais ou heteroreprodutoras. Acreditamos que os padrões sociais⁸ continuam normatizando os corpos, os desejos e os prazeres, refletindo na vida sexual das pessoas por meio de informações sobre as posições sexuais, a frequência sexual, como aumentar o prazer (seu ou do/a parceiro/a), e, estes aspectos nos remetam a reflexões sobre os micropoderes que estão inseridos em nosso cotidiano e em nossos discursos. Porém, também nos remetem às possibilidades de outras posições e experiências de sujeitos que se configuram fora da heteronormatividade, ou dentro dela, mas com outros conteúdos não vinculados ao controle, disciplinamento ou a fronteirização dos prazeres, entre o que é permitido e o que é proibido, a moral e o imoral. Os conteúdos mesmo dentro da heterossexualidade como norma, podem estar sendo produzidos de outras maneiras com novas articulações entre imaginação e desejo, e vontade de experimentar algo novo. Aspecto que do nosso ponto de vista não é uma “cartografia do desejo” produzida como agenciamentos coletivos em que a subjetividade passa a ser pensada como uma produção da cultura-mercadoria capitalista. (GUATTARI; ROLNIK, 1996). É ao contrário, um novo lugar de fala em que o “objeto”, a tecnologia do sexual permite estar dentro e fora dele, ao mesmo tempo. (DE LAURETIS, 1994).

⁵ Com exemplo as revistas: Nova, *Marie Claire*, *Capricho*, *Elle*, entre outras.

⁶ A série de livros de E. L. James *Cinquenta tons de cinza*, *Cinquenta tons mais escuros*, *Cinquenta tons de liberdade* que tem por objetivo o erotismo e práticas sadomasoquistas se tornaram um *best-seller*. No Brasil, o livro *Cinquenta tons de cinza* já vendeu mais de 200.000 mil exemplares, sendo as mulheres as maiores consumidoras. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/meus-livros/mercado/50-tons-puxa-crescimento-astronomico-da-intrinseca-140/>>. Acesso em: 20 ago. 2012.

⁷ Essa representação do país como um paraíso tropical e sexual está presente tanto na visão dos brasileiros como na dos estrangeiros, e é reforçada pelos frequentes relatórios que colocam o Brasil como um destino de turismo sexual. No entanto, esta representação oculta outra realidade: o sexismo, a homofobia e o racismo. (VIANNA; CARRARA, 2008).

⁸ Heteronormativos.

Se o objeto é intermediador entre uma mulher e seu companheiro, ele também pode ser o “outro”, com o qual uma usuária se relaciona e vence a timidez. Não é incomum ver em vídeos, em imagens, gel e objetos sendo beijados ou frases como “este gel é beijável”, lambe-se produtos e diz-se “que gostoso”. Embora, seja afirmado que o objeto é complemento e que sexo só com o marido/companheiro, mas parece que a relação com o objeto é uma importante fonte de estímulo à fantasia e a imaginação, igualmente dá prazer corporal. Este não me parece ser apenas um registro do social em que a subjetividade é modelada, fabricada e serializada. (GUATTARI; ROLNIK, 1996). Este é um lugar à criatividade do “eu”. Contudo, a pergunta que se coloca é: seriam esses aspectos diferentes da produção de subjetividades de mercado?

O desejo se monta e se remonta de várias maneiras. O desejo não é necessariamente algo secreto e vergonhoso. Ele permeia as práticas sociais na vontade de viver, amar, criar, e isto nem sempre é mercado. Hoje cada vez mais nos deparamos com mulheres consumidoras de produtos eróticos. Dentro desse contexto, o que dizer deste mercado e destes usos? Cada vez mais mulheres são inseridas neste mercado, o que pode ser observado pelos intensos investimentos nesses negócios. Os produtos podem ser encontrados nos *sex shops*, nas boutiques eróticas ou sensuais, nas lojas de *lingerie*, motéis, salão de beleza, além de um comércio realizado por revendedoras de catálogo. Os produtos chegam até as casas das pessoas sem que elas precisem ir a um *sex shop* ou fazer compras pela internet. Percebemos que não se trata de uma sexualidade crítica dos discursos da maternidade sem sexo, em que as mulheres estavam em posições passivas e reprodutivas, como nos foi apontado por Rubin (1998), e com o feminismo resgatam o prazer na relação sexual. O mercado de produtos eróticos nos mostra que as mulheres assumem outras posições em relação a sua sexualidade, utilizando-se de diversos meios para diversificar as suas relações sexuais e os seus prazeres.

Há um crescimento acelerado desse mercado nos últimos 5 anos⁹ e as mulheres¹⁰ têm sido “elementos-chave” neste processo, pois são responsáveis pela maior parte das compras de produtos eróticos e nele compõem também a maior parte da força de trabalho. O uso desses produtos torna mais tênue a cisão entre a

⁹ 80% das empresas deste ramo de serviços abriram seus negócios nos últimos 5 anos. Esse setor cresceu 18,5% em 2011, movimentando R\$ 1 bilhão. (ABEME, 2012).

¹⁰ Existem mais de 60 mil mulheres revendendo produtos eróticos por catálogos e as mulheres representam 90% desse mercado nesse canal de venda. (ABEME, 2012).

“puta” e a “santa” (“mulher para casar”), legitimando que entre quatro paredes também tudo é permitido. O casamento institucionalizado e heterossexual abre-se para fantasias, prazeres e desejos em contato com o interesse por estes produtos. Dentro dessa lógica, as mulheres são protagonistas de um novo erotismo e estão indo atrás de produtos eróticos para usarem nas suas intimidades, nas suas relações sexuais, utilizando produtos que eram exclusivos de mulheres classificadas como “vadias” no século XIX e início do século XX. (RAGO, 2008). Apetrechos como cinta liga, *lingeries* provocantes, vendas para olhos e mais recentemente o uso de géis comestíveis com sabores de frutas e bebidas alcoólicas, géis esquentar-esfria, óleos corporais, e para os casais mais ousados brinquedos sexuais, estão fazendo parte do cardápio sexual. Esses produtos estão fazendo sucesso entre as mulheres casadas, e assim novos códigos e novas etiquetas estão sendo formados para o uso deles.

Dito isso, esse contexto nos abre espaço para uma gama de reflexões: estaria o mercado de produtos eróticos trazendo novas possibilidades de gerar outras expressões da sexualidade e da liberdade? Estariam essas mulheres fora da imagem dos sujeitos submissos da pornografia e da maternidade? De que maneira os produtos eróticos são incorporados e utilizados pelas mulheres? Como a inserção desses produtos pode instituir processos novos de subjetivação para essas usuárias em relação ao que foi a repressão histórica da sexualidade? O uso desses produtos se insere em seus casamentos em uma lógica libertária ou em uma reprodução de subjetividades condicionadas aos binários de gênero sobre ativo, passivo, potente, impotente (para as mulheres), mãe e puta, silenciosa escandalosa, tímida recatada, vadia e desregrada? Que mulher é esta e como estas posições se encontram frente às diferentes normatizações? Se os produtos não estão mais sendo utilizados para fins terapêuticos, no sentido biomédico do passado, como eles estão integrados nestas relações a dois, ou solitárias e de que subjetividades e reflexividades eles dão conta? Como se articulam essas produções do “eu” na relação como o mercado e com o lugar de si?

Minha problemática foi sendo construída na medida em que eu compreendia o campo e as relações que eu pretendia estudar. Desta maneira fui retomando minhas primeiras preocupações e refazendo meu modo de olhar estas relações entre sexualidade, sexo, o uso de produtos eróticos e/ou seus aspectos terapêuticos.

Considerando as temáticas propostas, me baseio nas teorias desconstrutivistas que têm por objetivo compreender as normas sociais que estão imbricadas em nossos discursos, no cotidiano, e nas instituições que contribuem para consolidar uma sociedade padronizada em seus comportamentos, prazeres e desejos sexuais, afetando a própria constituição como sujeitos. Esses conceitos desconstrutivistas e desnaturalizadores nos são expostos pelas teorias feministas e pelos estudos de gênero.

Tomando de empréstimo as teorias do ponto de vista do feminismo, assumo uma posição que suspeita dos modelos acabados para lançar este trabalho no mundo das ciências sociais com a noção epistemológica dos conhecimentos advindos da experiência de usuárias, da narrativa como lugar de sujeito e de uma perspectiva de sexualidade que se tenciona entre discursos que poderiam ser vistos como “libertários” e que ao mesmo tempo não escapam sempre, das artimanhas sutis do poder, que é tanto repressivo como reiterativo. Assim, se a hipótese da repressão em nossa sociedade nas palavras de Foucault “exerceria sobre o sexo e por motivos econômicos”, existe também segundo ele toda “uma série de reforços e de intensificações que uma primeira abordagem manifesta: proliferação de discursos, e discursos cuidadosamente inscritos [...]”. (FOUCAULT, 2011, p. 70). Desta maneira estamos em um campo das repressões, dos silêncios e das reiterações discursivas que são instituintes de experiências, e, ao mesmo tempo na luta por autonomia e liberdade perante o sexo e o corpo. Também nos encontramos no lugar da fantasia e do vivido, como um campo da “heterossexualização” que se naturaliza, mas não exclui outros lugares ao imaginário, nas palavras de Judith Butler:

Desde sempre um signo cultural, o corpo estabelece limites para os significados imaginários que ocasiona, mas nunca está livre de uma construção imaginária. O corpo fantasiado jamais poderá ser compreendido em relação ao corpo real; ele só pode ser compreendido em relação a uma outra fantasia culturalmente instituída, a qual postula o lugar do “literal” e do “real”. Os limites do “real” são produzidos no campo da heterossexualização naturalizada dos corpos, em que os fatos físicos servem como causas e os desejos refletem os efeitos inexoráveis dessa fisicalidade”. (BUTLER, 2003, p. 108).

Assim sendo, nos inserimos de um lado, no que Hilan Bensusan (2006) em seu ensaio “*Observações sobre a política dos desejos: tentando pensar ao largo dos instintos compulsórios*” propõe. Ou seja, pensando nas distinções entre pessoal e

político, não como instâncias separadas, mas como uma confluência de diferentes ecologias, principalmente no que se refere à construção do desejo durante a vida. De outro lado, pensamos no “esfacelamento dos corpos”, em sua desintegração, desde onde cabe uma certa erótica em que os indivíduos podem se reconhecer a partir de outros parâmetros.

Uma erótica que enxergue os corpos como uma tal confluência talvez possa ver os corpos como posturas; cada corpo como uma plataforma política – desejamos os mesmos corpos porque temos (ou, talvez, somos direcionados a ter) plataformas políticas construídas em série. As pornografias são disciplinas políticas que treinam nossos desejos para ter um impacto em série sobre nós e tudo o que nos cerca. Pensar os corpos como plataformas permite que erotizemos as potencialidades de cada corpo atuar de maneira específica sobre aquilo que o circunda. A erótica, entendida assim, coincide com a política. (BENSUSAN, 2006, p. 461).

Consideradas estas tensões, minhas hipóteses iniciais são: a) com os produtos eróticos estaríamos produzindo discursos e práticas nas quais as mulheres ainda estão elas mesmas sendo responsabilizadas pela manutenção da relação ou casamento; b) no contexto da matriz heterossexual seria possível pensar um sujeito com possibilidades para as vivências do desejo, da experiência corporal de si, do seu sexo e do seu prazer no feminino; c) estaríamos legitimando a utilização desses produtos pela mulher como forma de manter seu relacionamento circunscrito no outro (casamento) e, portanto, como um novo dispositivo, uma nova tecnologia de gênero que no limite, a mantém novamente prisioneira do desejo do outro (seu companheiro), ou do mercado e, desta forma, embora o instrumento da confissão de si não tenha fins de punição, eles continuam disciplinando corpos e configurando verdades sobre a sexualidade. É preciso dizer “sim gozei”; d) as imagens, os discursos, os *blogs*, a produção performática do desejo, instauram condições para a continuidade da relação quando se trata de homens e mulheres casados. Assim considerados esses aspectos como pautas norteadoras e o intenso ritmo das sociedades contemporâneas, (pós) moderna, o intenso “controle”, pode-se dizer que os indivíduos que utilizam os *sex shops* e/ou outros espaços encontram nessas práticas um meio para compartilhar fantasias ou outras experiências suprimidas em outros meios; e) brinquedo erótico seria uma forma/jogo capaz de produzir um lugar de intermediação quando a relação tem espaços de intersecção com o silêncio, a repressão, a dificuldade de falar sobre o tema, a timidez presente nas relações de casamento, ou entre parceiros sexuais. Porém, de uma outra forma, conforme

sugere a teórica Judith Butler, a “matriz de inteligibilidade heterossexual” se torna um meio de entender essas relações como uma afirmação do binário sexual, em que há o claro enquadramento de referência ao que se pode ter ou ser neste uso? Algumas relações presentes seguiriam marcadas pelo “armário”, dando a sensação de perigo daquilo que só poderia ser feito no escuro, dentro de uma sociabilidade heterossexual, ainda que mediadas por brinquedos?

Nesta perspectiva, nossos objetivos são:

- a) analisar os discursos das consumidoras e vendedoras, buscando identificar as formas de incorporação dos produtos eróticos pelas mulheres e entender se esses produtos estariam trazendo novas possibilidades de expressões da sexualidade e da liberdade;
- b) identificar como a inserção desses produtos pode instituir processos novos de subjetivação para essas usuárias em relação ao que foi a repressão histórica da sexualidade;
- c) compreender se esses produtos se inserem no casamento em uma lógica libertária ou em uma reprodução de subjetividades condicionadas aos binários de gênero (feminino/masculino);
- d) analisar como esses produtos estão integrados nestas relações a dois ou solitárias e de que subjetividades e reflexividades eles dão conta;
- e) analisar como se articulam essas produções do “eu” na relação com o mercado e com o lugar de si.

Para alcançá-los, nós faremos uma aproximação com a sexualidade, enfatizando como os produtos eróticos foram incorporados e ressignificados pela nossa sociedade.

2.1 O GERENCIAMENTO DO CORPO FEMININO

A percepção dos gregos consideravam homens e mulheres como variedades de um mesmo sexo biológico, no qual um modelo era interno e o outro externo (opostos). Homens e mulheres eram classificados em termos de um grau de perfeição metafísica e de calor vital¹¹. Essa noção de calor vital representava a

¹¹ A partir da quantidade de calor de cada corpo, ele se moldaria em um corpo de homem quando o calor fosse suficiente para externalizar os órgãos reprodutivos, ou em um corpo de mulher quando fosse insuficiente e os órgãos permanecessem internos. (LAQUEUR, 2001).

mulher como imagem imperfeita do homem, embora acreditava-se que ela tinha os mesmos órgãos genitais que ele, com a diferença que na mulher esses órgãos não eram externalizados. De acordo com Michelle Perrot (2003), a interpretação desenvolvida na filosofia grega hierarquizava as relações dos homens e das mulheres, na medida em que o corpo da mulher era representado como uma terra fria, seca, uma zona passiva, que se submete, reproduz, mas não cria. O princípio da vida estava ligado ao corpo masculino, ao falo, ao esperma, o pneuma, o sopro criador, tendo a mulher um papel de “receptáculo” na reprodução. (HERITIER, 1996, p. 182; PEDRO, 2003, p. 158). Além disso, a representação da mulher era tida como extensão do homem, no mesmo *continuon* corporal Aristotélico (complementar e oposto), tendo como modelo predominante o masculino. Nesse contexto, o sujeito que aparece é universal, aristotélico, masculino e o modelo é representado pelo todo e parte como complementares. A mulher é a parte, nesse conjunto de percepções do todo, enquanto o homem representa o sujeito (o todo), ambos são completos como contínuos.

Segundo Laqueur (2001) o sexo era visto como complementar dando a percepção da condição social dos homens e das mulheres como necessários para a procriação. Não se eliminava a ideia de um prazer sexual vinda de Galeno, tratava-se da relação entre orgasmo versus reprodução, e o prazer era importante para eliminação da semente (óvulo). A perfeição do ato sexual implicava orgasmo, mas não uma erótica. A noção de orgasmo/prazer estava presente como uma condição naquele tipo de sexo para que pudessem nascer filhos perfeitos.

Antes do século XVIII, a diferença binária, dual, hierárquica não se produzia de modo organizado nos espaços sociais, da casa e da produção da vida. A diferença se interpunha como complementar. Esse sujeito da diferença era lido a partir do modelo masculino, mas não era pensado na relação que a parte é excluída do todo, pois ambos são complementares. A partir do século XVIII, inúmeros fatores o fazem. Laqueur (2001) pensando a sexualidade e o orgasmo se questiona por que esse modelo que funcionava mudou? A hipótese de Laqueur é que não foi a ciência que mudou o modelo, mas estava sendo forjada uma nova noção de indivíduo moderno, começa-se a olhar de uma outra maneira para o ser humano. Uma nova representação que não se sustentava mais com o modelo de um corpo único foi se constituindo. Foi uma revolução na forma de produzir o conhecimento, impuseram-se as diferenças físicas para produzir diferenças morais, políticas e sociais.

O conhecimento da existência de dois sexos biológicos, no qual os órgãos reprodutivos passaram a ter centralidade na definição das diferenças entre homens e mulheres, marcou o lugar do corpo na relação social. Tratava-se de um contexto político, em que havia disputas de poder e de espaço nas representações e no âmbito público. O corpo era o ponto decisivo para apoiar ou negar exigências nos campos sociais, econômicos, políticos, culturais e eróticos. (LAQUEUR, 2001). Novos processos de normatização dos corpos foram sendo exercidos. O ideal de maternidade vinculado as ideias iluministas se constitui com discurso e prática corporal. Trata-se de um poder gerando forças, fazendo-as crescer, organizando-as. (FOUCAULT, 2011). Esse poder encontra caminho livre, sobretudo no campo da feminilidade, que parecia apresentar-se como aparentemente de voluntária aceitação. As energias dessas mulheres, sobretudo as burguesas se constituíram em um campo privilegiado para esses efeitos de poder expressos na maternidade. Esses aspectos se interpõem entre o prazer e a mãe e produzem as dicotomias reprodução e a limitação enorme de possibilidades fora deste modelo. A posição da mulher é definida em outra constituição moral. Ela é normal se dentro do seu útero.

Foucault (2011), um autor que desconstrói e desnaturaliza muitas verdades como instituídas na sexualidade do ocidente, irá pensar como se produziu a ciência do sexo, que sexo é esse e que corpo é esse. O sujeito foi sendo construído de maneira binária, dual e desigual, embora ele não pense gênero. Ao ser descrito como natureza fixa construída nos órgãos passa a ser pensado como regrado, anormal/normal, ordenado, disciplinado, como controle dos prazeres e dos desejos e forjando uma moral dos corpos (sistema de vigilância dos corpos). Tal qual a tecnologia de obstetrícia gendrificada como ciência da diferença, assim como as percepções sobre os hormônios demarcando diferenças entre homens e mulheres.

No decorrer do século XIX se intensificam as transformações sociais, relativas à constituição do indivíduo e da relação com o seu corpo e seus cuidados. O indivíduo vai se destacando por meio de transformações que ocorrem na formação da intimidade, da subjetividade e da interioridade. (ROHDEN, 2000).

A elaboração de uma noção de sujeito marcada pela construção de determinados tipos de sentimentos e padrões de comportamento que dão o tom da singularização [...]. Os corpos e condutas são modelados de forma a criar uma nova possibilidade de distinção do sujeito, que interioriza e reflete os padrões de cuidado e percepção de si. (ROHDEN, 2000, p. 1).

Essa percepção se desloca da alma e da ascese estoica para uma nova racionalidade moderna. (FOUCAULT, 2011). Nas comunidades mais primitivas, as pessoas mal sentem alguma oportunidade, desejo ou possibilidade de tomar decisões por si. Eles pensam e agem essencialmente do ponto de vista do coletivo. “A composição do indivíduo adapta-se ao constante convívio com os outros a quem o comportamento tem que ser ajustado”. (ELIAS, 1994a, p. 108). Nas sociedades industrializadas, urbanizadas, com uma divisão mais nítida das funções, um controle mais intenso dos comportamentos, que já havia se iniciado antes do século XIX, os indivíduos têm muito mais oportunidade, tendo que decidir muito mais por si mesmos. O controle do comportamento pelos outros passa a associar-se a um maior autocontrole do indivíduo. Para Elias¹² (1994a) o processo de individualização crescente, em certos aspectos, é também o processo de civilização.

Segundo Foucault (2011) o sujeito é percebido como capaz de desvelar a sua verdade a partir daquilo que é dito ou não dito, repreendido, quanto ao sexo. É na passagem de um "dispositivo de aliança" marcado nos discursos articulados às obrigações religiosas e legais do casamento para o "dispositivo da sexualidade" localizado na disciplinarização do corpo, na produção da sexualidade, que o indivíduo moderno possui uma singularidade. “Uma singularidade principalmente definida pela ordem psicológica, pela possibilidade de exame e confissão do sujeito a respeito de si mesmo” (ROHDEN, 2000, p. 2) marcada agora pela norma, desvio, patologia, adequação e desejo de ser como se pensa dever ser o indivíduo moderno.

[...] o ponto essencial [é] [...] levar em consideração o fato de se falar de sexo, quem fala, os lugares e os pontos de vista de que se fala, as instituições que incitam a fazê-lo, que armazenam e difundem o que dele se diz, em suma, o 'fato discursivo' global, a 'colocação do sexo em discurso'. Daí decorre também o fato de que o ponto importante será saber sob que formas, através de que canais, fluindo através de que discursos o poder consegue chegar às mais tênues e mais individuais condutas. [...] de que maneira o poder penetra e controla o prazer cotidiano. (FOUCAULT, 2011, p. 17-18).

Empregando o argumento de Foucault (2011), vemos a colocação do sexo em uma multiplicidade crescente de discursos: as formas em que o sexo se eleva ao plano discursivo, os canais pelos quais é transmitido e os significados que operam,

¹² Discorre sobre a passagem de uma sociedade em que as emoções e as funções corporais eram mais explícitas a uma sociedade onde os indivíduos devem dissimular e possuir um autocontrole sobre seus afetos e seus corpos. (ELIAS, 1994b).

sugerindo uma investida na normatização dos corpos e dos sujeitos. Nesse sentido, médicos aparecem como as principais referências na produção desses discursos, normatizando corpos e definindo padrões normais e patológicos. Para Foucault, o sexo pode ser compreendido pela biologia da reprodução que seguia as normas científicas e pela medicina do sexo, no campo moral e político. A primeira se refere a uma "vontade de saber", instituidora do discurso científico ocidental, a segunda a uma vontade obstinada do "não-saber". (RODHEN, 2000).

Foucault centraliza o sexo e a sexualidade na arte de governar a vida na sociedade moderna ocidental. Durante o século XVIII, mas, sobretudo no século XIX, a sexualidade se transforma em objeto da ciência e de uma preocupação social, constituindo-se os dispositivos da sexualidade, que se referem às práticas discursivas e não discursivas sobre o sexo. A partir do século XVIII ocorre progressivamente uma difusão de discursos sobre o sexo, partindo-se de uma incitação a falar a verdade sobre ele que se torna imperativa a todos. Essa incitação faz parte do contexto de um cuidado crescente com o corpo e com a vida, o que coloca em evidência a temática sexual como objeto de interesse público, com relação concomitante ao indivíduo e ao Estado. As dimensões públicas e privadas disputam os discursos sobre o sexo de diversas formas como aparelhos para falar, escutar, registrar e armazenar saberes sobre o sexo.

Foucault (2011) trabalha com a noção de biopoder, enquanto poder que age em um corpo acometido pelas dinâmicas do ser humano e dos processos para maximizar a vida. O sujeito da sexualidade é incitado a falar pelas tecnologias da confissão, que alimentam os dispositivos da sexualidade por meio da vontade de saber, lentamente formada e inculcada pelas relações de poder. Falar sobre sexo se torna necessário, pois sua influência é decisiva na vida de homens e mulheres.

Em "Microfísica do poder", Foucault (1992) aborda a questão do autoerotismo, afirmando que a masturbação começou a ser objeto de controle e vigilância durante o século XVIII. Ao mesmo tempo em que a sexualidade torna-se objeto de preocupação social, é produzida a intensificação dos desejos e dos prazeres corporais. Dentro dessa lógica, o poder responde através de uma exploração econômica e também ideológica da erotização de produtos. O poder domina o corpo por meio da exploração econômica e da erotização como um efeito que é desejado e idealizado como meta, busca-se este novo sujeito e ele se difunde. No século XX, a igreja católica aceita o amor como fundamental no casamento e

passa a considerar a atividade sexual como expressão do amor conjugal. (ARAÚJO, 2002). Dessa forma, o modelo do casamento por amor se torna a norma e a ideia de felicidade conjugal passa a funcionar como uma receita na venda de produtos de beleza, remédios e afins. (SANT'ANNA, 2011).

A sexualidade que é constituída e se constitui como um problema. A sexualidade entrará para o domínio da moral, da família. E junto aos processos que fazem a reprodução seguem-se os ideais de virgindade, honra, castidade e continência que foram reforçados pelo cristianismo, existindo uma progressiva união entre o desejo sexual e a obrigação com a verdade. No volume I do livro “História da sexualidade: a vontade de saber”, Foucault (2011) aponta dispositivos que através da confissão, longe de “renegar” o sexo, coloca-o com importância e valor social super estimados, como o “segredo” a ser gerido pelos especialistas. A exposição do desejo, dos prazeres e das práticas de forma bastante detalhada, faz parte do que Foucault denominou de “vontade de saber”. Ao contrário da severa repressão do puritanismo vitoriano sobre a sexualidade, houve uma incitação do discurso sobre o sexo que permitiu a produção desses “saberes especializados”. Por conseguinte, foram inventados códigos de comportamentos, normas e verdades sobre as práticas sexuais, os quais o cristianismo pretendeu transformar em verdades universais. (SANT'ANNA, 2011, p. 287). Foi por meio da confissão que as práticas sexuais puderam ser, pela primeira vez, analisadas na história, julgadas e remodeladas cientificamente. (LEITE JÚNIOR, 2006).

Os corpos, os desejos e prazeres sexuais são o cerne das preocupações ocidentais contemporâneas, mas em geral, até o século XIX eram objetos das preocupações da igreja e da filosofia moral. (WEEKS, 2000). Com o crescimento do interesse do Estado na regulação da sexualidade, houve um declínio correspondente do controle religioso, passando essa temática aos interesses dos especialistas.

Assim mesmo os discursos que poderiam ser vistos como “libertários” não escapariam das artimanhas sutis do poder e fariam parte do mesmo potencial repressivo da sociedade. Foucault afirma que:

Em todo caso, a hipótese de um poder de repressão em nossa sociedade exerceria sobre o sexo, e por motivos econômicos, revela-se insuficiente e se for preciso considerar toda uma série de reforços e de intensificações que uma primeira abordagem manifesta: proliferação de discursos, e discursos cuidadosamente inscritos [...]. (FOUCAULT, 2011, p. 70).

Desta maneira, o discurso sobre a sexualidade frequentemente serviu para criar posturas e práticas institucionais, cuja função era o controle dos indivíduos e das populações. Este discurso produziu a normalização dos corpos, o desenvolvimento de uma maquinaria de controle do sexo e das práticas dos indivíduos, através de definição dos lugares específicos, das falas e das práticas do sexo. Para tal, contribuíram a medicina, a psiquiatria, a pedagogia e a psicologia, que escrutinaram e demarcaram os territórios e as subjetividades, entre a legitimidade e a anormalidade. O processo de criação destas fronteiras também produziu o sexo normatizado e as práticas heterossexuais, monogâmicas, consolidadas pelo matrimônio reprodutivo, práticas que foram assistidas pelos olhares e ouvidos atentos de médicos e psiquiatras, que podiam até mesmo prescrever mais sexo e a intensificação do prazer. Outras práticas que não se enquadravam na legitimidade deveriam ocupar o lugar das margens e também seriam esquadrihadas por médicos e terapeutas para produzir saberes e definir as configurações destes outros da sexualidade: o homossexual, a histérica e o onanista.

Desse modo, vemos a constituição de um conceito de sexualidade como medida de separação entre normalidade e anormalidade, implicando em determinadas estratégias ou dispositivos de saber e poder, entre os quais, destaco para o meu estudo a "histerização" do corpo feminino. Tal dispositivo exerceu seu poder por meio de uma medicalização progressiva do corpo feminino.

Esses aspectos produziram corpos desiguais com base na diferença biológica e na história social da produção de saberes médicos¹³ e científicos que naturalizavam as hierarquias e as desigualdades presentes no sistema sexo/gênero baseado na diferença. Enquanto o homem é valorizado pelo prisma iluminista dos ideais de racionalidade, inteligência e moralidade, a mulher era definida por sua sexualidade¹⁴, embora muitos médicos acreditassem que as mulheres "normais" não tinham desejos sexuais e não alcançavam o prazer, pois elas estariam mais aptas para a reprodução. Desta forma, os médicos criaram um paradoxo (formulado no século XIX) nos saberes sobre a sexualidade feminina que permaneceu até o século

¹³ Se para os médicos renascentistas e iluministas o corpo da mulher e a natureza feminina estavam envoltos sob os véus do mistério, para os médicos do XIX o olhar desimpedido sobre órgãos sexuais femininos revelaria sua essência, sua verdade. (MARTINS, 2004, p. 112).

¹⁴ A palavra sexo foi pelo menos até final do século XIX usada como sinônimo de mulher. (MARTINS, 2004).

XX. Esse paradoxo foi constituindo-se por meio de diferentes tecnologias de poder na comparação com o modelo de sexualidade masculina genitalizada, no qual seus desejos e prazeres eram associados à ereção e à ejaculação. Por conseguinte, as mulheres eram mantidas em um papel passivo nas suas atividades normais de sexualidade, na medida em que esses fenômenos não eram observados para elas. (MARTINS, 2004). A ideia de prazer feminino estava relacionada à fecundação, e foi formulada na Antiguidade, permanecendo presente até a Renascença¹⁵. O “ardor venéreo” e a “grande excitação sexual” em geral eram suficientes para provocar a ovulação¹⁶. (LAQUEUR, 2001).

Da mesma forma que outros observadores durante pelo menos mais um século e meio, de Graaf estava certo de que a ovulação ocorria *apenas* como resultado do coito, que pela natureza das coisas tinha de ser agradável: “se essas partes pudendas [o clitóris e os lábios] não dessem sensação de prazer e de grande amor, nenhuma mulher se disporia a arcar com uma gravidez trabalhosa de nove meses”. Esse discurso de Graaf foi padrão na Renascença [...]. (LAQUEUR, 2001, p. 219).

No entanto, a ciência médica do século XIX desloca o prazer sexual do seu lugar e a autópsia passa a ser o momento da “verdade” sobre a sexualidade feminina, e nesses contextos os cadáveres e os órgãos isolados não podiam falar de prazeres. Assim a cultura e não a biologia era a base das afirmações sobre o papel e até mesmo a existência do prazer sexual das mulheres. (LAQUEUR, 2001).

Contrastando com essa passagem que associava o orgasmo à concepção, em meados do século XIX os “problemas” em torno da sexualidade feminina que surgiram na história estavam no âmbito da patologia, com uma representação hiperssexualizada das mulheres. Nesse cenário de “excessos sexuais” femininos, foi desenvolvida a histerização do corpo das mulheres. Consideramos que abordar a figura da mulher histórica nos ajuda a enxergar os dispositivos da sexualidade feminina como “problema” e como seus corpos foram objetos de intervenção médica. (MARTINS, 2004).

Reafirmando as interferências médicas na sexualidade, Rachel Maines (1999) cita uma parte de um compêndio médico de Pieter van Floreest de 1653, no

¹⁵ Nos textos renascentistas o clitóris é concebido como um órgão que gera o prazer das mulheres, e sem o qual elas não teriam desejo e nem poderiam conceber. (RAGO, 2002).

¹⁶ Até o início dos anos de 1850 não havia uma ideia clara das circunstâncias que regiam a ovulação. (LAQUEUR, 2001).

qual se indicava uma massagem na genitália¹⁷ feminina realizada com os dedos e algum tipo de óleo para curar acessos de histeria¹⁸. Essa prática era recomendada principalmente para mulheres viúvas ou com vidas castas, enquanto para mulheres casadas era recomendado como tratamento o intercuro sexual com seus maridos.

A histeria esteve fortemente atrelada à feminilidade, isto é, às mulheres. Era uma das doenças mais frequentemente diagnosticadas na história até que a *American Psychiatric Association* removeu as desordens histeroneurastênicas do cânone de doenças modernas, em 1952. Os sintomas clássicos da histeria eram: ansiedade, falta de sono, irritabilidade, nervosismo, fantasia erótica, sensações de peso no abdome, edema na parte inferior pélvica e lubrificação vaginal. Essa suposta doença e seus sintomas eram consistentes com o funcionamento da sexualidade feminina, cujo alívio era obtido por meio do orgasmo, seja pelo intercuro sexual no casamento ou massagem realizada pelo médico ou pela parteira. As visões androcêntricas adotadas foram esculpindo as doenças da sexualidade feminina e os instrumentos para lidar com ela, bem como a construção da própria sexualidade feminina ideal para encaixar nesses modelos. Esse modelo traz como definição de sexo uma atividade que envolve a penetração e o orgasmo masculino. A falta de orgasmo feminino não era percebida como ausência de sexo, e nem diminuía o ato. (MAINES, 1999).

A histeria foi fundamental para o desenvolvimento da psicanálise e para o feminismo. Segundo Juliet Mitchell (2006), a histeria teve uma curta história como doença, assim como sua ligação com a bruxaria ou possessão em outras épocas e lugares. Para a autora, a histeria migra e manifesta-se de formas mais afinadas com seu ambiente social e cultural. O desaparecimento da histeria envolve tanto a psicanálise quanto a teoria feminista. Um fator que desencadeou este desaparecimento diz respeito ao reconhecimento de que a histeria não era exclusividade feminina. A observação de que a histeria não estaria ligada ao útero (e sim ao cérebro) foi inicialmente feita por Jean Martin Charcot e em seguida, por Sigmund Freud. Esta visão foi um avanço, embora permanecesse a ideia de predisposição entre mulheres. (MITCHELL, 2006).

¹⁷ A massagem genital, realizada por médicos ou parteiras, era um procedimento normal na medicina ocidental para tratar a histeria.

¹⁸ Palavra de origem grega que significa útero. Pensava-se que somente as mulheres apresentavam sintomas histéricos. (APPIGNANESI; ZARATE, 2012).

Segundo Maines (1999), o vibrador¹⁹ surgiu no final do século XIX para o tratamento das desordens histeroneurastênicas como um instrumento útil para que os médicos provocassem o orgasmo nas pacientes mais rapidamente²⁰. A demanda por tratamento tinha duas fontes: classificação da masturbação feminina como impura e não saudável e a falha da sexualidade definida androcentricamente para produzir orgasmo regularmente na maioria das mulheres. Portanto, os sintomas definidos como ocasionados pela histeria, podem ter sido em grande parte o funcionamento normal da sexualidade feminina num contexto social patriarcal, que não reconhecia sua diferença essencial da sexualidade masculina.

O tratamento²¹ da histeria com o uso da tecnologia das vibrações criou instrumentos para impedir a masturbação com as mãos. “Paradoxal e interessante é essa convivência entre a repressão à masturbação e as técnicas de cura da histeria por intermédio de objetos que servirão de modelo prostético para os acessórios eróticos contemporâneos”. Trata-se de uma noção que o orgasmo opera em duas lógicas opostas: a doença enquanto masturbação e a cura enquanto tratamento da histeria, isto é, veneno e remédio. (GREGORI, 2011, p. 319).

Preciado (2002) afirma que hoje o dildo²² e os vibradores são uma prótese complexa da mão lésbica. A comercialização desses brinquedos sexuais ocasionou de volta a mão que masturba, estimulando a produção do orgasmo longe das práticas médicas e fora da relação heterossexual.

Historicamente a penetração do pênis na vagina era o modelo que normatizava a heterossexualidade e a reprodução, mas foi notado clinicamente que essa prática sexual falhava em produzir consistentemente o orgasmo²³ em mais da metade da população feminina. Esta interpretação torna necessário questionar tanto o *status* do pênis quanto a eficácia do coito para provocar orgasmo feminino. (MAINES, 1999).

As mulheres históricas representavam um mercado lucrativo para os médicos, pois nunca se curavam e nunca morriam desta condição, e continuavam

¹⁹ No século XX, muitos desses aparelhos foram comercializados. (MAINES, 1999).

²⁰ O vibrador reduzia o tempo tomado dos médicos para produzir resultados, de até uma hora para cerca de 10 minutos. (MAINES, 1999).

²¹ Poucos médicos consideravam essas práticas como uma busca ao orgasmo. (MAINES, 1999).

²² Deriva do italiano *dileto* que significa prazer ou gozo. No inglês clássico *to dildo* quer dizer acariciar sexualmente uma mulher. (GREGORI, 2011).

²³ A questão do orgasmo feminino na história está profundamente encoberta pela androcentricidade das fontes existentes. Segundo Maines (1999), suas fontes são relativas a mulheres brancas de classe média ou alta na Europa e nos Estados Unidos.

assim, a requerer tratamento regular. No mais, esse tratamento orgástico não fez nenhum dano às pacientes, contrastando com outras terapias do século XIX como a ovariectomia²⁴ bilateral, e a clitoridectomia para prevenir a masturbação ou o onanismo²⁵.

A partir da metade do século XIX os relatos de sintomas de histeria²⁶ praticamente sumiram da literatura, sugerindo mudanças a respeito dos sintomas, e não do comportamento das mulheres. A ideia que as mulheres requeriam satisfação sexual por saúde começou a entrar em conflito com a ideia de pureza feminina, e esse conflito passou a ser resolvido pela explicação de que as mulheres desejavam a maternidade e não o prazer. (MAINES, 1999).

As técnicas de massagem variaram pouco desde a Antiguidade até a era moderna, modificando-se somente os óleos lubrificantes empregados. Porém, outros tratamentos também existiam, como a hidroterapia. Alguns dispositivos de rolamento eram vendidos no mercado popular e combinavam massagem com eletroterapia. Estes eram vendidos para ambos os sexos e eram ditos como especialmente efetivos para renovar o vigor sexual em homens. (MAINES, 1999).

O objeto de preocupação médica acerca da histerização do corpo feminino desencadeou a formação de especialistas em várias patologias supostamente inerentes à natureza feminina. Tratava-se de uma arena possivelmente promissora para esses médicos, na medida em que as mulheres eram tidas como doentes por natureza, representando um grupo de pacientes numeroso e complexo. Esse processo de descoberta do corpo feminino “propiciou a constituição de mais um campo de saber e de aplicação de poder na superfície deste corpo tão saturado de sexualidade, situado no limiar da normalidade e da patologia”. (MARTINS, 2004, p. 118). Desta forma, o mercado do sexo já existia há bastante tempo, só que de outra maneira e em outro contexto histórico e cultural, principalmente o da patologia.

A sexualidade era considerada como saudável pela medicina ocidental quando ocorria dentro do casamento monogâmico, heterossexual e preferencialmente almejando a procriação. Outras práticas e desejos que não se

²⁴ Retirada de ovários saudáveis: começou a ser usada no início da década de 1870 e tornou-se um sucesso imediato na cura de uma variedade de “patologias comportamentais”: histeria, desejos sexuais excessivos e dores mais banais, cujas origens não podiam ser encontradas em outro lugar. (LAQUEUR, 2001, p. 213-214).

²⁵ Termo derivado da palavra Onã, figura bíblica que realizava coitos interrompidos. (PRIORE, 2011).

²⁶ Nas interpretações de Freud a histeria não era causada por privação sexual, mas por experiências da infância que poderiam se manifestar com propensão a masturbação ou com frigidez na penetração. (MAINES, 1999).

enquadravam neste contexto foram demarcadas como doenças que degeneravam o humano e destruíam a ordem social. Segundo Beatriz Preciado (2008, p. 41) “a patologização da masturbação e da homossexualidade no século XIX acompanha a constituição de um regime no qual a força orgástica coletiva é posta a trabalhar em função da reprodução heterossexual da espécie”.

Percebe-se então claramente a inseparável influência histórico-cultural no positivismo médico e científico: se no XIX o foco dos estudos sexuais era o desvio com seus perigos para o corpo e a alma, no início do XXI os trabalhos voltam-se para a importância da sexualidade “sadia” na chamada “qualidade de vida”. **Os riscos para a saúde são agora encontrados na escassez de desejo e falta de atividades sexuais. Exatamente o oposto dos conceitos anteriores, que localizavam o desvio perigoso justamente na importância “exagerada” dada aos prazeres sensuais.** (LEITE JÚNIOR, 2006, p. 26-27, grifo nosso).

Essas contradições presentes na perseguição aos excessos e no medo da escassez contemplam algo curioso no campo erótico: algumas perversões que eram consideradas graves problemas e criminosas passaram a ser fantasias inofensivas propostas dentro de limites considerados sadios, mas somente quando expressos em versões mais moderadas e leves. Como exemplo, o sadomasoquista é concebido pela medicina atual como um perverso, um doente, porém quando essa prática é apenas vista como uma fantasia erótica, ela se desloca do âmbito da patologia e passa a ser encarada como um incremento da vida sexual. (LEITE JÚNIOR, 2006). Assim podemos dizer de acordo com Louro (2000), que as sociedades constroem as fronteiras que separam aqueles que representam a norma, estando em consonância com seus padrões culturais, e aqueles que ficam fora dela. Na nossa sociedade, o homem branco, heterossexual, de classe média urbana e cristão foi estabelecido como norma, deixando os outros sujeitos sociais marcados, definidos e denominados a partir dessa referência. Por esta perspectiva a mulher passa a ser o segundo sexo e os *gays* e as lésbicas serão identificados como desviantes da heterossexualidade. Uma forma de sexualidade é universalizada e naturalizada como referência para todos os sujeitos. Além disso, a heterossexualidade é concebida como normal, na qual todos os sujeitos tendem a eleger como parceiro de seus afetos e de seus desejos sexuais alguém do sexo oposto. Por conseguinte, formas de sexualidade não adequadas às normas heterossexuais são constituídas como antinaturais e anormais. Vale ressaltar que essa inclinação, aparentemente inata e natural, é frequentemente vigiada e requer

um intenso investimento. Tal investimento é concretizado por meio de uma pedagogia, por vezes de forma articulada, com a família, a escola, a mídia, a igreja e a lei. Essa pedagogia reitera identidades e práticas hegemônicas, subordinando e recusando outras identidades e práticas. No entanto, a vigilância sobre a sexualidade não elimina as fantasias, as dúvidas, e a experimentação do prazer acaba sendo mantida no âmbito do segredo e do privado. Esses processos se instituem “através de múltiplas estratégias de disciplinamento, aprendemos a vergonha e a culpa; experimentamos a censura e o controle. Acreditando que as questões da sexualidade são assuntos privados, deixamos de perceber sua dimensão política”. (LOURO, 2000, p. 29).

Recentemente novas doenças têm sido identificadas, entre elas as disfunções sexuais. Na última década tornaram-se frequentes notícias circulando acerca da definição dessas disfunções e dos tratamentos disponíveis no mercado farmacêutico. A partir do lançamento do Viagra®, em 1998, iniciou-se a consolidação de uma nova era da medicalização da sexualidade. Os medicamentos disponíveis para tratamento da disfunção erétil no Brasil são campeões de venda, entre outras tecnologias relacionadas ao desempenho sexual, que se utilizam de um novo discurso normativo em torno do sexo, inclusive pela noção de saúde sexual. O sexo promovido na era Viagra® é focado na satisfação e estrategicamente separado dos inconvenientes históricos ligados a sua prática, tais como a reprodução não desejada, as DSTs e o HIV/AIDS. Segundo Fabíola Rohden (2009), há um intenso jogo de interesses nos discursos que estão sendo produzidos, além dos múltiplos atores envolvidos, como pesquisadores, clínicos, indústria farmacêutica, mídia e consumidores.

Considera-se também que o discurso que construiu o Viagra® atribuía ao homem um valor prioritário por sua potência sexual, por seu papel ativo nas relações sexuais e por reiterar a supremacia da lógica heterossexual, colocando a “mulher como mera expectadora ou participante passiva nas relações sexuais”. (BRIGEIRO; MAKSUD, 2009, p. 86). Enquanto os discursos que constroem os produtos eróticos atribuem as mulheres um valor de destaque por seu papel ligado a afetividade e a manutenção de um relacionamento/casamento reiterando a heterossexualidade. As mulheres que na era Viagra® teriam supostamente um papel secundário nas relações sexuais, passaram a ter um papel fundamental com o uso dos produtos

eróticos, na medida em que usam seus corpos e seus poderes de sedução para atrair seus parceiros sexuais.

Aos poucos constitui-se uma ciência do orgasmo ideal, uma nova sexologia, e conseqüentemente, uma nova norma sexual. Isso resulta em uma clientela cada vez maior para os sexólogos contemporâneos, distantes dos sexólogos pioneiros que tratavam apenas os pervertidos e os portadores de DSTs. A nova sexologia desenvolve orgasmoterapias e profilaxias das disfunções sexuais. (ROHDEN, 2009).

Dentro desse contexto de patologização, discursos e produções de sexualidades “normais” e “anormais”, Preciado (2008) vai indicar o aparecimento de um novo capitalismo numa era farmacopornográfica, na qual duas esferas gerem a vida dos indivíduos: a esfera biomolecular (fármaco) e a esfera semiótica técnica (pornô), nas palavras da autora:

Durante o século XX, período em que é realizada a materialização farmacopornográfica, a psicologia, a sexologia, a endocrinologia estabeleceram sua autoridade material, transformando os conceitos psíquicos de libido, de consciência, de feminilidade e masculinidade, de heterossexualidade e homossexualidade em realidades tangíveis, em substâncias químicas, em moléculas comerciais, em corpos, em biotipos humanos, em bens intercambiáveis gestados pelas multinacionais farmacêuticas. (PRECIADO, 2008, p. 32).

Ocorre a passagem de um modelo biológico para um modelo bioquímico de entendimento do corpo. Os hormônios sexuais configuram a passagem de uma lógica do excesso (até final do século XIX) relativo a sexualidade feminina, ou a própria representação da feminilidade para o imperativo da falta (a partir de meados do século XX), calcada na carência ou ausência de feminilidade, expressão de múltiplas formas, do desejo sexual, a capacidade de reprodução. (ROHDEN, 2008).

Conforme Martins (2004) os discursos continuam a afirmar que o destino das mulheres está atrelado aos seus corpos, negando seus desejos e suas subjetividades. As mulheres continuam dependendo dos seus corpos para serem aceitas socialmente e para construir suas identidades. Para a autora, as imagens e os mecanismos de controle sobre as mulheres não são apenas produtos do mercado, fazem parte de uma história da produção de saberes e práticas sobre seus corpos. Desta forma, a maneira pela qual o corpo é entendido e explicado, mesmo que em nome da ciência, varia de acordo com o momento histórico, tanto pelas representações corporais produzidas, quanto em relação aos interesses políticos e

ideológicos dominantes. (RAGO, 2002). Segundo Margareth Rago (2002) o clitóris foi fundamental para a redefinição social da mulher, embora se tenha dado pouca atenção a esta relação e ele tenha sido escotado ou esquecido conforme os interesses em questão:

[...] é possível perceber que, em momentos de desestabilização social, provocada pela modernização econômica e pela transformação social dos hábitos, as discussões sobre a capacidade desejante da mulher, ou sua possível igualdade em relação aos homens também em matéria de sentimentos, instintos e sensações ganham destaque e, com elas, o clitóris adquire visibilidade. É também possível concluir que as informações médicas sobre a anatomia do corpo feminino e seu funcionamento variam conforme o maior conservadorismo ou progressismo da época. Nos momentos de explosão feminista, como nos inícios do século e nas décadas de 1970 e 1980, o clitóris entrou em cena, as mulheres ganhando autonomia em relação aos homens inclusive no campo sexual, biologicamente fundamentadas. Nos períodos de enclausuramento do desejo, como nos anos 30, 40 e 50, os discursos autorizados promovem a figura da "mãe cívica", logo, sem desejo e sem tesão. O precioso órgão desaparece dos discursos competentes. (RAGO, 2002, p. 194).

No Brasil a discussão foi introduzida por uma revista comercial feminina originada nos EUA em 1967: a revista *Nova Cosmopolitan*, lançada no Brasil em 1973. A revista contemplava a figura de uma "nova" mulher, independente, livre e nova integrante do mercado de trabalho. Além disso, explicava a fisiologia dos corpos, destacando o clitóris como um passaporte comum do prazer sexual. Para essa "nova" mulher, novos saberes sexuais poderiam desencadear uma mudança de comportamento e das práticas sexuais. (RAGO, 2002).

Todas essas questões nos reportam a tensão entre controle, liberdade, sujeito, agenciamentos, subjetivações, necessidades, escolhas e reflexividade. Pelos caminhos destes parâmetros de revisão que produzimos até este ponto, resta pouco lugar para escolhas e territórios de desejo que já não tenham sido agenciadas. O discurso e a prática biomédica, a moral social que se volta à maternidade, deixam pouco lugar para um projeto de modernidade em relação a sexualidade que se dê a partir de um "eu" reflexivo que se conecta aos processos de mudança social. O século XVIII, por exemplo, estava propiciando um rol enorme de mudanças, contudo as mulheres foram inseridas pelas vozes dos homens, no projeto iluminista masculinista da família com filhos.

A sexualidade pensada como reprodutiva apagava as vozes e os saberes que estavam sendo dominados e as memórias dos diferentes combates das

mulheres. Este contexto permite ao “eu” feminino burguês um processo de reflexividade de si como mãe. Contudo, a questão do prazer está longe de ser resolvida pelos caminhos até este ponto demarcados, vide as questões suscitadas pelas problematizações, as tensões que envolvem o tema da pornografia e a maneira pela qual o corpo é entendido e explicado, mesmo que em nome da ciência.

2.2 PRAZERES E DESEJOS CORPORAIS: PORNOGRAFIA OU EROTISMO?

Atualmente várias percepções sobre a sexualidade estão sendo feitas com notável participação do mercado erótico brasileiro, em que se associa a atividade sexual a uma vida com saúde e bem-estar. O prazer sexual tem sido determinante para a saúde sexual²⁷. “A Associação Mundial de Saúde Sexual²⁸ declarou que o prazer e a satisfação sexuais são essenciais para o bem-estar”. (KNERR; PHILPOTT, 2008). O mercado erótico tem incorporado o discurso da saúde e do bem-estar para ampliar suas vendas e aumentar seus clientes. No entanto, os discursos dos *sex shops* e outros espaços de venda dos produtos eróticos estão estrategicamente²⁹ afastados dos inconvenientes históricos ligados à prática do sexo, como bem aponta Rohden (2008) no seu estudo com o medicamento Viagra®. Seria uma espécie de prazer desprovido de sua essência perigosa³⁰, onde tudo é permitido e pode-se desfrutar de tudo, como nos mostra Slavoj Žižek (2003) falando sobre os produtos comercializados de hoje: café sem cafeína, creme sem gordura, cerveja sem álcool, sexo virtual como sendo sexo sem sexo, ópio sem ópio, entre outros. Estaríamos vivendo em uma realidade virtual com o consumo de produtos desprovidos de sua substância, tal qual o café descafeinado com o mesmo cheiro e sabor de um verdadeiro café. Estariam os produtos eróticos nessa mesma lógica?

²⁷ A saúde sexual é um estado de bem-estar físico, emocional, mental e social em relação à sexualidade; não é meramente a ausência de doença, disfunção ou debilidade. A saúde sexual requer uma abordagem positiva e respeitosa à sexualidade e às relações sexuais, assim como a possibilidade de ter experiências sexuais prazerosas e seguras, livres de coerção, discriminação e violência. (WHO, 2006).

²⁸ No 17º Congresso Mundial de Sexologia em 2005.

²⁹ A partir da percepção de que o sexo sem proteção ocorre aliado ao prazer, estratégias de programas de saúde estão usando a linguagem do erotismo para conseguir incorporar prevenção nas relações sexuais. Anne Philpott (2008) analisou as técnicas para negociar o uso da camisinha feminina e percebeu que as pessoas descobriam com sua experiência que o anel exterior da camisinha estimula o clitóris e o anel interior estimula o final do pênis, transformando as camisinhas femininas em brinquedos sexuais.

³⁰ George Gouvea, presidente do Grupo Pela Vidda, denuncia que no Brasil só se fala em AIDS no carnaval. (2012).

Paula Aguiar (2011a) afirma que os cosméticos eróticos brasileiros são muito criativos e que há uma exposição do erótico em novelas, programas de humor, revistas e filmes, e que os produtos podem ser encontrados em vários espaços, no comércio de *lingerie* e até em lojas de perfume. Ainda assim, parece haver um estigma em torno do comércio dos produtos eróticos, e neste sentido muitos empresários estão procurando dissociar os seus produtos da pornografia. Dessa forma, o mercado erótico acredita que a melhor estratégia de crescimento para a indústria de brinquedos eróticos é separar pornografia do erotismo. O público alvo são os casais heterossexuais em uma clara tecnologia de produção prioritariamente heteronormativa, portanto as embalagens estão ficando mais sugestivas e menos explícitas. Nos últimos anos os brinquedos eróticos começaram a aparecer em Amazon.com, Walgreens.com e outros sites de compras de estilo *magazine* (compras de família). (ABEME, 2012). Algumas farmácias na Inglaterra estão vendendo vibradores, até mesmo fora das caixas e expostos em vitrines.

Aqui cabe destacar os conceitos acerca da pornografia e do erotismo, embora muitos pesquisadores não concordem com esta distinção³¹. Pornografia é um termo derivado do grego *pornographos*, que significa “escritos sobre prostitutas”, tendo sido este gênero fundado no século II. A palavra “pornógrafo” aparece somente em 1769 e diz respeito a prostitutas, enquanto o erotismo é derivado do erótico, um adjetivo do deus grego Eros relacionado a amor e paixões carnis, e aparece no século XIX. Embora os termos signifiquem um conjunto de sensações, sentimentos, ideias e atitudes associadas ao sexo, no senso comum do ocidente prevalece uma distinção perspicaz. Desta forma, a pornografia é compreendida como o universo da prostituição, aquele que transforma o sexo em consumo, num sentido mais carnal, sensorial, comercial e explícito. O erotismo é compreendido num sentido mais inclinado ao sublime, espiritualizado, delicado, sentimental e sugestivo. Seria uma tensão sexual implícita, mas não totalmente exibida. (LEITE JÚNIOR, 2006).

A pornografia encarna o sexo considerado ilegal, ilegítimo, perigoso e desestruturador do “estabelecido”. O erotismo é a representação da sexualidade limpa, legal e organizada, pois já foi aceita por grupos culturalmente “estabelecidos”. Normalmente, o erótico nunca é voltado para o prazer em si mesmo como um fim legítimo, mas sempre é usado como um

³¹ Para saber mais ver os estudos do antropólogo Jorge Leite Júnior (2006) e da antropóloga Maria Filomena Gregori. (2005; 2010; 2012).

meio para algo maior: o questionamento das relações de poder, o sentimento de paixão, entre algumas possibilidades. Sendo erotismo e pornografia os dois lados de uma mesma moeda de prazeres, desejos e comportamentos, a pornografia é sempre o lado maldito. Se ela passar para a outra face, automaticamente torna-se 'erotismo', pois agora pertence ao campo do já organizado e legítimo socialmente. (LEITE JÚNIOR, 2006, p. 34).

Segundo Gregori (2005), a procura por um corpo saudável vem servindo como referência ao novo erotismo de hoje, esvaziando-o de sentidos que possam colocá-lo como fonte de mal-estar. Com isso, haveria uma tentativa de legitimar as variadas práticas sexuais, como o sadomasoquismo, por exemplo, tornando-as assépticas, *clean*. Comentando a respeito dos manuais sobre sexo, Gregori (2005) afirma que, em linhas gerais, eles não se diferenciam de livros de ginástica que ensinam como fazer exercícios físicos da maneira mais eficiente e correta.

A figura do devasso, proibido e anormal foi perdendo bastante seu espaço. Giddens (1993) aponta que hoje vivemos uma “despervertização do sexo” na medida em que as pessoas lidam com a sexualidade de maneira mais natural. Os comportamentos sexuais patologizados passam a ser mais aceitos, embora práticas sadomasoquistas beirem o limite do *status* de normalidade. (CARMO, 2011). Porém, quando essa prática é empregada apenas como fantasia erótica não é vista como patologia. (LEITE JÚNIOR, 2006).

Em um contexto de desejos e fantasias, as relações sexuais inter-raciais são bem difundidas na cultura brasileira, estereótipos sobre as mulheres negras são constituídos em torno de objetos de prazer e alvos fáceis para os homens brancos, enquanto os homens negros são vistos como virilmente superiores aos brancos. Há a suposta constatação de que no campo erótico existe a superioridade do homem negro sobre a opacidade do homem branco. (MOUTINHO, 2004).

Na esfera dos desejos, Bensusan afirma que:

A esfera de desejos parece por vezes ter todas as suas portas e janelas abertas. Parece que cada desejo pode ser transformado, ainda que não possamos alterar todos os nossos desejos ao mesmo tempo. Os desejos formam um composto em que cada um só pode ser entendido – e só pode atuar – sobre o pano de fundo dos outros desejos. Se pudermos confiar nessa propriedade transformável dos desejos, essa plasticidade dos desejos de cada um de nós, temos a indicação de um caminho na política dos desejos: eles não são naturais, não estão amarrados em nós com laços de aço. Acredito que os feminismos são pedagogias do desaprendizado das pornografias masculinistas. Espero que eles atuem sobre meus desejos. Observo meus desejos como uma arena em que minha soberania, minha política, a natureza e minha educação estão

presentes. Observo o que faço com a pornografia que coloniza alguns dos meus desejos dentro dessa arena. (BENSUSAN, 2006, p. 9).

De acordo com Bensusan (2006), os desejos adquirem força sobre o indivíduo com base no mundo no qual esse indivíduo está inserido. A esfera dos desejos, apesar de fazer parte da intimidade de cada um, está com as portas e janelas abertas para receber influência do ambiente social no qual este indivíduo está inserido. Esses espaços do desejo também se constituíram no interior do que era chamado esfera do privado, como uma instância separada da esfera pública, ou da prostituição que é a da rua e do exterior da casa (até 1970). Portanto, a casa era reservada à reprodução e ao desejo de moralidade presa a noção de filhos e ao ideal de fidelidade conjugal. Esses ideários persistem em muitos contextos e foram construídos e divulgados, durante o século XIX, baseados em um modelo de mulher como negação do corpo e da sexualidade feminina; que deveria ser totalmente voltada para a reprodução. A negação da sexualidade feminina era necessária para o bom desempenho de sua função como esposa e mãe, embora, segundo Martins (2004, p. 41), por mais que os médicos e outros autores não especializados se esforçassem em entronizar a imagem dessexualizada da mulher-mãe, pairava sobre a maternidade a mácula da sexualidade, lembrada na gravidez, no parto, na própria amamentação e nas doenças das mulheres, pudicamente tratadas pelo médico iluminista que ainda não tocava nos castos corpos de suas pacientes. A ordem estabelecida neste contexto era a do desejo normatizado, dentro da família nuclear, e das formas de maternidade e paternidade voltadas ao pressuposto da heterossexualidade compulsória. Nesse ponto muitas outras intervenções foram feitas. Michel Foucault (2011) traz uma longa discussão sobre a construção da sexualidade, do sexo e das práticas sexuais através dos tempos. Autoras como Margareth Rago (2002) buscam entender o binômio entre a repressão sexual e a liberação do sexo nos anos setenta.

A partir destas reflexões, muitos outros espaços vêm sendo propostos, tanto pelo cinema, pela arte e pelas teorias *queer*, e embora com o passar do tempo a sexualidade não tenha ainda um papel central na vida dos casais em todos os contextos e nem em todas as relações, ela ganhou centralidade em muitos espaços. A chamada revolução feminista trouxe muitas desnaturalizações e sentidos novos, já que não estão ligados somente aos modelos heteronormativos e às práticas reprodutivas. Ocupou, portanto, um espaço fora do matrimônio. Estas dinâmicas

históricas e sociais nos levam a perguntar se estaríamos vivenciando uma grande transformação social no que tange à sexualidade, ou se os novos contextos, como é o caso de nossa pesquisa sobre os *sex shops* e os produtos eróticos, estariam reproduzindo a normatividade sexual agora proposta pelo mercado do sexo. Ou ainda, tratar-se-iam de necessidades condicionadas e impostas pelo mercado dos produtos eróticos em efeitos de poder constitutivos de “novos sujeitos”?

O que está ocorrendo com esta relação, quando produtos de todos os tipos são lançados de acordo com as leis de mercado e estrategicamente colocados para uso na vida cotidiana dos indivíduos? Esta dinâmica mercadológica estaria gerando as mesmas necessidades e insatisfações à medida que o ideal por ela proposto está distante da realidade vivida em relação as dificuldades com a sexualidade, nas relações sobretudo entre homens e mulheres?

Será que poderíamos dizer, de acordo com Marcuse (1975)³² para o contexto dos anos 70, que os interesses dominantes se utilizam da tecnologia para manipular necessidades doutrinando os indivíduos, que são inteiramente controlados pela hegemonia do capital?

Hoje, conforme assevera Bozon (2004), as pessoas necessitam de um aprendizado social para saber de que maneira, quando e com quem, podem agir sexualmente, e esse agir necessita dar um sentido aos atos. A construção social da sexualidade envolve a articulação de atividades mentais e corporais, e ambas são aprendidas pela cultura, mas também são processos de constituição de si que se tencionam entre tecnologias de mercado, propaganda, performatividade e possibilidades reflexivas. Os saberes, as representações e os conhecimentos sobre a sexualidade são produtos culturais e históricos que contribuem para moldar e modificar os cenários culturais da sexualidade e até mesmo fixar aquilo que descrevem. Entretanto também permitem posicionamentos reflexivos dos sujeitos. Muitas são as autoras que mostram as tensões desses processos.

Tania Navarro Swain (2012) aborda os discursos presentes na mídia, na ciência e na psicanálise, estes que vão criando modelos, padrões de condutas e valores e que firmam o dispositivo da sexualidade. O dispositivo da sexualidade vai

³² No livro “Eros e civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud”, Marcuse (1975) discorre sobre a civilização no ocidente, afirmando que esta se centrou na categoria logos contra a de Eros, tencionando as figuras míticas de Prometeu, Orfeu e Narciso. Trata-se de uma crítica ao modelo civilizatório repressivo, que tinha como foco o trabalho produtivo nos discursos da ciência e da tecnologia, excluindo a dimensão hedonista de Eros das relações sociais.

instituir e destituir identidades, ditar comportamentos, práticas, representações e auto representações. A autora afirma que é desmedida a importância que é dada aos órgãos genitais, questionando a expressão “vida sexual”, pois não se fala, por exemplo, da vida visual ou da vida manual. A autora explica que essa importância é dada para demarcar poderes, lugares de posse e dominação, além de construir e demarcar os corpos por meio da ordem cujos mecanismos hierarquizam, ao criar valores ligados ao sexo. Mesmo considerados estes aspectos, o que percebemos é que o contexto sexual do século XXI é bem diversificado, como visto anteriormente, e muitas das repressões normativas foram reintegradas de outras maneiras e em outras formas por nossa sociedade. (BUTLER, 2003). As informações acerca do sexo passadas pela mídia, psicólogos, sexólogos, etc. nos apontam diversas interpretações em relação à sexualidade já desde a teoria e a prática nos parece ainda mais complexa. A psicanalista e sexóloga Regina Navarro Lins (2010), em seu livro “A cama na rede”, faz questionamentos acerca do que os brasileiros pensam sobre amor e sexo. A autora retrata uma pesquisa extensa que vai do período de 2000 a 2009, realizada com usuários do *site* Cama na rede. Ela aborda questões-chave do convívio humano através de 50 perguntas dirigidas aos internautas. Embora esse estudo apresente falhas metodológicas, como a ausência da quantidade de pessoas que fizeram parte da amostra ou qual a porcentagem de homens e mulheres, algumas respostas desses internautas me parecem fundamentais para pensar o contexto sexual de hoje. Em tais respostas, as percepções de afetividade estão ligadas à sexualidade e ao erotismo.

Uma das questões é: com o tempo o tesão pelo parceiro/a diminui? Por quê? As respostas dos usuários do *site* mostram que 72% acreditam que com o tempo o tesão entre o casal diminui, enquanto 28% afirmaram que não diminui. (LINS, 2010). As pessoas que afirmam sim possuem um vocabulário e apreensões sexuais muito parecidos, tais como: a convivência, a rotina, a comodidade, a falta de criatividade, uma relação extremamente repetitiva, a mesmice, a falta de descobertas, não há novidades, as pessoas se esquecem de se dedicar ao outro e, por fim, a falta de cuidado (vaidade) com o corpo. Alguns internautas chegavam a se questionar quais seriam as manobras de criatividade que as pessoas utilizam para continuar com o mesmo tesão em um/a parceiro/a com os quais convivem anos a fio.

Assim, percebemos que há uma idealização do “tesão”, que se pauta no intenso instinto sexual, estereotipando uma *performance* sexual na qual as relações devem ser reguladas por um quente e fervoroso sexo. À medida que o cotidiano lhes traz novas formas de pensar e vivenciar o sexo, têm-se a impressão que o “tesão” acabou. É neste momento em que esta percepção se produz que recuperam e reintegram essa norma performática através dos produtos sexuais, como podemos perceber pelas narrativas encontradas na pesquisa realizada por Lins (2010).

A performatividade não é um ato singular ou deliberado, é uma prática interativa e citacional. Os discursos produzem os efeitos que eles nomeiam. As normas regulatórias do sexo trabalham para materializar o sexo do corpo, materializar a diferença sexual a serviço da consolidação do imperativo heterossexual. Essa materialidade é efeito de um poder. (BUTLER, 2003).

Assim, em relação ao tesão como um imperativo e efeito do poder quando ele diminui em sua *performance* produz-se uma série de explicações passíveis de intervenção. Se as relações sexuais entre um casal passam a ser denominadas de feijão com arroz é preciso apimentar. A falta de complemento, como é sentida, abre espaços para o desejo de melhorar a satisfação. Outra explicação segue o caminho da comparação entre uma relação recente e uma relação madura, ressaltando que o sexo durante o início de um relacionamento é de descoberta, novidade, diferente, impressionante e excitante, em contraste com as falas e as características de um relacionamento mais maduro, mais envelhecido. Nesta resposta o internauta seguiu seu discurso dizendo: “sinto que o sexo tem que ter sabor. E não se encontra mais sabor depois de comer o mesmo prato por anos a fio por mais que se goste dele”. (LINS, 2010, p. 51).

Percebe-se que a satisfação sexual é colocada por grande parte das pessoas em um patamar quase inatingível, tornando o prazer algo desconectado da sua realidade, do seu presente. Com isso, as pessoas se tornam frustradas, constantemente insatisfeitas colocam seu desejo sempre em outro lugar. Esse processo gera insatisfações na medida em que um ideal a ser atingido é construído distante da realidade. Se esse desejo está sempre se interpondo como o inacabado estamos reiterando uma sexualidade colonizada por modelos cujos ideais são inatingíveis?

Hilan Bensusan (2004, p. 132) reflete sobre algumas consequências da maneira como pensamos e vivemos nossos desejos. Para o autor, desejos são parte

de uma arena, em sentido amplo uma arena política. É porque nossos desejos são politizáveis que nossa libido (que conduz nossos desejos) pode ser colonizada. Bensusan deixa claro que o patriarcado normatiza a heterossexualidade, sendo um regime político sobre nossos desejos. “Vivemos em um regime de desejo. Existem normas específicas para o desejo, normas ditadas pelos outros e que parecem fazer parte da forma e do conteúdo dos nossos desejos”.

Para esta forma de abordar nem tudo pode ser erotizado por si mesmo. Muito do que é erotizado é apenas símbolo dos objetos primordiais do desejo. Fomos domesticados para selecionar os objetos apropriados para o nosso desejo e rejeitar os que não devem ser desejados; em consequência disso, os objetos primordiais são ofertados em um pequeno rol de opções: são desejáveis porque são seios, são órgãos genitais ou porque são jovens, ou porque são brancos ou porque são ícones de classe. O desejável não se articula por si mesmo, ele depende de outras propriedades. Nesta linha pensamos que os “objetos” eróticos vendidos no *sex shop* estariam normatizando os desejos.

Assim, “o regime coloniza de uma forma específica o desejo; entende o desejo como algo que precisa ser saciado e o seu objeto consumido, aprisionado”. (BENSUSAN, 2004, p. 132). Portanto, nossos olhos são treinados para ir ao encontro do objeto desejado. Nossos olhos vão para onde interessa caçar. Há uma forma de desejar e ser desejado, no qual nosso desejo e nossa capacidade de ser desejado é um instrumento de poder da nossa disposição. Assim, os homens aprendem como desejar e as mulheres como serem desejáveis. Dentro desse contexto, o amor romântico apresenta níveis de desejos obrigatórios e de compromissos em termos já estabelecidos. Desta perspectiva mais uma vez não há lugar para o “eu” fora da reiteração.

Nossos desejos sexuais são a fonte de todos os nossos desejos e de nossa identidade; abdicarmos de nossos desejos é o mesmo que perdermos a nós mesmos, não satisfazer nossos desejos sexuais é o mesmo que abdicar do direito de sermos nós mesmos: não somos livres; vivemos agenciados porque não escolhemos (não desejamos) os nossos desejos. (BENSUSAN, 2004, p. 136).

Outro aspecto que a pesquisa de Lins (2010) apresenta para a questão da diminuição ou não do “tesão”, é que o combustível da excitação é a possibilidade da conquista, a sedução. Estas respostas reafirmam que a rotina e os problemas de família atrapalham o relacionamento sexual, pois o casal reserva os momentos na

cama para conversar sobre os problemas domésticos (filhos, dinheiro, etc.), devido à falta de tempo em decorrência do trabalho. O espaço da cama ligado a problemas na família pode gerar um esfriamento do sexo entre o casal. (LINS, 2010). Dessa forma, é comum falar de aquecer uma relação se contrapondo ao esfriamento, utilizando binarismos, entre frio e quente antes e depois.

Já o internauta que discordou quanto à diminuição do tesão entre o casal com o passar do tempo, o faz a partir de si. Ele diz que lendo e conversando muito com a esposa, passaram a namorar mais e a adotar práticas inovadoras, inclusive mudando o guarda-roupa íntimo. Ele acredita que isso aumentou o desejo entre ambos e que estão mais felizes e fiéis. É interessante observar que este caso atribui o aumento do tesão como um cultivo de ambos que passa pelo diálogo e mudança dos intermediadores, as roupas íntimas.

Ao contrário destas falas a pesquisa também mostra que poderiam ser problematizados:

É bem maior o número de mulheres que fazem sexo sem nenhuma vontade. Elas tentam postergar a obrigação que se impõem para manter o casamento, mas às vezes não tem jeito. Quando o marido se mostra impaciente, o carinho e a amizade que sente por ele, ou o temor de perdê-lo, fazem com que a mulher se submeta ao sacrifício. (LINS, 2010, p. 51).

Estudos mostram que a mulher perde o interesse sexual no casamento muito mais do que o homem. (LINS, 2010). Uma das causas apontadas para as dificuldades das mulheres é frequentemente atribuída a noção de sexualidade que produzem o masculino como aquele que tem mais necessidades sexuais do que as mulheres. Como aquele que se satisfaz rapidamente com a ejaculação. Desta maneira frequentemente estes atributos fazem com que as mulheres por sua vez, sejam representadas como as que não necessitam de sexo bom. Evidentemente, essa concepção reproduz modelos binários de gênero.

Embora algumas mulheres reclamem seu direito ao prazer desde o início dos anos de 1970, na prática clínica são encontradas mulheres que se apresentam insatisfeitas sexualmente. Diante do temor de colocar em risco sua autoestima e seu relacionamento, elas lançam mão da estratégia de simulação do orgasmo, a fim de encurtar o tempo de relações não prazerosas, garantir a continuidade do relacionamento, não revelar ao parceiro suas dificuldades sexuais e manter o sentimento de competência sexual do parceiro. (PRATA; DIAS, 2008).

Carmita Abdo (2011)³³ analisa que os principais tabus a serem quebrados em relação à sexualidade seriam o tamanho do pênis para o homem e a perda da virgindade e o orgasmo para a mulher. Segundo a autora, a mulher faz sexo buscando a proximidade de contato, o carinho, a confirmação de que são desejadas, amadas, bonitas e sexy, enquanto os homens querem a confirmação da virilidade e ainda relacionam o desempenho com a macheza. Em relação a confirmação da virilidade, na década de 1940, segundo Oswaldo de Andrade “muitos deles [rapazes] vi se orgulharem de um cancro duro – pura sífilis. Era um atestado de virilidade pegar uma boa gonorreia”. (1940 apud RAGO, 2008, p. 160). Esses dados reiteram o comportamento binário de homens e mulheres em uma ordem legitimada pela sociedade, fixada pelo sexo, esquecendo que estamos falando de mulheres e de homens, nas suas particularidades que estão sendo esquecidas pelo modelo biomédico. Esses discursos geram verdades que podem estar sendo reiteradas e reproduzidas pelos indivíduos. Mas, por que não pensar que existem homens que também querem se envolver afetivamente com alguém antes de fazer sexo com uma pessoa? E por que não pensar que uma mulher também pode querer apenas transar com um parceiro sem querer que o mesmo ligue no outro dia?

Em relação às queixas femininas quanto à prática heterossexual, as mulheres apontam que os homens ejaculam muito rápido e investem pouco nas preliminares. A reclamação dos homens em relação às mulheres é a falta de desejo sexual. Segundo a pesquisadora, à medida que o relacionamento vai se tornando mais estável, elas vão tendo menos desejo. Carmita Abdo (2011, sem paginação) aponta como empecilho sexual as múltiplas atividades femininas: “cuidados com a casa e os filhos, vida profissional, cuidados com os pais, vida conjugal e atividade sexual”. Essas questões nos fazem refletir: será que um dos possíveis motivos para essa “falta” de desejo feminino não pode ser explicado pelo modelo androcêntrico de sexualidade, e, portanto, menos prazerosa às mulheres? Essa falta de investimento nas preliminares não é fruto de um modelo que focaliza os órgãos genitais, principalmente o masculino? O modelo contrassexual de Preciado (2002) procura desconstruir essa canalização nos órgãos genitais, e, além de ressexualizar o ânus, inclui as outras partes do corpo como locais de excitações e prazeres corporais.

³³ Fundadora do Programa de Estudos de Sexualidade (ProSex) do Instituto de Psiquiatria do Hospital de Clínicas em São Paulo.

Será que os produtos eróticos podem contribuir para que outras partes do corpo possam ser ressexualizadas?

Outra questão colocada por Regina Navarro Lins (2010) em seu livro foi: você já utilizou algum objeto de *sex shop* com seu/a parceiro/a? Os internautas que afirmaram já ter feito uso de algum produto erótico foram 65% enquanto 35% responderam que não. Embora alguns internautas não tenham feito uso, alguns deles se mostraram favoráveis ao uso desses produtos. No entanto, alguns não sentem coragem para comprar, outros alegam falta de dinheiro por considerarem os produtos caros, e outros dizem temer que os filhos encontrem esses produtos em casa. Alguns internautas se manifestaram contra o uso desses produtos.

Novamente as respostas apontam para a temática da rotina, para a qual o uso desses produtos seria uma fonte de mudança, tornando a relação mais instigante. São comuns palavras como “temperar” e “apimentar” a relação. Algumas mulheres davam dicas acerca das maneiras de obter mais prazer enquanto se é penetrada por algum parceiro, como estimular o clitóris com um vibrador durante a relação sexual. (LINS, 2010).

Regina Navarro Lins (2010) mostra que as pessoas sentem cada vez menos vergonha de experimentar novas maneiras de prazer sexual, tais como a masturbação ou a busca de novas sensações sexuais na relação com o/a parceiro/a. Nesse sentido, os produtos eróticos, como os cosméticos, poderiam ser uma opção para escapar do grande foco penetrativo do sexo, descobrindo outras partes do corpo que poderiam ser sexualizadas, tais como a orelha, o pescoço, as costas, a barriga, os braços, os pés, etc. Por outro lado, entendemos que explorar outras partes do corpo que não somente os órgãos genitais podem ser realizados sem o uso desses produtos, mas com o uso das mãos, dos pés, da língua e o roçar e esfregar dos corpos. Talvez o efeito do morder, lambear, arranhar, chupar, esfregar e o apertar dos corpos poderia ser suficiente para excitação e desejo sexual.

Maria Filomena Gregori (2011), em pesquisa realizada em *sex shops* de São Paulo, explicita que teve a sensação de que no mundo atual o que não é mais possível é a ausência de interesse pelo sexo. Outras questões que podem ser refletidas são: será que essa “falta” de vontade e/ou desejo sexual das mulheres correspondem mesmo a uma “falta” ou entraria em uma nova lógica dos novos saberes e das novas verdades sobre a sexualidade feminina? A procura de produtos eróticos e brinquedos pelas mulheres podem estar disfarçados pelos discursos de

manter um relacionamento e/ou casamento, mas no fundo algumas mulheres não estariam procurando uma maior satisfação sexual em suas relações? A lógica desse mercado de produtos eróticos continua mantendo uma identificação das mulheres com seus corpos?

Acreditamos que o corpo é um componente central na operação do poder, seja no tratamento das falhas de feminilidade enquanto “excessos sexuais” ou enquanto “falta de desejos sexuais”. Dessa forma, os dispositivos da sexualidade continuam transformando a sexualidade feminina em “problema”, os corpos femininos continuam sendo controlados pelos discursos das novas verdades sexuais e esse controle (embora de maneira mais sutil) tem notável participação do mercado de produtos eróticos. Esses controles trazem como discursos a ideia de satisfação sexual, saúde e felicidade conjugal ou no relacionamento. Em contraste com o passado em que a sexualidade estava atrelada ao perigo e às doenças, esses novos discursos propagam o uso de produtos e medicamentos para incrementar as práticas sexuais, estrategicamente se afastando do “pânico sexual”. Esses discursos estão dentro da lógica da era farmacopornográfica em que a incitação ao sexo, à pornografia e o consumo de produtos e medicamentos institui algumas verdades sobre o sexo no ocidente.

Além disso, as mulheres se destacam no erotismo contemporâneo como suporte de um erotismo constante e como seres desejantes e desejáveis, e entram na lógica do consumo de produtos eróticos. Esse consumo pode ser explicado pela “necessidade” das mulheres de se manterem desejadas pelo companheiro, por exemplo, no uso de fantasias e *lingeries*, géis utilizados na prática de sexo oral e óleos para massagem que poderiam intensificar o prazer dessas relações e aumentar as chances de prolongar as relações afetivas, numa tentativa de agradar o “outro”. Mas também se constituindo na relação, na imaginação, nos jogos lúdicos como fontes de prazer, livre para pensar-se. Por outro lado, existe a busca das mulheres em aumentar seus prazeres nas relações sexuais com seus companheiros ou de forma individual, já que existem brinquedos sexuais que podem ser utilizados para a masturbação feminina. Embora a questão da masturbação feminina ainda seja um tabu, os brinquedos têm vindo com cores como rosa e lilás, que lembram os brinquedos infantis das meninas e têm uma conotação infantil com alguns objetos como bichos de pelúcia, circulando a ideia de diversão ou brincadeira, o que os torna mais palatáveis às consumidoras femininas. (WHALTER, 2012b).

Nessa perspectiva, o mercado de produtos eróticos traz novas possibilidades de gerar outras expressões da sexualidade e da liberdade, pois embora algumas mulheres queiram agradar o companheiro, há espaços para descobertas de si. As mulheres podem estar dentro e fora da imagem dos sujeitos submissos da pornografia e da maternidade, pois na imagem de “dentro” as mulheres são vistas como assujeitadas e como praticamente assexuadas, e na de “fora” podem ser protagonistas do seu erotismo e de sua sexualidade na busca de mais prazeres em suas relações com parceiros ou individualmente. Dessa maneira os produtos eróticos são incorporados e utilizados pelas mulheres tanto individualmente quando em presença do companheiro. Fantasias e *lingeries* são utilizadas para provocar seus parceiros e se sentirem desejadas por eles; cosméticos eróticos podem ser utilizados quando sozinhas ou acompanhadas. Dessas vivências e experiências emerge uma subjetividade, discursos são aceitos ou repelidos, nomeados como corretos ou classificados como errôneos. Assim, os produtos eróticos participam da elaboração dessa subjetividade, sendo alvo de discursos de mercado e da reflexividade.

Embora as mulheres sejam o alvo principal do mercado erótico e sensual brasileiro, as mulheres quando obtêm um produto erótico pensando em uma relação heterossexual, podem usar esse produto como forma de um micropoder para exercer a sua sexualidade, conhecer melhor o seu corpo, ter mais autonomia sobre seu corpo e seu desejo e utilizar para o seu autoerotismo. Novamente percebemos grande complexidade, na medida em que a mulher compra o produto para agradar o seu companheiro, ela pode estar usando um poder para seduzir seu homem e manter o seu relacionamento. Dessa forma, pode-se pensar que o uso do produto erótico pelas mulheres também é um poder e não apenas uma dominação, um sujeito subjugado. Ainda que se encontre vinculado a um efeito de poder reiterativo. Constitui-se como um “lugar” de si, pela criatividade, brincadeira, humor e pelo lúdico.

Desta maneira mesmo considerando o que Wolf (1992) apresenta:

As mulheres heterossexuais ocidentais não estão obtendo dos seus próprios corpos ou dos corpos dos homens o prazer que merecem ou do qual são capazes. Poderia haver algo de errado na forma pela qual a relação sexual é ensinada culturalmente a homens e mulheres e algo de errado na forma pela qual as mulheres são levadas a vivenciarem seus próprios corpos? (WOLF, 1992, p. 194).

Afirmações que parecem não deixar espaço ao feminino. Ou o que nos é apresentado por Goldenberg (2011a) como fruto de uma cultura que valoriza excessivamente a juventude e a forma física. Aspectos que são reiterados por muitos estudos e que tem realidade empírica.

Sabe-se que o Brasil tem o maior consumo per capita de medicamentos para emagrecer e de moderadores de apetite do mundo. Segundo Melo e Oliveira (2011, p. 2524), “as percepções e os conceitos sobre o corpo são construídos e reconstruídos permanentemente no cotidiano dos sujeitos e das coletividades”. Para as mulheres brasileiras, a ditadura de beleza e da juventude se tornaram qualidades fundamentais, respaldadas pela promessa de felicidade contida nos discursos das indústrias cosméticas, farmacêuticas e médicas, entre outras. Os medicamentos estão incluídos nesse campo, representando um símbolo a ser alcançado e/ou consumido. Por conseguinte, os anorexígenos representam a beleza, isto é, um corpo magro. (MELO; OLIVEIRA, 2011).

Os padrões de beleza mudaram e mudam constantemente. É possível afirmar que a beleza está relacionada aos valores de uma sociedade, ao momento histórico e ao seu contexto cultural o que demarca a provisoriedade da forma. Assim, a obesidade já esteve associada à beleza, pois ser belo era ter formas arredondadas e proeminentes. Em 1900 houve uma inversão dessa associação e a obesidade passou a ser vista de maneira negativa, enquanto a magreza passou a ser sinônimo de beleza. Dessa forma, o emagrecimento passou a ser uma meta a ser alcançada, e o sucesso e a beleza passaram a caminhar juntos em um corpo magro, principalmente em um corpo feminino. Além disso, a obesidade é vista como prejudicial à saúde e à integridade física e psíquica das pessoas acometidas por ela. A obesidade não corresponde aos padrões estéticos exigidos, fazendo com que um leve excesso de peso seja motivo para preocupação. (STENZEL, 2002). Nesse confronto de percepções que são históricas e culturais e que, como bem demarcados por estes autores, são transitórias e encontram-se elementos matizadores de um efeito em bloco. Foucault (1992, p.136) fala sobre a imagem do corpo útil, como um registro diferente do corpo inteligível. Ele coloca que há outro “registro” do corpo cultural: o registro do “corpo útil” em vez do “corpo inteligível”. O corpo inteligível abrange nossas representações científicas, filosóficas e estéticas sobre o corpo – nossa concepção cultural do corpo, que inclui normas de beleza e

modelos de saúde. Mas estas representações podem também ser vistas como um conjunto de regras e regulamentos práticos, através dos quais o corpo vivo é “treinado, moldado, obedece, responde”, tornando-se, um “corpo útil” e socialmente adaptado. E então, poderíamos assumir conforme mostra Goldenberg (2011a, p. 30) “a preocupação com um determinado modelo de corpo tem atrapalhado a vida sexual de muita gente”. No *The Journal of Sex Reserch* foi publicado um estudo com duzentas universitárias no qual um terço delas disse que a imagem que o parceiro faz do corpo delas é o mais importante durante o intercurso sexual. Este estudo revela que a ansiedade em relação à forma física leva muitas mulheres a evitarem o sexo.

Numa sociedade altamente erotizada no plano da moda e da mídia, que privilegia cada vez mais o “corpão”, a cama pode ser palco de uma tremenda frustração para quem não apresenta medidas próximas das perfeitas. Diante da impossibilidade de exibir esse padrão, o desejo é pouco a pouco reprimido, até sumir de vez – ou transsubstanciar em neuroses. (GOLDENBERG, 2011a, p. 31).

Mas o que dizer da saída pelo lúdico, pelo humor. Existe um espaço de reflexividade de si? Foucault diria que esse corpo sujeito às tecnologias de poder também se revolta contra o controle e se masturba, o que exige respostas do mercado, da moral, mas também estimulação: “fique nu... mas seja magro, bonito, bronzeado!”. Encontramos novos investimentos que se mantêm como controle e estimulação. O poder que age só reprimindo é muito frágil. (FOUCAULT, 1992, p. 147).

Estes aspectos anteriormente analisados me levam às questões metodológicas que compõem os desafios deste trabalho. Assim, passo a apresentar as questões que se fundamentam em uma perspectiva analítica qualitativa/interpretativa.

3 “PREPARANDO A CAMA”: MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Neste capítulo nos propomos a expor todo o processo de pesquisa, pois acreditamos que o ato de contar, lembrar e narrar as experiências vividas em campo, nos possibilita interpretar as diversas posições dos sujeitos e da pesquisadora, assim nos opomos à neutralidade científica apontada por uma ciência positivista. (PIRES, 2008).

Primeiramente, relataremos em quais marcos teóricos metodológicos esta pesquisa se fundamenta, compreendendo as articulações desconstrutivistas de cunho interpretativo como uma chave analítica para se pensar metodologicamente o consumo de produtos eróticos entre mulheres. Depois nos reportamos às particularidades que esse campo nos apresenta, demonstrando que as aproximações dos espaços, contextos e das narrativas nos possibilitam uma gama de interpretações que nos afeta enquanto pesquisadora. Assim, passaremos a relatar o perfil das entrevistas, para mostrar e contextualizar com quais mulheres essa pesquisa se concretiza.

3.1 “DESPINDO OS SUJEITOS”

Para poder trabalhar com a experiência vivida por vendedoras e consumidoras dos produtos eróticos olhando sexualidade, corpo, gênero e erotismo como conteúdos que se conectam é extremamente necessário dizer que o processo de pesquisa não visa só olhar os dados coletados, mas o que pode ser teorizado a partir do processo de revisar a teoria, do aproximar-se do campo, definindo os critérios da coleta do material e das análises sequenciais das percepções. Assim é preciso discutir o lugar da inserção desta pesquisa.

A metodologia em Ciências Sociais é sempre muito intensa, com importantes tensões entre a perspectiva quantitativa e qualitativa. O objeto de que trato, salta então, como evidentemente imerso no campo dos *significados* e resultante disso, realizo uma pesquisa qualitativa simplesmente por constituí-la com material empírico qualitativo, ou seja, que não é tratado numericamente. (PIRES, 2008). Embora em algum momento me reporte a números, os utilizo como informação complementar e relacionados ao contexto das complexidades desenvolvidas neste mercado, ou entre as pessoas.

Mesmo reconhecendo tal qual faz Briceño-Leon (2003) que o fato de haver um predomínio da perspectiva compreensiva sobre a vida social (ou seja, a busca de significados e significações) não é motivo para simples condução ao caminho qualitativo. Visto que seria possível compreender um processo social com outra abordagem, ainda creio que este objeto em específico, ficará muito mais completo via abordagem qualitativa.

Para Briceño-Leon (2003) um dos aspectos que distinguem a técnica qualitativa da quantitativa é quanto ao tipo de conhecimento envolvido em cada um deles. A investigação quantitativa teria como possibilidade uma generalização de noções e categorias, sendo aplicável a situações diversas, a investigação qualitativa focaria muito mais os contextos e não as generalizações, priorizando o esclarecimento de determinados aspectos e suas correlações. Nesse sentido ainda, Goldenberg (2009) analisa que o objetivo de uma pesquisa qualitativa é uma compreensão profunda, preocupada muito mais com descrições e entendimentos do que generalizações numéricas. Deste modo estamos no campo epistemológico hermenêutico, cuja origem se encontra nas críticas de historiadores e dos sociólogos alemães neokantistas ao positivismo como filosofia hegemônica.

Esses pensadores acreditavam que os fenômenos sociais necessitavam de um método diferente daqueles utilizados nas ciências naturais (positivismo). Assim, entender uma ação (social) humana é compreender o significado que é atribuído a essa ação pelos seus agentes. Para isso, nosso desafio neste trabalho é o de interpretar de forma específica e articulada o que os sujeitos que usam os produtos eróticos estão vivendo, narrando e experimentando. Estes aspectos se desfocam como lugar de fala da perspectiva histórica de Wilhelm Dilthey que foi um dos primeiros a questionar o uso da metodologia das Ciências Naturais pelas Ciências Sociais. Dilthey acreditava que para entender o significado da ação social era preciso compreender a intenção subjetiva do sujeito a partir de “dentro”. É um processo de tentar entender pela cabeça do sujeito, os motivos, os desejos, pensamentos, entre outros. Esse processo de compreender por dentro é fundamental para entender a pesquisa qualitativa. (SCHWANDT, 2006).

Na pesquisa qualitativa o pesquisador busca apreender o significado dos fenômenos, vivências, ideias e sentimentos, por ser esse significado um organizador da vida individual e coletiva. Os significados que as coisas ganham são partilhados culturalmente pelo grupo social em torno de representações. (TURATO, 2005). Essa

pesquisa pode ser entendida, em linhas gerais, como uma pesquisa em que se procura compreender um determinado fenômeno em profundidade. Não trabalha com estatísticas e regras rígidas, mas realiza descrições, análises e interpretações de caráter contextual, histórico e subjetivo.

A abordagem qualitativa, segundo Pires (2008), se caracteriza por ser flexível e adaptável no seu percurso, por ser capaz de dar conta de uma heterogeneidade de dados e por conversar com técnicas distintas de coletas de dados, por valorizar a observação do mundo empírico e da exploração indutiva do campo observável concernente à pesquisa. Dessa forma acredito poder transcender os dados descritivos sobre o mercado de produtos eróticos e chegar às análises que me permitam interpretar quais as lógicas sexuais e afetivas que estas consumidoras apresentam ao incorporar brinquedos, géis, óleos, fantasias, *lingeries* em suas vidas sexuais.

A investigação qualitativa trabalha com opiniões, representações, posicionamentos, crenças e atitudes, possuindo procedimentos de cunho racional e intuitivo para a melhor compreensão da complexidade dos fenômenos individuais e coletivos. Portanto, se caracteriza como uma abordagem de alto grau de complexidade, na medida em que aprofunda as interpretações e decifra seus significados. (PAULILO, 2008). Nesse sentido, não buscamos apenas descrever e narrar como os produtos eróticos são usados e inseridos nas relações dessas mulheres, mas fazemos um esforço maior para compreender seus desejos, *performances* e fantasias, sem descartar o contexto social em que esses desejos são produzidos. Reportamo-nos as análises sobre a sexualidade que estão estritamente ligadas a uma sociedade farmacopornográfica, sendo seus discursos e práticas sexuais inseridas de um lado, em micropoderes e de outro, na reflexividade das pessoas como possibilidades de escolha e decisão quanto as direções de seu cotidiano, consumo e sexualidade. Tanto o planejamento da vida quanto a adoção de opções de estilo de vida se integram (em princípio) as práticas sexuais. As práticas sexuais e o uso de produtos eróticos são meios que influenciam reflexivamente o projeto do eu.

Conforme Lorena Mochel Reis (2012, p. 2), “hoje se identifica o ideal de uma sociedade que valoriza o cultivo de habilidades sexuais e a capacidade de proporcionar e experimentar a satisfação sexual por parte de ambos os sexos”. Hoje, muito mais é esperado do casamento pelas mulheres e pelos homens do que nas

gerações passadas. Segundo Giddens (1993), as mulheres esperam receber prazer sexual e não somente proporcionar prazer aos seus companheiros, e muitas mulheres querem uma vida sexual compensadora como um requisito estratégico para manutenção de um casamento satisfatório. Nesse sentido para esse autor, a sexualidade plástica é crucial para a reivindicação da mulher ao prazer sexual. Trata-se de uma sexualidade livre das necessidades de reprodução, embora no nosso campo vinculada ao mercado.

De acordo com Beatriz Preciado (2002), o sexo é tomado como tecnologia biopolítica na qual o sexo/órgão ou sexo/prática não é um lugar biológico fixo, nem fruto de uma pulsão interna do indivíduo, conforme trabalhado nas ideias dos livros *"Manifesto contra-sexual"* e *"Testo Yonqui"*. Dessa maneira, e deste lado, sigo o caminho da era farmacopornográfica, em que a sociedade está imersa e constituída pela farmacologia e pela indústria pornográfica. De outro, sigo o caminho dos sentidos do "eu". Atualmente vivemos em uma lógica masturbatória do consumo pornográfico (entendemos os produtos eróticos como pornográficos) propagando a noção de venda direta de um produto que traz satisfação imediata para os consumidores. A base do processo produtivo atual é a excitação, a ereção, a ejaculação e o prazer. Segundo Preciado (2008) o capitalismo atual é controlado pela farmacopornografia da subjetividade, na qual o sexo é objeto de controle. Portanto, não se trata mais de reprimir o sexo, mas de colocá-lo em evidência, transformá-lo, incentivá-lo, recriá-lo e manipulá-lo. (FOUCAULT, 2011). Assim o uso dos produtos eróticos está dentro dessa lógica do sexo produtivo e ressignificado, pois o uso desses brinquedos, géis, óleos, fantasias se insere nesse contexto, na medida em que as *performances* e desejos das mulheres nos mostram outra realidade sexual. As mulheres experimentam, nesta forma de ver, apesar da noção de maior liberdade sexual, o controle pelos modelos farmacopornográficos. Este aspecto tem levado a perguntas do tipo qual é o limite do próprio desejo e do desejo imposto pelas noções farmacopornográficas? Qual a possibilidade do eu? Os brinquedos sexuais entram em suas relações para satisfazê-las ou para satisfazer um ideal sexual? Preciado (2002) mostra, através da sua obra *"Manifesto contra-sexual"*, sexos de plástico e sobre a plasticidade dos sexos, como o sexo é uma tecnologia de dominação heterocentrada que reduz o corpo a zonas erógenas de uma hierarquia do poder entre os gêneros (feminino/masculino), privilegiando certos órgãos em detrimento de outras partes dos corpos. Desta maneira a tecnologia

social reproduz nos corpos, espaços e discursos, a ideia de que a identidade heterossexual é natural e que determinados órgãos são centros naturais e anatômicos da diferença sexual. Esses processos de criação da diferença sexual isolam esses órgãos e os tornam significantes sexuais.

Os órgãos que reconhecemos como naturalmente sexuais são produto de uma tecnologia sofisticada que prescreve o contexto em que os órgãos adquirem sua significação (relações sexuais) e se utilizam com propriedade, de acordo com sua natureza (relações heterossexuais). Os contextos sexuais se estabelecem através de delimitações espaciais e temporais tendenciosas. A arquitetura é política. É ela que organiza as práticas e as qualifica: públicas ou privadas, institucionais ou domésticas, sociais ou íntimas. (PRECIADO, 2002, p. 26-27, tradução nossa).

Assim Preciado (2002, p. 27, tradução nossa) considera a prática do *fist-fucking*³⁴ um exemplo de alta tecnologia contrassexual. “Os trabalhadores do ânus são os novos proletários de uma possível revolução contrassexual”. O sexo anal não se direciona à reprodução e nem apregoa um contexto romântico. Pelo ânus, o sistema tradicional da representação sexo/gênero “se caga”. A recuperação do ânus como centro contrassexual de prazer tem pontos comuns com a lógica do dildo: cada local do corpo não é somente um plano potencial no qual o dildo pode se transladar, mas também um orifício de entrada, um ponto de fuga, um centro de descarga. O sexo anal esteve presente nas narrativas das vendedoras entrevistadas. Porém, não em uma narrativa que evidencia seu prazer e seu desejo, mas como uma “barganha, recompensa” ao marido, como podemos perceber quando Sara fala sobre “dar” em função do “dom do merecimento”. Se a pessoa fizer algo que você considere que ela mereça ou se ela se comporta, você premia a pessoa com o uso do seu ânus. Dessa forma, a suposta “liberdade sexual” em que essas mulheres se encontram ainda mostra que seu órgão e seu prazer entram na lógica das relações de poder e na tentativa de agradar o “outro”. Além da perspectiva analítica de Preciado tomamos como ajuda a compreensão do tema os estudos da sexualidade, biopoder, reflexividade e mercado.

Segundo Foucault (2011), ao mesmo tempo em que a sexualidade torna-se objeto de preocupação e análise, é produzida a intensificação dos desejos e dos prazeres corporais. Dentro dessa lógica, o poder responde através de uma exploração econômica e também ideológica da erotização de produtos. O poder

³⁴ Penetração do ânus com o punho surgiu entre comunidades gays e lésbicas a partir de 1970. (PRECIADO, 2002).

domina o corpo por meio da exploração econômica e da erotização. É neste contexto que baseio meu objeto de pesquisa, relacionado ao consumo de produtos eróticos por mulheres, conteúdo que me leva a refletir sobre sexualidade, corpo, erotismo e relações de gênero. Embora existam diferentes modos de subjetivação das mulheres dentro da nossa cultura, o processo das subjetividades pode estar vinculado à noção de corpo, e este corpo entendido como “carne e sexo”.

Visualizei nesta pesquisa a incitação e coerção constante para o uso de produtos eróticos por mulheres heterossexuais, principalmente as que mantêm um relacionamento afetivo e sua possibilidade reflexiva. As práticas que envolvem o uso dos produtos eróticos e as relações de poder formam domínios de saber, produzindo novas formas de sujeito. Esse poder disciplina o corpo feminino a usar produtos eróticos de forma produtiva. Não seriam esses comportamentos (uso dos produtos eróticos) expressões de técnicas e de estratégias necessárias à manutenção dos relacionamentos afetivos da atualidade? Ao mesmo tempo, seriam produtos da mídia e da cultura? Não haveria uma prescrição do comportamento de homens e mulheres na prática do sexo e do prazer?

Durante muitos anos a sexualidade feminina fez parte de um círculo crônico de gravidez, parto e morte que foi afastada quando se deu início a tendência de se limitar o tamanho da família e na introdução dos métodos contraceptivos³⁵. A contracepção efetiva marcou uma profunda transição na vida das mulheres e dos homens, tornando a sexualidade maleável e sujeita a ser assumida de diversas maneiras, separando progressivamente a sexualidade da reprodução. (GIDDENS, 1993).

Agora que a concepção pode ser artificialmente produzida, mais que apenas artificialmente inibida, a sexualidade fica afinal plenamente autônoma. A reprodução pode ocorrer na ausência de atividade sexual; esta é uma ‘libertação’ final para a sexualidade, que daí em diante pode tornar-se totalmente uma qualidade dos indivíduos e de suas relações mútuas. (GIDDENS, 1993, p. 37).

Para a maior parte das mulheres, e em grande parte dos períodos da história, o prazer sexual, quando possível, estava vinculado ao medo de repetidas gestações e da morte materno-infantil. A partir dos anos 60, a sexualidade começa a ser dissociada da mera reprodução, e do casamento, pois com a criação dos

³⁵ O movimento do planejamento familiar só teve influencia significativa na maior parte dos países após a Primeira Guerra Mundial. (GIDDENS, 1993).

anticoncepcionais as mulheres e a sociedade passam a aceitar outra possibilidade em relação ao sexo que não apenas a maternidade. O sexo vinha sendo investigado após a II Guerra Mundial, sendo que seus resultados ganharam grande repercussão dentro e fora da academia no caso do Relatório Kinsey (*Sexual Behavior in the Human Male* – 1948; e *Sexual Behavior in the Human Female* – 1953), dos Relatórios Hite (*The Hite Report on Female Sexuality* – 1976; e *The Hite Report on Men and Male Sexuality* – 1981), além do Mito do orgasmo vaginal, de Anna Koedt (1968). Nos anos 80, com o súbito aparecimento da AIDS, intensificaram-se os estudos sobre o comportamento sexual das populações, de forma a investigar as práticas e representações sociais incutidas aí, ou seja, esses estudos vieram dar um novo olhar ao comportamento sexual das pessoas, tratando este assunto como um campo dotado de certa legitimidade. O surgimento da AIDS volta a conectar a sexualidade e a morte, embora não somente com as mulheres. Igualmente, pode-se afirmar que dentro das estratégias e dos mecanismos que incitam o uso dos produtos eróticos, existe um afastamento do sexo, das doenças, e dos perigos, anunciando uma espécie de valorização do saudável referente ao sexo. Para Gregori (2012), no entanto, esses discursos estão valorizando os bens eróticos, na medida em que neutralizam seus conteúdos de violência e deslocam seus aspectos de transgressão para uma lógica do erotismo politicamente correto.

Neste estudo também será utilizado o conceito performativo de Butler (2003), compreendendo gênero como significados culturais e performáticos. No âmbito dos relacionamentos sexuais, embora homens e mulheres sejam percebidos como seres desejantes, os desejos das mulheres ainda são identificados de maneira contraditória, pois muitas vezes são legitimados socialmente e muitas outras vezes são percebidos com preconceitos e sanções. (ADELMAN, 2002).

Visto as possibilidades analíticas propostas por Foucault, Preciado, Butler e Giddens, buscamos compreender em quais contextos sociais esses desejos, *performances* e corpos se produzem e se constroem. Analisando a inserção dos produtos eróticos na vida sexual dessas mulheres compreendemos como suas experiências e narrativas, por diversas vezes, nos remetem as noções normativas do que tenha que ser um “sexo ideal”, mesmo quando se usa cinta liga, brinquedos, géis e *lingeries*. No entanto, esses objetos abrem espaços para novas possibilidades de desejos, imaginações, fantasias e práticas sexuais que as mulheres podem usufruir para o seu prazer.

3.2 “TIRANDO AS VENDAS” DO CAMPO DE PESQUISA

Como já apontado, esta pesquisa se concretizou através da pesquisa qualitativa, que tem por objetivo compreender as entrelinhas de uma realidade social, que articula as experiências com os contextos sociais em que os indivíduos compartilham e influenciam suas percepções de si e de sua subjetividade. (PIRES, 2008). No entanto, ao nos posicionarmos dentro dessa vertente empírica, estamos também evidenciando a posição da pesquisadora, que ao escutar, interpretar e refletir sobre a sexualidade dessas mulheres, produziu muitos questionamentos, como parte da sociedade que analisa. (VIDCH; LYMAN, 2006).

Neste trabalho as técnicas de pesquisa utilizadas foram o diário de campo e as entrevistas semiestruturadas. De acordo com Wright Mills (1965) é importante manter um diário para exercer reflexões sistemáticas. Sem dúvida o uso do diário nas minhas observações em ambientes como salão de beleza, participação na feira erótica, conversas com amigas sobre a pesquisa, assim como as pesquisas realizadas em *sites* de internet e vídeos no *youtube*, foram importantes para eu captar elementos que me ajudassem a refletir sobre o mercado dos produtos eróticos e o seu consumo entre mulheres. Elementos que sem o diário poderiam ter sido facilmente perdidos em alguns momentos. Em minhas observações no diário, por várias situações extraí a mensagem de que esse mercado é direcionado para casais, e que a mulher deve ser responsável por esse relacionamento, na medida em que esta deve “apimentar”, “esquentar”, sair da “rotina”, ou fazer algo para agradar o seu “homem”. Esses aspectos quase sempre se revelavam quando se falava a respeito dos produtos frente a outras pessoas, na tentativa de abordar as vantagens do uso desses produtos nas relações sexuais com o parceiro. Os produtos desencadeariam um novo erotismo que ajudaria o casal na diversificação sexual, para escapar da rotina sexual com a proposta de manter o desejo aceso entre o casal.

Esta percepção me coloca na posição de um artesão intelectual que correlaciona o que está pesquisando com a sua vivência, sem medo de fazer essas associações. Para seguir a advertência de Mills (1965) de que o pesquisador deve fazer associações com sua experiência, devo dizer que em vários momentos durante a coleta de dados me questioneei sobre a minha própria sexualidade, como eu a exerci e como a exercia. Como eram os meus desejos e prazeres corporais. Assim como eu me identifiquei com a entrevista da usuária Adriana, no início da sua atividade sexual em

que ela era assujeitada em favor do “outro”. Quando sentia culpa de não ser mais virgem, não ter com quem dividir essa aflição e com sua ideia muito forte de ter que ficar com a pessoa porque teve relação sexual com ela, estendendo um relacionamento que não era bom. Michelle Perrot (2003) anuncia que o silêncio envolve a vida íntima do corpo feminino afirmando que as etapas da transformação do corpo das mulheres são menos ritualizadas que as dos rapazes e que a sexualidade do rapaz obseda muito mais que a da menina, pois se presume que a menina seja desprovida de sexualidade.

Outro fator que envolve esses questionamentos foi a minha aproximação com os estudos de gênero, de Foucault e das teóricas feministas. Essas desconstruções que esses estudos provocam, sobretudo as pós-feministas, como Judith Butler (2003) e Beatriz Preciado (2002; 2008), me ajudaram a desnaturalizar e desmitificar as noções tradicionais de sexo e de gênero. Realizadas essas observações passo a descrever sobre como o campo de pesquisa se construiu e como a pesquisadora se “desconstruiu” perante os espaços e as narrativas.

Eu já havia ido a *sex shops* algumas vezes antes de estar comprometida com esta pesquisa, mas nunca fui antes do meu casamento. Em duas dessas visitas fui acompanhada com amigas e nessas ocasiões não comprei tantas coisas, mas fiquei curiosa em olhar os produtos, como as próteses e vibradores que ficavam escondidos atrás de uma cortina. Apesar de toda essa curiosidade, eu só comprei algumas bolinhas explosivas e um gel sabor cereja. Lembro que usei a bolinha apenas uma vez, e não gostei muito, não achei que era tudo o que anunciavam e o gel de cereja acabou ficando esquecido em uma gaveta por alguns anos e acabou vencendo. Eu fiquei preocupada com a procedência desses produtos, o que deve ter dificultado a minha adesão a eles. A bolinha explosiva³⁶ é um dos produtos eróticos mais vendidos nesse mercado e possui vários cheiros. Como os produtos eróticos estão ganhando muita visibilidade, há uma preocupação crescente dos empresários e da Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual (ABEME) com a qualidade desses produtos e com o combate a produtos falsificados.

Em outra ocasião fui com uma amiga, que comprou um vibrador pequeno, um pouco maior que uma pilha pequena e bem discreto. Naquele dia, essa amiga

³⁶ A Resolução nº 3.161, de 18 de julho de 2011, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) suspendeu em todo território nacional, como medida de interesse sanitário, todas as propagandas dos produtos de bolinhas explosivas, pois apresentavam a propriedade de lubrificação vaginal e não eram devidamente registradas pela ANVISA. Essa determinação vigorou até a regularização desses produtos.

estava comprando para usar sozinha. Eu não perguntei muito, mas lembro de que era a sua primeira vez em um *sex shop* e que me chamou a atenção o fato dela ser desinibida e já levar para casa um brinquedo para o seu prazer. Eu não teria comprado um vibrador na frente da minha amiga, pois eu teria ficado com vergonha de comprar um brinquedo e de assumir que estava levando um produto para casa que me proporcionasse prazer sexual. Entretanto, com o processo da pesquisa acredito que eu tenha mudado, não teria tanta vergonha hoje, de comprar um vibrador na frente de uma amiga.

Na ocasião em que fui sozinha, estava procurando uma capa extensora (na época nem sabia que era assim que chamava). Estava a procura desse produto mais em função das saliências e dos estímulos que ela provocaria, foi uma indicação de uma amiga minha casada há 10 anos. A vendedora do *sex shop* falou que daria para lavar e usar outras vezes. O fato foi que usei apenas uma vez e arrebentou durante a relação. Apesar dos estímulos diferentes realmente fazerem sentido, a capa extensora não era de boa qualidade. Além disso, comprei um lubrificante (a embalagem do lubrificante não era nada atraente) que também não foi muito utilizado nas minhas relações sexuais. Não me sentia a vontade, os produtos não me passavam segurança (em relação a ANVISA, na época não eram produtos aprovados por essa instituição) e as minhas relações sexuais aconteciam sem esses produtos. Essas lembranças me fazem pensar nos questionamentos normativos propostos por Butler (2003), pois a compra desses produtos foi impulsionada por falas de amigas, propagandas, revistas, e muitas vezes, percebi que não era necessário utilizá-los para ter uma relação sexual satisfatória. Assim, não tive muita experiência com esses produtos eróticos antes de me aproximar do campo de pesquisa.

No entanto, quando passei a pensar o sexo e a sexualidade pelo lado dos prazeres e dos desejos corporais, quando pensei em usuárias de produtos eróticos, a primeira ideia que me passou pela cabeça, para encontrar pessoas para entrevistas, foi encaminhar um e-mail contando sobre a pesquisa e recrutando amigas que quisessem participar. Fiz uma pré-seleção da minha lista de contatos, com as amigas que eu tinha mais liberdade para conversar sobre sexo ou que me sentia mais confortável para falar da minha pesquisa. Enviei um total de 12 e-mails e 5 pessoas responderam que poderiam fazer parte da pesquisa. O critério para participar era que tivessem ido a *sex shops* ou comprado produtos eróticos pelo

menos uma vez, pois muitas dessas minhas amigas já haviam me dado dicas de produtos, me confidenciado uma estratégia sexual diferente, além de já ter ido com algumas delas em *sex shop*.

Outra forma de entrada neste campo tem sido o convívio com pessoas que sabem da minha pesquisa, pois percebo que algumas se sentem mais a vontade em fazer confidências e ficam atentas esperando o que eu tenho a dizer. Isto me mostra como o campo se constrói com o passar do tempo, com o ganho de informações e que não é fácil acessar os conteúdos e o que as pessoas pensam em um primeiro contato. Além das conversas com minhas amigas, outros espaços foram sendo apropriados por mim, como meio de dialogar com as mulheres sobre sexo e consumo de produtos eróticos. Incluo os espaços de salão de beleza, feira erótica, *sex shops* e as entrevistas com mulheres vendedoras e consumidoras de produtos eróticos. Foram realizadas 10 entrevistas, sendo 4 vendedoras e 6 consumidoras de produtos eróticos.

3.3 VENDEDORAS E CONSUMIDORAS DE PRODUTOS ERÓTICOS

Os estudos acerca do consumo de produtos eróticos entre as mulheres nos mostrou um contexto analítico ambíguo, pois de um lado percebemos que as expressões de sexualidade estão sendo incorporadas em outras lógicas sexuais e afetivas, incluindo produtos eróticos, fantasias, *performances* e desejos. E de outro lado, nos questionamos se essas ressignificações sexuais estão realmente mudando as noções de liberdade e opressão sexual dentro dos relacionamentos em que estas mulheres se encontram. Desta maneira tenho realizado um esforço no sentido de articular neste estudo as dimensões das relações entre sexualidade, corpo, gênero e erotismo em uma inserção teórica e metodológica qualitativa.

Neste sentido, acreditamos que é importante dar voz aos sujeitos, tanto às vendedoras quanto às consumidoras de produtos eróticos, a fim de resgatar estas vozes a partir do campo e compreender as subjetividades dessas mulheres. Evidentemente, esta posição de buscar a partir da voz, da narrativa de quem vende e usa produtos eróticos, nos coloca de imediato na tensão entre o limite da fala e da cientificidade possível. Sem dúvida há limites intrínsecos à interpretação que a metodologia de cunho hermenêutico propõe. Mas, também sabemos que autores

como Boaventura de Souza Santos, Donna Haraway, nos permitem pensar nas diferentes interfaces presentes na construção dos saberes.

No caso desta tensão entre a validade da pesquisa empírica e da narrativa o que nos diz Santos Boaventura sem dúvida é muito útil. O autor adverte que o senso comum não pode ser apenas tomado como aquele que é percebido como evidente, transparente, e é superficial porque menospreza as estruturas que transcendem a consciência. Ele tem méritos em revelar a “profundidade horizontal das relações conscientes entre pessoas e entre pessoas e coisas”. (SANTOS, 2003, p. 40). O autor apresenta o “senso comum no sentido de construir sua positividade e sua contribuição no projeto de emancipação cultural e social”. (SANTOS, 2003, p. 41).

Em relação às entrevistas semiestruturadas, Minayo (2007) aponta que este tipo de entrevista possui a qualidade de enumerar de forma mais abrangente as questões que o pesquisador quer abordar no campo, a partir de suas hipóteses e pressupostos, advindos do objeto de pesquisa. Neste trabalho foram formuladas diferentes questões no instrumento de coleta para reconstruir as subjetividades das participantes. (FLICK, 2004). Foram construídos 2 instrumentos de coleta, um para as entrevistas com as vendedoras de produtos eróticos e outro para as consumidoras desses produtos. As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas respeitando as falas conforme foram ditas.

A fase de análise das informações tem por objetivo estabelecer uma compreensão dos dados coletados, confirmar ou não as hipóteses e os pressupostos da pesquisa ou responder as questões formuladas. (MINAYO, 2007). Essa análise seguiu os passos da técnica de análise de conteúdo.

Realizadas estas reflexões sobre os fundamentos da pesquisa eleita, passo agora a apresentar alguns dados sobre as entrevistas. Foram entrevistadas somente mulheres, sendo 4 vendedoras e 6 consumidoras dos produtos eróticos. Todas são heterossexuais, 5 são casadas, 2 são amasiadas e 3 são solteiras, das quais somente uma está namorando.

Joana/vendedora: minha primeira entrevistada foi indicada por uma pessoa da minha rede de sociabilidade. No dia da entrevista eu estava um pouco ansiosa, mas ao mesmo tempo era uma indicação, o que deixava tudo mais fácil. A entrevista foi tranquila, a vendedora tinha muito para falar, falava sem nenhuma inibição e de um jeito espontâneo. Como Joana dava treinamentos para outras revendedoras, ela tinha facilidade para falar do assunto e uma boa desenvoltura. Não precisei fazer

muito esforço para que ela falasse. Em alguns momentos eu me segurava para não rir e em outros eu ria mesmo; às vezes colocava a mão na boca, quando algo era inesperado. Foi uma entrevista agradável na qual fiquei atenta às respostas e muito curiosa com o que ela tinha para contar. Fiquei pensando que na próxima devia tomar cuidado e talvez achar menos graça do que eu fosse escutar. Esta entrevista me ajudou a pensar melhor o que deveria ser meu foco de pesquisa, servindo como uma entrevista exploratória. No sentido que me ajudou a compreender melhor o processo de fazer pesquisa.

Lara/consumidora: a segunda entrevista ocorreu cerca de três meses após a primeira. Lara é uma pessoa da minha rede de sociabilidade. Foi uma entrevista descontraída e também com muitas risadas, pois era uma pessoa com quem eu tinha certa intimidade. Essa entrevista fluiu sem dificuldades, pois Lara gosta de conversar e eu igualmente, não precisei fazer muito esforço para que ela falasse.

Sara/vendedora: a terceira entrevista aconteceu em um *sex shop* localizado no centro, pelo horário da manhã, por ser mais tranquilo. Sara me recebeu muito bem e gostava de falar. Nesta entrevista eu estava mais ansiosa, um pouco nervosa por não haver sido indicada por ninguém e não conhecer a pessoa. A vendedora tinha muito para falar, se sentia tranquila e aberta para responder as perguntas. Não tive dificuldade durante a entrevista, mas eu achei que não tinha sido tão boa como nas entrevistas anteriores. Sara parecia gostar de falar sobre o assunto, gostava do que fazia, por conseguinte acabou dando certo mesmo eu não tendo me sentido tão bem na entrevista como das outras vezes.

Frida/vendedora: a quarta entrevista aconteceu em um *sex shop* do centro que tem cine privê. Durante a entrevista me senti à vontade. Cheguei cedo e começamos a gravar, enquanto alguns homens entravam e compravam ficha para assistir os filmes e se masturbarem nas cabines. A entrevista seguiu tranquilamente, ela falava bastante, e eu fui percebendo que as vendedoras têm muito para contar e parecem gostar de falar disso. Talvez não tenham liberdade para falar sobre isso e como se sentem ao lidar com o sofrimento de algumas pessoas que vão até seus trabalhos. Senti uma simpatia muito grande por ela.

Penélope/consumidora: a quinta entrevista foi com uma pessoa da minha rede de sociabilidade. Também pude partilhar alguns momentos com algumas risadas que foram bem vindas. Ela falou livremente e pareceu gostar de estar

dividindo suas experiências e falando sobre esse tema mesmo que para uma pesquisa. A entrevista seguiu bem, foi tranquila.

Olívia/consumidora: a sexta entrevista ocorreu com uma pessoa indicada por uma outra entrevistada. Era uma mulher que parecia bem determinada, respondia rapidamente as perguntas. Dizia gostar muito de falar de sexo e não ter problema algum em falar disso abertamente.

Lorena/consumidora: a sétima entrevista ocorreu com uma pessoa da minha rede de sociabilidade. Antes da entrevista conversamos muito. A entrevista foi permeada de risadas e lembranças dos momentos que partilhamos juntas. Também foi uma entrevista tranquila que fluiu bem.

Adriana/consumidora: a oitava entrevista ocorreu com uma pessoa da minha rede de sociabilidade. Conversamos bastante antes de iniciar a entrevista. Foi uma entrevista que mexeu comigo principalmente quando ela conta como iniciou sua atividade sexual.

Virgínia/vendedora: a nona entrevista foi na casa da minha mãe. Era uma pessoa da minha rede de sociabilidade. Virgínia já trabalhou na minha casa como diarista e nunca me ofereceu ou a minha mãe esses produtos.

Como já a conhecia há bastante tempo e a gente conversava bastante, a entrevista foi tranquila e fluiu bem. Chamou a minha atenção ela não ter ido a nenhuma palestra de capacitação e usar os produtos para poder falar sobre eles. A entrevista teve muitas risadas regadas por confidências.

Tracy/consumidora: a décima entrevista ocorreu com uma pessoa da minha rede de sociabilidade. A entrevista seguiu tranquila, com muitas risadas e muito divertida. Senti-me bem durante a entrevista, era uma pessoa com quem tenho muita intimidade e não sabia tantos detalhes da sua vida sexual. Dessa vez ela falou com detalhes, estava braba com o marido por ele ser muito devagar no quesito sexo, não a procura muito para transar e dorme em um horário bem mais tarde do que ela, o que ocasiona desencontros.

Nesse processo de pesquisa percebi que não foi difícil conseguir entrevistar vendedoras de produtos eróticos. Talvez porque seus cotidianos sejam ricos em partilhar experiências, escutar confidências e falar de sexo faz parte de suas vidas. Porém, apesar de utilizar algumas estratégias para conseguir consumidoras de produtos eróticos, na prática, das 6 entrevistadas 5 faziam parte da minha rede de sociabilidade, o que demonstra que o campo da intimidade é de difícil acesso.

Nessa perspectiva, acreditamos que as narrativas das mulheres indicam que elas podem ser protagonistas do seu erotismo e escapar de algumas convenções de gênero, incorporando produtos eróticos em uma lógica, não apenas em função de agradar o “outro” (nas hierarquias da dominação), mas também estabelecendo novas possibilidades de expressões da sexualidade e da liberdade. Há espaço para uma nova sexualidade e para o erotismo. Embora o uso desses produtos venha sendo anunciado em diversos espaços da mídia e esteja voltado para um relacionamento/casamento, em que as mulheres são colocadas como elementos chaves da manutenção dessas relações afetivas, não se explora muito seus corpos e prazeres em suas relações sexuais ou em suas práticas masturbatórias. Não se fala muito dessas questões, mas na prática elas estão acontecendo. Na minha rede de sociabilidade, nas entrevistas com as mulheres, no salão de beleza se fala pouco sobre isso, ou ainda, se fala sobre sexo, mas não sobre pornografia e masturbação feminina. Ainda assim, mulheres estão se permitindo ter prazer com produtos eróticos dentro e fora da relação com seus companheiros.

3.4 DESCOBRIR PARA ENCOBRIR: ESPAÇOS E CONTEXTOS QUE SE PODE FALAR DE SEXO

Nesta pesquisa percebi uma dificuldade de articular uma perspectiva consistente sobre a sexualidade das mulheres pesquisadas. É como se ao mesmo tempo as mulheres devessem se “descobrir” e “encobrir”. Descobrir seu corpo e seu prazer com objetos sexuais e esconder essa descoberta. Em alguns espaços essas mulheres poderão falar sobre sexo, como nos *sex shops*, boutiques sensuais, salões de beleza e com amigas mais próximas. Por outro lado, encobrir é uma forma de se proteger das sanções sociais e de se manter enquadrada nas normas impostas pela sociedade, pois ainda existem fronteiras do que seria comportamento público esperado de mulheres decentes. Os dispositivos da sexualidade ditam comportamentos, práticas, representações e autorepresentações. Os múltiplos discursos de verdade, formulam modelos, padrões de conduta, valores que permitem a inclusão social dessas mulheres no “mercado afetivo e sexual”. (GOLDENBERG, 2011b, p. 543). Dessa maneira algumas mulheres mentem a respeito da quantidade de parceiros sexuais que já tiveram em sua “carreira afetiva/sexual” (HEILBORN, 1999, p. 48) a fim de se manterem valorizadas nesse

mercado e para conseguirem um namorado ou um casamento. Por outro lado, os discursos das ciências da saúde são apropriados pelo mercado de produtos eróticos e pelos meios de comunicação de massa, de que as mulheres devem ter prazer/orgasmo. O mercado erótico segue normatizando, impondo que esse prazer deva ser principalmente no casal e no casamento. O que nos leva a perceber que o discurso do mercado erótico enfatiza o que é aceitável socialmente, embora, na minha pesquisa de campo, na ida a feira erótica, nas observações em *sex shops*, na boutique sensual, eu percebi que os brinquedos são consumidos e utilizados por outros sujeitos sexuais ou sozinhos. Porém, esse aspecto não tem sido muito visibilizado nesse mercado.

3.4.1 Visita a *sex shops*, boutiques sensuais e a loja Eudora

A primeira loja visitada no meu campo de pesquisa foi uma boutique sensual de rua no centro de Curitiba. Pedi que a vendedora me explicasse e me mostrasse os produtos. Ela iniciou pelos cosméticos, foi falando de vários produtos e explicando seus efeitos e indicações. Muitos deles eu já havia visto pela internet, já estava familiarizada com o que ela estava falando, mas mesmo assim deixei que continuasse, pois poderia haver produtos que eu não conhecia. Em seguida passamos para os brinquedos e havia uma grande quantidade deles com várias formas, além das mais diversas cores. Ela mostrou um produto de R\$ 400 que era um vibrador para uso pelo casal. Eu já havia visto pela internet, o vibrador é introduzido via vaginal e uma parte dele fica para fora na altura do clitóris. Ele vibra dentro e fora e a mulher pode ser penetrada pelo homem. Trata-se de uma novidade nesse mercado erótico, desenvolver brinquedos que sejam utilizados pelo casal. De certa forma, é mais aceitável considerando a expectativa do/a parceiro/a, sendo mais fácil a incorporação de um vibrador que possa ser utilizado durante o intercuro sexual. Esse vibrador reitera a heterossexualidade como modelo penetrativo vaginal.

Nessa boutique só havia atendentes mulheres. Era uma loja bonita, grande, clara, bem iluminada, com uma vitrine e *lingeries* bonitas. Durante a apresentação dos produtos fui perguntando sobre alguns que me chamavam à atenção. Três homens entraram juntos na loja, o que me deixou com vergonha, como se eu não devesse estar ali. A presença desses homens me incomodou, como se não fosse legítimo eu estar em uma loja de produtos para o sexo. No entanto, quando eles

foram embora (sem comprarem qualquer coisa), me senti à vontade para continuar perguntando sobre as bombas penianas, os vibradores e sobre os bonecos infláveis. Olhei com calma as *lingeries* e as fantasias, que eram de preços variados. As fantasias eram bem detalhadas e muito caras. Havia fantasias que custavam R\$ 450. Depois fiquei mais alguns minutos na parte dos livros. Apesar de ter falado da minha pesquisa com a vendedora que me atendeu, ela não manifestou interesse em participar da pesquisa.

A segunda loja que visitei, também no centro de Curitiba, tem um adesivo na vitrine indicando que no fundo da loja de *lingerie* e pijamas, tem um *sex shop*. Entrei e fiquei olhando os produtos. Era um *sex shop* bem menor do que a loja anterior, mas em relação a cosméticos tinha uma grande variedade. Era um local bem pequeno, com pouco brinquedo erótico. Conversei com a vendedora e falei que eu estava estudando esses produtos no mestrado. Ela ficou curiosa sobre a minha pesquisa e falou que poderia me dar uma entrevista. A entrevista aconteceu dois dias depois.

Durante a entrevista algumas consumidoras entraram, olharam os produtos e uma delas experimentou fantasias. Fiquei observando e me deslocando de um lado para outro a medida em que uma delas ia olhando os produtos. Fazia isso porque o espaço era pequeno. Enquanto outras mulheres foram à loja procurando por um produto apresentado na noite anterior pela apresentadora Fernanda Lima do programa Sexo e Amor. Fernanda Lima apresentou um vibrador que poderia ser controlado pelo parceiro, parecido com o controle de um vídeo *game* Wii.

A terceira loja que visitei foi um *sex shop* no centro. Nessa loja há cine privê, que consiste em cabines com filmes pornográficos que são pagos por 7 minutos. Pedi para a vendedora me explicar alguns brinquedos. Ela foi bem atenciosa, respondia tudo o que eu perguntava e perguntei quem mais comprava tal produto, homem ou mulher, o que preferiam. A vendedora falou que estar ali era como comprar pão na padaria, é um lugar como outro qualquer, que era como ir à feira. Disse que sexo faz parte da vida e que a profissão dela é como um padre e que não pode contar nada citando nomes ou deixando identificar a pessoa.

Comentou que o trabalho é muito gratificante, que pode ajudar as pessoas, que tem gente que vai até lá muito mal. Ela falou que lida com o sofrimento das pessoas, pessoas com baixa autoestima, pessoas se separando. Eu percebi que ela ficou emocionada. A vendedora concordou em participar da minha pesquisa. A

entrevista ocorreu uma semana depois pela manhã, horário mais tranquilo na loja. Nesse *sex shop* havia também um atendente homem, mas no dia da entrevista ele não estava presente.

A loja Eudora faz parte do Grupo O Boticário e trabalha com “momentos da mulher”, entre eles o momento entre quatro paredes. Além da loja física e da loja virtual, eles mantêm revendedoras dos produtos por meio de catálogos. As lojas O Boticário são direcionadas à família, enquanto a loja Eudora é direcionada especialmente às mulheres. As lojas Eudora não trabalham com os brinquedos eróticos, somente com os cosméticos, vendas para olhos e ligas para pernas. Trata-se de uma linha com embalagens sofisticadas e que se destacam quando comparados a outros produtos vendidos por catálogos. Os preços também ultrapassam os demais produtos vendidos por outras empresas semelhantes.

Fui conhecer a loja Eudora no *shopping* Barigui e a vendedora começou a falar sobre os produtos eróticos. Ela falou que “homem gosta de ser agradado”, falou sobre quais produtos já havia utilizado e de quais “o marido dela gostava”. Percebi que era uma estratégia de venda falar o que o homem gosta, as vendedoras utilizam suas experiências e os gostos dos seus maridos ou companheiros para estimular a venda desses produtos. Revelam importantes aspectos de uma masculinidade ainda a ser desvelada.

Ela falou que agora as pessoas que têm vergonha podem ir ali buscar esses produtos e que elas não precisam entrar nesses locais com “embalagens e produtos mais vulgares”. Os lugares mais vulgares a vendedora estava se referindo aos locais mais pornográficos. Leite Júnior (2006) sugere que o debate que dicotomiza os termos e prazeres são espaços de uma luta simbólica pela legitimidade das representações e das práticas sexuais. A pornografia estaria ligada as classes populares e seus gostos “vulgares”. Segundo Larissa Pelúcio (2007), essa associação mostra o cunho político do sexo e dos múltiplos discursos que se pretendem legítimos sobre ele e o que se faz dele.

Pode-se inferir que os discursos institucionais vinculam as mulheres ao protagonismo do controle do seu prazer e o do seu companheiro. Esses discursos mantêm a normatização e colocam as mulheres como responsáveis por seus relacionamentos e em um contexto em que o sexo é estimulado. É também um discurso de sair da rotina sexual, o qual está na lógica do imperativo do gozo e, por

um lado, mantém as convenções estabelecidas pelos dispositivos de poder, mas por outro, abre novas possibilidades para a descoberta de si.

3.4.2 “Entre esmaltes, rímel e brinquedos eróticos”: o salão como espaço de conversas sexuais

Conheci alguns temas que interessavam as pessoas em algumas situações, como em um salão de beleza próximo a minha casa, que frequentei desde outubro de 2011, praticamente toda semana fazendo as unhas, até dezembro de 2012. Esse salão é pequeno, conta com 15 funcionários, atende a uma clientela mais favorecida socialmente e está localizado em uma região privilegiada de Curitiba. Nesses ambientes, não é raro escutar sobre sexo, mesmo que seja em tom de piada.

Por outro lado, o fato das pessoas falarem informalmente a respeito de sexo não significa que queiram discutir o assunto a fundo. Talvez queiram rir ou divertir-se, e falar coletivamente seja mais fácil do que entrar de fato em suas práticas e intimidade. No ambiente do salão se fala de muitas pessoas e já parece ser um espaço de sociabilidade que soma campo, beleza, fofoca e confidências. Esta sociabilidade não parece exigir compromisso com a “verdade de si”. Joga-se conversa fora. Isto é diferente da “seriedade” de uma entrevista. Dessa forma, algumas pessoas que se prontificaram a participar da entrevista desistiram e não fiquei sabendo o motivo de suas desistências.

No início de minhas idas até o salão de beleza somente observava em silêncio e prestava atenção as conversas que circulavam pelo ambiente. Aos poucos passei a usar como estratégia o salão como espaço e contextos para conversas de sexo, sexualidade e relacionamentos. Passei a falar sobre sexo e incitar que se falasse sobre ele e sobre si. Fui revelando sobre minha pesquisa, falando que meu campo de estudo eram os *sex shops* e os produtos eróticos. Porém, nessas observações participantes foram mais abordadas questões acerca da sexualidade, sexo e relacionamentos. Não se falava muito do uso de produtos eróticos, pois algumas mulheres não usavam ou tinham pouco contato com esses produtos. Contudo, considero importante essa aproximação com o campo da sexualidade e do

sexo, pois me ajudou a começar a refletir sobre as transformações na sexualidade feminina.

Concordo com Sérgio Carrara (2005) quando ele afirma que é difícil articular as percepções de como pensam e vivem os brasileiros sobre suas sexualidades, na medida em que vivemos entre o paraíso e o inferno sexual, entre o permissivo e tolerante e o repressivo e violento. Duas manicures com quem mantive mais contato mantinham relações sexuais com três homens, sem terem um vínculo institucional, não eram casadas e não estavam namorando. Uma delas se demitiu do salão e foi trabalhar por conta própria. Foram três meses de muitas confidências. Ela tem 40 anos, 2 filhos, 1 neto, muitos amigos, uma vida agitada à noite e ela vivia dividida entre 3 pessoas. Um ex-marido há mais de 10 anos, um ex-namorado e outro rapaz. Eu a incluí no meu diário de campo, porque ela dizia que era muito criticada por outras pessoas e que não poderia falar sobre isso, que se ela quisesse poderia ter relações sexuais com mais de um parceiro sem estar casada e sem ser considerada prostituta. De certa forma ainda persiste a ideia de virtude em termos da recusa de uma mulher em sucumbir à tentação sexual, recusa esta amparada por várias proteções institucionais, como o namoro e o casamento.

Segundo Giddens (1993), em um mundo de igualdade crescente (ainda que tal igualdade esteja longe de ser completa), homens e mulheres são levados a realizar mudanças em seus pontos de vista e em seu comportamento em relação um ao outro. Atualmente a sexualidade tem sido descoberta, revelada e propícia ao desenvolvimento de estilos de vida bastante variados. Em suas confidências, na qual me chamava de sua psicóloga particular, pode-se dizer que ela tinha uma liberdade em relação a sua sexualidade. Ela podia escolher com quem queria transar ou não e optou por sair de um casamento no qual não estava mais se sentindo satisfeita. Esse fato vai ao encontro dos estudos de Giddens (1993) quando afirma que as mulheres estão esperando mais do seu casamento do que em geral ocorria nas gerações anteriores. As mulheres esperam tanto receber quanto proporcionar prazer sexual, e muitas começaram a considerar uma vida compensadora como um requisito chave para um casamento satisfatório. Essa manicure não fazia uso de produtos eróticos e disse ter recebido de presente de aniversário uma prótese (dildo) de uma cliente.

Outra manicure com quem também mantive um contato por mais tempo, igualmente costumava me chamar de psicóloga particular e fazia confidências em

voz baixa. Às vezes falava tão baixo que nem eu conseguia escutar direito. Ela tem 32 anos, foi casada durante 13 anos, tem 4 filhos, está separada há 3 anos e tem 3 homens com quem se relaciona sexualmente. Começou contando seu processo de separação, a dificuldade que foi em se separar, que passou por processos de violência simbólica e física, até mesmo por ameaça de morte. Cada semana ela me contava um pouco da sua história e ao se despedir de mim falava que na próxima semana teria mais, que ela contaria os “próximos capítulos”. Ela não quer mais casar e nem namorar e disse que mais para frente pode encontrar uma pessoa e mudar de ideia, mas que por enquanto não. Quando sente vontade de transar ela manda mensagem ou liga para algum deles e eles se encontram. Ela se diverte com isso, fala que não quer ninguém dentro da sua casa, pois ainda tem filhos pequenos para criar, e portanto, seus encontros ocorrem em motéis. Perguntei com que frequência ela ligava para eles e ela me disse que toda semana. Ela fala que sente falta de sexo e de contato com pele. Fala que sente necessidade de sexo. Embora ela diga que não quer um casamento ou namoro, ela mantém vínculo com três homens. Com um deles ela já mantém esse tipo de relacionamento há mais de 8 anos, outro há mais de 1 ano e o último, que ela já estava pensando em substituir por outro, há uns 6 meses. Não tem monogamia ou não está disposta a estar exclusivamente com nenhum deles. Não têm cobranças e nem ciúmes, não conversa muito sobre a vida deles, só aproveitam o momento e depois cada um segue para suas vidas. Nesse sentido penso em Giddens (1993) quando ele coloca que as mudanças no comportamento e nas atitudes sexuais das mulheres têm sido muito mais pronunciadas do que entre os homens, e que os homens têm sido retardatários no processo de transformação da intimidade.

A cliente que estava fazendo o cabelo também se manifestou, pois a manicure continuou falando que tinha 4 filhos e um com 5 anos de idade, então não queria levar ninguém para casa dela e ainda tinha receio dos vizinhos comentarem. Neste momento a cliente falou: “tá vendo, se fosse o homem não teria problema com vizinhos, podia levar quem quisesse que não ficaria mal falado”. Esses espaços abrem momentos para reflexões acerca do sistema sexo/gênero, demonstrando ainda marcas da dupla moral, no qual a mulher ainda continua sendo objeto de poder e de aprisionamento do seu desejo e prazer. Além disso, há a figura da mulher-mãe, preocupada com seus filhos, colocando-os em primeiro lugar e, esperando que cresçam para que possam novamente se casar.

Com o passar do tempo fui ficando conhecida no salão como a pessoa que gostava de conversar sobre sexo. Quando o salão estava mais vazio (na segunda-feira) é comum várias pessoas participarem da conversa e falarem o que acham do uso dos produtos eróticos. Essas ocasiões são cobertas por risadas e curiosidades. Em uma dessas situações, minha manicure emitiu sua percepção falando alto que prefere “algo vivo” do que “algo morto”. Segundo ela: “por que eu vou querer algo morto se eu posso ter o vivo? O morto não tem graça, imagina [risos]. Eu quero é contato de pele, não quero fazer sozinha. Não quero um pinto de borracha!”. Ela diz: “se eles usam a gente como objetos por que eu vou fazer diferente? Por que eu vou querer levar um homem para minha casa para eu ter que cozinhar e lavar para ele? Eu não quero isso, eu posso pagar as minhas contas, me viro sozinha, mas às vezes tenho carência, quero um abraço, um beijo, um carinho”. Ela queria me convencer que os homens só querem sexo e que a mulher faça o trabalho que as mães deles faziam, como arrumar a casa, lavar roupa ou preparar comida.

A manicure falava dando risada e sem compreender como algumas pessoas utilizavam esses produtos. Essa manicure demorou vários meses para me confidenciar que tinha uma prótese cor-de-rosa. Isso revela que discurso e prática podem ser contraditórios. A mesma manicure que falou que preferia algo “vivo” a algo “morto”. Ela estava me comunicando, estava construindo um discurso sobre si que fosse moralmente palatável. Por outro lado, poderia estar me dizendo o que pensava de sua experiência com a prótese. Nota-se que falar acerca do uso de brinquedos sexuais leva certo tempo, que é um assunto delicado, que precisa certa confiança para que se possa falar. Algo que deve ser encoberto socialmente, que não deve ser falado em todos os lugares e somente para poucas pessoas ou para nenhuma. Não sei se ela comprou ou ganhou de presente, e ela também não falou se usava nela. Ela comentou que quando seu marido quis fazer sexo anal com ela, ela disse que tinha medo da dor e que só daria seu ânus se “comesse o dele antes”. No mesmo dia ele concordou em experimentar e acabou desistindo, pois sentiu dor. Mas em outras oportunidades ele pediu que ela usasse a prótese nele. A manicure falou rindo, dizendo que ele era machão e que gostava de usar a prótese nele. O uso de prótese em homens também foi encontrado nas narrativas das vendedoras de produtos eróticos, de homens heterossexuais que gostavam de ser penetrados. Nessas situações percebe-se que há uma desconfiança acerca da virilidade desse homem e uma desvalorização desse comportamento compartilhada socialmente.

Em outro caso, uma manicure casada contou que após o nascimento do seu filho a vida sexual deles ficou muito ruim. Antes de terem o filho, transavam em qualquer lugar, até no meio do mato. Ela reclamou do seu marido, dizendo que ele ficava muito na mão dele que morava no mesmo terreno e que quando eles saíam a mãe dele sempre tinha que ir junto. Além disso, ele não estava tomando mais banho e ficava dormindo no sofá. Era visível sua insatisfação e até mesmo irritação com seu marido e sua sogra. Nesse espaço discursivo se reportava a uma prática social muito comum, a disputa entre esposa e mãe pelo filho. Ao mesmo tempo, outra manicure ao lado dava seu parecer dizendo que ela deveria puxar ele, chamar ele: “o meu amor, vem aqui, vamos tomar um banho juntos”. Afirmando que era obrigação dela “aquecer” as coisas, dar um jeito de “reverter” aquela situação. Falava isso olhando para mim e querendo a minha confirmação, “não é mesmo? Você não acha?”. Nesse sentido, os conselhos dados pela manicure se enquadram em uma reprodução aos binários de gênero, colocando a mulher em um papel de responsável por “reverter” e “resolver” o problema do seu casamento. Seu papel enquanto mulher é atrair o seu homem e aquecer a relação na tentativa de salvar o seu relacionamento. Conforme assevera Bozon (2004, p. 94) “é às mulheres que incumbe resolver as tensões da sexualidade: espera-se delas que tentem estabilizar e regularizar o desejo dos homens, contendo-os em um relacionamento ou em um casal”.

Mesmo após terminar minha mão fiquei conversando e escutando suas lamentações acerca do seu casamento e da sua vida sexual. Suas reclamações incluíam não ter um contexto para fazer sexo, não sair, não passear, não fazer nada de diferente. Ela não queria só transar em casa, ela queria sair, se distrair para ter vontade de transar. Embora Giddens (1993) aponte que o mundo está caminhando para uma igualdade crescente entre homens e mulheres, algumas mulheres seguem reclamando de seus relacionamentos.

Em outra situação, uma manicure estava com horário vago e ficou olhando três revistas “Nova” do salão que ela levaria para casa. Ela estava interessada nas matérias referentes às posições sexuais indicadas nestas revistas. As revistas, ela levaria para ver junto com seu marido e para colocar em prática as posições sugeridas nas revistas. Ela ficou me mostrando os desenhos dos corpos e das posições sexuais e dizendo o que era bom e o que não era. “Essa aqui eu já fiz, é boa, essa aqui eu não gostei”. Nesse sentido, ela interage, escolhe, demonstrando

uma autonomia em relação a sua prática sexual. De acordo com Zucco (2007), as comunicações em massa têm um papel importante na sociedade contemporânea, o qual influi na vida social e subjetiva das pessoas.

[...] [revistas femininas] pode-se considerar que a sexualidade feminina permanece subordinada tanto às relações hierárquicas de gênero, quanto aos discursos da mídia e da publicidade, por imporem, às suas leitoras, um perfil idealizado de “mulher maravilha”. Ambos os discursos são repressores da liberdade e autonomia das mulheres, embora puguem seu oposto. Quanto à relação entre a sexualidade e a saúde sexual e reprodutiva, ressalta-se que, implicitamente, os discursos se circunscreveram aos aspectos atinentes à vivência do sexo com liberdade, predominando o hedonismo, típico da sociedade de consumo. Além disso, a sexualidade feminina foi difundida, segundo a lógica do mercado, demonstrando seu intrínseco atrelamento à cultura de massa. (ZUCCO, 2007, p. Vii).

Há um cenário de aceitação social no qual o sexo é liberado, mas, sobretudo, estimulado. Segundo Zucco (2007) o discurso da sexualidade das revistas femininas “Claudia” e “Mulher dia-a-dia” afirma que sexo é bom, dá prazer e deve ser feito com companheiro. Essas revistas reproduzem normas que são interiorizadas e que associadas a outros discursos em vigor, dão suporte às estratégias de controle das condutas sexuais e amorosas das mulheres. Embora se pode também dizer que toda esta imitação não significa exatamente que a mulher goste de fazer daquele jeito e siga fazendo conforme proposto. Em uma perspectiva heterossexual, esses discursos são próximos dos discursos a respeito dos produtos eróticos, que também começam a aparecer nas páginas das revistas femininas. Esses discursos dos produtos eróticos também são direcionados às mulheres heterossexuais e dão conta de normatizar comportamentos sexuais e amorosos femininos, embora novas possibilidades possam surgir deles.

Os produtos eróticos³⁷ consumidos por algumas manicures foram: bolinha explosiva³⁸, gel, *lingeries* e fantasias. Os cosméticos são os produtos eróticos mais consumidos no Brasil. Um dos fatores desse consumo seria o preço mais acessível quando comparado ao valor dos brinquedos sexuais e das fantasias, e por ser mais palatável ao consumo entre as mulheres, seria mais aceitável, considerando os padrões sexuais vigentes. Considerando a expectativa do/a parceiro/a é mais fácil a incorporação de um gel, um óleo, uma *lingerie* e uma fantasia do que de brinquedos

³⁷ Uma manicure afirmou não usar produtos eróticos porque não gosta do cheiro desses produtos, ela prefere sentir o cheiro da pessoa, segundo ela: “não gosto nada que atrapalhe esse cheiro”.

³⁸ Uma manicure gostava de acobertar o cheiro do sexo, que segundo ela é ruim. Ela usava essa bolinha com essa finalidade.

sexuais. E o gel é um facilitador da penetração, que pode ser indicado por ginecologistas/obstetras. Isso se observa nas narrativas das consumidoras entrevistadas que começam falando do seu consumo de gel, fantasia e somente após mais confiança e mais a vontade revelam que usam brinquedos sexuais, como calcinha vibratória, vibradores e próteses. Isso me mostra que as mulheres ainda se sentem inibidas para falar sobre seus prazeres corporais livremente, na medida em que os micropoderes controlam seus corpos ditando regras para que se escondam essas descobertas.

Um dado que também chamou minha atenção foi quando uma manicure ao se referir aos produtos eróticos na frente de outras mulheres deixou claro que se tratava de um relacionamento longo, e que, portanto, se sentia a vontade para usar esses produtos. Falar que usa produtos eróticos em um relacionamento longo cerceia o uso, de certa forma diminui preconceitos porque fazer sexo no namoro já está legitimado socialmente. Ainda que a virtude de uma mulher permaneça associada ao seu controle sexual, o que pode ser traduzido em um menor número de parceiros sexuais em sua carreira afetiva/sexual. Ela já pode extrair o maior prazer possível do relacionamento que está vivendo. Esse dado também é encontrado nas mulheres que entrevistei. Para o uso desses produtos com outra pessoa, o mesmo deve ser realizado quando se tem mais intimidade e que não seria muito bem visto por elas, se fosse em um primeiro encontro sexual.

Outro aspecto levantado se refere a uma cliente do salão que disse adorar usar esses produtos e que guardava o vibrador e a prótese no porta-malas do carro, com receio que a filha descobrisse.

Vários brinquedos eróticos podem ser encontrados em formatos que em nada levantariam suspeita sobre suas funções. Podem ser encontrados vibradores em forma de batom, rímel, formas que as mulheres podem carregar tranquilamente na bolsa. Também é comum vibradores e próteses estarem dentro de bichos de pelúcia com cadeado. Esses diferentes formatos e os bichos de pelúcia evitariam situações constrangedoras caso fossem descobertos. Isso demonstra a preocupação que o mercado erótico tem em escamotear esses brinquedos, pois em boa medida ainda refletem elementos da cultura que são interditados. Ainda agredem normas sociais e ignoram a possibilidade de formas diversas de prazer.

As opiniões acerca dos produtos eróticos entre as manicures e as consumidoras entrevistadas variavam, algumas consideravam importante para

inovar no sexo e no relacionamento, e outras não gostavam e diziam que os produtos não são tudo isso que divulgam. Além disso, obtive informações acerca de casos de alergia com o uso de produtos eróticos e opiniões que falavam que muitos são porcarias. Nesse sentido depende dos fabricantes dos produtos, pois os produtos de maior qualidade são muito mais caros, e chega a ser símbolo de *status* ter um vibrador importado.

3.4.3 Conversando sobre sexo com as amigas

Algumas pessoas próximas do meu convívio sabem sobre o meu tema de pesquisa e notei que elas se sentem mais a vontade de fazer confidências sexuais, que ficam atentas esperando o que eu tenho a dizer. Como se o fato de eu estar pesquisando tivesse produzido o afastamento e eu estivesse virando uma “especialista em sexo”. Comentam acerca do sexo, casamento, ou a situação de viver como amante. Escuto desde situações do marido brochar em certas ocasiões e não querer conversar sobre isso, virar para o lado e não querer satisfazer sua parceira, casal que não tem muita relação sexual, mulheres que fingiam ter prazer no sexo, mulheres que não sentem vontade de ter relações sexuais, tabu do sexo anal, posições sexuais, queda da frequência das relações sexuais, conforme o tempo de relacionamento e a importância atribuída ao fator de ser desejável. Essas pessoas fazem parte do meu ciclo de amizade e sociabilidade.

Esse dado sobre a queda na frequência com o passar dos anos no relacionamento é encontrado nas minhas entrevistas, como também a preocupação das mulheres em serem desejadas por seus companheiros. Segundo algumas consumidoras entrevistadas, elas preferem que os homens tomem a iniciativa de querer fazer sexo para que elas se sintam desejadas. De acordo com Bensusan (2004), há uma forma de desejar e ser desejado, na qual nosso desejo e nossa capacidade de ser desejado é um instrumento de poder a nossa disposição. Assim, os homens aprendem como desejar e as mulheres como serem desejáveis. Nas minhas entrevistas, algumas consumidoras às vezes, preferiam não tomar iniciativa do sexo no casal, preferiam que os homens as procurassem para que se sentissem mais valorizadas e desejadas. Essa necessidade de ser desejada é parte constitutiva de como a sexualidade foi produzida e de como as mulheres vão se instituindo na relação com a sexualidade.

Conversando com uma amiga, ela comentou que o melhor orgasmo da vida dela não teve penetração. Porém, ainda é forte a associação do sexo a penetração, é como se o sexo heterossexual só se completasse por meio da penetração. Além disso, conversamos sobre o tabu do sexo anal. Mas, conforme entrevista com a vendedora Frida, o ânus pode ser um local de prazer feminino e não somente algo do prazer masculino, a mulher pode desejar fazer sexo anal sem querer agradar o seu homem.

É difícil falar de masturbação e prazeres corporais com as amigas, o que se fala é de relacionamentos, namoro, casamento, filhos e quando se chega em prazer sexual se abre uma brecha. Muito raro escutar uma mulher próxima, falar que se masturba, que tem prazer sozinha, talvez esse assunto ainda seja encoberto. O silêncio anuncia uma repressão que o corpo feminino ainda sofre. Como estou estudando esse tema, tento incitar minhas amigas para que falem sobre isso. Uma delas falou que a mulher deve “exigir” ter prazer, não somente agradar o companheiro. De acordo com ela, a mulher deve ser “dama na rua e puta em casa”. Essa metáfora ainda coloca o prazer na esfera do interdito ou a desloca para um novo campo de possibilidades? Parece haver um deslocamento para a positividade do conteúdo do que é ser puta em casa e está na esfera do “deve ser” (um devir), não necessariamente uma prática.

Segundo Bozon (2004), a partir do final do século XX algumas transformações da esfera da sexualidade aproximaram as situações de homens e mulheres. As práticas sexuais continuam sendo marcadas por grandes tensões: a tentativa de manter um relacionamento entre dois parceiros segue na contramão da exigência de um desejo sexual espontâneo. Há exigência da monogamia; há atração por possíveis simultaneidades de parceiros/as sexuais; há ideia de um relacionamento “para sempre” e o desejo de uma renovação das experiências e dos relacionamentos. Essas tensões transcorrem os relacionamentos de homens e mulheres e são no geral, dispostas como uma divisão estável entre os sexos e são justificadas pelas diferenças de natureza psicológica entre homens e mulheres. (BOZON, 2004). Dessa maneira, os homens são percebidos como sujeitos de desejo independentes, enquanto as mulheres são pensadas como objetos a serem possuídos, como sujeitos de um desejo moderado e atentas aos desejos que possam provocar. Para as mulheres, seus motivos para ter relações sexuais só podem ser amorosos ou conjugais, não caberia outra possibilidade nessa

naturalização do corpo feminino. Os homens permanecem sendo representados como os principais agentes do ato sexual e as mulheres continuam tendo o seu desejo sexual amplamente ignorado, como se seu lugar devesse permanecer atrelado à afetividade. (BOZON, 2004). O mercado de produtos eróticos explora esses contextos das mulheres ligadas à afetividade, na medida em que o foco desse mercado são mulheres com um relacionamento ou casadas, e que, portanto, em nome de seu sentimento, é legitimado ter relações sexuais com seus companheiros e usar artifícios para inovar, diversificar e aumentar a criatividade. Nesse sentido, estamos no campo do erótico, isto é, o sexo é realizado para manter um relacionamento, um casamento, uma família com um discurso muito mais aceito socialmente, um discurso normatizado e que mantém certas hierarquias e dominações entre os gêneros. Por outro lado, ao contrário do que mostra Bozon (2004), os discursos do mercado de produtos eróticos colocam as mulheres como ativas e protagonistas do seu erotismo. Elas estariam incitando e provocando seus parceiros sexuais, mesmo que predomine o foco de associar as mulheres à afetividade e as suas responsabilidades de manter o relacionamento. As mulheres entrevistadas não se percebem como dominadas, elas estariam não somente a serviço de agradar seus companheiros, pois elas fantasiam, elas entram em um jogo lúdico que trás prazeres e desejos para si. Elas gozam desse efeito de poder.

Além disso, encontrei algumas mulheres que sabiam da minha pesquisa e diziam: eu nunca fiz sexo anal, eu tenho medo de fazer sexo oral no meu namorado e ele achar que eu sou puta, vagabunda, mesmo eu só tendo namorado um antes dele. Assim como mulheres que desconfiam quando o homem quer sexo anal porque ele deve ser homossexual. Essa associação aparece na entrevista com uma vendedora de produtos eróticos, que tem mulheres que pensam isso de homens que querem fazer sexo anal, o que aponta a clara dicotomia ativo versus passivo da masculinidade.

Esses elementos apontam para o pânico moral e sexual e para uma gendrificação de dupla moral que perpassa pelos medos e produz importantes agenciamentos entre ativo/passivo, bem como medo de perda da masculinidade quando a penetração não é vaginal. Esse é o imperativo heterossexual e a “masculinidade” pode ser colocada sob suspeita se o desejo do homem se volta para o ânus. (MATHIEU, 1991).

Essas descrições que fizeram parte do meu diário de pesquisa revelam que essas mulheres estão falando muito mais de sexualidade, de frustrações do que propriamente de produtos eróticos, mas talvez seja por causa do que de fato se vive, ou do que outras mulheres vivem. As mudanças ocorridas na sexualidade ao longo dos séculos colocam as mulheres como centrais nesses processos. Giddens (1993) traz importantes conceitos para pensar a sexualidade e as relações amorosas. No amor confluyente a exclusividade, a monogamia, só existe na medida em que os parceiros a desejem, isto é, o amor confluyente contempla a participação de outros parceiros num tipo de relacionamento pluri-conjugal, se é que podemos denominá-lo desta forma. (GIDDENS, 1993, p.73-74).

A sexualidade plástica, o relacionamento puro e o amor confluyente se aplicam bem ao tipo de relacionamentos que encontramos no ambiente virtual. Nos sites de encontros e namoros cada um pode relacionar-se simultaneamente com um sem número de pessoas, limitado apenas pela capacidade de resistência e habilidade dos usuários. Os parceiros podem encontrar-se no ambiente virtual e depois no ambiente da realidade ou manter o relacionamento, por meses a fio, apenas pela Internet, até que ambos ou um dos parceiros decida encerrar a relação. Ou que ambos resolvam mudar o estatuto da relação.

As modificações ocorridas no século XX levam a crer que a sociedade enquanto pensava que transgredia um interdito acabou, na verdade, fazendo exatamente o jogo que lhe foi proposto pelo artilheiro de que Foucault falava. Prova disso é a pujança dos negócios que envolvem as "coisas" do amor. Do Viagra ao shampoo para deixar os cabelos mais sedosos ao toque, do sexo se fala, se vende e se faz. Zygmunt Bauman (2004) nos mostra isso em sua última obra: "Amor líquido – sobre a fragilidade das relações humanas". Neste trabalho ele fala da fluidez das relações, da frustração que os relacionamentos amorosos causam por as pessoas possuírem um ideal de amor romântico que, por si só é um ideal inatingível, irreal. A miopia em se compreender que o amor é algo mutável, que envolve pelo menos duas pessoas diferentes em constante transformação, que é um empreendimento que exige tempo, paciência, esforço, compreensão. Para Bauman, tal miopia é o causa grandes frustrações com o amor e a busca por formas transitórias, que não exigem um envolvimento pleno. O medo do compromisso, implicado nas relações estáveis e duradouras, é um dos motivos que leva os indivíduos a lançarem-se neste

verdadeiro *trottoir* telemático; ele denuncia que por trás da promessa de maiores possibilidades de encontros, o que existe é a dificuldade de sustentar as diferenças.

No campo amoroso, passou-se do erotismo, que envolvia relações sociais, à sexualidade como expressão da identidade. O sexo é uma revelação do “eu” e a sexualidade um estado onde o amor físico é tido como corolário da intimidade entre as pessoas. Em outras palavras, neste caso, trata-se de um desempenho, uma *performance* do “eu”. O amor físico atualmente, passa ao largo do envolvimento e implicação de cada um pela manutenção do relacionamento, o que poderíamos expressar como: o sexo começa quando nos levantamos da cama pela manhã e não quando nos deitamos nela à noite.

Na esfera da sexualidade, o narcisismo afasta o amor físico de qualquer compromisso, pessoal ou social. O simples fato de um compromisso por parte de uma pessoa parece, para ele ou ela, limitar as oportunidades de experiências "suficientes" para saber quem ele ou ela é e encontrar a pessoa "certa" para complementar quem ele ou ela é. (SENNETT, 1998, p. 22).

Esta busca por oportunidades e experiências diversas caracteriza o homem "coleccionador de sensações" (BAUMAN, 1998) e de experiências amorosas que, neste caso, reduzir-se-iam a experiências nas quais nada, a não ser o próprio sexo, resulta do encontro entre os dois parceiros, pois eles sabem de antemão que seus caminhos irão separar-se, cedo ou tarde. Bauman (1998) diz ainda, que à medida que o sexo foi sendo isolado de outras formas de relacionamento social, ele acabou por transformar-se num instrumento de privatização e mercantilização.

O sexo está sendo completamente purificado de todas as "poluições" e "corpos estranhos" tais como obrigações assumidas, laços protegidos, direitos adquiridos. Por outro lado, porém, todas as outras coisas das relações humanas são – afiadamente, vigilantemente, obsessivamente, às vezes de uma maneira atacada de pânico – purificadas mesmo das mais pálidas sugestões sexuais que permitam a mais leve possibilidade de condensar essas relações em permanência. (BAUMAN, 1998, p.185).

Os produtos eróticos, os *sex shops* estão sendo direcionados aos casais, o que contraria os estudos de Bauman (1998). As narrativas das mulheres colocam os produtos como intermediadores para o físico, mas também para aumentar a cumplicidade, a intimidade e o diálogo entre o casal, conferindo uma maior qualidade ao relacionamento.

Outros aspectos me permitiram a aproximação com o campo, como o foram os *sites* encontrados na internet.

3.5 SEXO VIRTUAL?

Além desses espaços presenciais, outro caminho que marcou o modo como eu me aproximei do campo foram as pesquisas realizadas pela internet sobre os produtos eróticos. Embora este meio eletrônico não permitisse a delimitação do universo sociocultural em questão. Segundo o antropólogo Hermano Vianna (1995), este meio foi muito útil para acessar vários aspectos da pesquisa em lojas virtuais. Li bastante a respeito de cada produto, alguns produtos estão bem detalhados na internet e no *youtube*³⁹. Para buscar informações utilizei *sites* da ABEME⁴⁰, ATENAS⁴¹, *Hot Flowers*⁴², Eudora⁴³, blog da Dharini⁴⁴ e assisti muitos vídeos disponíveis no *youtube*. Também pesquisei o *site* da Fonzaghi⁴⁵, empresa com mais de 29 anos no mercado curitibano, que vende joias, óculos, *lingerie* e produtos eróticos por catálogo. Essa empresa trabalha com consignação. As pessoas, principalmente mulheres, retiram os produtos para revenderem e devolvem o que não conseguirem vender. As embalagens dos produtos como aponta Gregori (2010) não têm qualquer compromisso com o *design* gráfico, não são muito bonitas. No momento em que pesquisei esse *site*, a capa do catálogo dos produtos apresentava a foto de um casal heterossexual, destacando a mulher que ficava a frente do homem, que praticamente não aparece na capa. A foto simula uma chuva, com a mulher toda molhada de *lingerie* e o homem de calça *jeans* rasgada. As mãos dele estão no corpo dela um pouco abaixo do seio, enquanto as mãos dela estão nos joelhos dele que estão um pouco dobrados. O homem parece estar sussurrando em seus ouvidos. A própria capa do catálogo demonstra ser direcionada para um casal heterossexual. Ela é sugestiva e menos explícita, portanto, poderia ser considerado no senso comum como erótico e distante do pornográfico. (LEITE JÚNIOR, 2006).

O *site* da Eudora também foi utilizado para me aproximar do campo. As embalagens dos produtos são sofisticadas e bonitas, se destacam quando

³⁹ Youtube. Disponível em: <www.youtube.com>. Acesso em: 01 ago 2012.

⁴⁰ Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual (ABEME). Disponível em: <<http://www.abeme.com.br/>>. Acesso em: 01 ago 2012.

⁴¹ Agência Tecno-Estratégica para Negócios e Ação Segmentada (A.T.E.N.A.S.) Disponível em: <<http://www.atenasonline.com.br/>>. Acesso em: 01 ago 2012.

⁴² Hot Flowes Produtos Sensuais. Disponível em: <<http://www.lojahotflowers.com.br/>>. Acesso em: 01 ago 2012.

⁴³ Eudora. Disponível em: <<http://www.eudora.com.br/>>. Acesso em: 01 ago 2012.

⁴⁴ Dharini Lingeries e Produtos Sensuais. Disponível em: <<http://dhariniprodutosensuais.blogspot.com.br/?zx=94292969fb99b5f8>>. Acesso em: 01 ago 2012.

⁴⁵ Consignados Fonzaghi. Disponível em: <<http://www.fonzaghi.com.br/#>>. Acesso em: 01 ago 2012.

comparadas com outros produtos vendidos por catálogos, tanto no preço quanto no bom gosto. Essa loja trabalha com “momentos da mulher”, e o momento entre quatro paredes é destinado aos produtos eróticos, mas não contém brinquedos, somente cosméticos. Tomando a Internet como espaço (re) produtor de conhecimentos e saberes, verifica-se a importância das representações de gênero em *websites*, artefatos que, ao mesmo tempo em que se apropriam de concepções acerca do feminino e do masculino correntes na sociedade, também ajudam a construir e reforçar identidades sexuais através de representações deste feminino e deste masculino. (SABAT, 2001).

Entre os vários vídeos assistidos pela internet destaco as entrevistas da Paula Aguiar (presidente da ABEME) no Programa Fala Sério sobre os produtos eróticos, da Maria Filomena Gregori no Café Filosófico sobre suas pesquisas realizadas em *sex shops* e boutiques sensuais e o programa De 4 com Ângela Bismarchi⁴⁶. Esses vídeos serviram para me aproximar do campo erótico brasileiro e para iniciar minhas reflexões analíticas, pois envolvem pessoas importantes nesse mercado de produtos eróticos e que têm legitimidade para falar sobre ele. Nesses vídeos que trazem Paula Aguiar e Ângela Bismarchi, alguns elementos sobre a sexualidade demarcam as diferenças de gênero, colocam as mulheres como responsáveis por seus casamentos e relacionamentos, criam pânico acerca da concorrência e, portanto, a mulher corre perigo de perder o seu homem. É como se uma mulher não pudesse viver sozinha e só fosse alguém do lado de um homem, e nesse sentido acaba atribuindo mais valor ao homem que deve ser agradado e disputado. Cria-se grande expectativa em torno desses produtos e que eles vieram para ajudar o casal, para salvar casamentos e relacionamentos mantendo a chama acesa entre o casal. É explorada também nessas falas uma visão romântica do casal, com a ideia de pessoa especial e de relacionamento “para sempre”. As narrativas das vendedoras entrevistadas reproduzem e reiteram essa linguagem do mercado de produtos eróticos.

⁴⁶ A apresentadora fica em uma banheira de hidromassagem de biquíni mostrando alguns produtos eróticos e respondendo dúvidas do público, uma parte do programa também é realizada em uma cama em que ela entrevista algum/a convidado/a. Disponível em: < <http://tvuol.uol.com.br>>. Acesso em: 2 ago 2012.

Também utilizei para a pesquisa o *blog* da Dharini⁴⁷ que contém além dos produtos eróticos, receitas de comida afrodisíaca. Tem um vídeo dela mostrando os produtos eróticos e com a frase “ele vai adorar” se referindo aos géis para sexo oral. A estratégia utilizada para vender alguns produtos é a de que o “homem” vai adorar, e se o homem vai adorar a mulher novamente se encaixa na “naturalização” de seu comportamento como aquela disposta a se doar mais na relação. Conforme Giddens (1993), os ideais do amor romântico afetaram mais as aspirações das mulheres do que dos homens. O *ethos* do amor romântico ajudou a colocar as mulheres no âmbito doméstico (esposa e mãe). Por outro lado, pode ser entendido como um acordo ativo e radical com o machismo da sociedade moderna. Esse amor romântico pressupõe a possibilidade de se estabelecer um vínculo emocional durável com o outro, tendo-se como base as qualidades intrínsecas desse próprio vínculo.

Essa etapa serviu como uma aproximação e também para despertar ideias de qual caminho eu iria traçar. Um desses caminhos escolhidos foi a participação na 19ª feira erótica em São Paulo, que eu descobri por meio dos vídeos no *youtube* e nas pesquisas realizadas no *site* da ABEME.

3.6 “VOCÊ GOSTA DE UVA, MORANGO OU MELANCIA?”: PERCEPÇÕES SOBRE A FEIRA ERÓTICA

A *Erótika Fair*, criada em 1997 pelo empresário Evaldo Shiroma, tem sido de grande importância para a sedimentação do mercado erótico e sensual brasileiro. Chegando à *Erótika Fair* tem uma placa indicando ser proibida a entrada de menores de 18 anos, homofóbicos, ciumentos, cardíacos, hipertensos e preconceituosos. Trata-se de uma feira de negócios⁴⁸, na qual ocorrem várias palestras simultâneas, tanto para lojistas quanto para as pessoas que querem trabalhar com catálogo. Mas também tem a parte divertida com shows, *striptease*, *gogo boys*, e brincadeiras humoradas utilizando a platéia, essa parte a palavra de ordem era “putaria”.

No período da manhã, eu fiquei na parte dos catálogos, nesse dia seriam realizadas três palestras, a primeira palestra foi com Paulo Arêdes, diretor da Erótica

⁴⁷ Conheci Dharini em uma feira de salão de beleza em Curitiba em 2012. Ela mostrou as *lingeries*, falou dos produtos, espirrou um vibrador líquido na minha boca para eu sentir a capacidade do produto. Esse produto não é para ser usado na boca, o gosto era ruim e começou a amortecer um pouco deixando uma sensação esquisita. Esse produto foi inventado no Brasil, coloca no clitóris e na glândula para ter sensação de vibração.

⁴⁸ A inovação dos produtos eróticos é mola mestra da feira.

Toys. As palestras estavam atrasadas, o evento estava bem desorganizado, o que determinou o pouco tempo para segunda palestra que foi cancelada. Essas palestras seriam repetidas em todos os dias da feira no período da manhã.

Paulo Arêdes falou sobre o sucesso das vendas por catálogo no Brasil apresentando como a *Erótica Toys*⁴⁹ cresceu em 4 anos de existência. Arêdes comentou que em 2011 o mercado de produtos eróticos estava se sofisticando e a concorrência entre as empresas estava aumentando. Arêdes confirma os dados apresentados pela ABEME que as consultoras são em grande maioria mulheres, há pouco tempo os homens estão querendo virar consultores, seria em torno de 7% homens cadastrados nessa empresa, o que teve que modificar as cores de cartazes e dos catálogos, pois sua cor era predominantemente rosa, como também teve que modificar a linguagem direcionada para às mulheres. A cor passou a ser vermelha e não mais rosa. Nesta perspectiva há uma nova gendrificação do processo em que leva em consideração as cores rosa como demarcadora do feminino e, portanto, deveria ser substituída por outra cor que não confrontasse os gêneros masculinos e femininos.

Em seguida assisti a uma palestra da educadora sexual Laura Muller⁵⁰ sobre sexualidade e uso dos produtos eróticos. A fala de Muller era direcionada a vendedoras/es de produtos eróticos, independente se eram donas de *sex shops*, boutique sensuais ou revendedoras por catálogo. Sua intenção era discutir e refletir sobre a sexualidade e alguns problemas que poderiam surgir no cotidiano do trabalho dessas vendedoras/es. Ela define o sexo como um assunto complicado e também como um assunto que vende, expondo o lado negativo e o lado prazeroso.

Muller comenta que o corpo feminino foi muito mais controlado do que o masculino, e fala do contraste a respeito da mulher em relação a ter prazer/orgasmo em determinado período histórico. Afirma que atualmente vivemos no oposto que é o da obrigatoriedade do prazer/orgasmo. Essa fala vai ao encontro da era farmacopornográfica de Preciado (2008), em que os corpos dóceis passaram a ser corpos que gozam. Então os produtos eróticos são uma facilitação e uma possibilidade ao cumprimento de um dever. Ter orgasmo.

⁴⁹ Iniciou em 2008 com 7 consultoras, 7 catálogos e um *site*. Em 2011 terminaram o ano com 20000 cadastros sendo 10000 ativos (consultoras que compraram produtos eróticos nos últimos três meses).

⁵⁰ Psicóloga clínica, educadora sexual e comunicadora social. Sua atuação profissional é dar palestras com temas relacionados a sexualidade e relacionamentos, atendimentos psicológicos e participações como sexóloga do programa *Altas Horas*, do Serginho Groisman, da tv Globo. Disponível em: <<http://www.lauramuller.com.br/quemsou.php>>. Acesso em: 20 set. 2012.

Ela comenta que o clitóris é a parte que mais dá prazer as mulheres, portanto, não tem muito sentido esse imaginário em relação ao tamanho do pênis. Essa lógica muda a vinculação da sexualidade com somente práticas penetrativas vaginais, abre novas possibilidades para explorar o corpo e o prazer feminino. Muller aborda que 1/3 das mulheres brasileiras tem dificuldade de alcançar o orgasmo, e outro dado é que 1/3 das mulheres brasileiras tem vergonha de se masturbar. Segundo Muller o sexo é um aprendizado, uma descoberta, que tem mulheres que podem usar o vibrador e não sentir nada, porque tem o emocional e precisa estar no “clima” para ter prazer. Ela coloca que o que acontece fora da cama influencia no sexo, situações do dia a dia (desemprego, problemas) ou mesmo as experiências traumáticas (não necessariamente estupro).

Na nossa cultura o pênis é muito valorizado, tanto que os nomes que representam o pênis são: vara, pau, mastro, enquanto o órgão da mulher é representado por xaninha, aranha, perereca, bichos peçonhentos ou pequenininhos. Na cultura brasileira é notável a percepção da “força e superioridade dos genitais masculinos em comparação com a deficiente e patentemente inferior anatomia feminina”. (PARKER, 1991, p. 64). Isso se estende a assimetria entre a glória do esperma viril e a mancha do sangue feminino. (PERROT, 2003).

Uma participante falou que os produtos estão ajudando mulheres acima dos 40 anos, que perderam a lubrificação e os músculos da vagina não estão mais pulsantes depois de terem filhos, a ter prazeres e a salvar casamentos. Esse dado acerca de salvar casamento em relação ao aumento do prazer concorda com os estudos de Giddens (1993) sobre as novas expectativas em relação a um casamento mais satisfatório em termos sexuais. E por sua vez um discurso que permite à vendedora aparecer como alguém que ajuda a curar patologias. Dá um conteúdo valorativo ao seu trabalho. Além disso, é retomada a questão de salvar casamento ou manter o relacionamento com o uso dos produtos eróticos, conforme encontrado nas narrativas das mulheres entrevistadas.

Muller afirma que o sexo oral e anal entraram no cardápio dos casais há poucas décadas, que o homem no momento do sexo estará com algumas vantagens em relação a mulher, pois toca no pênis desde pequeno e existe um certo estímulo para que toque nesse órgão, enquanto a mulher não é muito estimulada para que se masturbe e se conheça. Embora nesse aspecto ele tenha vantagem, a cultura também cobra que o homem esteja sempre disposto a fazer sexo e que não pode

falhar. Ela citou alguns exemplos de como as vendedoras deveriam agir quando se deparassem com algum problema que não pode ser resolvido no *sex shop*. Algumas vezes precisa encaminhar a pessoa ao psicólogo e/ou ao médico. Ela deixou claro que se tem uma infecção tem que indicar a procura do médico, assim como em casos de alergia precisa encaminhar ao ginecologista, “não são vocês que resolvem”⁵¹. Citou o exemplo da bomba peniana, seria para ajudar na ereção, mas está em desuso depois da chegada dos medicamentos para disfunção sexual.

Outras participantes falaram que a bomba peniana é a que elas mais vendem, e que os homens dizem que aumenta o tamanho do pênis. Muller falou que a partir dos 18 anos nada aumenta o pênis, a não ser cirurgias, ela falou que não tem estudo sobre isso. Ela acha que pode ser emocional os homens que acreditam que aumentam seus órgãos com a bomba peniana e cultural. Ela falou que não é só o pênis que vai ter prazer, que o homem pode explorar a sexualidade com mais qualidade e menos pressão em cima do pênis. A pressão vem sobre não poder ter ejaculação rápida, aconselhando as vendedoras a oferecerem outros produtos que podem explorar outras partes do corpo, como a massagem. Enquanto a mulher vive a pressão do orgasmo obrigatório e suas principais dificuldades são o desejo sexual (que pode ter baixa em alguns momentos da vida), porque a libido pode estar em outras direções e não somente no sexo.

Segundo Muller, o mercado dos produtos eróticos traz novas possibilidades de prazeres, sozinho ou no casal. Uma participante assinalou que o sexo faz parte da saúde e que deve ser usado como uma ferramenta de saúde. Foi uma apresentação dinâmica, as pessoas podiam fazer perguntas. Embora ela aborde a homossexualidade rapidamente, sua fala era focada na heterossexualidade, o que mais uma vez confirma que este mercado de produtos eróticos é heterocentrado.

Durante a participação na feira eu conheci algumas pessoas que trabalhavam com os produtos eróticos. Elas vendiam por catálogo e falavam que era um mercado muito próspero, que tiravam um bom dinheiro, vendendo esses produtos. O retorno do investimento era muito rápido. Uma delas, disse que ligava para empresas dizendo que vendia os “produtos da alegria”, os produtos eróticos e que se a empresa liberasse ela ia até lá com seus produtos para vender.

⁵¹ A maior parte das participantes eram mulheres lojistas ou vendedoras de produtos eróticos por catálogos.

As atividades da feira ocorreram em diferentes pontos durante a tarde. Eu visitei todos os pontos, pelo menos entrava e olhava os produtos. Eu estava acompanhada de uma amiga. A maioria das pessoas eram mulheres, tanto as visitantes quanto atrás dos balcões. Havia uma infinidade de produtos, novas marcas, novas empresas vendendo por catálogo. Percebe-se certa infantilização de alguns produtos, muitos vibradores que vêm acompanhados de bichinhos, abelha, pato, porco, e os bichos de pelúcia, coelho, ursos, etc. Também numa tentativa de esconder esses vibradores. Nas cores dos produtos tem muito rosa, violeta, lilás, cores que lembram os brinquedos infantis de meninas. Esses cenários joviais e jocosos conferem aspectos de neutralidade e passam uma ideia inofensiva. De certa forma, orientam comportamentos em direção a posturas descontraídas, tranquilas e brincalhonas, o que minimiza sentimentos de vergonha. (WHALTER, 2012b).

Assisti a algumas apresentações, como *strip-tease* de mulheres, danças de mulheres e apresentações de gogo *boys*. Eu me diverti, achei aquilo tudo bem envolvente, as luzes apagadas, as pessoas gritando, enfim foi divertido. Os *shows* variavam de menos explícito a muito explícito. Normalmente algumas pessoas da platéia iam dançar no palco ou participar de alguma brincadeira que às vezes acabava em beijos na boca e mostrar o pênis. E as mulheres que iam dançar com os gogo *boys*, eles simulavam posições sexuais no ritmo da música, era como se estivessem transando com roupa, mas isso em uma parte da apresentação. A *performance* era muito em função da fantasia que o gogo *boy* estava vestindo, a dança, eram homens musculosos, que não me chamariam a atenção no dia a dia passando na rua, mas ali naquela *performance*, no palco, chamavam a atenção. A sexualidade a que se remete era heterocentrada. Embora os corpos de homens e mulheres estavam sendo expostos para um público ansioso por “putaria”, havia uma exposição muito maior do corpo feminino, onde poses ginecológicas ocorriam e eram fotografadas e filmadas constantemente.

Os shows aconteciam de hora em hora, os de humor se repetiam. Também no período da tarde havia palestras sobre diversos assuntos, como usar os produtos eróticos. A feira durava 4 dias, eu fui em dois. No segundo dia, além da minha amiga fui com mais duas primas minhas. Elas se cadastraram para venderem produtos eróticos por catálogo e também comprar produtos no dia com os descontos de 30%. Essa empresa chama *Chillie’spink*, a maior parte dos seus produtos é rosa. Parece

revista para adolescente, meninas pintadas, com brincos compridos e algumas vestiam diferentes tons de rosa.

O que me chamou atenção na feira foi o fato de que produtos cosméticos que não tem conotação erótica passaram a fazer parte do rol de produtos eróticos, como esmaltes que agora viraram afrodisíacos, perfumes para ambiente, sabonetes íntimos que passaram a gerar uma sensação bifásica de esquentar e esfriar ou por terem cheiro de frutas.

Ângela Bismarchi⁵² estava na feira, ela estava lançando um adesivo em forma de coração para usar nos momentos íntimos. Ela é uma empresária desse segmento, já lançou perfume e livro com sua marca. Uma peculiaridade é que ela foi operada para reconstituir o hímen pelo cirurgião plástico Wagner Moraes, seu companheiro há oito anos. Ela disse que é uma fantasia do seu companheiro e que quer agradá-lo, que é um procedimento tranquilo que dura em torno de 30 minutos. Segundo ela, “ele fazendo a operação abre o apetite, dá mais tesão. Apimenta o casamento, sabe?”. (R7 ENTRETENIMENTO, 2012). A embaixatriz do mercado erótico brasileiro representa a mulher que quer agradar o “outro”; a mulher assujeitada pelos desejos do seu marido e que está comprometida em aquecer seu casamento a fim de prolongar seu relacionamento. Segundo Gregori (2011), em nada objeta as matrizes hegemonicamente impostas às práticas sexuais. Uma delas, a matriz heterossexual, é destacada por Foucault (2011) para indicar que a reprodução da heterossexualidade coincide com processos em que essas analogias são consideradas como parte da natureza, como representantes de um quadro “normal” de sexualidade.

Dessa maneira, existe uma normatização dos corpos, dos desejos e do sexo na busca de um novo erotismo politicamente correto em um cenário de aceitação social no qual o sexo é liberado, mas, sobretudo, estimulado. Em meio a tantos produtos há também espaços para as possibilidades de si, da escolha e autonomia da mulher em usar esses produtos para sua própria satisfação, seja sozinha ou acompanhada.

⁵² Durante a feira recebeu a faixa de 1ª embaixatriz do mercado erótico do Brasil. Ela foi escolhida pela organização do evento por representar as mulheres que procuram manter a “chama do relacionamento acesa”. Bismarchi diz defender esse mercado erótico que une os casais. Ela disse: “falo de amor, não de pornografia”. (HEERING, 2012).

Havia muita *lingerie*, cosméticos eróticos e muitos brinquedos. Alguns pontos não eram para venda local, só para contatos e divulgação dos produtos ou para compra de pedidos para lojistas. Também estava ocorrendo premiações dos melhores filmes pornô brasileiros, como a melhor atriz pornô. Esse evento não foi muito divulgado no local, em geral a feira era desorganizada, as pessoas ficavam perdidas, sem saber das programações. Acredito que o público do pornô já vinha sabendo que iria ter essas premiações, mas no geral quem não era do meio pornô ou não tinha interesse às vezes nem ficava sabendo que isso ocorria.

Segundo Whalter (2012b, p. 15), nas embalagens dos produtos eróticos, estandes e outras ações de comunicação na *Erotica Fair*, de uma maneira geral percebe-se o poder normativo dos objetos para trivializar o consumo erótico. A imersão em um cenário concreto que trivializa o consumo também pode trivializar as reações a ele. “A profusão de formas fálicas se harmonizava com toda a materialidade circundante, suscitando posturas triviais e tranquilas”.

Agora passarei a discutir as percepções das vendedoras de produtos eróticos sobre este mercado e suas clientes.

4 “DISCUTINDO A RELAÇÃO”: PERCEPÇÕES DAS VENDEDORAS

Para tentar compreender o processo de subjetivação das mulheres no consumo de produtos eróticos buscou-se conhecer as narrativas das vendedoras desses produtos, a fim de perceber a percepção delas sobre suas clientes e sobre o mercado erótico em que trabalham. Aqui serão apresentadas as análises referentes a quatro entrevistas⁵³ feitas com vendedoras de produtos eróticos de Curitiba. No apêndice A encontra-se o roteiro da entrevista semi-estruturada.

4.1 “APIMENTANDO A RELAÇÃO”: CONSUMO DE PRODUTOS ERÓTICOS

A partir das análises das narrativas das vendedoras, bem como nas pesquisas realizadas em *sites* de *sex shops*, ABEME, boutiques sensuais e vídeos sobre os produtos eróticos, fui percebendo que a ênfase para justificar esse mercado na voz desses sujeitos é focada nos casais. Também com base em pesquisa na literatura dos trabalhos realizados com esses espaços, fui identificando que se trata de um mercado “feminilizado” tanto na comercialização quanto no consumo. (GREGORI, 2005, 2010, 2011; REIS, 2012; WHALTHER, 2012a). Percebe-se uma valorização dos bens eróticos por iniciativa de mulheres (como empresárias, comerciantes e consumidoras). Seria uma espécie de um erotismo politicamente correto com controle dos elementos que poderiam se referir ao pânico moral, a devassidão, ou assimilar a mulher como prostituta. Tampouco é pornografia. Por isso, há todo um esforço para produzir imagens e linguagens sobre o belo, o bom, o gosto e a possibilidade de sedução decorrente do uso do produto. Também se afasta de suas origens que estava focada nos atores envolvidos na defesa das minorias sexuais. Percebe-se assim um deslocamento do sentido de transgressão da pornografia para um significado voltado à saúde e ao cuidado do corpo, bem como, para um processo de neutralização de conteúdos violentos como os envolvidos no sadomasoquismo. Para Gregori (2012), a hipótese que explica o sucesso e a visibilidade desse mercado é o modelo de erotismo politicamente

⁵³ Uma delas eu obtive contato por meio de indicação, outra vendedora fazia parte da minha rede de sociabilidade. Nas demais entrei aleatoriamente em *sex shops* do centro da cidade. Em três lojas visitadas, consegui duas entrevistas, que duraram cerca de uma hora. A fim de preservar o anonimato seus nomes foram substituídos por nomes fictícios.

correto que tem ampliado a possibilidade de diversificar as práticas sexuais, com destaque para mulheres casadas.

Dito isso, algumas tabelas foram construídas a partir da contagem de palavras evocadas durante as entrevistas para auxiliar nas análises, percebendo em que contexto essas palavras foram evocadas. A tabela 1 demonstra que esse mercado é focado no casamento (35) e no casal (12), somando 47 palavras evocadas, enquanto as palavras solteira (1) e sozinho (1) foram evocadas juntas apenas 2 vezes. Essa constatação nos ajuda a pensar que os produtos estão sendo vendidos para serem utilizados pelos casais em seus relacionamentos, sobretudo nos casamentos, e não haveria um incentivo para que as mulheres usassem esses produtos sozinhas ou individualmente, aspecto que fica claro em outros espaços também como os divulgados em entrevistas pela presidente da ABEME, Paula Aguiar (2011a), ao abordar o uso de produtos eróticos comercializados por revendedoras, boutiques sensuais, lojas de *lingeries* e *sex shops*. Além disso, a palavra marido foi evocada 46 vezes, ainda apontando para um discurso do casamento e para um sujeito que não é a mulher, no sentido de receptora do prazer. Nessas relações a mulher também pode receber prazer, porém, ainda existe uma ênfase na sua função de promover o prazer masculino. Embora não esteja na tabela, também foi quantificado o número de vezes em que a palavra parceiro/a foi evocado. A palavra mulher foi citada 136 vezes + 6 palavras referentes às parceiras em um total de 142 palavras, enquanto as palavras homem (68) + marido (46) + (21) parceiro somaram 135 palavras. Dessa forma, nota-se que embora a palavra mulher e demais termos referentes a ela apareçam em maior número, a quantidade de evocações relacionadas à palavra homem está muito próxima, pois enquanto palavras relacionadas à mulher foram evocadas 142 vezes, palavras relacionadas ao homem foram evocadas 135 vezes, resultando em uma pequena diferença de 7 palavras. Isso nos faz pensar que embora a palavra mulher se destaque das demais, essa mulher evocada nos discursos das vendedoras está em uma lógica da sujeição e dominação masculina. A mulher evocada estaria ainda se constituindo como sujeito que deve agradar o “outro”. Embora seja a mulher que mais consuma esses produtos, a quantidade de palavras citadas referentes a mulheres e homens é praticamente a mesma, o que demonstra que esse homem, embora não presente fisicamente está presente nas intenções de compra de determinados produtos feita

por essas mulheres, ou nas conversas entre vendedoras e consumidoras quando as mulheres vão comprar ou olhar algum produto erótico.

TABELA 1 – CONTAGEM DAS PALAVRAS EVOCADAS NAS ENTREVISTAS COM VENDEDORAS

Vendedoras	Casamento	Casal	Namoro	Solteira	Sozinho	Marido	Homem	Mulher
Joana	4	4	0	1	1	8	20	29
Sara	15	4	1	0	0	16	9	28
Frida	7	1	0	0	0	3	27	54
Virgínia	9	3	0	0	0	19	12	25
Total	35	12	1	1	1	46	68	136

FONTE: ANELISE MONTAÑES ALCÁNTARA, FEVEREIRO, 2012

A tabela 2 traz novos elementos para serem discutidos sobre esse mercado. Embora a palavra heterossexual não tenha sido evocada nenhuma vez, esse mercado tem sido direcionado aos casais heterossexuais. (GREGORI, 2005). Durante as entrevistas ficou claro de qual sexualidade as vendedoras estavam falando. Sara evoca a palavra homossexual quando se refere aos dados do IBGE, afirmando que as pessoas homossexuais dificilmente revelariam sua identidade sexual para essa instituição. Essa evocação teve uma conotação ruim: “ninguém vai revelar que é homossexual”. Sara também aborda a questão de “falta de homens” e manifesta certo “pânico” em relação aos homossexuais, afirmando que as mulheres são em um número superior aos homens e que ainda alguns homens estão virando homossexuais e, portanto haveria um déficit de homens no mercado afetivo e sexual. Dentro dessa dimensão, segundo ela, as mulheres teriam que se esforçar mais para manter um homem. Esse discurso da vendedora é utilizado como uma ferramenta de persuasão das clientes, aumentando a probabilidade de efetivar a venda. Ela também evoca as palavras homossexuais, *gay* e lésbicas quando anuncia que 80% do público que frequenta o *sex shop* em que ela trabalha são mulheres, 10% homens e 10% *gays*, lésbicas e homossexuais. Já Joana cita a palavra *gay* se referindo a quem ela achava que trabalhava em *sex shop* antes de começar a trabalhar com esses produtos. Dessa forma, as narrativas das vendedoras têm uma linguagem fortemente heterossexual, embora na narrativa de Frida ela traga um novo elemento ao colocar que algumas mulheres estão trocando homens por parceiras, pois o homem não dá carinho, não dá prazer, e outra mulher saberia como proporcionar prazer e carinho entre elas nas suas intimidades. Isto é

uma representação, um desejo utópico, uma crença da vendedora que as mulheres estariam virando lésbicas porque com homens não sentem prazer sexual. Esse discurso aponta que o uso de produtos eróticos pode manter a heterossexualidade, na medida em que possam incluir o uso do vibrador ou outro brinquedo para complementar as relações sexuais e dar prazer às mulheres. Essas questões me fazem refletir: em relação aos casamentos, existe o prazer solitário? Há uma sexualidade penetrativa em crise ou um masculino que não existe enquanto prazer penetrador?

TABELA 2 – CONTAGEM DAS PALAVRAS EVOCADAS NAS ENTREVISTAS COM VENDEDORAS

Vendedoras	Feminino	Masculino	Heterossexual	Homossexual	Gay	Lésbicas
Joana	1	1	0	0	1	0
Sara	0	0	0	2	1	1
Frida	0	0	0	0	0	0
Virgínia	0	0	0	0	0	0
Total	1	1	0	2	2	1

FONTE: ANELISE MONTAÑES ALCÂNTARA, FEVEREIRO, 2012

A tabela 3 nos ajuda a pensar os motivos que levam as pessoas, principalmente as mulheres, a buscarem os produtos eróticos. Das 4 entrevistadas, Sara é a que mais demonstra ser uma mulher assujeitada pelos desejos e prazeres do homem. Observando a linha da tabela referente a Sara, percebe-se que seu discurso é fortemente atrelado a apimentar a relação, sair da rotina, salvar o casamento e segurar o seu homem, enquanto o lado dos prazeres, orgasmos e masturbação nem foram mencionados. Embora no seu discurso não se fale sobre prazer, ela pode extrair prazer do imaginário e do jogo lúdico.

[...] hoje as pessoas ficam casadas mais tempo porque **a mulher está buscando novas formas de segurar o casamento**. O *sex shop* veio para influenciar, para melhorar a vida. (Sara, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

O discurso de Frida também se destaca em relação às outras vendedoras. Ela não responsabiliza somente a mulher pela relação, e diz que as mulheres inteligentes vão até os *sex shops* para buscar mais prazer. Frida evocou 17 vezes a palavra prazer e 2 vezes a palavra orgasmo, que se somam em 19 palavras, contrastando com a soma das palavras referentes a apimentar e salvar a relação (2).

O contexto em que Frida cita a palavra prazer envolvia o fato de questionar como as dinâmicas das relações heterossexuais funcionam. Ela questiona a posição de vantagem em que o homem está, que o prazer está sempre voltado para ele, que esse homem nem pergunta se sua mulher sentiu prazer e que a mulher deveria exigir o seu prazer. Frida foi a única vendedora a questionar os padrões heteronormativos ao declarar que a mulher deve ter prazer e que o homem deveria dar prazer às mulheres, relatando também que muitas mulheres reclamam da falta de carinho de seus companheiros e que isto seria um dos motivos que justifica o consumo de vibradores.

[...] olha que é 80% das mulheres que reclamam disso, os homens não dá carinho, os homens só querem fazer, **ai ela vem para o sex shop e compra um vibrador porque se o homem não dá prazer, alguém tem que dar e a mulher precisa disso.** (Frida, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

A fala de Frida aponta mudanças nas relações sexuais das mulheres, dizendo que o uso dos estimuladores, embora utilizado por um homem, pode possibilitar um orgasmo feminino, pois segundo ela, muitos homens não conseguem provocar orgasmos em suas parceiras. Essa fala assinala um discurso da potência dos produtos.

[...] às vezes que você usa um estimulador nossa você dá um orgasmo na sua parceira uma coisa que é difícil porque muitos homens não conseguem. Você vai lá e compra um **vibrador estimula sua parceira e ela tem um orgasmo** o parceiro sempre fica super feliz. Então é para isso, **satisfazer as pessoas.** (Frida, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Segundo Frida, os produtos eróticos servem para proporcionar às mulheres o prazer que seus parceiros não podem lhes dar. A diferença da narrativa de Frida em comparação com as das outras vendedoras nos faz pensar que um dos motivos para este contraste é o fato de Frida estar há 10 anos trabalhando em *sex shops*, e portanto iniciou neste ramo quando possivelmente o deslocamento da pornografia ligado à transgressão ainda não havia se transformado em um erotismo politicamente correto. Portanto, no modelo de erotismo mais recente não se permite falar sobre o prazer feminino abertamente, o que faz com que se sobressaiam os discursos que invoquem os casais, os relacionamentos e o casamento. Nesse contexto as mulheres teriam o seu desejo sexual de certa forma ignorado, como se

seu lugar devesse permanecer atrelado à afetividade. O mercado de produtos eróticos explora esses contextos da mulher ligada à afetividade, na medida em que o foco desse mercado são mulheres com um relacionamento ou casais, e que portanto, em nome de seu sentimento, é legitimado ter relações sexuais com seus companheiros e usar artifícios para inovar, diversificar e aumentar a criatividade. Por outro lado, as mulheres podem ressignificar esses usos para o seu próprio prazer.

As narrativas de Frida atribuem aos produtos a possibilidade de um maior investimento em erotizar outros locais no corpo, assim como em ressexualizar o ânus, conforme os estudos de Beatriz Preciado (2002). Se erotizar o ânus levasse a questionar a matriz heteronormativa talvez se estivesse ampliando a experiência com a complexa experiência humana, mas a abordagem de Frida não questiona essa matriz.

Nas narrativas de Joana, observando-se o contexto em que as palavras prazer (2) e orgasmo (2) foram citadas, a primeira se refere ao prazer de homens e mulheres com o uso dos produtos eróticos e também à possibilidade de prazer individualmente, enquanto a palavra orgasmo foi evocada em referência ao casal utilizando algum brinquedo erótico e em relação às mulheres que não sabem o que é um orgasmo. No contexto das narrativas de Virgínia, ela cita 2 vezes a palavra orgasmo se referindo ao seu primeiro casamento, dizendo que em 8 anos de casada não sabia o que era um orgasmo e afirmando nunca ter tido um orgasmo com seu primeiro marido. Ela foi a única vendedora a falar a palavra masturbação. Como nenhuma vendedora mencionou essa palavra e Virgínia foi a minha última entrevistada como vendedora, eu perguntei diretamente sobre essa prática, o que poderia tê-la influenciado a citar 5 vezes a palavra masturbação. Recorrendo a transcrição de suas falas, ela invoca esse termo abordando o tabu da masturbação feminina, dizendo que ela não vende muitos vibradores por catálogo porque acredita que as mulheres têm vergonha. Também cita a palavra masturbação quando se refere às suas experiências sexuais, contando que não sabia o que era masturbação e que para ela essa prática era um tabu, tendo aprendido sobre masturbação somente no seu segundo casamento.

Vendedoras	Apimentar	Rotina	Salvar	Segurar	Prazer	Orgasmo	Masturbação
Joana	0	1	0	0	2**	2	0
Sara	3	2*	1	1	0	0	0
Frida	1	0	1	0	17	2	0
Virgínia	1	1	0	0	0	2	5***
Total	5	4	2	1	19	6	5

FONTE: ANELISE MONTAÑES ALCÂNTARA, FEVEREIRO, 2012

NOTA: *monotonia; **Joana falou prazer se referindo ao masculino ou feminino; *** Virgínia foi a última vendedora a ser entrevistada, como as outras vendedoras não haviam falado sobre masturbação, eu perguntei diretamente.

Todas as vendedoras abordam em suas narrativas de uma maneira geral a questão acerca de apimentar a relação, sair da rotina e salvar o casamento. Embora a soma das palavras: apimentar (5) + rotina (4) + salvar (2) + segurar o homem (1) totaliza 12 palavras e ser inferior a quantidade das palavras prazer (19) + orgasmo (6), equivalendo a 25 palavras, ainda assim as narrativas das vendedoras de produtos eróticos enfatizam a questão da relação, e em vários casos as palavras orgasmo e prazer eram ditas para se referir a “falta” desses elementos nas relações sexuais.

Após esse primeiro mapeamento, passaremos a analisar de maneira mais profunda as narrativas das vendedoras, já percebendo alguns aspectos que foram apontados.

A primeira entrevista ocorreu dentro de uma faculdade particular de Curitiba. A entrevistada chama-se Joana, tem 24 anos, heterossexual, está casada há sete anos e trabalha há mais de três anos com produtos eróticos. Inicialmente ficou um ano em uma loja e depois passou a revender esses produtos por catálogo. Joana explicou como funcionava a venda por catálogos e como ela selecionava as pessoas para oferecer os produtos. Ela destacou dois tipos de operação: no primeiro a pessoa pode levar para casa o catálogo e ver sozinha ou acompanhada pelo companheiro. No outro tipo a vendedora apresenta os produtos eróticos e esclarece dúvidas numa apresentação coletiva. As reuniões que ela frequenta ocorrem normalmente durante chás de panela ou de *lingerie*, embora existam locais próprios para chás de *sex shop* em Curitiba.

Já no início da entrevista, Joana destacou as propriedades “terapêuticas” dos produtos e explicou que muitas pessoas desconhecem essas propriedades. Esses aspectos terapêuticos podem ser considerados novos discursos para

despatologização moral, como uma estratégia discursiva para tornar o uso desses produtos mais palatável e, portanto, legitimando seu uso. Seria uma espécie de vantagem usar esses produtos em comparação às pessoas que não os usam, na medida em que esses produtos agregam propriedades e aparecem, então, como uma das formas de expressão de “um poder que gere a vida”. (FOUCAULT, 2011). Trata-se de gerenciar a qualidade do prazer, de potencializá-lo, de reconfigurá-lo a partir desses produtos. Esse poder pode transformar o corpo em algo que pode ser melhorado, construído, um corpo rascunho, nas palavras de Le Breton (2007). Portanto, investe-se nos produtos eróticos para alcançar “algo” a mais para a sexualidade, algo que faça o corpo funcionar melhor. Nesse sentido o corpo ganha cheiro, ganha uma sensação de frescor, uma pele macia, lubrificação genital, constringe o tecido da vagina e ainda tira o desconforto e a dor na relação anal, conferindo uma maior resistência.

Joana também ressaltou que embora os produtos sejam apresentados coletivamente, a venda nunca ocorre de forma coletiva, indicando que ainda existe muito tabu em relação ao uso desses produtos. No final das reuniões, Joana distribui cartões de contato e passa uma lista de presença, solicitando e-mail e telefone das participantes. Ela afirma que em uma conversa individual muitas vezes a pessoa expõe a sua vida sexual, dependendo do que a pessoa está buscando. Em algumas situações a cliente está procurando resolver um problema ou aprimorar algo em sua relação.

A loja que Joana trabalhou não era uma loja de rua, como ela mesma coloca. Ela afirma que era uma loja que entregava *kits* prontos para as revendedoras venderem por catálogo. As revendedoras faziam essa venda face a face. A pessoa retira gratuitamente o *kit* da loja, e se ela vender ganha uma parte do valor, enquanto se não vender não recebe nada, podendo devolver para a loja os produtos que ainda estiverem lacrados. Joana nunca tinha usado produtos eróticos antes de trabalhar no *sex shop*, mas demonstrou curiosidade e interesse em trabalhar com esses produtos quando foi entrevistada pela dona da loja. A primeira equipe dessa loja foi composta somente por mulheres, em um total de sete pessoas. Os donos da loja acreditavam que as mulheres teriam mais facilidade para trabalhar com o público alvo feminino. Estudos da Maria Filomena Gregori (2012), Lorena Mochel Reis (2012) e Luciana Castello da Costa Leme Whalter (2012a) observam que esse mercado é “feminilizado”. Dados da ABEME também mostram o público feminino representando

70% do consumo de produtos eróticos nas lojas físicas, enquanto a compra direta (*sex shop* na sacola) é concretizada em 90% dos casos por mulheres. (AGUIAR, 2011b).

Além de considerar um trabalho divertido, a vendedora explica que existe uma terminologia mais adequada na hora de vender o produto. A vendedora deve evitar dizer que se trata de um “pinto postiço de borracha” e que o correto é uma “prótese peniana”, pois essa estratégia de venda confere uma elegância ao produto erótico, sendo um termo que não discrimina e nem vulgariza o produto. Essa ideia se adapta à abordagem de separar a pornografia, o “vulgar”, do erótico, a “elegância”. Porém, a linguagem é adaptada conforme o grau de instrução e cultura das clientes. Algumas clientes não entendem alguns termos técnicos, como vagina ou vulva, e necessitam de uma linguagem mais popular. Treinamentos mensais são oferecidos para as revendedoras, principalmente para as que não vendem muito. Os fabricantes também ministram treinamentos com a equipe do *sex shop* ao divulgar seus produtos. Supõe-se que exista a necessidade da construção de outros processos de subjetivação para usar, vender e engajar-se com os produtos eróticos.

Joana comenta que trabalhar em um *sex shop* melhorou muito seu casamento, e que nunca teve oportunidade de falar sobre sexo na escola ou na sua casa. Ela conta que casou com 17 anos e que seu primeiro namorado tornou-se seu marido. Havia muitas coisas das quais não sabia quando casou. Por exemplo, não mantinha relações sexuais quando não apresentava lubrificação, interpretando que essa falta de lubrificação era uma falta de vontade e uma perda de libido. Ela comenta que com o auxílio de um gel (do *sex shop*) ela conseguiu melhorar nesse sentido. Além disso, comenta sobre *lingerie*, que achava que era coisa de prostituta. Aos poucos, Joana foi se familiarizando com os produtos eróticos e com a estrutura do *sex shop*. Antes de trabalhar nesta loja, ela pensava que somente prostitutas e *gays* eram vendedores desses produtos. No seu dia a dia no trabalho foi percebendo que esse imaginário não era o real, e que ao contrário, quem usava mais esses produtos eram casais, e que se tratava de um mercado feminilizado, isto é, as mulheres compram mais e demonstram mais interesse pelos produtos. No entanto, quando se trata de uma prótese ou de um acessório, o interesse parte do homem e a compra é efetuada por ele.

[...] próteses, os acessórios parte do interesse do homem e não da mulher. A compra desse tipo de produto é feito pelo homem e não pela mulher. Mulher tem um pouco de receio e o homem ainda não, porque homem faz a compra, ela tem que comprar uma distinta, diferente do que ela já tem, se ela é casada com um homem branco, tem um pênis com tamanho nacional 14 cm fino, então ela vai comprar um pênis que vibra porque o do homem não vibra, ou colorido ou rosa, azul, verde. Então é totalmente oposto, se for fino ela vai comprar um grosso, se for grosso ela vai comprar um fino. Já o homem ele vai comprar o mais próximo possível do dele. Justamente pra não ter aquela sensação, eu não vou trair meu marido, para não trair meu marido eu prefiro entrar com um acessório ou uma prótese, eu não vou trair minha parceira, eu prefiro que ela utilize alguma coisa que me chame atenção nela para ele não ir procurar fora. (Joana, 24 anos, vendedora de produtos eróticos).

A questão da traição entra em cena nessa fala. O fato de utilizar um acessório ou uma prótese protegeria o homem de uma possível traição por parte da mulher. Essa fala aponta o modelo de prazer na visão androcêntrica, o modelo penetrativo. Por outro lado, o fato da mulher usar alguma coisa que chame a atenção do homem ajudaria a evitar que ele procurasse algo fora da relação. Aqui fica demarcada a responsabilidade da mulher em não trair seu marido, buscando utilizar um acessório ou prótese, e também de utilizar alguma coisa para provocar seu marido para que este não procure outra “fora de casa”.

Conforme Miriam Adelman (2002) ainda persiste um engajamento das mulheres no mundo das intimidades e os homens apresentam resistências em investir nesse campo.

[...] há um “choque” de subjetividades que se expressa em expectativas e disposições diferentes e, me atrevo a dizer, na exploração do “trabalho emocional” das mulheres, que se mantêm numa situação de vulnerabilidade afetiva: **são elas que “se expõem”, no mesmo ato de se entregar à tarefa de satisfazer as necessidades afetivas do (s) outro (s), num contexto de falta de reciprocidade.** (ADELMAN, 2002, p. 59, grifo nosso).

Joana comentou que o valor do *kit* retirado do *sex shop* era R\$ 400, e os produtos custavam em média R\$ 15, enquanto os brinquedos variavam entre R\$ 100 e R\$ 300. Joana considera que vende bem, cerca de R\$ 1.000 por mês. Desse dinheiro ela ganha 30%, e também existem premiações para quem vende mais, como aparelhos de televisão, próteses e outros produtos para que a revendedora pudesse vender e ter um lucro maior. Ela destaca que os períodos do ano que vendiam mais eram o carnaval e o dia dos namorados.

Joana recebia treinamentos dos fabricantes dos produtos e repassava para as revendedoras. Durante um treinamento, Joana diz ter aprendido o aspecto

terapêutico do uso dos produtos, como o uso da prótese peniana na melhora da circulação sanguínea da vagina, na aparência da pessoa, na estima e no humor. Seu discurso reitera a heteronormatividade, o modelo de prazer na visão androcêntrica, o modelo penetrativo, bem como reforça a associação do humor da mulher com o uso desses produtos, dos desejos e dos prazeres corporais.

[...] Mantendo relação e chegando ao orgasmo com o parceiro melhora seu humor e a relação no dia-a-dia e estes acessórios, ajudam você a chegar ao prazer, sozinho ou para aprimorar com o parceiro. [...] se recebe todo um respaldo psicológico, por exemplo: como você reagiria se um cliente chegasse para você e pedisse ua cabra inflável, é isso, não sentir-se constrangida. Pensando assim [...] é melhor ele utilizar uma cabra inflável, do que um animal. Às vezes é até indicação de um médico, de um psicólogo, de psiquiatra, pois a compulsão dele pode ser tão grande que é melhor que ele use um inflável. (Joana, 24 anos, vendedora de produtos eróticos).

Nesses treinamentos elas aprendem no que os produtos podem ajudar e como os indicar para as pessoas. O treinamento inclui um respaldo psicológico. Na fala de Joana o patológico permanece ligado às relações sexuais. Sua opinião parece sugerir que as práticas transgressoras devem ser objeto de tratamento. Existe um estudo que relaciona o câncer de pênis com sexo realizado em animais, coordenado pelo médico urologista Stênio de Cássio Zequi, do Hospital A. C. Camargo, em São Paulo. Quando analisado isoladamente de outros fatores o sexo com animais⁵⁴ seria responsável por dobrar a incidência desse tipo de câncer. (SEGATTO, 2012). Essa prática é divulgada pela internet, e está presente em filmes pornô “bizarros”, é comum no âmbito rural e nas partes mais pobres do Brasil. No caso dos animais infláveis (urbanos), existe um deslocamento do desejo para animais artificiais?

Apesar de com o tempo ela ter ficado familiarizada com os produtos e a se sentir mais confortável, Joana fala que ainda existem situações que a incomodam, como pessoas do seu ciclo de amizade que contam coisas muito íntimas, citando o exemplo de um casal heterossexual em que o homem gostava de ser penetrado. O fato de gostar de ser penetrado coloca o homem sob suspeita de ser homossexual. O pânico da penetração anal nos homens está diretamente imbricado com o ativo/passivo.

⁵⁴ Existem outras causas: fimose sem a retirada da pele, irritações penianas e cigarro. (SEGATTO, 2012).

Para Preciado, o dildo não é apenas um objeto mas uma operação de deslocalização/des-territorialização do suposto centro orgânico de produção sexual (de desejo, prazer) para um lugar externo ao corpo. Esta operação de corte e transladação que o dildo representa inaugura a deslocação do significante que, por seu turno, inicia o processo de destruição da ordem heterocêntrica. O dildo não é, então, uma «falsa imitação» do pênis-falo, antes deixa antever como se constrói o pênis-falo como significante sexual autêntico. Esta reconfiguração dos limites erógenos que o dildo vem introduzir coloca em questão a ideia de que os limites da carne coincidem com os limites do corpo. (COELHO, 2009, p. 33).

Criam-se novos espaços contrassexuais e o limite entre o público e o privado é desconstruído. Essa sociedade contrassexual sugere a desconstrução do público e do privado dentro do próprio privado, na medida em que partes do corpo são mais privatizadas que outras, como o ânus, principalmente o ânus masculino. (PRECIADO, 2002).

Joana comenta que uma das melhores revendedoras era evangélica e que sua estratégia era aprovada pelo pastor. Ela levava seus produtos e mostrava na própria igreja, pois segundo o pastor o errado é satisfazer um desejo fora dos laços matrimoniais. Os casos são variados, desde pessoas que obtêm sucesso nas vendas até as pessoas que devolvem o *kit* porque não se sentem bem. Houve um caso de uma mulher que foi agredida fisicamente quando seu parceiro descobriu o que ela estava vendendo. Ele associou os produtos com “as putas” e agrediu sua esposa. Dentro desse universo, havia pessoas que não sabiam o que era clítoris e até mulheres com filhos que não sabiam o que era orgasmo. Essa observação fazia Joana pensar: será que essas mulheres são satisfeitas sexualmente?

Joana tem clientes fiéis que chegam a gastar R\$ 100 por mês. Ela fala que nesse campo sempre há novidade⁵⁵ e lançamentos. Segundo ela, as pessoas que mais consomem são casadas, pois sabem a “necessidade” de sair da rotina. Seus clientes têm em torno de 30 a 50 anos. Segundo a entrevistada, o estado civil faz diferença na hora da compra, pois mulheres solteiras têm receio de comprar esses produtos, temendo o que seus parceiros irão pensar delas. Homens são mais raros nesse mercado de produtos eróticos, e ela coloca que estes procuram produtos mais com uma conotação de gozação, tais como xícaras e canecas com o formato de partes do corpo, como seio e “buceta”, além de chaveiros e baralhos. De acordo com a entrevistada, a compra de outros produtos eróticos por homens ocorre mais entre

⁵⁵ Existem mais de 40 sabores de géis para sexo oral no Brasil, como sabores de frutas a bebidas alcoólicas. (BISMARCHI, 2012).

homens casados. A entrevistada dizia saber quando o homem era solteiro ou casado, pois caso comprasse durante os dias da semana era solteiro e se fosse final de semana era casado. Caso o homem fosse casado e comprasse no início da semana (segunda-feira e terça-feira) iria usar o produto com a amante, pois normalmente uma mulher casada não tem tanta disposição de trabalhar, cuidar dos filhos e ter tempo para cuidar do marido. Percebe-se uma universalização de sua percepção em relação ao comportamento sexual do homem e da mulher, na medida em que uma mulher enquanto “esposa e mãe” não costuma ter relações sexuais com seu marido durante os dias da semana, e o comportamento do homem em ter uma amante, pois seu “instinto macho” lhe chama.

Outra observação feita que a leva a concluir se o produto seria utilizado com amante ou esposa era o produto comprado, pois segundo a entrevistada quando este produto era mais picante era para utilizar com a amante. Neste contexto os produtos mais vendidos eram os comestíveis, algemas, chicotes e gel para sexo anal. Essa fala marca um discurso moralizador, pois com a amante o sexo pode ser mais picante, enquanto uma esposa não se permitiria usar tais apetrechos.

Ela mantém uma linha divisória entre o que a esposa faz e o que a amante faz, reproduzindo um discurso inserido em uma lógica heteronormativa e valorativa das condutas. Ela insere as clientes dentro das chaves “santas” ou “putas”, classificando corpos e pessoas em um sistema binário, tendo as mulheres somente duas opções para exercer sua sexualidade. Era de se esperar que uma vendedora de produtos eróticos poderia ter uma visão mais aberta das *performances* das mulheres, mas ao contrário, ela está normatizando e julgando os comportamentos femininos, enquanto o homem só é julgado quando sua *performance* se aproxima de uma *performance* considerada feminina, como a de ser penetrado. Além disso, é um discurso contraditório, pois os produtos são para utilizar com o casal, justamente para sair da rotina e para manter o relacionamento. Nota-se que apesar de trabalhar com produtos supostamente liberais, a vendedora demonstra ter uma perspectiva ainda bastante conservadora, e vender não muda a sua posição sobre valores e normatividades.

[...] Um homem na primeira vez no *sex shop* não compra calcinha pra esposa, porque ela vai querer escolher junto, é diferente. Mas se vai sozinho é para amante, aí já vai ser um produto mais picante. Ele vai comprar uma algema, um chicote, gel para sexo oral vendia muito bem,

para homem que queria aprontar fora, produto comestível, e para sexo anal era o que mais vendia. (Joana, 24 anos, vendedora de produtos eróticos).

A questão do tabu é levantada em relação ao sexo anal. Embora seja um pouco mais aceito hoje em dia, ainda existem mulheres que têm medo quando seu companheiro quer fazer sexo anal, como se ele soubesse como é, ou quisesse que ela fizesse nele. Outras mulheres aceitam essa prática (do seu homem ser penetrado e dela ser penetrada) e preferem que façam com ela do que procurem fora da relação. Essa questão de “buscar fora” ou “manter seu homem” é muito presente nas narrativas das entrevistadas, nos fazendo refletir sobre uma reiteração normativa e violenta (BUTLER, 2003), pois ao pensar em satisfazer o “seu homem” por medo ou receio de perdê-lo entram em jogo as questões matrimoniais relativas ao poder e ao desejo. Nestas narrativas o sexo anal era destinado a satisfazer o outro e não necessariamente os seus próprios desejos e prazeres. Ou era aceito por causa do medo.

[...] Então tinha pessoas [mulheres] que tinham medo de praticar sexo anal com medo dele também querer. Assim como tinham mulheres que falavam tranquilamente, eu prefiro que o meu homem use e faça comigo do que procurem um homem fora. (Joana, 24 anos, vendedora de produtos eróticos).

Joana ressalta que existe uma transformação nas pessoas mais tímidas com o uso dos produtos, uma espécie de proteção (máscara) para ficar frente a frente com a pessoa no momento da relação sexual, e que o uso de uma fantasia auxiliaria a mulher a se sentir mais feminina. Quando o produto é comprado pelo homem ela considera melhor ainda, porque a mulher sabe que tem o aval do parceiro para o uso desses produtos. Para essa vendedora, a procura pelo produto é para melhorar o desempenho, surpreender o parceiro e comemorar datas especiais, ela não destaca a questão do prazer feminino. Pode-se afirmar que o uso dos produtos eróticos na visão desta vendedora é para melhorar o desempenho e manter um relacionamento.

A segunda vendedora que entrevistei trabalha em um *sex shop* do centro de Curitiba. A vitrine era de uma loja de *lingerie*, mas que continha um adesivo em círculo que indicava um *sex shop* no interior da loja. O *sex shop* era bem pequeno e nas prateleiras da entrada predominavam os cosméticos. Os brinquedos e as fantasias estavam mais afastados da porta de entrada localizados no final do *sex*

shop. Em relação à quantidade se destacavam os cosméticos, havendo poucos brinquedos e fantasias.

A vendedora era Sara, 32 anos, casada há 10 anos, heterossexual, há três anos trabalhando com produtos eróticos. Desses, ficou dois anos na loja e depois passou a vender em casa, preparando cestas de produtos de acordo com o pedido da/o cliente e arrumando quartos de motéis. Há poucos meses voltou a trabalhar na loja. Ela chegou a trabalhar com catálogo, mas como ela tinha muito produto em casa, acabava não o utilizando.

Sara considera o trabalho divertido e diz que neste campo é necessário ser espontânea e gostar do assunto do qual fala. Assim como a primeira entrevistada, Sara faz as reuniões como estratégia de venda, que lembram aquelas reuniões de *tupperware*. Essas reuniões incluem várias revendedoras que apresentam produtos de beleza⁵⁶, e ao final os produtos eróticos. Ela toma cuidado para que não fiquem crianças durante suas apresentações. Após a retirada das crianças, ela diz que faz gracinhas e vai explicando sobre os produtos, e que a venda acontece por meio de encomendas. Nessas reuniões, Sara evita mostrar o “troço” (prótese, vibrador), como ela diz. Ela procura mostrar através do catálogo, mas já se surpreendeu com mulheres acima dos 80 anos querendo ver os brinquedos eróticos por curiosidade. Seria a sexualidade acima dos 80 anos algo inexistente ou implausível na cabeça da vendedora?

Para Sara, as pessoas que vão até os *sex shops* vão por curiosidade, e também porque querem estimular o parceiro e o casal. Ela comenta que existem muitos cursos, palestras e *sites* que tratam dos produtos e das relações sexuais, mas que ainda persistem tabus acerca do sexo oral e anal. O discurso da vendedora gira em torno dos dados demográficos, que existem mais mulheres para cada homem e que ainda, o perigo é que muitos deles estão virando homossexuais. Ele é constitutivo de uma *performance* a ser assumida pelas mulheres para prender seus companheiros. Ela aponta que se você não fizer (principalmente sexo anal), alguém vai fazer. Ela explica que hoje em dia existem anestésicos que tiram a dor e que não é preciso fazer sexo anal toda hora, é só fazer bom uso das coisas. A saída segundo ela, seria “dar” em função do “dom do merecimento”. Se a pessoa fizer algo que você considere que ela mereça ou se ela se comporta, você premia a pessoa com o

⁵⁶ Produtos da Avon, Natura, Racco, etc.

uso do seu ânus. Nesse sentido, a mulher vai fazer pelo outro, para agradar seu companheiro, porque afinal de contas “a mulher ama o seu homem”. Embora ela explicita que não é contra a vontade da mulher, demonstra que a vontade de agradar o parceiro ultrapassa a de agradar a si própria. Ela complementa dizendo que entre quatro paredes vale tudo.

[...] e hoje diferente do que era no passado, diz que aqui em Curitiba são mais mulheres para cada homem, você imagina, e ainda o que tem está virando para o outro lado, porque não vai assumir para o IBGE que é homossexual. Entendo que se você não fizer a mulherada está a perigo, alguém irá fazer. Algumas mulheres dizem que não gostam, e hoje em dia tem produtos com anestésico que tira a dor, não precisa usar direto, mas só fazer bom uso das coisas. Quando achar que deve fazer, faz, e então vamos fazer pelo dom do merecimento, afinal você vai fazer alguma coisa para agradar a pessoa, porque você a ama, não contra a sua vontade. Então eu sempre falo: entre quatro paredes vale tudo. (Sara, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Sara considera seu trabalho gratificante, diz que pode ajudar pessoas, desmistificar tabus, auxiliar na autoestima de mulheres e ajudar a salvar relacionamentos. Recebe declarações das próprias pessoas que se sentiram beneficiadas com sua ajuda e diz que algumas passam a ser clientes. O *sex shop* é um local de sociabilidade. As vendedoras ficam conhecidas de suas clientes, ajudam com uma pedagogização do sexo e da sexualidade, dão dicas para “apimentar” e “esquentar” a relação do casal. Nessa entrevista percebi que algumas pessoas que vão até os *sex shops* não estão se sentindo bem, estão indo atrás de alguma mudança em suas vidas, e nem sempre estão indo felizes buscar algum produto. Porém, a imagem que a mídia passa da mulher consumidora de produtos eróticos é de uma mulher decidida, independente e bem financeiramente. Na prática isso nem sempre é verdade.

Sara considera que ter ido trabalhar em um *sex shop* e usar os produtos melhorou 100% seu casamento e que trouxe mais intimidade. O resultado foi a salvação do seu casamento, pois abriu muito sua mente em relação a outros desejos e prazeres corporais nos quais poderia investir. Disse que com 10 anos de casada o sexo se resumia ao famoso “papai e mamãe”, e que algo diferente ocorria bem raramente. Ela comenta que o sexo é um complemento do relacionamento em sua vida, e associa o sexo a uma vida saudável. Para Sara, sexo é saúde.

Ela diz que no início seu marido não aceitava os brinquedos e que após assistir um filme pornô que fazia uso desses objetos surgiu o interesse dele para

utilizarem. Hoje eles nomeiam o Júnior (vibrador) e perguntam um para o outro se será na companhia dele ou não que vão transar. Ela afirma que é uma brincadeira e que dar nome é bem legal, e que seu marido também concorda que entre quatro paredes vale tudo, desde que ninguém fique constrangido. Nos estudos de Gregori (2010, p. 118), uma das hipóteses é a de que “os nomes associados sugerem uma espécie de ‘pessoalização’ desses objetos. Os acessórios, nesse sentido, podem ser vistos como objetos que fazem parte das relações interpessoais em exercício. E mais: relações entre três corpos ou entre três pessoas”. Fazem parte de um jogo imaginativo que é compartilhado. Palavras e normas com as quais se compartilha cumplicidades. Segundo Gregori (2012), os atos de nomeação indicam fortemente que o objeto passa a vivificar uma relação entre pessoas e com variadas possibilidades, mas não como uma substituição. Trata-se de um complemento e com sentido polimorfo: estimula, serve como brincadeira e como jogos entre os corpos.

A loja em que Sara trabalha tem como público alvo as mulheres, mas também atendem homens. Ela diz que os produtos mais consumidos pelas mulheres nessa loja são as bolinhas, géis comestíveis para sexo oral, feromônio⁵⁷ (perfume atrativo), lubrificante e anestésico. Ela também atende homens que procuram algo para estimular a mulher, ou algo para prolongar suas ereções e para deixá-los excitados por mais tempo. Vende com essa indicação a pomada oriental, gel prolongador de ereção, e gel facilitador de ereção. A capa peniana é para estimular o clitóris no momento da penetração e para aumentar o órgão genital masculino, em até 3 cm. Também comenta que existem ginecologistas que indicam o uso dos brinquedos eróticos.

Segundo Sara, o uso dos produtos serve para a conquista, para chamar atenção do marido e para não cair na monotonia. A procura pelo *sex shop* seria uma forma de superar o medo da rotina, para apimentar a relação, para mudar ou salvar o casamento. Durante as entrevistas eu percebi que o destaque é dado para “esquentar”, “apimentar”, manter o relacionamento, seja casamento ou namoro. Não é dado destaque ao prazer da mulher, e parece que esse prazer fica em segundo plano ou não precisa ser mencionado. Isso me faz refletir: será que não é um novo discurso que está sendo legitimado para um fim “erótico” a fim de manter esses

⁵⁷ Seria uma espécie de "transportador de excitação". Mensageiros químicos que transportam as informações entre indivíduos de mesma espécie, atraindo assim a atenção do "sexo oposto" e despertando o desejo sexual.

relacionamentos com um erotismo politicamente correto? Será que colocar em primeiro plano o prazer da mulher é pornográfico e, portanto, choca a sociedade? Por que se diz que é para “apimentar” a relação e não se declara abertamente que é para mulher ter mais prazer individualmente ou acompanhada? Minha hipótese é que embora o mercado de produtos eróticos produza discursos que marcam as mulheres como responsáveis em manter seu relacionamento ou seu casamento, na prática as mulheres podem estar produzindo outros discursos divergentes que apontam para os prazeres corporais de suas relações sexuais e para as construções de si. Embora se esteja caminhando para a mudança, o modelo ainda é de um prazer androcêntrico e, portanto, penetrativo. Como diz Maines (1999), esse modelo é prazeroso para uma pequena parcela de mulheres. É dentro desses discursos de prazer que a farmacopornografia está inserida. E a meta é levar os indivíduos a buscarem o prazer o tempo inteiro, pelo sexo, pelo gozo e pela psique alterada. As mulheres entrevistadas não dizem que sentem prazer abertamente, mas estão o tempo todo em busca de produtos para o sexo. Estamos em uma era farmacopornográfica em que os corpos dóceis e úteis de Foucault estão se tornando “corpos que gozam”. (PRECIADO, 2008).

Como exemplo, Sara falou que os produtos vieram para dar uma guinada na vida das mulheres e já fez uma associação com a manutenção do casamento, declarando que a “mulher está buscando novas formas de segurar o casamento”. Segundo a vendedora, “o *sex shop* veio para melhorar a vida. Até existem igrejas evangélicas⁵⁸ que explicam o que a mulher pode fazer para agradar o marido”.

A terceira vendedora que entrevistei trabalha em um *sex shop* do centro de Curitiba. Trata-se de uma loja bem maior do que a que Sara trabalha, contendo mais brinquedos que cosméticos, além de muitas fantasias, muitos livros e muitos filmes pornô. Os filmes ficam em um local separado, como se o *sex shop* fosse dividido (grande parte da loja tem filmes pornô). Os brinquedos eróticos ficam pendurados

⁵⁸ Desde 2008 começaram a surgir os primeiros *sex shops* para crentes nos Estados Unidos. O *site* pioneiro chama-se Book22.com. A proprietária, Joy Wilson disse que ao procurar alguns brinquedos pela internet para melhorar a vida entre quatro paredes com o seu marido, ambos se depararam com pura pornografia, e não era isso o que procuravam. Por isso, resolveu começar seu próprio “*sex shop* livre de pecados”. Todos os produtos são orados antes de serem adicionados à página. Para poder se adequar ao público alvo, a indústria erótica já faz modificações em seus produtos, como tirar embalagens que tenham conteúdo de nudez e, no lugar de exibir *lingeries* em modelos, optam por manequins. (KLEINSORGEN, 2012). O *site* Book22 fechou e passou para o *Covenant Spice*, o título refere-se ao livro mais “picante” da Bíblia, o Cântico dos Cânticos.

nas paredes, e existem cabines para assistir filmes pornô. Essas cabines funcionam com a compra de fichas de 7 minutos, que custavam R\$ 1,50.

Frida tem 32 anos, é heterossexual, namora, e trabalha há 10 dez anos com produtos eróticos. Ela disse que gosta muito do que faz e que ali ela ajuda muita gente. Durante a entrevista, que foi realizada no período da manhã, três homens entraram para utilizar as cabines. Não entrou nenhuma mulher sozinha na loja, apenas uma acompanhada de um homem. Acredito que o fato de haver cabines aumenta o público masculino. No início da entrevista Frida falou das variedades dos clientes, e disse que aprendeu a falar com todo tipo de gente.

Na opinião de Frida, a pessoa tem que ir ao *sex shop* quando o casamento está bom, quando sua vida sexual está boa, para “apimentar” e “melhorar” o que está bom. Em sua opinião não existe milagre, *sex shop* não é igreja. Ela dá uma conotação diferente daquela de solução para problemas e coloca os produtos como algo a mais, algo que possa melhorar o que já está bom.

Eu que sou mulher vejo uma mulher contar que o marido não dá carinho, que sexo para ela é um prazer somente para ele, que ele nunca perguntou se ela sente prazer ou não. Com isso você se coloca no lugar dessa pessoa, como seria eu um homem chegar e vamos fazer sexo e não dar um carinho, não dar um beijo e um abraço. Daí muitas vezes termina o ato sexual, ele olha para mulher e ainda fala que ela é fria, você não sente nada e cada vez mais ela não vai sentir nada porque ele não dá carinho e porque ele é um grosso. [...] Eu acho que toda mulher tem que olhar para o seu parceiro e falar se acontecer novamente de só você sentir prazer eu não quero mais, eu acho que os homens se esforçariam mais. Só que a mulher tem vergonha, se vocês não exigirem o prazer de vocês ninguém vai atrás por vocês, vocês que tem que exigir. Olha, eu gosto assim, eu quero assim, assim, está bom para você? [...] por isso que a mulher troca o homem pela mulher porque ela conversa, ela sabe dar carinho, ela sabe onde a mulher sente prazer e ela vai naquelas regiões. [...] vai chegar uma época que 60% da população casada vai ser mulher com mulher. Eu acredito nisso porque se os homens não se mexerem estão perdidos. Sexo é uma coisa que faz parte da vida eu acho que tem que ser bem feito mesmo. Mas na parte sexual a mulher ainda é muito retraída. (Frida, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Novamente se percebe a noção de pânico sexual, embora seja um contraponto com a fala de Sara, pois Frida apresenta como perigo para os homens a homossexualidade ser um afeto possível entre mulheres. Conforme já mencionado anteriormente o discurso de Frida é diferente das outras vendedoras. Frida não responsabiliza apenas a mulher por prender seu parceiro, acha que o homem também deve fazer algumas coisas para o relacionamento. Ela diz que as mulheres inteligentes vão até os *sex shops* para buscar o seu prazer, e que não deveriam

aceitar ter uma vida sexual insatisfeita. Ela fica indignada com as mulheres que contam que seus maridos não lhes dão carinho, não fazem sexo oral nelas. Ela diz que muitos clientes dela nunca fizeram sexo oral em suas esposas. Frida fala que as mulheres que não reclamam para seus maridos e que não reivindicam seus prazeres não o fazem por receio deles acharem que elas são pervertidas e ficarem magoados com elas. Dessa forma, Frida foi a única vendedora que explorou mais a questão do prazer feminino durante as entrevistas. As outras narrativas das vendedoras exploram mais as questões relativas ao casal.

Eu acho que tem muitas mulheres que pensam que se elas forem uma pessoa aberta e falar sobre sexo com o próprio parceiro muitos vão achar que elas são mulheres pervertidas. Então elas acham que eles vão ficar magoados se elas falarem. Nossa, eu não tenho o mínimo de pudor, se eu não fosse satisfeita na vida sexual com o meu namorado eu jamais iria aceitar viver uma vida com ele, e eu insatisfeita e ele satisfeito. Enquanto ela não se impor nesse ato não vai fazer sentido, têm muitas mulheres que procuram sex shop, procurando qualquer coisa assim diferente, quer saber coisa diferente. Essas são as mulheres inteligentes, eu falo que a mulher não precisa ser uma modelo, ela não precisa ser perfeita de corpo, ela precisa ser inteligente, porque às vezes você olha para um casal e você fala nossa não tem nada a ver um com o outro, não tem nada a ver a estrutura, agora vai saber como é a vida sexual deles, o que aquela mulher não faz para prender aquele homem o que aquele homem não faz para prender aquela mulher. É isso, o que falta é diálogo, conversar, eu tenho muitos e muitos clientes que são casados e que o homem nunca fez sexo oral na mulher. (Frida, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Frida comenta que às vezes oferece algum produto para sexo oral e a mulher responde que isso seu marido não faz. Ela me diz: “se ele não faz sexo oral, o que ele faz?”. Ela coloca que muitas mulheres deixam isso de lado e não falam que estão insatisfeitas, e então o tempo passa, os anos passam e quando ela for reivindicar seu prazer o homem irá classificá-la de vagabunda, de pervertida.

[...] em uma relação fazemos coisas para agradar que nem sempre você gosta de fazer, você faz para agradar o seu parceiro só que você não tem que fazer tudo só para agradar o seu parceiro, você tem que fazer coisa que te agrade e que agrade outra pessoa. Lógico que algumas vezes abrimos mão de alguma coisa para satisfazer outra pessoa, só que você não pode só fazer isso em uma relação, você não pode sempre desistir do teu lado porque o lado oposto não sede. [...] Aquilo para quem está se satisfazendo é cômodo, você não exige nada, mas quando você for exigir o homem vai te classificar como uma vagabunda, como uma pervertida, onde você está aprendendo isso? Se estivesse percebido isso lá no início da relação, ele iria estar sempre procurando coisa a mais para fazer para você, mas não adianta esperar passar 30, 40 anos e exigir que a pessoa mude, porque foi você que fez aquela pessoa daquele jeito. (Frida, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Segundo Frida, o que mais vende em *sex shops* é cosméticos, prótese e vibrador (para estimular o clitóris), enquanto para estimular o homem o que mais vende são os géis e os jogos. Frida dá dicas para as mulheres levarem um gel para casa e falarem para seus companheiros onde compraram e na próxima vez pedir para eles irem, para que a mulher não seja a única a investir na relação. Ela diz:

Não adianta nada só eu buscar uma *lingerie* bonita, um gel, e quem está usufruindo isso é sempre o homem. Então ele tem que ir ao *sex shop* ou em uma loja de *lingerie*, comprar uma *lingerie* que ele quer que a esposa dele use ou a namorada, seja a parceira, ou seja, quem for com isso. Ele vai imaginar você naquela peça e vai comprar uma coisa que ele goste que você use, porque às vezes você compra uma *lingerie* que o homem não gosta, mal olha em você, porque se ele compra ele já compra imaginando você dentro da *lingerie*. (Frida, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Estratégias de incitação e envolvimento do companheiro mudando as dinâmicas de gênero no deslocamento do público e do privado. O que parece acontecer quando o homem é incitado a comprar algum produto para levar para casa. Aspecto, que não parece ser igual quando ele vai à cabine para se masturbar. Precisaria desenvolver algum estudo para saber se sua ida a cabine não é simplesmente o deslocamento da casa de prostituição ao mesmo tempo.

Frida também diz que as pessoas voltam para agradecer as dicas, agradecer a ajuda no relacionamento e para contar como foi a data de comemoração com o uso dos produtos e as surpresas envolvidas neste dia. Algumas pessoas viram amigas. Essa incitação pode alimentar novas sociabilidades. Frida considera os produtos importantes, principalmente o gel que tem sabor e tem propriedade de esquentar proporcionando uma sensação diferente.

[...] o produto pode fazer o que a pessoa não tem a capacidade de fazer. Os produtos são para isso, para te dar o prazer que seu parceiro não possa te dar. A pessoa que usa um gel para sentir gosto de morango, ninguém tem gosto de morango natural, você passa aquele gel e fica com gosto de morango. Então acho que é usado para diferenciar, beijar uma pessoa com gosto de uva, gosto de hortelã, usa para diferenciar um pouco a relação, não ficar só pele, pele só cheiro de pele. Então através da massagem de um gel que você usa, passa em uma parte e descobre que a pessoa dá um pulinho, é uma coisa diferente, então é uma coisa de descobrir, um descobre o outro. [...] um vai conhecer mais o outro, porque muitas vezes, você mal encosta na pessoa, muito mal faz uma carícia você comprou óleo e faz uma massagem, você descobre pontos que você nunca imaginava que a pessoa gosta que você toca ali, às vezes é um pontinho lá na nuca, lá atrás da orelha, uma coisa escondida, que você jamais imagina que a pessoa gosta, você sente um arrepio, um prazer de tocar ali naquela parte

do corpo, uma massagem de um óleo que você descobre que é ali que você tem que mexer, é ali que você tem que tocar. (Frida, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Diferentemente de Sara, Frida acredita que entre quatro paredes existem limites, na medida em que a pessoa só irá permitir aquilo que ela quiser também. Mesmo havendo muitos clientes que não fazem sexo oral em suas companheiras, Frida acredita que essa prática sexual hoje é comum. Porém, o sexo anal permanece um tabu:

[...] mas eu acho que não deveria existir, porque no caso o sexo anal faz parte do teu corpo, é como um outro jeito de fazer sexo, o corpo é seu e você faz do teu corpo aquilo que você quer, não tem que ter vergonha de ninguém. Tem muitas pessoas que sentem prazer em sexo anal e não sente de outro jeito. (Frida, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

O aspecto terapêutico⁵⁹ do produto também é abordado por Frida.

Técnicas do pompoarismo, têm pessoas que conseguem prevenir queda de bexiga, períneo, tem bolinhas tailandesas para o exercício de pompoarismo e a bomba peniana (auxilia no pênis curvo, na circulação e na ejaculação precoce). O homem que tem ejaculação precoce tem ereção e ejaculação em 5 minutos, se sente frustrado, se sente impotente, então esse aparelho é para ajudar a controlar a ansiedade, com o tempo de exercício você aprende o psicológico, você aprende a controlar para não simplesmente se excitar com o toque de alguma coisa. Aqui têm muitos produtos para ajudar, livros, ensinando as partes do corpo, ensinando as pessoas se abrirem, ensinando posições, ensinando um monte de coisas, *Kama sutra* que ensina muita coisa. Tem muita coisa para ajudar, também não é só para satisfazer, porque às vezes você nem precisa de um produto, precisa de uma orientação, às vezes você lendo um livro você já vai ficar sabendo de alguma coisa, não precisa nem usar o produto, é uma auto ajuda, é o AA do sexo, eu acho que é isso. (Frida, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

A última vendedora entrevistada chama-se Virgínia. Ela já havia trabalhado na minha casa como diarista e estava trabalhando na casa da minha mãe. Foi a única vendedora de produtos eróticos que fazia parte da minha rede de

⁵⁹ Atualmente ginecologistas têm prescrito alguns produtos eróticos no tratamento de malformação e atrofia da vagina, bem como incontinência urinária e disfunção sexual. Alguns produtos eróticos juntamente com exercícios acompanhados de orientação profissional poderiam reabilitar o assoalho pélvico-muscular que sustenta o útero, o intestino e a bexiga. Os exercícios são realizados com pequenos cones plásticos com diferentes pesos introduzidos no canal vaginal, fortalecem a musculatura e podem até mesmo evitar as cirurgias de reconstituição do períneo e levantamento de bexiga. Os massageadores vaginais com géis lubrificantes estão sendo indicados em casos de atrofia vaginal (perda da elasticidade) ou vaginismo (dor na vagina). A atrofia causa dor ou desconforto durante o intercuro sexual. Próteses penianas de diferentes tamanhos estão sendo indicados por médicos para tratamento de malformação da vagina no qual é necessário dilatar o canal vaginal. (COLLUCCI, 2003).

sociabilidade. Virgínia tem 32 anos, 4 filhos, é heterossexual, foi casada e duas vezes amasiada. Vende produtos eróticos há 2 anos e meio. Ela pega *kits* de produtos eróticos e vende *lingerie*. Virgínia vende os produtos em sua casa, mostra os produtos em seu quarto ou na sala (quando está sozinha em casa) e também vende na casa das amigas. Refere ter vendido produtos eróticos a somente 2 homens. Um continua seu cliente ainda, sendo que a maioria são mulheres que compram seus produtos.

[...] os piás eu mostro o catálogo e pergunto: o que vocês vão querer hoje? Eles não falam, não olham e não querem saber, mas as meninas querem saber das novidades. Chega na hora de usar, usam juntos, mas para ver não querem ver não, as meninas preferem ver sozinhas. [...] uns olham assim só pra dar risada, olham só para brincar. (Virgínia, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Virgínia atribui aumentar as vendas quando surge uma novidade, algo diferente, e diz que todo mês tem um produto novo. Os produtos que mais são consumidos são *lingerie* e cosméticos, enquanto as próteses e os vibradores vendeu muito pouco desde que começou. Ela percebe que tem pessoas que ainda se sentem envergonhadas, atribui a vergonha a sua baixa venda de brinquedos eróticos.

Em relação aos prazeres solitários, a vendedora afirma que há um silêncio acerca da masturbação feminina. Ela fala da sua experiência, que nunca se masturbou sozinha. Comenta que ficou 8 anos casada no seu primeiro casamento (no qual teve três filhos) e que nunca teve um orgasmo. O que aprendeu sobre sexo oral, anal, masturbação aprendeu com seu segundo relacionamento sério, pai de sua filha mais nova. Para ela, no início tudo era errado e não sabia nada.

No meu casamento, o sexo para mim era aquela coisa, papai e mamãe, ele se satisfazia e para mim não era nem sexo, eu só estava fazendo meu papel de mulher. Eu tinha essa obrigação, e se eu falasse eu tinha que ir dormir em outra cama porque ele me chutava da cama. (Virgínia, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Quanto a percepção de suas vendas, Virgínia diz que suas amigas procuram algum produto erótico porque o relacionamento não está bom, o que demonstra novamente o papel atribuído socialmente a mulher na sua função de manter o relacionamento, inovar, ser criativa e ativa nesse processo de conquista e sedução

amorosa. Também aponta que um dos motivos para procurar esses produtos é a curiosidade.

[...] [minha comadre] meu casamento está acabando, não está dando certo mais. Depois de cinco anos. Eu falei: vamos pegar uns eróticos quem sabe dá uma esquentada na relação de vocês. Aí tinha essa colônia, só que ela é, ela vem tipo de bruxa, tem um versinho no vidro que você tem que dizer e passar a colônia. Aí é tipo um feitiço. Ela comprou a colônia, canetinha, bolinha, um monte de coisas. No outro dia ela mandou uma mensagem dizendo que eu tinha salvado o seu casamento. Eita, colônia milagrosa! [risos]. (Virgínia, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

[...] eu acho que pela curiosidade, para querer saber, mas é mais para satisfazer o parceiro, na maioria. Tentar uma coisa diferente, por causa dele, não por causa dela. Tanto que se elas compram uma coisa e o namorado diz que gostou ela vai comprar de novo. Então é por causa do namorado. Ela poderia comprar porque gostou, mas compra porque ele gostou. (Virgínia, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Virgínia diz que vende mais para meninas de 16 aos 24 anos, que elas “correm loucas, só quando estão namorando”. O uso dos produtos tem sido mais intenso em um relacionamento e reitera como os discursos do mercado têm articulado a sexualidade, a afetividade e as mulheres. Virgínia gosta de usar os produtos para poder indicar a suas clientes. Não participa de treinamentos oferecidos na empresa em que adquire seus *kits*. Reconhece que os produtos não dão certo para todas as pessoas.

É uma coisa a mais [produtos eróticos] para o casamento, tem gente que tem fetiche, uma coisa diferente, mas claro, nem toda mulher é desinibida para fazer *strip tease* para o marido, então o produto é uma coisa a mais, ajuda. (Virgínia, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Novamente percebemos a linguagem voltada para o casamento, os produtos seriam algo a mais para a relação do casal, algo que seja diferente. Percebe-se uma normatização, uma demanda por novidade para dar uma esquentada na relação. Porém, Virgínia não acha que sua relação mudou depois que começou a usar produtos eróticos. Ela começou a usar esses produtos em seu relacionamento atual. Ela acha que dá um “tcham” e que é gostoso, mas que não muda a relação.

[...] ajuda, mas não é tudo porque a relação se faz de você com o outro. A diferença está se você gosta do outro ou não. É isso que faz vocês dois, não é o produto que vai fazer. (Virgínia, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Virgínia percebe que as mulheres querem que seus parceiros as procurem para que se sintam desejadas. Segundo ela, não dá para ficar sem sexo por muito tempo, principalmente a mulher, pois ela não se sente desejada e vai achar que acabou o desejo. “Acabou o desejo você já pensa que acabou o amor”. A questão de ser desejada é encontrada nas narrativas das mulheres consumidoras dos produtos. Muitas vezes elas preferem que o homem tome iniciativa no sexo porque querem se sentir desejadas.

Outra questão que também foi anunciada pelas outras vendedoras é o tabu do sexo anal. Virgínia diz que algumas mulheres associam as mulheres que praticam sexo anal a vagabunda.

[...] não é porque ela faz que é vagabunda, porque se ela faz é para satisfazer o parceiro dela. Não porque ela é uma prostituta, porque acho que dentro de quatro paredes vale tudo no sexo, se o seu parceiro e você estão satisfeitos acho que vale tudo. (Virgínia, 32 anos, vendedora de produtos eróticos).

Deste modo podemos concluir que o mercado dos produtos eróticos é feminilizado, tanto por parte de quem consome quanto de quem vende. Esse mercado está fundado no discurso erótico (supostamente afastado do discurso pornográfico), de um bem maior, um erotismo politicamente correto, uma sexualidade limpa que legitima apimentar e esquentar a relação, alcançar a salvação do casamento, na tentativa de manter o “seu homem”, recaindo sobre a mulher esta carga emocional, social e cultural. As mulheres têm sido responsabilizadas por seus relacionamentos afetivos/sexuais. A exclusividade dessa responsabilidade é emblemática da hierarquia existente nas relações de gênero da nossa sociedade.

O discurso da mídia sobre os produtos eróticos situa o debate a respeito da manutenção do casamento/relacionamento em uma lógica mercadológica, através do consumo da tecnologia. Mas também encontramos discursos que recorrem para representações populares e uma moral de vergonha sobre a masturbação feminina. Acreditamos que em segundo plano venha a ideia de prazer feminino, pois, afinal, estamos na era farmacopornográfica, e os corpos dóceis de Foucault passaram a ser “corpos que gozam”. Essa era resulta de uma sexualidade normativa e produtiva, na qual a importância maior não é a natureza oculta das coisas, mas sim os processos a que somos submetidos por tecnologias de publicidade, dos discursos, dos processos de experimentação e uso e nos espaços de confidências.

5 “DISCUTINDO A RELAÇÃO”: NARRATIVAS DAS CONSUMIDORAS

Para tentar compreender o processo de subjetivação das mulheres no consumo de produtos eróticos e como esses produtos são incorporados, buscou-se conhecer as narrativas das usuárias desses produtos, a fim de conhecer a percepção delas sobre o seu consumo. Dessa forma, serão apresentadas as análises referentes a seis entrevistas feitas com consumidoras de produtos eróticos de Curitiba. A tabela 4 traz algumas informações acerca dessas consumidoras.

TABELA 4 – PERFIL DAS CONSUMIDORAS DE PRODUTOS ERÓTICOS

Entrevistada	Idade	Escolaridade	Estado civil	Identidade sexual
Lara	32 anos	Pós graduada	Casada	Heterossexual
Olívia	25 anos	Ensino médio completo	Solteira	Heterossexual
Lorena	33 anos	Ensino médio completo	Solteira	Heterossexual
Tracy	31 anos	Pós graduada	Casada	Heterossexual
Penélope	29 anos	Graduada	Casada	Heterossexual
Adriana	27 anos	Pós graduada	Amasiada	Heterossexual

FONTE: ANELISE MONTAÑES ALCÂNTARA, FEVEREIRO, 2012

Todas as consumidoras entrevistadas ostentam vida sexual ativa e, em relação à entrada no universo amoroso/sexual, certificam um discurso que reitera a repressão sexual em um intenso controle familiar, de cunho moral e religioso e de relações convencionais de gênero. Além disso, era frequente o medo exacerbado de uma gravidez indesejada. A maioria iniciou suas atividades sexuais com o namorado, apenas uma com seu marido. Nenhuma delas possui filhos. Somente uma consumidora não fazia parte da minha rede de sociabilidade, mas foi indicada por uma amiga.

5.1 O DESEJO DE SER DESEJADA: ESTRATÉGIAS UTILIZADAS PELAS CONSUMIDORAS

A entrevistada Lara está há 5 anos casada, iniciou suas atividades sexuais com quase 17 anos e teve 4 parceiros sexuais em sua carreira sexual/amorosa. O início de suas práticas sexuais foi tomado pelo medo de uma gravidez fora de hora, tendo, segundo ela, exagerado nos cuidados contraceptivos. Considera sua família autoritária e muito conservadora. O consumo de produtos eróticos ocorreu com seu segundo namorado, 12 anos mais velho e mais experiente sexualmente, e foram adquiridos naquela época em motéis. Segundo Lara, os produtos eróticos foram incorporados para diversificar e apimentar a relação e também por sugestão do seu namorado.

Lara começou a ir aos *sex shops* em seu terceiro relacionamento, pois conhecia seu namorado há bastante tempo (desde o ensino fundamental) e ele era seu vizinho, então se sentia com mais liberdade para ir atrás desses produtos. Nessa época, ia com as amigas, o namorado ou sozinha. Nas ocasiões em que ia sozinha, procurava algo para levar em viagens ou quando havia uma data especial para o casal.

Seu quarto namorado passou a ser seu marido. Esse parceiro não frequenta *sex shop*. Lara, nos últimos três anos, gasta em torno de R\$ 1.000 por ano em produtos eróticos e diz ver retorno desse investimento, na forma de uma melhoria na qualidade geral do seu relacionamento. Essa quantia é gasta em apenas uma vez em um *sex shop*, pois faz um estoque para ir utilizando ao longo do ano. Lara gasta menos de R\$ 1.000 por ano com roupas para ela.

Para Lara o uso desses produtos traz novas possibilidades de expressões da sexualidade e da liberdade, na medida em que os produtos eróticos diversificam a relação sexual, trazem novas sensações, uma sensibilidade maior, apimentam a relação, mas também refletem-se na cumplicidade e na conversa entre o casal. O uso desses produtos não estaria ligado apenas às relações sexuais, mas também diminuiria fronteiras para se conversar mais abertamente sobre o sexo e para o entrosamento do casal.

Seguindo a lógica das novas expressões da sexualidade e da liberdade feminina, Lara diz sentir-se desinibida e mais solta com o uso desses produtos. Fala que é uma auto percepção, não que seu marido perceba essa mudança. Ela cita o

exemplo de fazer *strip tease* somente com fantasia e que não faria com roupa comum, pois se sentiria acanhada. Lara acredita que as pessoas que utilizam esses produtos têm um discurso semelhante, que é sair da rotina, apimentar a relação e que esses seriam os motivos principais desses usos, conforme percebe nas conversas com algumas amigas sobre os produtos eróticos, sobretudo com duas, trocando experiências.

Os produtos que ela incorpora em suas relações são utilizados apenas pelo casal e ela não usa nenhum produto para o seu prazer individual. Os produtos que ela tem utilizado são: algemas, géis, brinquedos eróticos (vibrador, calcinha vibratória) e fantasias. Lara destaca que as fantasias são as mais utilizadas com este parceiro, tanto que ela não repete fantasias. Ela troca com amigas ou customiza, mas nunca repete a mesma fantasia inteira. Nesse sentido penso que esses produtos são incorporados muito em função de uma surpresa. Lara gosta de fazer surpresa para o seu marido e de pensar como estará vestida na ocasião da surpresa. Também gosta de decorar os espaços da casa dependendo da fantasia. Ela cita o exemplo da fantasia de uma enfermeira, em que caracteriza a casa com símbolos que representam hospital até chegar ao quarto, como caixas de medicamentos, a cruz vermelha, a seringa, preparando um cenário. Isso nos mostra que Lara investe no cenário, no contexto, ela usa velas e pétalas de rosa para arrumar o ambiente, tendo toda uma preparação que requer tempo dela antes do ato sexual. Esses elementos mostram que Lara extrai prazer da imaginação e do humor proporcionado pelo jogo lúdico do uso e consumo dos produtos eróticos. Porém, ela deixa claro que não depende dos produtos ou das fantasias para ter relações sexuais, isto é, faz sexo sem o uso desses artifícios. Lara somente adquiriu brinquedos sexuais com seu último parceiro, o que reafirma que os produtos eróticos primeiramente incorporados são os mais palatáveis, mais aceitos pelos padrões vigentes da sexualidade e de gênero.

Estranhei o fato de Lara possuir calcinha vibratória e vibrador e não utilizá-los sozinha para o seu prazer corporal, pois esses produtos estimulam o clitóris. Em nenhum momento da entrevista Lara fala sobre seu prazer, orgasmo ou masturbação. Para que ela me falasse sobre o vibrador eu tive que perguntar, quase no final da entrevista, quais brinquedos ela tinha.

Você tem calcinha vibratória?

[Risos] Ai que vergonha, tenho [risos].

E ela é boa? [Risos]

É excelente [risos].

(Lara, 32 anos, consumidora de produtos eróticos).

Lara se sente mais a vontade falando do seu consumo de gel, fantasia e somente após mais confiança e mais a vontade revela que usa brinquedos sexuais. Isso nos mostra que as mulheres ainda se sentem inibidas para falar sobre seus prazeres corporais livremente. De um lado, o uso dos produtos eróticos por Lara tem sido em função do relacionamento e está ligado à afetividade. Por outro lado, a incorporação desses produtos eróticos traz novas expressões da sexualidade e da liberdade, na medida em que Lara se sente mais desinibida e mais solta durante suas relações sexuais, e também se sente como protagonista de um erotismo, pois somente ela vai até as lojas para comprar esses produtos.

[...] o que muda na Lara neste momento íntimo com o uso dos produtos, das fantasias, é que realmente fico mais solta, mais desinibida. Talvez eu perca a timidez porque assim como eu venho de uma educação familiar, meu pai é militar e tudo, muito autoritário, muito impositivo [...] a menina não pode fazer isso, não faz aquilo, então, assim eu fico mais solta. (Lara, 32 anos, consumidora de produtos eróticos).

Porém, tentando compreender como esses produtos se inserem no casamento numa perspectiva dos binários de gênero, pode-se afirmar que Lara ainda permanece presa a esses binarismos, uma vez que ela se torna responsável por apimentar, diversificar e sair da rotina em seu casamento. Além disso, o fato dela não utilizar os brinquedos sexuais sozinha a condiciona como um assujeitamento em relação ao “outro”. Quando Lara busca apimentar seu relacionamento, reforça uma tendência das mulheres assumirem a responsabilidade pela manutenção do seu relacionamento. Outro fato curioso é que Lara nunca propõe o uso desses produtos antes que seus parceiros tenham abordado esses assuntos. Por outro lado, no esforço de agradar o “outro”, Lara extrai prazeres a partir de sua imaginação e do jogo lúdico. As mulheres usam o efeito do poder, gozam com o efeito do poder.

Considerando a importância da subjetividade na construção de práticas sociais e pensando as sociedades capitalistas, a construção da subjetividade “constitui matéria-prima de toda e qualquer produção”, uma vez que “corresponde à sensibilidade, à produção, à memória, às relações sexuais, etc.”. Há “um sistema de conexão”: de um lado as grandes máquinas produtoras e de controle social. Do

outro, “as instâncias psíquicas, que definem a maneira de perceber o mundo”. (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 27).

A subjetividade contemporânea é gestada fora dos indivíduos, isto é, os nossos desejos e vontades, não são em grande parte formulados por nós mesmos, mas pelas instituições, pelas empresas, pela mídia, médicos, psicólogos, etc., os quais formulam e padronizam modelos de conduta. “O pensamento ‘de dentro’, torna-se, pois, uma ‘dobra’ do pensamento de fora, podendo desdobrar-se de várias maneiras: singularizar-se, resistir, reinventar o jogo, ou se conformar. Ou ainda, sucumbir”. (MINELLA, 2005, p. 96). Nesse sentido, o uso de produtos eróticos pelas mulheres tem sido incitado, sendo a obediência a esses discursos tanto uma libertação quanto uma escravidão. A escravidão ao desejo dos outros, aliada as dificuldades de perceber os limites entre este desejo e as próprias vontades e de perceber que os desejos dos outros às vezes não fazem senão assegurar a continuidade de práticas sociais de dominação e hierarquização das relações de gênero, através da incorporação da tecnologia.

A entrevistada Olívia está solteira, iniciou suas atividades sexuais com 17 anos e se sentia muito culpada por não ser mais virgem. Era evangélica e isso trazia uma angústia muito grande para ela, pois para sua religião fazer sexo antes do casamento a levaria ao inferno. Aos poucos foi se afastando da religião. Ela considera que teve uma boa quantidade de parceiros sexuais em sua carreira afetiva/sexual. Hoje, Olívia diz não ter problema de fazer sexo sem estar namorando e que gosta muito de sexo e que faz sexo por prazer, embora ela fale que quando está apaixonada considera o sexo diferente, “é mais natural, mais gostoso”.

[...] para mim sexo é muito importante. Eu não me vejo super apaixonada por um menino desses que não gosta de ir para cama. [...] eu acho que representa um relacionamento de qualidade, que envolve também muito sexo. Acho que é o único momento que você vai estar super sozinha, super sem roupa, é muito íntimo para não ser bom. Pra mim não dá. (Olívia, 25 anos, consumidora de produtos eróticos).

Essa fala quebra com as convenções de gênero que colocam as mulheres como passivas em relação aos seus desejos e prazeres sexuais. Olívia não faz somente sexo quando está afetivamente ligada a um parceiro, o que desconstrói os discursos veiculados pelo mercado erótico e sensual brasileiro.

Olívia incorporou o uso desses produtos desde seus 20 anos e vai até os *sex shops* com amigas e amigos. Assim como Lara, começou a usar com um namorado mais velho.

Eu tive um namorado mais velho que era PM e nós começamos com a algema. Ele comprou a algema e ele me falou: você poderia me fazer uma surpresinha. Eu nunca havia pensado, nunca tinha entrado em um *sex shop*. E fui e comprei um gel e uma calcinha. Nossa como foi legal. Eu tenho feito várias vezes para várias pessoas. [...] nem calcinha diferente eu usava. Nada, nada. E ele era bem mais velho, 18 a 15 anos mais velho. E acho que ele já tinha feito sexo com muita gente até ficar comigo. Acho que se não fosse ele eu estaria usando as minhas calcinhas de algodão sem nenhum problema. (Olívia, 25 anos, consumidora de produtos eróticos).

Ela incorporou os produtos em uma lógica de novas expressões da sexualidade e da liberdade, pois esses produtos trazem uma maior satisfação e dão mais qualidade à prática sexual de acordo com ela. Para ela esses produtos agregam propriedades ao sexo e trata-se de gerenciar a qualidade do prazer, de potencializá-lo e de reconfigurá-lo. Portanto, investe-se nos produtos eróticos para alcançar “algo” a mais para a sexualidade, algo que faça o corpo funcionar melhor. Nesse sentido o corpo ganha uma maior lubrificação, o que deixa mais fácil, mais gostoso, conferindo mais qualidade à transa conforme relato de Olívia.

Olívia é protagonista do seu erotismo, diz que muitos homens não têm paciência de esperar ela ter orgasmo, por isso carrega seu vibrador para usá-lo durante as relações sexuais. Diferente de Lara, Olívia fala abertamente sobre o seu prazer.

Em toda a relação o homem não goza, ele não termina. Eu também sou determinada, quem tem que gozar sou eu e não ele toda a vez. Muitos deles não têm paciência e isso me irrita profundamente, daí eu tenho o vibrador. Você pode, por favor, pelo menos usar em mim? (Olívia, 25 anos, consumidora de produtos eróticos).

Olívia entra na lógica do orgasmo obrigatório e quebra com o modelo androcêntrico de sexualidade, na medida em que o sexo é também quando a mulher goza. Olívia tem dois parceiros sexuais regulares e diz ter problema de usar o gel com diferentes parceiros. Cada um deles tem o seu gel e ela diz achar isso engraçado, mas que não gosta de misturar. Pode-se pensar que o gel acaba sendo uma espécie de fidelidade entre ela e seus parceiros, algo que substitua a aliança.

Olívia gosta de conversar sobre sexo com seus parceiros, pois acredita que dá mais qualidade ao sexo. No entanto, ela nunca propõe o uso desses produtos em uma primeira relação sexual. Diz adorar os produtos e a reação que causa nos homens quando usa produtos eróticos. Isso potencializa a sua sexualidade e a sua sedução, na medida em que esses homens a consideram moderna, independente, o que a faz gostar de usar esses produtos. Ela considera importante e essencial o uso desses produtos, acha que fica mais divertido e que dá mais prazer. Acredita que as pessoas os utilizam para fazer um sexo melhor, mais gostoso e mais prazeroso e que em consequência traria mais qualidade ao relacionamento. Olívia utiliza corpete, cinta liga, *lingerie*, lubrificante, vibrador, gel e não faz uso de fantasias.

A entrevistada Lorena está solteira, iniciou suas atividades sexuais aos 15 anos com um namorado, com quem manteve um relacionamento por 15 anos. Ela considera que teve muitos parceiros sexuais em sua carreira afetiva/sexual, mantendo uma vida sexual bem ativa. Diz não gostar mais de fazer sexo por sexo, embora não precise ser um namorado, mas que tenha uma amizade. Lorena vai até os *sex shops* e usa produtos eróticos desde que iniciou suas atividades sexuais. Ela tinha muita curiosidade e no começo procurava mais preservativo diferente.

Lorena considera que para usar esses produtos teria que ter pelo menos uma amizade, não dá para usar esses produtos com uma pessoa com quem se relaciona apenas uma noite, pois em sua opinião seria uma relação muito prostituída. Esse dado acaba tendo um ponto em comum com Olívia quando ela coloca que nunca propõe o uso desses produtos na primeira relação sexual. Segundo Lorena, uma bolinha explosiva a mulher pode carregar na bolsa, mas dependendo do homem não gosta. Ela diz que precisa ser bem pensado o que usar, o que não usar e que isso depende de quem for o parceiro.

[...] eu acho que seria legal até de começar a fazer uma surpresa, olha eu comprei isso, eu vou usar isso, o que você acha? Porque quando não tem amizade ou um tempo de relação não é legal. Tratando dessas coisas, a não ser que seja roupa, porque se for roupa você faz uma coisa sensual e usa, com brinquedo tem que ter uma amizade, não um relacionamento, mas uma amizade. Desde que seja um amigo que de vez em quando role fazer sexo e **você sabe o que o cara gosta**. (Lorena, 33 anos, consumidora de produtos eróticos).

Os discursos das mulheres entrevistadas sobre o sexo registram uma preocupação com os prazeres masculinos, uma preocupação em adquirir

conhecimentos e produtos eróticos do que irá agradar os homens. Os produtos que ela utiliza ou já utilizou são: dados, joguinhos, carta de baralho, pena, óleo, bolinha, gel, camisinhas diferentes, *lingerie*, fantasias, livros e brinquedos eróticos. Diz não gostar de usar vibrador na hora da relação, ela prefere mais “o sexo a dois” e que não vê graça de usar sozinha o vibrador.

Lorena incorpora o uso desses produtos em suas relações sexuais como algo que é bom para o casal, atribuindo algo a mais para o sexo. Para Lorena, os produtos trazem diversificação e acredita que é isso que o homem mais quer, que diversifique a relação sexual. Acredita que hoje é o que mais incrementa uma relação, que os produtos são usados para sair da rotina e que com isso teria uma maior probabilidade da união dar certo, e que isso importa bastante para o casal.

Segundo Lorena, ela acha ótima a existência desses produtos, mas acha que eles deveriam ter preços mais acessíveis. Também atribui aos produtos uma maior potencialização ao prazer, pois os produtos trazem mais “tesão” e dá mais vontade. Lorena tem propriedade para falar sobre o desgaste de uma relação longa, pois manteve uma relação por 15 anos, chegou a fazer sexo a três para agradar seu companheiro. A fala de Lorena me faz refletir sobre como esses produtos se inserem no relacionamento numa perspectiva dos binários de gênero. Pode-se afirmar que Lorena ainda permanece presa a esses binarismos, uma vez que ela se torna responsável por apimentar, diversificar e sair da rotina em seu relacionamento. Além disso, ela coloca o uso dos produtos em função do parceiro sexual, dependendo do parceiro, o que ele gosta, e se coloca como um assujeitamento em relação ao “outro”. Por outro lado, minha hipótese é que para as mulheres se sentirem realizadas sexualmente precisam sentir que os homens possuem desejos por elas. Os seus desejos estão ligados aos desejos que “o outro” possui sobre os seus corpos. Para conseguir isso, elas usam os produtos eróticos.

A entrevistada Tracy, casada há 8 anos, iniciou suas relações sexuais aos 16 anos e teve apenas dois parceiros sexuais. Considera que seu marido foi seu primeiro parceiro, pois com seu primeiro namorado só tiveram uma relação sexual. Sua família era muito católica e fazia vigilância e controle em relação a sua sexualidade. Sempre teve muito medo de engravidar e não tinha muita informação.

Para Tracy, sexo traz criatividade, ajuda a extravasar energia quando está tensa, relaxa, dá mais tranquilidade, concentração e é uma fonte de prazer. Ela ressalta que a frequência das relações sexuais hoje é bem menor do que era no

namoro. Lara também faz essa observação que após o casamento houve queda da frequência das atividades sexuais.

Tracy diz que sempre teve curiosidade, que os produtos eróticos estimulam a ter mais intimidade, que dá mais prazer, deixando o sexo mais divertido e prazeroso. Acredita que as pessoas usam para melhorar o relacionamento e não o sexo e que o uso desses produtos aproxima as pessoas e que também seria um autocuidado, além de um cuidado com o outro.

[...] às vezes é mais divertido porque a gente dá risada, fica mais divertido quando o negócio não dá resultado do que quando dá porque é um motivo para rir e descontrair. [risos]. [...] **na verdade não é para melhorar o sexo, mas para melhorar a relação com o outro.** É algo que aproxima a pessoa da outra, que mostra, por exemplo, que você saiu e comprou um produto para usar com aquela pessoa, isso mostra que você deu atenção, você pensou no outro, que você não está só preocupado com o seu prazer, mas com a outra pessoa também e que a outra pessoa é importante. Então você mostra que esse sentimento são importantes na relação, para que o outro também tenha isso em relação a você. É uma forma de dizer que você gosta da pessoa, esta preocupada com ela também, que você não é egoísta, que é uma relação a dois. [...] Eu acho que uma pessoa que chega ao ponto de buscar isso é porque esta buscando melhorar, então é uma pessoa que normalmente não esta com depressão, é intencional, não é por acaso, você tem que procurar um serviço, procurar um produto, imagina com alguém que vai ser, é uma forma de autocuidado digamos sexual. (Tracy, 31 anos, consumidora de produtos eróticos).

Tracy adora comprar camisinha e tem uma gaveta cheia delas, porque não faz uso de anticoncepcional. Ela tem um vibrador e acredita que os brinquedos eróticos tragam independência e autonomia para as mulheres, pois caso elas tenham desejos podem se estimular sozinhas. Ela usa o vibrador para o seu prazer individual, mas às vezes acaba esquecendo que ele existe. O uso do vibrador é mais utilizado por Tracy quando está viajando, quando fica longe do seu marido, mas quando está casa, chama seu marido quando sente desejos. Porém, ela aborda que alguns produtos são para uso do casal, mas que os vibradores são para serem usados individualmente. Ela diz que o uso dos produtos aumenta a atividade sexual, não que melhora a *performance*, mas que assistindo filmes pornográficos, por exemplo, ela começa a ter vontade de fazer sexo e que sem o filme pornográfico às vezes ela não sente vontade. Há pouco tempo começaram a assistir filmes pornográficos como estratégia para se excitarem. Ela relatou que isso tem ajudado no sexo.

Ela comentou que hoje em dia tem mais liberdade para falar sobre sexo com seu marido, mas porque estão melhor como casal e isso refletiu na conversa sobre esse tema. Ela disse que seu marido não gosta muito de sexo oral, nem nele e nem nela. Ela gosta e sente falta. Falou que tem mais vontade de fazer sexo do que ele e que está cansada de ter que tomar a iniciativa quase sempre. Ela já disse isso a ele.

Tracy também considera que para usar esses produtos com alguém é necessário ter intimidade com a pessoa para não parecer vulgar, inadequado e desestimulante. Ela considera a intimidade um fator preponderante para o uso desses produtos. Nesse sentido, percebe-se a formação de novas etiquetas com o uso desses produtos. Diz que melhora a relação, que dá prazer e que melhora também o envolvimento afetivo.

A entrevistada Penélope, casada há 1 ano e 3 meses, iniciou suas relações sexuais aos 17 anos com seu primeiro marido e considera que teve muitas experiências sexuais com um número razoável de parceiros. Também teve uma educação evangélica em que não se podia falar de sexo, deveria casar virgem e em seu primeiro casamento não tinha parâmetro, não sabia o que era prazer durante os 4 anos em que ficou casada. Segundo ela, foram 4 anos de tabus, mitos, não procuravam informações sobre sexo na internet e não empregavam outras posições que pudesse melhorar o sexo.

No período em que ficou divorciada saiu com outros homens e foi aprendendo o que era sexo bom ou ruim, o que deveria ou não aceitar e o que lhe dava prazer. Está há 7 anos com seu atual parceiro. Eles tinham uma vida sexual muito intensa e prazerosa, o que a fez querer casar novamente. Assim como Lara e Tracy, Penélope também relata queda da frequência sexual após o casamento, embora considere que a qualidade continua boa.

Às vezes fico com receio, se uma semana ele não me procurou nenhuma vez, eu pergunto o que foi. Às vezes eu fico esperando. Eu procuro, mas na verdade eu fico esperando ele procurar pra me sentir querida e desejada, porque ele quer, mas não porque eu tô procurando. Às vezes eu dou uma provocada pra ele me procurar, durante o dia eu dou uma provocada, faço umas brincadeiras, dou beijinhos durante o dia, mas às vezes eu procuro. (Penélope, 29 anos, consumidora de produtos eróticos).

Essa fala demonstra que as mulheres são muito ativas, mesmo que queiram se sentir desejadas, é um “ser desejada ativa”, ela incita, ela provoca seu parceiro com beijinhos e brincadeiras para que ele tome iniciativa no ato sexual. Ela

considera que o sexo tem que ser um momento especial, um momento de prazer e interrompe o sexo, mesmo no meio da relação, quando sente que não está bom. Penélope às vezes quer uma “rapidinha”, mas é quando ela sente vontade, quando ela quer. Quando eles brigam, não adianta ele querer resolver fazendo sexo, pois para ela “não rola sexo”, acha que o sexo não resolve. Ela gosta de um ambiente incrementado, gosta de ir ao motel, pois se senti querida, “mais mulher” e amada.

Penélope incorporou os produtos eróticos um pouco antes de conhecer seu atual marido. Começou a utilizar em motéis. Diz que despertou interesse e que a fez entrar em *sites* para procurar motéis, pesquisando preço, e que percebeu muitos produtos de *sex shop* nesses *sites*. Ela começou a se interessar pelos brinquedos, porém começou a comprar quando iniciou seu namoro com seu atual marido. Ela relata que os produtos a deixavam mais solta, se sentindo bem e mais excitada. A relação sexual não ficava sempre igual, tinha uma brincadeira nova, um jogo diferente e que para ela muda completamente, a relação passa a ser muito melhor e não fica “naquele mais ou menos”. Em sua opinião, os produtos passam a ser um motivo, um instrumento que incita a prática para o sexo, mas que não é essencial no relacionamento. Segundo ela, as pessoas podem ter um relacionamento saudável, bom, sem usar esses produtos, mas para quem incorpora o uso desses produtos, é um motivo para fazer sexo.

O uso dos produtos partiu de Penélope, ela usa vendas para olhos, algema, gel, cosméticos, fantasias e joguinhos, como baralho e raspadinha. Esses jogos têm posições de *kama sutra*, locais onde beijar, chupar, lambe e tocar. Ela ainda não comprou um vibrador, mas tem vontade e curiosidade de usar. Ela compra os produtos pela internet pela facilidade e por achar o preço mais barato e também considera ter mais opções de produtos do que as lojas físicas. Faz compra desses produtos a cada 3 a 4 meses, geralmente quando tem algo especial para comemorar. Ela faz um pequeno estoque, pois precisa pagar frete, e gasta em torno de R\$150,00 a R\$200,00 nessas compras. Foi somente em duas lojas, um *sex shop* e uma boutique sensual. É sempre ela que compra esses produtos.

Eu tenho fantasia de enfermeira, mulher gato, diabinha, coelhinha [...] tenho várias. Eu acho muito legal, tenho um guarda-roupa de fantasias. Gosto bastante de montar um cenário de acordo com a fantasia, gosto bastante. Uma vez eu fiz de gueixa e geralmente tem comida no meio, aí tinha sushi, essas coisas, sei lá [...] teve uma vez que ficamos num quarto [motel] espanhol, daí a gente levou nachos. Aí quando faço em casa, daí eu faço

relacionado ao que eu vou vestir. Compro bastante vela, alguns perfumes e algumas velas perfumadas com cheiro fraquinho, às vezes coloco no banheiro, eu gosto bastante. (Penélope, 29 anos, consumidora de produtos eróticos).

Penélope utiliza os produtos quando vai comemorar alguma data especial, aniversário de casamento e diz tomar cuidado para não utilizar sempre esses artifícios. Ela relata que parte dos dois o interesse de ir a motéis, embora frequentemente de 4 a 5 vezes no ano, pois algo que limita essas idas em motéis é a questão financeira. Ela costuma deixar de presente de aniversário para o seu marido um cartãozinho de vale uma noite em motel. Embora mesmo sem data comemorativa, eles passam à tarde de um dia da semana em um motel para relaxar, e diz ser além do sexo, pois ficam relaxando na hidromassagem e considera como ir para praia, descansa e faz bem.

Ele cria, não é o produto em si, mas ele cria um cenário, um palco, uma ilusão de que às vezes é uma pessoa diferente. Às vezes aquela pessoa tem um lado completamente diferente, sei lá [...] eu acho que cria, ele te incentiva a criar, não é ele [produto] que cria, ele incentiva a criar. Se você não cria um clima pra usar, tem que criar um contexto pra usar ele e ele faz você pensar nisso, no que eu posso fazer pra isso ficar melhor, pra agradar meu marido, me agradar [...] eu queria ter uma sensação de doce, usar chocolate, usar mel, eu acho que ele te faz criar. (Penélope, 29 anos, consumidora de produtos eróticos).

Penélope se refere aos jogos lúdicos, as fantasias e a imaginação, ela relata extrair prazer desses cenários que ela cria a partir do uso desses produtos. Em sua percepção esses produtos auxiliam na imaginação e na criação de contextos e formas diferentes de fazer sexo. Ela se sente bem com o uso desses produtos.

[...] eu me sinto mais mulher, mais poderosa, assim, é como se não fosse você, a maioria das vezes eu faço coisas como se não fosse eu. Coloco salto alto, fico mais poderosa sexualmente, dona do contexto da situação. Eu gosto mais quando eu preparo, sou eu que mando na situação, eu que criei aquela situação. Eu acho que as pessoas usam [produtos eróticos] porque elas acreditam que dá pra ter uma vida sexual muito boa e continuar a descobrir coisas diferentes na mesma pessoa, pra não ter que procurar outra pessoa diferente, pra ter sensações diferentes com essa mesma pessoa que você está. Você pode usar com a pessoa e vai fazer bem pros dois. É querer manter um relacionamento saudável, que tenha paixão, que seja além do fraternal, pra não chegar no limite de ser só amigos. (Penélope, 29 anos, consumidora de produtos eróticos).

O uso dos produtos confere um poder de sedução e conquista a Penélope, que gosta de ter o controle sobre o seu prazer e o prazer de seu parceiro. Ela relata

que o uso desses produtos faz bem para o relacionamento e que às vezes antes de ter uma discussão da relação (DR) ela prepara “algo legal” para terem uma “noite legal”. Ela também faz como uma estratégia antes de ter uma DR, para o outro ficar mais carinhoso e para conversar algo que ela não gostou conseguindo que ele escute sem ficar com “pé atrás”. Ela relata que o uso desses produtos confere mais segurança para ela, ela se sente mais mulher e mais segura sexualmente.

Eu sou contaminada pelas questões de estética, eu sempre tive receio de ser objeto sexual. Agora quem manda no sexo sou eu, quem manda no que eu quero, na hora que eu quero, sou eu. Isso muda a minha postura [...] eu preciso me sentir mais poderosa. Eu gosto da *performance*, eu fico me policiando pra não ser só isso. Eu faço uma vez por mês e só de vez em quando mesmo. Eu acho que tem um exagero, o que você vê no *site*, na tv, como o *viagra*, se você não toma você não consegue mais. Vai um pouco pra esse lado, se você pegar o filme “de pernas pro ar”, no final das contas passa uma mensagem de que precisa usar [produtos eróticos]. A mesma mensagem da aparência, que você tem que estar bonita, você não precisa estar sempre *sexy*, sempre tem que estar com as unhas feitas, isso é um exagero, você não vai tá com unhas feitas todos os dias. [...] Quando você tá mais frágil, menos confiante, às vezes você precisa disso, sei lá, você vai numa festa e você percebe seu marido olhando pra uma mulher, ele olhou e quer ficar com ela. Eu acho importante pra ele perceber o que ele tem do lado [...] não tem jeito, as mulheres são lindas até eu olho. (Penélope, 29 anos, consumidora de produtos eróticos).

Essa fala demonstra que Penélope está ganhando autonomia em relação aos seus desejos e prazeres corporais e que ela gosta da *performance* e procura tomar cuidado para não exagerar no uso desses produtos, para não entrar em uma dinâmica em que sempre precisa usar os produtos para fazer sexo.

A entrevistada Adriana, amasiada há 8 meses, iniciou suas relações sexuais aos 15 anos e teve 5 parceiros sexuais. Seu namorado na época, após 9 meses, insistia para que tivessem relações sexuais, dizia que tinha muita vontade, muito desejo e que era uma prova de amor. Esse relacionamento durou 2 anos, muito em função da culpa que ela sentia por ter feito sexo.

[...] só que para minha educação extremamente católica e conservadora tive por muito tempo que só teria relação sexual depois do casamento. Eu me sentia muito culpada nessa época por ter tido relação sexual, eu fiquei dois anos com essa pessoa e durante esse período eu não sentia desejo ou quase não sentia prazer. (Adriana, 27 anos, consumidora de produtos eróticos).

Assim como Olívia, Adriana se afastou de sua religião, começou a questionar os valores e as posições dos seus pais e de sua família em relação ao

sexo e a sexualidade. Adriana começou a ter prazer nas relações sexuais no final do seu primeiro relacionamento, embora ela fale que demorou cerca de cinco anos para se livrar da culpa de fazer sexo antes do casamento.

[...] então tudo que eu tinha aprendido na minha educação religiosa e familiar era que eu deveria ficar com ele para sempre, porque eu tinha transado com ele. Então eu só consegui terminar o relacionamento quando eu resolvi criticar isso, pensei eu não vou me obrigar a ficar com uma pessoa que eu não gosto só porque você transou com ela. Durante 2 anos eu achei que deveria ficar com ele para sempre, eu tinha essa obrigação pelo fato de ter transado com ele. (Adriana, 27 anos, consumidora de produtos eróticos).

Adriana sofreu muito com o início de sua atividade sexual, pois não tinha ninguém para conversar sobre seus conflitos e se sentia usada como um objeto, pois as relações aconteciam sempre que seu namorado queria e fazia sexo com ele como uma obrigação.

[...] continuava fazendo sem prazer sem nada como uma obrigação. Para ficar com aquela pessoa que eu amava e fazia tudo o que ele pedia. Inclusive fiquei com problemas de saúde, até hoje tenho [em relação ao sexo anal]. Estes dois anos de relação foram tenebrosos. Mas depois foram ótimas experiências. Foram praticamente com namorados, só tive uma experiência sem namorado, e foi muito protegida e foi muito legal. (Adriana, 27 anos, consumidora de produtos eróticos).

Adriana começou a utilizar os produtos eróticos em seu atual relacionamento, foram juntos ao *sex shop*. Ela tinha muito preconceito em relação aos brinquedos eróticos. Considera desestimulante o uso dos brinquedos na relação sexual, ela prefere “viver a pessoa” e ser estimulada pelo parceiro. Porém, considera que não teve muitas experiências com esses objetos. Ela utiliza óleo para massagem, gel refrescante, cosméticos, e já utilizou brinquedos que estimulam o clitóris e o ânus.

Eu uso muito pouco. Eu não me importo muito com isso. Eu fui uma vez só no *sex shop* [...] Quanto ao vibrador, nunca me chamou a atenção porque para mim eu curto as pessoas. Ai uma vez eu fui e a gente comprou uma coisa ou outra lá, ficou conhecendo. Mas, eu te confesso que para mim é meio broxante, porque para mim acho mais interessante ficar mais tempo com a pessoa e curti aquela paixão, que não exige outros métodos assim. Não curto muito. Não me empolgo muito assim. Mesmo de fantasias essas coisas, eu gosto de ser quem que sou. [...] gosto dessas coisas que são para auxiliar a massagem, não gosto de coisas que focam muito a região pélvica do homem, porque eu acho que foca muito na coisa, empobrece. [...]

curto a pessoa, perfume um do outro, tocar o outro, eu acho que dá muito prazer. (Adriana, 27 anos, consumidora de produtos eróticos).

O motivo que a levou ao *sex shop* foi a novidade, foi para conhecer e a ideia partiu do seu parceiro. Adriana considera que as pessoas utilizam os produtos eróticos para experimentar, por querer algo diferente e para fazer a vontade do outro. Segundo ela, é uma forma de estimular o prazer, de apimentar e melhorar a relação ou fazer ressurgir o prazer no casal, que se ama e que já não tem tanta atração um pelo outro.

[...] Ou sei lá, a mulher ama o cara, que tem “peru” pequeno e ela prefere cara de “peru” grande, sei lá numa dessas aquele era o problema do casal. Eles se amam, mas aquilo está atrapalhando o casal, então, às vezes aquilo resolve, se puder. Eu vejo muito isso em relações mais estáveis, com filhos, que os casais não têm muito tempo para isso. (Adriana, 27 anos, consumidora de produtos eróticos).

A partir dos discursos das mulheres entrevistadas podemos perceber que há uma intensa preocupação com os prazeres masculinos, uma preocupação em adquirir conhecimentos e produtos eróticos para agradar o parceiro sexual. Embora se perceba que o uso desses produtos ultrapassa o sexo, e que se estenda a uma relação afetiva/sexual de mais qualidade, diálogo, intimidade, cumplicidade, procurando prolongar o relacionamento, o estabelecimento de vínculos e a aliança. Dessa forma, o uso dos produtos eróticos pode ser considerado como uma estratégia utilizada pelas mulheres para seduzir, atrair e se sentir desejada por seus parceiros, na medida em que elas consomem esses produtos, mas ainda querem que seus parceiros tomem iniciativa no sexo. Esta pesquisa nos mostra que as relações tradicionais de gênero ainda não desapareceram por completo. Embora o querer ser desejada nesta pesquisa é muito ativo, pois elas estão incitando e provocando seus parceiros para que eles entrem na mesma dinâmica dos desejos. Nesta perspectiva, é diferente da repressão da sexualidade do século XIX, pois elas fazem ser notadas por eles, elas são ativas nesse mercado de produtos eróticos.

As consumidoras utilizam os discursos, as práticas e os conteúdos do mercado de produtos eróticos a favor de si mesmas. Elas não incorporam esses produtos como repressão e têm suas subjetividades instituídas por práticas, discursos, incitações e dinâmicas de mercado. Pela perspectiva foucaultiana, elas são partícipes do mesmo desejo de prazer que é proposto pelos produtos, elas

desejam ser performáticas e isso é uma fonte de prazer. A produção das subjetividades das consumidoras é efeito de poder do produto ou das estratégias utilizadas pelo mercado para incitar, apimentar, melhorar e sair da rotina. Elas gozam desse efeito, humorizam e riem.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final da pesquisa penso ser complexo articular as percepções de como pensam e vivem as mulheres entrevistadas sobre suas sexualidades, na medida em que as consumidoras dos produtos também apresentam contradições nas suas falas, o que deixa claro que estamos falando de “mulheres” e não mulher como categoria única e universal. Elas são mulheres com diferentes exercícios de sua sexualidade e dos seus prazeres e desejos corporais. As mulheres têm sido histórica e culturalmente objetos de controle e disciplina de seus corpos, e continuam sendo colocadas como base para o mercado erótico, mas também se instituem nele como sujeitos desejantes. Na lógica das tecnologias do eu, um corpo produtivo do desejo imagético e receptor do desejo é o lugar prático do efeito do poder. Elas são úteis e lhe desejam corresponder.

Os discursos do mercado erótico e sensual brasileiro atribuem às mulheres uma responsabilidade por manter seus relacionamentos e seus casamentos, essa responsabilidade está ligada à afetividade, marcando e reproduzindo as convenções de gênero binárias, nesse processo. Elas por essa lógica também, desempenham um importante papel na expansão desse mercado, na medida em que elas se utilizam desse efeito de poder. Essas práticas estão difundindo novas verdades sobre a sexualidade e sobre o sexo, e têm as consumidoras como partícipes desse efeito de poder.

O mercado erótico pode ser caracterizado e associado por diversas maneiras, tais como empresa, tecnologia e estratégia de venda. As suas consumidoras se integram nesta lógica “mercadológica”, são as principais fontes de propagandas para as redes deste mercado, se produzindo também por meio desta forma de poder. A usuária quando fala com suas amigas e diz que usou os produtos eróticos, acaba por fazer sua publicidade. Nesse sentido, o mercado de produtos eróticos é constituído por diversos sujeitos. O mercado institui e é instituído, à medida que as consumidoras assumem esse efeito de poder e passam a ser agentes da publicidade. Elas entram nessa lógica do desejo do orgasmo, do prazer e da *performance*, tornando-se assim incitadoras desse mercado.

Pensando em uma sociedade orgástica, o consumo dos produtos eróticos está voltado para ideia de que é possível ter mais prazer, melhorar, apimentar, potencializar o prazer no casamento/relacionamento ou individualmente. O indivíduo

moderno deseja ser partícipe, ele se institui como desejante dessa lógica de uma sociedade orgástica.

Nesse sentido, as mulheres estão sendo ativas do desejo de ter mais prazer. Ainda que se atribua ao que fazem, um destaque, que se reporte a ideia de agradar o “outro”, manter o seu homem ou prolongar o tempo do relacionamento. Elas extraem prazer da imaginação e do humor proporcionado pelo jogo lúdico do uso e consumo dos produtos eróticos. Dessa forma, me deparei com uma realidade complexa, que de um lado me mostrava como os discursos propagavam a tarefa de manter seus relacionamentos, e por outro, era perceptível que as estas novas práticas geravam prazer para si mesmas.

As mulheres estão longe da figura submissa da pornografia e da maternidade, na medida em que elas seriam ativas nesse processo de incitar seus companheiros, provocar e incluí-los na mesma dinâmica do desejo, do desejar e querer esses prazeres. Não se trata mais da repressão da sexualidade do século XIX, contexto no qual, as mulheres não se atreviam a incitar seus homens, essas mulheres hoje, não ficam esperando por eles, elas se fazem notar, não querem ser ignoradas. Elas estão vivenciando novas expressões da sexualidade e da liberdade, embora ainda queiram que seus parceiros tomem iniciativa para a prática sexual. Ainda que historicamente “ser desejada” pareça um comportamento passivo, neste estudo percebemos que o ser desejada é muito ativo, pois estas mulheres não ficam mais esperando pelos homens, elas tomam iniciativa de comprar produtos que podem potencializar o prazer sexual. Vale ressaltar que a necessidade de ser desejada é parte constitutiva de como a sexualidade se produziu no ocidente e como as mulheres se instituem na relação com a sexualidade.

Os locais de venda como *sex shops*, boutique eróticas ou mesmo por catálogo são espaços de sociabilidade em que há uma difusão de “técnicas” de como fazer sexo, onde beijar, onde tocar, normatizando códigos do que é aceitável e saudável e do que é marginal no uso desses produtos. Percebemos uma contradição nos discursos das vendedoras e das consumidoras dos produtos eróticos. As vendedoras reiteram os discursos veiculados pela mídia, existiria uma “necessidade” de “apimentar”, “aquecer” o relacionamento/casamento e fugir da rotina para manter o seu “homem”, manter a família ou a relação. Esse discurso coloca em primeiro lugar a questão do casal e em outra dimensão a questão do prazer da mulher. Para a maior parte dessas vendedoras, as mulheres ainda

estariam subjugadas pelos homens, estariam exercendo sua sexualidade em função do “outro”, para agradar o “outro”.

A questão do prazer feminino não é muito lembrada pelas vendedoras, embora seja contraditório, pois os produtos eróticos e principalmente os brinquedos podem proporcionar independência da mulher no uso dos seus prazeres e desejos corporais. Essa questão não foi muito destacada pelas vendedoras, enfatizando o “manter o casamento ou o relacionamento” de uma maneira que fosse mais importante do que ter mais prazeres em suas relações sexuais e afetivas.

Embora as consumidoras também não falem abertamente sobre o seus prazeres e desejos corporais, elas também atribuem que o uso dos produtos eróticos é para melhorar a relação afetiva, a cumplicidade, a intimidade em seus relacionamentos. Elas não assumem que estão buscando prazer de si, mas falam da incorporação desses produtos na relação, mesmo que seja para apimentar para o “outro”, elas cumprem um papel importante na expansão desse mercado.

As mulheres entrevistadas reconhecem a existência de tecnologias e estratégias, e estão abertas para a incorporação desses produtos em suas vidas em uma dimensão que é possível ter mais prazer. Em uma perspectiva foucaultiana, as mulheres estão com a vida presa a uma dinâmica da ciência, do conhecimento e do saber, do qual as mulheres desejam participar, pois já se constituíram como consumidoras desses produtos. Elas são partícipes do mesmo desejo de prazer que é proposto pelos produtos, extraem prazer desse efeito de poder e desejam ser performáticas. Essas práticas são produtoras de subjetividade do mesmo efeito de poder pelo produto ou pelas estratégias utilizadas pelo mercado para incitar, apimentar, melhorar e potencializar os prazeres e desejos corporais. Elas gozam desse efeito, humorizam e riem.

Atualmente tem espaço de posição do feminino frente ao prazer, às mulheres podem de ir ao *sex shop* comprar e elas fazem como um jogo lúdico, que acompanha o humor e que no interdito, frente a dificuldade da fala pública ou privada, o humor é um instrumento intermediador e possibilitador do espaço da fala sobre o interdito, e que permitem a expressão de conteúdos que a cultura não permitiria de outras formas, está tão interdito que ficaria invisibilizado. Falar e rir sobre sexo e sexualidade permite amansar conteúdos e envolver a imaginação para possibilitar a linguagem e criar um campo dos discursos do interdito.

O mercado de produtos eróticos produz discurso, práticas e conteúdos desejados do qual o sujeito participa, esses conteúdos podem ser transformados a favor de si mesmo. O consumo de produtos eróticos não é percebido por estas mulheres como repressão. A subjetividade das consumidoras é “instituída” por práticas, discursos, incitações e dinâmicas de mercado. Existe uma história, um saber, é efeito de poder. Elas fazem um processo de subjetivação do eu no desejante, são sujeitos desejantes.

Os efeitos de poder no campo dos *sex shops* e dos produtos eróticos têm uma produção discursiva nova, um campo de conexão para incitação de prazer no relacionamento/casamento e esse processo de incitação produz a vontade de ser performaticamente boa, como uma categoria do saudável, do sexo bom, longe da patologia e do pânico sexual. Nesse campo, não estamos no patológico, o produto é informado, descrito e proposto para que supere a patologia e a ausência do desejo, em um esforço de curar essa situação.

Esse mercado se firma no campo que separa estrategicamente o erótico do pornográfico, conferindo uma maior legitimidade ao uso desses produtos. Sem ser banal, sem ser considerado do ambiente da prostituição e da transgressão, o interdito passou a ser utilizado como um espaço de poder feminino evidentemente preso a certas regras, certas fronteiras, entre devassidão ou moralidade. Institui o proibido para mulher honesta. Esse espaço de poder já foi produzido por este mercado erótico e é desejado pelas mulheres.

Percebe-se que o sexo torna-se uma estratégia para manter o dispositivo da aliança e o conhecimento sobre ele representa um fator de destaque no papel feminino na ordenação conjugal ou do relacionamento.

REFERÊNCIAS

- ABDO, Carmita. **O que as mulheres querem na cama?** Disponível em < <http://delas.ig.com.br/amoresexo/o-que-as-mulheres-querem-na-cama/n1238131414723.html>>. Acesso em: 28 out. 2011.
- ABEME. **Associação Brasileira das Empresas de Mercado Erótico e Sensual.** Disponível em: < <http://www.abeme.com.br/>>. Acesso em: 15 fev. 2012.
- ADELMAN, Mirian. Gênero na construção de subjetividade. In: ADELMAN, Mirian; SILVESTRIN, Celsi Brönstrup. **Gênero Plural**. Curitiba: UFPR, 2002. p. 49 - 61.
- AGUIAR, Paula. **Programa Fala Sério**. Disponível em:<<http://www.abeme.com.br/2011/08/paula-aguiar-presidente-da-abeme-no-programa-fala-serio/>>. Acesso em: 20 out. 2011.
- AGUIAR, Paula. **Sex shop na sacola: guia de negócios**. São Paulo: Edição do Autor, 2011.
- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução nº 3.161, de 18 de julho de 2011**. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2011/res3161_18_07_2011.html>. Acesso em: 22 out. 2012.
- APPIGNANESI, Richard; ZARATE, Oscar. **Entendendo Freud: um guia ilustrado**. São Paulo: Leya, 2012.
- ARAÚJO, Maria de Fátima. Amor, casamento e sexualidade: velhas e novas configurações. **Psicologia: ciência e profissão**, Brasília, v. 22, n. 2, jun. 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- _____. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BENSUSAN, Hilan. Observações sobre a política dos desejos: tentando pensar ao largo dos instintos compulsórios. **Rev. Estud. Fem.**, Florianópolis, v. 14, n.2, set. 2006.
- _____. Observações sobre a libido colonizada: tentando pensar ao largo do patriarcado. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 12, n. 1, jan./abr. 2004.
- BISMARCHI, Ângela. De 4 com Ângela Bismarchi. Disponível em:< <http://virgula.uol.com.br/ver/video/de-4-com-angela-bismarchi/2011/12/05/11627-paula-aguiar-presidente-da-abeme-nomeia-angela-como-embaixatriz>>. Acesso em: 14 out. 2012.
- BOZON, Michel. **Sociologia da sexualidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

BRICEÑO-LEÓN, Roberto. Quatro modelos de integração de técnicas qualitativas e quantitativas de investigação nas ciências sociais. In: GOLDENBERG, Paulete; MARSIGLIA, Regina Maria Giffoni; GOMES, Mara Helena de Andréa. **O clássico e o novo: tendências, objetos e abordagens em ciências sociais e saúde**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003, p. 157-183.

BRIGEIRO, Mauro; MAKSUD, Ivia. Aparição do viagra na cena pública brasileira: discursos sobre corpo, gênero e sexualidade na mídia. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 17, n. 1, jan./abr. 2009, p. 71-88.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CARMO, Paulo Sérgio do. **Entre a luxúria e o pudor: a história do sexo no Brasil**. São Paulo: Octavo, 2011.

CARRARA, Sérgio. O Centro Latino-americano em sexualidade e direitos humanos e o “lugar” da homossexualidade. In: GROSSI, Miriam Pillar et al. (Orgs.). **Movimentos sociais, educação e sexualidades**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005. p. 17-24.

CARRARA, Sérgio et al. (Orgs.). **Gênero e diversidade na escola: formação de professoras/es em gênero, sexualidade, orientação sexual e relações étnico-raciais**. Caderno de atividades. Rio de Janeiro: CEPESC, 2009.

COELHO, Salomé. Por um feminismo queer: Beatriz Preciado e a pornografia como pre-textos. **Ex æquo**, n. 20, p. 29-40, 2009.

COLLUCCI, Cláudia. Produtos eróticos ganham aval de médicos. **Folha de São Paulo**. 2003. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/equilibrio/noticias/ult263u2755.shtml>>. Acesso em: 15 jan. 2012.

DE LAURETIS, Teresa. A tecnologia de gênero. In: HOLANDA, Eloísa Buarque de (Org.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 206-242.

DÍAZ - BENÍTEZ, María Elvira. **Nas redes do sexo: os bastidores do pornô brasileiro**. Rio de Janeiro: 2010.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994a.

_____. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994b, v. I.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade I: A vontade de saber**. RJ: Graal, 2011.

_____. **Microfísica do poder**. 10. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

_____. Preface. In: DELEUZE, G.; GUATTARI, Felix. **Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia**. New York: Viking Press, 1977.

GERALDES NETO, Benedito et al. A sífilis no século XVI- o impacto de uma nova doença. **Arquivos de Ciências da Saúde**, São José do Rio Preto, v. 16, n. 3, p. 127-9, jul./set. 2009.

GIDDENS, Anthony. **A Transformação da Intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas**. São Paulo: UNESP, 1993.

GOLDENBERG, Mirian. **De perto ninguém é normal**. Rio de Janeiro: BestBolso, 2011a.

_____. Gênero, “o corpo” e “imitação prestigiosa” na cultura brasileira. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 20, n. 3, p. 543-553, 2011b.

_____. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

GOUVEA, George. **No Brasil, só se fala em Aids durante o carnaval**. Disponível em: <http://www.abiaids.org.br/_img/media/informeodia%20entrevista%20george.jpg>. Acesso em: 28 set. 2012.

GREGORI, Maria Filomena. Erotismo, mercado e gênero: uma etnografia dos sex shops de São Paulo. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 38, p. 53-97, 2012.

_____. Usos de sex toys: a circulação erótica entre objetos e pessoas. *Mana*, v. 17, n. 2, p. 313-336, 2011.

_____. **Prazeres perigosos: erotismo, gênero e limites da sexualidade**. 221 f. Tese (Concurso de Livre Docência), Departamento de Antropologia, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 2010.

_____. Prazer e perigo: notas sobre feminismo, sex-shops e S/M. *Ide*, São Paulo, v. 1, p. 81-91, 2005.

GUATTARI, Felix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1996.

HEERING, Eduardo. **Ângela Bismachi é nomeada "Embaixatriz do Mercado Erótico" na abertura da 19ª Erótika Fair**. Disponível em: <<http://noticias.bol.uol.com.br/entretenimento/2012/03/23/angela-bismachi-e-nomeada-embraixatriz-do-mercado-erotico-na-abertura-da-19-edotika-fair.jhtm>>. Acesso em: 18 set. 2012.

HEILBORN, Maria Luiza (Org.). **Sexualidade: o olhar das Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

HERITIER, Françoise. O sangue dos guerreiros e o sangue das mulheres – controle e apropriação da fecundidade. In: **Masculino Feminino: o pensamento da diferença**. Lisboa: Instituto Piaget, 1996, p. 195-122.

KLEINSORGEN, Natália. **Mercado de produtos eróticos está em alta no país**. Disponível em: <<http://jornal.ofluminense.com.br/editorias/revista/mercado-de-produtos-eroticos-cresce-no-pais>>. Acesso em: 10 set. 2012.

KNERR, Wendy; PHILPOTT, Anne (Orgs.). Reintroduzir o erotismo no sexo seguro: o Projeto do Prazer. In: CORNWALL, Andrea; JOLLY, Susie. **Questões de Sexualidade: Ensaio Transculturais**. Rio de Janeiro: ABIA, 2008.

LAQUEUR, Thomas. **Inventando o sexo: corpo e gênero dos gregos a Freud**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo: antropologia e sociedade**. São Paulo: Papyrus, 2007.

LEITE JÚNIOR, Jorge. **Das maravilhas e prodígios sexuais: a pornografia bizarra como entretenimento**. São Paulo: Annablume, 2006.

LINS, Regina Navarro. **A cama na rede**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2010.

LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

MAINES, Rachel. **The technology of orgasm: “hysteria”, the vibrador, and women’s sexual satisfaction**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1999.

MARCUSE, Herbert. **Eros e civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud**. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

MARTINS, Ana Paula Vosne. **Visões do feminino: a medicina da mulher nos séculos XIX e XX**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2004.

MATHIEU, Nicole-Claude. **Identité sexuelle/ sesueé/ de sexe? L`Anatomie politique**. Paris: Cote Femmes, 1991.

MELO, Cristiane Magalhães de; OLIVEIRA, Djenane Ramalho de. O uso de inibidores de apetite por mulheres: um olhar a partir da perspectiva de gênero. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 5, p. 2523-2532, 2011.

MILLS, Wright. Do artesanato intelectual. In: **A imaginação Sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1965. p. 211-243.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 10. ed. São Paulo: Hucitec, 2007.

MINELLA, Luzinete Simões. **Gênero e contracepção: uma perspectiva sociológica**. Florianópolis: UFSC, 2005.

MITCHELL, Juliet. **Loucos e medusas**: o resgate da histeria e do efeito das relações entre irmãos sobre a condição humana. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

MOUTINHO, Laura. **Razão, “cor” e desejo**. São Paulo: Unesp, 2004.
PARKER, Richard. **Corpos, prazeres e paixões**: a cultura sexual no Brasil contemporâneo. São Paulo: Best Seller, 1991.

PAULILO, Maria Angela Silveira. **A pesquisa qualitativa e a história de vida**. Disponível em: <http://www.ssrevista.uel.br/c_v2n1_pesquisa.htm>. Acesso em: 14 ago. 2008.

PEDRO, Joana Maria. As representações do corpo feminino nas práticas contraceptivas, abortivas e no infanticídio – século xx. In: MATOS, Maria Izilda S. de; SOIHET, Rachel (Orgs.). **O corpo feminino em debate**. São Paulo: Unesp, 2003. p. 157-176.

PELÚCIO, Larissa. As maravilhas do sexo que ri de si mesmo. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 29, p. 481- 488, jul./dez. 2007.

PERROT, Michelle. Os silêncios do corpo da mulher. In: MATOS, Maria Izilda S. de; SOIHET, Rachel (Orgs.). **O corpo feminino em debate**. São Paulo: Unesp, 2003. p. 13-27.

PIRES, Álvaro P. Sobre algumas questões epistemológicas de uma metodologia geral para as ciências sociais. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 43-94.

PISCITELLI, Adriana. Gênero no mercado do sexo. **Cadernos Pagu**, Campinas , v. 25, p. 7- 23, 2005.

PISCITELLI, Adriana; GREGORI, Maria Filomena; CARRARA, Sérgio. (Orgs.). **Sexualidade e saberes**: convenções e fronteiras, 2004.

PRATA, Keila Eloisa Machado Santos; DIAS, Carlos Alberto. O orgasmo na vida sexual da mulher contemporânea. **RBSH**, São Paulo, v.19, n.1, jan./jun. 2008.

PRECIADO, Beatriz. **Testo Yonqui**. Madrid: Espasa Calpe, 2008.

_____. **Manifiesto contra-sexual**: prácticas subversivas de identidad sexual. Madrid: Opera Prima, 2002.

PRIORE, Mary Del. **Histórias íntimas**: sexualidade e erotismo na história do Brasil. São Paulo: Planeta do Brasil, 2011.

RAGO, Margareth. Os mistérios do corpo feminino, ou as muitas descobertas do “amor venéreo”. **Proj. História**, São Paulo, n. 25, dez. 2002.

_____. **Os prazeres da noite**: prostituição e códigos da sexualidade feminina em São Paulo (1890-1930). 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

REIS, Lorena Mochel. O feminino nas “boutiques sensuais”: uma análise sobre as representações da mulher no mercado erótico. **Anais... VI Congresso Internacional de Estudos sobre a Diversidade Sexual e de Gênero da ABEH**. Salvador, 2012.

ROHDEN, Fabíola. O império dos hormônios e a construção da diferença entre os sexos. **História, Ciências, Saúde: Manguinhos**. Rio de Janeiro, Fundação Oswaldo Cruz, Casa de Oswaldo Cruz, v. 15, suplemento, p. 133-152, jun. 2008.

_____. Diferenças de gênero e medicalização da sexualidade na criação do diagnóstico das disfunções sexuais. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 17, n. 1, p. 89-109, jan./abr. 2009.

_____. **Uma ciência da diferença: sexo, contracepção e natalidade na medicina da mulher**. 412 f. Tese (Programa de Pós-Graduação em Antropologia), Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2000.

R7 ENTRETENIMENTO. **Angela Bismarchi diz que "dá mais tesão" saber que é o próprio marido que vai reconstituir seu hímen**. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/angela-bismarchi-diz-que-da-mais-tesao-saber-que-e-o-proprio-marido-que-vai-reconstituir-seu-himen-20120917.html>>. Acesso em 18 set. 2012.

RUBIN, Gayle. El tráfico de mujeres: notas sobre la “economía política” del sexo. In: NAVARRO, Marysa; STIMPSON, Catharine R. (compiladoras). **Qué son los estudios de mujeres?** México/Argentina/Brasil/Colombia/Chile/Espana/EUA/Per/Venezuela: Fondo de Cultura Económica, 1998. p.15-74.

SABAT, Ruth. Só as bem quietinhas vão casar. In: MEYER, Dagmar; SOARES, Rosângela (Org.). **Corpo, gênero e sexualidade**. Porto Alegre: Mediação, 2004. p. 95-106.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. Higiene e higienismo entre o império e a república. In: PRIORE, Mary Del; AMANTINO, Marcia (Orgs.). **História do corpo no Brasil**. São Paulo: Unesp, 2011, p. 283-312

SANTOS, Boaventura Souza de. Ciência e senso comum. In: _____. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. São Paulo: Graal, 2003. p. 31-69.

SCHWANDT, Thomas. Três posturas epistemológicas para a investigação qualitativa: interpretativismo, hermenêutica e construcionismo social. In: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna. **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa: teorias e abordagens**. 2.ed. São Paulo: Artmed/Bookman, 2006, p. 193-217.

SEGATTO, Cristiane. **Sexo com animais: por que fingir que isso não existe?** Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Saude-e-bem-estar/noticia/2011/10/sexo-com-animais-por-que-fingir-que-isso-nao-existe.html>>. Acesso em: 2 set. 2012.

SENNETT, Richard. O declínio do homem público: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

STENZEL, Lucia Marques. **Obesidade: o peso da exclusão**. 2. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

SWAIN, Tania Navarro. **Entre a vida e a morte, o sexo**. Disponível em: <http://intervencoesfeministas.mpbnet.com.br/textos/tania-entre_a_vida_ea_morte.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2012.

TURATO, Egberto Ribeiro. Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa. **Revista Saúde Pública**, v. 39, n. 3, p. 507-514, 2005.

VANCE, Carole S. A antropologia redescobre a sexualidade: um comentário teórico. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v.5 n.1, p. 7-32, 1995.

VIANNA, Adriana R. B.; CARRARA, Sergio. Políticas sexuales y derechos sexuales em Brasil: um estúdio de caso. In: PARKER, Richard; PETCHESKY, Rosalind; SEMBER, Robert (Eds.). **Políticas sobre sexualidade: reportes desde las líneas del frente**. México, 2008. p. 27-55.

VIANNA, Hermano. As tribos da Internet. In: Seminário Aspectos sócio-culturais da internet no Brasil, LNCC, agosto, 1995, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 1995. Disponível em:< <http://www.alternex.com.br/~esocius>>. Acesso em: 14 out. 2012.

VIDICH, A. J.; LYMAN, S. M. Métodos qualitativos: sua história na sociologia e na antropologia. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Orgs.). **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre, Artmed Bookman, 2006, p. 49-90.

WALTHER, Luciana Castello da Costa Leme. Resistência e extremismo – por que o consumo erótico feminino não constitui ameaça aos homens. **Anais...** XXXXVI Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, 22 a 26 de setembro de 2012a.

_____. Humildade dos objetos – a cultura material na indústria erótica e sensual brasileira. **Anais...** XXXXVI Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, 22 a 26 de setembro de 2012b.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. p. 35-82.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

WHO. World Health Organization. **Defining sexual health**. Geneva: WHO, 2006.

ZIZEK, Slavoj. **O hedonismo envergonhado**. 2003. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1910200303.htm>>. Acesso em: 28 set.
2012.

ZUCCO, Luciana Patrícia. **Mulher maravilha sexualidade feminina em discursos nas revistas 'Claudia' e 'Mulher dia-a-dia'**. 225f. Tese apresentada à Pós-Graduação em Saúde da Criança e da Mulher - Doutorado em Ciências, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2007.

APÊNDICE A - Roteiro da entrevista semi-estruturada aplicada as usuárias de produtos eróticos

Data:

Sexo: Idade: anos

Escolaridade:

Orientação sexual:

Estado civil: Você tem filhos?

1. Você poderia me falar um pouco da sua vida sexual?
2. Em que momento você começou a manter relações sexuais?
3. Havia algum tabu, medo ou até mesmo mitos em relação ao sexo nas suas primeiras experiências?
4. Você considera que suas relações sexuais foram interessantes em sua vida? Em que sentido?
5. Qual o sentido do “sexo” em sua vida hoje? Você acha que essa percepção advém da sua história sexual?
6. O que você acha ter recebido das pessoas com quem se relacionou sexualmente?
7. Você diria que teve relações com muitas ou poucas pessoas?
8. Desde quando você usa produtos eróticos?
9. O que levou você a buscar produtos eróticos?
10. Como você vê o uso do produto erótico e a relação sexual?
11. Você diria que o uso do produto erótico produz algum tipo de performace do desejo e do sexo?
12. Como você se sente quando usa um produto erótico?
13. O que você acha que as pessoas acreditam em relação a intimidade e casamento quando elas usam produtos eróticos?
14. O que você já comprou? Usou? Gostou? O que você não compraria?
15. Me fale um pouco sobre o que pensa a respeito da existência desses produtos.
16. Você fala com outras pessoas sobre esses produtos?
17. Alguém da sua rede de amizade ou familiar já usou?
18. O que você acha que motiva as pessoas a usarem produtos eróticos?
19. Você já foi a uma *sexshop*?
20. Já comprou pela internet? Por catálogo?
21. O que te motiva usar produtos eróticos em suas relações?
22. O que isso traz a sua relação? Isso reflete em outras coisas da sua vida
23. Você acha que pode haver algum tipo de exagero performático sexual hoje?