



ARTIGOS

A Utilização De Línguas Estrangeiras Por Travestis Brasileiras Como Estratégia De Marketing No Turismo Sexual Na Cidade Do Rio De Janeiro:

Uma interpretação Baumaniana

Erick da Cunha Coelho ZICKWOLFF, *Fundação de Apoio à Escola Técnica (FAETEC-RJ)*

Bernardo Lazary CHEIBUB, *Universidade Federal Fluminense*

Resumo: O texto analisa, sob a ótica do conceito de “comodificação do consumidor”, de Zygmunt Bauman, a utilização de línguas estrangeiras como ferramenta de marketing na prestação de serviços sexuais por travestis brasileiras, na busca pela atração de turistas internacionais na cidade do Rio de Janeiro, através do exame de anúncios em sítios de *internet*. A partir de uma revisão bibliográfica temática e contextual, o trabalho conecta as complexas modificações corporais, sociais e psicológicas engendradas pelas travestis, em seu processo de autoconstrução, com a ideia baumaniana de transformação do ser humano (enquanto consumidor) em mercadoria. Conclui-se, ao final do artigo, que o caso das travestis corporifica tal transformação e que o uso de línguas estrangeiras em seus anúncios é um exemplo marcante da necessidade de autopromoção proposta por Bauman em seus escritos.

PALAVRAS-CHAVE: Travestis. Comodificação. Línguas Estrangeiras. Turismo Sexual.



Introdução

Apoiando-se no conceito de “comodificação do consumidor”, de Zygmunt Bauman (2008), este artigo objetiva analisar o aprendizado de línguas estrangeiras por travestis brasileiras que intendem, através de tal prática, alcançar um público formado por turistas internacionais e a eles prestarem seus serviços sexuais, na cidade do Rio de Janeiro. Antes, achou-se importante discorrer sobre os complexos processos de modificações – corporais, comportamentais, psicológicas e sociais – pelos quais determinados homens, geralmente homossexuais – que assumirão uma identidade travesti ao fim destes – passam.

O trabalho – dividido em duas seções – apresenta, na primeira delas, as explicações sobre as modificações por que passam os homens¹ que se tornam travestis, tanto em sua aparência física, quanto em questões psicológicas e comportamentais. Para tanto, se realiza uma breve análise de aspectos associados à sexualidade humana, bem como aos papéis de gênero desempenhados por estas pessoas. Nesta seção também se descreve a relação existente entre as travestis e a prostituição que, além de ser um espaço de aprendizado sobre o *transformar-se em travesti*, segundo Benedetti (2005), se constitui na base para a discussão que se seguirá. Partindo do conceito baumaniano de “comodificação do consumidor” – a necessidade dos seres humanos se transformarem em uma *mercadoria*, para poderem usufruir sua condição de consumidor. Já a segunda parte do trabalho aborda questões relacionadas à aprendizagem de uma língua estrangeira por parte das travestis, como ferramenta de marketing pessoal, visando atrair turistas de outras nacionalidades para a prestação de seus serviços sexuais – o que ilustraria, de forma objetiva, a conceituação proposta por Bauman (2008). Por fim, uma breve ilação aponta as conclusões acerca dos resultados obtidos durante a análise realizada.

A metodologia do trabalho desenvolveu-se, basicamente, através de revisão bibliográfica: apoiada nas obras de Bauman (2001; 2004;

¹ O travestismo feminino – pessoas que nasceram com o sexo biológico feminino e passam por transformações físicas para alcançarem uma aparência de masculinidade – não será abordado neste trabalho, por não ser tão comum sua relação com o fenômeno da prostituição.



2008) que discorrem sobre temas como a transformação das pessoas em mercadorias, as modificações corporais humanas engendradas por diferentes processos na pós-modernidade e o consumismo desenfreado; Pelúcio (2005 e 2009), Benedetti (2005) e Sampaio (2015) com suas investigações concernentes a construção da identidade travesti; além de escritos relacionados a temáticas como a sexualidade humana (DIEHL e VIEIRA, 2013; ABDO, 2010), os papéis de gênero (SOUSA, 2015), a prostituição (DIEHL, DE OLIVEIRA e RODRIGUES, 2013), o turismo sexual (PISCITELLI, 2005; OURIQUES, 2005; RYAN, 2010; SOARES DO BEM, 2015; ZICKWOLFF, 2017) e a aprendizagem de línguas estrangeiras (SCHUMACHER e DA COSTA, 2007). Também fez parte da metodologia a análise de cinco sítios de *internet*² onde são anunciados os serviços sexuais prestados por diversas travestis, na cidade do Rio de Janeiro, com o intuito de perceber quantas delas divulgavam o conhecimento de uma língua estrangeira, o que, claramente, demonstra a busca pela atração de clientes internacionais.

A Primeira Transformação: Como “Tornar-Se” Uma³ Travesti?

Tomando emprestada a construção semântica de Simone de Beauvoir⁴ (1980), ninguém nasce travesti, torna-se travesti. Este é um processo tortuoso que, segundo Benedetti (2005) e Pelúcio (2005; 2009), majoritariamente se inicia com a descoberta da homossexualidade, geralmente durante a adolescência; segue pela mudança das indumentárias e dos trejeitos; e continua através da utilização de hormônios femininos, de implantes de silicone e de mudanças profundas nos estilos de vida e de sociabilidade. Para compreender quem pode ser considerada uma *travesti*, se faz necessário conhecer e distinguir algumas identidades sociais e de gênero que, muitas vezes, se confundem com

² Para a definição destes sítios utilizou-se o buscador Google, através da inserção conjugada das palavras “acompanhantes travestis Rio de Janeiro”. Os cinco primeiros resultados apresentados foram os selecionados pertinentemente para a pesquisa.

³ Usamos o artigo feminino em respeito à auto identificação das travestis com o gênero feminino.

⁴ Referência à célebre frase: “Ninguém nasce mulher: torna-se mulher” (BEAUVOIR, 1980, p. 9).



aquela, tais como a de *crossdresser*, a de *transexual*, a de *transgênero* e a de *drag queen*.

Até a década de 1980 o termo travesti designava, simplesmente, uma pessoa que gostava e tinha por hábito se vestir com roupas do “sexo oposto”, o que não indicaria, necessariamente, traços de homossexualidade (OKAWARA e SAWAYA, 1979). Atualmente, tal prática é reconhecida pelo nome de *crossdressing* e quem a realiza é chamado de *crossdresser*. Já a denominação de *drag queen*⁵ é aplicada a um homem que se fantasia – de forma exagerada e caricata – como alguém do sexo feminino, geralmente com a finalidade de realizar shows e apresentações performáticas. Uma vez mais, esta atividade não é necessariamente realizada por homossexuais masculinos, ainda que grande parte daqueles que a realizam o sejam (DIEHL e VIEIRA, 2010).

Ultimamente, o termo travesti abarca outras experiências relacionadas à sexualidade e ao comportamento de gênero, servindo para identificar indivíduos que buscam viver com a aparência física e comportamental do “sexo oposto”, realizando alterações hormonais e estéticas, a partir de cirurgias plásticas e enxertos de silicone em determinadas partes do corpo, mas que não abrem mão dos seus órgãos sexuais de nascimento. Aqueles que desejam e necessitam – para poderem se sentir *seres humanos plenos* – mudar de sexo, extirpando suas gônadas e órgãos sexuais biologicamente masculinos mediante cirurgias de redesignação sexual e construindo uma estrutura similar à vagina, são chamados de transexuais⁶ (há, inclusive, entre os anúncios das travestis, reclames de transexuais femininas que destacam, com a palavra *operada*, entre parênteses, que não mais possuem seu órgão sexual de nascimento). Estas pessoas não se identificam psicologicamente com as características do corpo biológico com que nasceram e têm aversão ao órgão sexual que exibem. Já a travesti tem em seu órgão sexual original uma fonte de prazer e de orgulho. Por fim, pessoas transgênero são aquelas cuja identidade de

⁵ Mulheres que realizam o mesmo tipo de espetáculo são nomeadas como *drag kings*.

⁶ Existe um processo semelhante, de redesignação sexual feminina. Neste caso, durante a cirurgia, a estrutura do clitóris é desprendida da região pubiana e reposicionada de forma a se assemelhar a um pênis, que é posteriormente revestido com tecido da vagina, além de serem implantadas as próteses testiculares de silicone, que ficarão alocadas em uma bolsa escrotal feita do tecido dos grandes lábios. Há também a retirada do útero e dos ovários e a redução das mamas.



gênero difere, em graus variados, do sexo biológico (DIEHL e VIEIRA, 2010).

Por ser um assunto considerado tabu para muitas pessoas, devido a questões religiosas, sociais ou culturais, as noções de *sexualidade*, *sexo biológico* e *identidade de gênero* muitas vezes são mal compreendidas ou confundidas e tomadas como sinônimos. Desta forma, parece ser importante uma breve explanação acerca de cada uma delas para que se possa, posteriormente, abarcar de forma mais inteligível a construção da identidade travesti – ainda que esta seja fluida e múltipla, como se discutirá mais adiante.

Sobre a sexualidade humana – que basicamente se refere à forma como as pessoas buscam satisfazer suas necessidades e desejos sexuais –, Abdo (2010) explica que ela abrolha a partir da concepção, quando os gametas masculino e feminino se fundem após o ato sexual, e continua, pelo menos, até o fim da adolescência. Entretanto, por envolver aspectos psicológicos, somáticos e socioculturais (além dos biológicos), a sequência do desenvolvimento pode se prolongar às idades adulta e senil; entende-se que a sexualidade humana é um processo de construção e reconstrução constantes – ainda que geneticamente baseada – sendo influenciada pelo ambiente e pela cultura ao redor do indivíduo (ABDO, 2010).

Ao se falar em sexo biológico, deve-se remeter aos aspectos morfológicos, anatômicos e fisiológicos dos seres humanos, cujo início embriológico, que difere os sexos – de forma binária – em *feminino* e *masculino*, ocorre durante a fertilização, e depende do cromossomo X ou Y que o espermatozoide fecundante do óvulo possuir (ABDO, 2010). O óvulo sempre apresenta um cromossomo X e, quando se une a outro cromossomo X, formando o par (XX), dá origem a um ser com o sexo feminino - já quando se junta com um cromossomo Y, formando o par (XY), origina um ser com o sexo masculino; assim, quando nasce, a criança possui um aparelho sexual anatomicamente formado e funcional⁷ (ABDO, 2010). O processo de maturação dos eixos hormonais e neurológicos, que causam alterações anatômicas e fisiológicas é morosa,

⁷ Excetuando-se os casos em que há algum problema na formação do órgão.



indo do nascimento até a adolescência (ABDO, 2010). Cabe ressaltar a existência da categoria *intersexo*, conformada por indivíduos que apresentam características sexuais biológicas tanto do sexo masculino quanto do sexo feminino, condição que se apresenta em um pequeno contingente de seres humanos e que, nem sempre, se manifesta de forma visível e facilmente detectável; ou seja, dentro da lógica binária, essas pessoas não são facilmente classificáveis como pertencentes a um ou outro sexo (UNITED NATIONS, 2020).

A puberdade é o momento em que as gônadas amadurecem, constituindo as características sexuais secundárias que determinam, *fisicamente*, o desenlace da definição sexual; todavia, o processo não se encerra neste momento, pois, concomitantemente à questão física, a demarcação sexual psíquica, intitulada de *identidade de gênero*, também está acontecendo (ABDO, 2010). Esta será influenciada, dentre outros, por fatores como as expectativas familiares e sociais; Abdo (2010) igualmente chama a atenção para fatores antropológicos, já que ocorrem variações culturais que incidem neste processo, tais como padrões comportamentais dos papéis de gênero, padrões físicos, as vestimentas típicas e as sanções sociais impostas à homossexualidade.

Aliás, a *homossexualidade* – que durante muito tempo foi nomeada como *homossexualismo* –, era considerada uma patologia e fazia parte da Classificação Internacional de Doenças (CID) das Nações Unidas (ONU) até o dia 17 de maio de 1990, quando foi retirada de tal lista. De acordo com Benedetti (2005), existem três correntes de explicações, controversas e inconclusivas, para uma suposta origem biológica da homossexualidade: a primeira delas assinala os níveis e os distúrbios hormonais no organismo de uma pessoa; outra acena com a possibilidade de haver estruturas cerebrais diferenciadas que causariam tal “comportamento”; por fim, a causa residiria em um ou vários genes inscritos no DNA do indivíduo.

Se desde o primeiro ano da década de 1990 a homossexualidade não mais figura na lista das doenças, a transexualidade demorou ainda 29 anos para deixar de pertencer àquele rol, o que ocorreu oficialmente em 21 de maio de 2019. Com quase uma década de antecedência, Abdo (2010)



indicava que sua permanência por lá estava com os dias contados, já que após amplos debates nas Nações Unidas era grande o grupo dos que defendiam veementemente sua supressão. Destarte, cada vez mais a sexualidade humana dita “desviante” vem sendo repensada e entendida como não patológica.

Portanto, o que leva uma pessoa a querer se transformar, de certa forma, em alguém com as características de um gênero distinto é algo extremamente complexo e motivo de debate acalorado entre aqueles que defendem uma visão biogenética e os que apostam na questão psicossocial (ELLIS e ABARBANEL, 1968). Bauman (2004), ao analisar a obra *The neosexual revolution* (1989)⁸, de Volkmar Sigusch, destaca que a oposição entre sexo e gênero parece não possuir mais relevância para os teóricos dos estudos de gênero, como a filósofa Judith Butler, para quem ambos seriam construtos determinados culturalmente, podendo ser modificados, revogados, refeitos. Nas palavras de Bauman (2004), “o que está em disputa é o grau em que vários tipos de inclinações/preferências/identidades são flexíveis, alteráveis e dependentes da escolha do sujeito” (p.73), e que se torna uma “escolha em relação à qual, como sempre, quem escolhe deve sentir-se responsável e assim ser visto pelos outros” (p.73). Quando se pensa no caso das travestis, é extremamente relevante esta última passagem, que afirma o desejo de uma pessoa ser reconhecida pela sociedade da mesma forma com que se auto identifica; o que pressupõe o direito ao respeito frente às suas escolhas e a garantia de não ser humilhado, violentado ou discriminado por ser quem se tornou – e quem se torna diariamente, já que é uma laboração fluída e constante – durante o processo de autoconstrução. Quanto a esta discussão, o autor arremata:

Desse modo, não importa muito se as predileções sexuais (articuladas como “identidade” sexual) são “dons da natureza” ou “construtos culturais”. O que realmente importa é se cabe ao *homo sexualis* determinar (descobrir ou inventar) qual (ou quais) das múltiplas identidades sexuais melhor se ajusta a ele ou ela, ou se, tal como o *homo sapiens* no caso da “comunidade de nascimento”, ele ou ela está destinado(a) a abraçar esse destino e viver sua vida de uma forma que transforme uma sina inalterável numa vocação pessoal (BAUMAN, 2004, p.73).

⁸ Obra ainda não traduzida para a língua portuguesa.



Ainda sobre a questão da imagem da travesti frente à sociedade, Pelúcio (2009) destaca o “fato de a travesti não ser entendida no senso comum como uma expressão legítima do feminino, mas como uma burla, um homem vestido de mulher. A genitália seria o fundamento dessa percepção, definindo o masculino naquele corpo” (p. 74). Já o ponto de vista de Sousa (2015) acerca da construção da identidade de gênero das travestis é muito significativo. A pesquisadora salienta que a travesti “não é uma cópia do original *mulher*, porque esse original, a seu ver [9], também precisa ser encarado como uma das possibilidades de ser mulher” (2015, p. 20, grifo da autora). Isso é essencial para se pensar que os conceitos de *masculino* e *feminino* ou de *homem* e *mulher*, ainda que teoricamente utilizados para distinguir determinadas características (excludentes entre si), são suscetíveis a abarcar identidades plurais, afinal: *de que homem se fala? E de qual mulher?* Logo, a própria *identidade travesti* – que pode ser entendida como *subversiva*, ao unir em uma única pessoa traços masculinos e femininos – também deve ser vista de maneira multifacetada, já que cada uma delas pode se apresentar de formas muito diversas entre si. É o que Pelúcio define como “*fluidéz das práticas e das ‘identidades’* e de como essas frequentemente escapam das classificações corriqueiras que muitas vezes são tomadas como definidoras de gêneros” (2009, p. 76). Conforme ilustra Benedetti (2015, p. 16), as travestis são um exemplo de “caso radical de transformação corporal e social” que enfrentam complexos “processos culturais de construção do corpo, do gênero e da sexualidade”.

Para Sampaio, conforme as travestis “vão *dando corpo* aos seus anseios e desejos, ao passo que se transformam corporal e gestualmente de forma a se aproximar do que reconhecem como feminino, vão se constituindo como novas pessoas” (2015, p.30, grifo do autor). Ser travesti é um processo contínuo, no sentido da construção e do cuidado deste corpo transformado; a busca pela perfeição, por se passar por uma mulher atraente e desejável, é incessante - para tanto, os traços são afinados, os corpos depilados e bronzeados, e nomes femininos, que

⁹ Como a passagem, da maneira em que foi colocada aqui, sugere certa ambiguidade, no texto original o trecho “a seu ver” se refere à visão da travesti em questão.



remetam a mulheres glamorosas, são adotados (PELÚCIO, 2005). Pelúcio (2005) divide o processo de transformação em diferentes etapas. Em primeiro lugar, assume-se a orientação sexual (homossexual) para familiares e para a sociedade, etapa que Benedetti identifica através da categoria êmica “bichinha ou bicha-boy” (2005, p.56) e que Pelúcio reconhece como “gayzinho”¹⁰ (2005, p. 225). O segundo passo é a utilização de roupas femininas e maquiagens que escondam as marcas de barba, ressaltem as maçãs do rosto, evidenciem cílios, pálpebras e olhos. Depois vem a fase de tratamentos depilatórios, inclusive de forma definitiva, e a ingestão de hormônios femininos. Por fim, inicia-se o processo de transformações realizadas por intermédio de cirurgias estéticas, como a eliminação do pomo de adão, o afilamento do nariz, a redução da testa, além de vários preenchimentos com uso de silicone para a maçã do rosto, as nádegas e os seios. Muitas delas ainda aderem às academias de ginástica para tornearem ainda mais seus corpos.

Uma questão central é que todo este processo de mutação possui um custo alto em termos financeiros – é para levar tais mudanças a cabo que a grande maioria das travestis acaba recorrendo à prostituição, o que termina por se tornar um círculo vicioso (PELÚCIO, 2005). Elas se prostituem para poder transformar seus corpos e, metamorfoseando-os, acabam mais desejáveis pelos clientes, percebem maiores ganhos monetários, reinvestem o dinheiro em tratamentos, academias, roupas, e voltam, uma vez mais, a fazer seus programas; para algumas a prostituição pode ser apenas temporária, já outras permanecerão nesta atividade até o dia em que desejarem e puderem, levando-se em consideração os efeitos do tempo em seus corpos, algum tipo de violência sofrida ou uma possível mudança de mentalidade (PELÚCIO, 2005). Aquelas que preferem não entrar neste processo ou que não possuem recursos suficientes, geralmente não conseguem atingir o nível de “perfeição” ansiada, ou seja, permanecem com características masculinas ainda visíveis, sendo muitas vezes alvo de chacota por isso (PELÚCIO, 2005).

¹⁰ A diferença nos termos entre as autoras citadas pode indicar as falas a partir de espaços geográficos distintos: Benedetti no Rio Grande do Sul e Pelúcio em São Paulo.



Pelúcio ainda afirma que não se pode falar em travesti, no singular, mas em *travestis*, já que entre elas existem algumas classes de distinção baseadas, principalmente, no aspecto físico apresentado. A cientista social enumera algumas destas travestis (PELÚCIO, 2005): a *traveção*, “de ancas fartas, seios grandes, boca carnuda e coxas volumosas” (p.227), que segundo ela, jamais conseguiria se passar por mulher devido ao “exagero” apresentado; a *ninfetinha*, “mais natural – curvas mais enxutas, seios menos exagerados, roupas mais ao gosto das adolescentes” (p.227); as *top*, consideradas as mais belas pelas demais, que geralmente fazem filmes pornográficos e programas cobrando os preços mais altos; e as *européias*, que geralmente também são *tops*, mas que passaram pelo menos uma temporada atuando como prostitutas na Europa. Segundo Lins e Braga, “o Brasil ‘exporta’ travestis, que são famosos¹¹ no mundo inteiro por sua beleza e ousadia - a Europa é um dos principais pontos de atração para *esses homossexuais prostitutas*” (2005, p. 122, grifo nosso¹²). Frequentemente, é durante estas viagens que as travestis aprendem idiomas estrangeiros, muitas vezes indo para o exterior sem o menor conhecimento da língua nativa do país onde atuarão (LINS e BRAGA, 2005).

Conforme Pelúcio (2005), na maioria das vezes, as travestis novatas que se dispõem a ir para o exterior são agenciadas por outras travestis mais experientes que já vivem por lá, e a quem chamam de *madrinhas*; estas últimas agem como cafetinas e, ao mesmo tempo em que protegem as neófitas e as instruem a viver e a se comportar no lugar em questão – muitas vezes ensinando a língua local – cobram para exercer esta função, recebendo até 50% do valor arrecadado por elas em seus programas. A autora ainda destaca que, até o início dos anos 1980, o destino preferido das travestis brasileiras era a cidade de Paris, mas que, depois, o foco mudou para Milão, lugar amplamente associado à moda internacional; outro destino que passou a atrair as travestis foi Portugal,

¹¹ Percebe-se, no uso do artigo masculino feito por Lins e Braga ao se referirem às travestis, certa desconsideração pela identidade de gênero incorporada por elas.

¹² Destacamos, uma vez mais, a negação por parte de Lins e Braga da identificação das travestis com sua feminilidade construída.



pela facilidade no acesso ao país - de lá, muitas ingressaram também na Espanha.

Ainda a respeito das viagens, algumas travestis acabam produzindo um bom patrimônio com os ganhos obtidos na Europa, e o tempo médio de permanência por temporada varia entre 10 e 12 meses; um número pequeno delas acaba se estabelecendo por lá, se *casando* e vivendo de maneira mais próxima à dita *normalidade* (PELÚCIO, 2005). O sonho de ir até a Europa parece ser alimentado pelas histórias contadas por aquelas que de lá retornam e pelos objetos de distinção que trazem consigo, como roupas de grifes famosas, perfumes caros, fotos em atrativos turísticos célebres, dentre outros; quando regressam, sabem se comunicar, ainda que de forma básica, em outros idiomas - ao conhecerem novas culturas, se aproximam de um possível *refinamento burguês* (PELÚCIO, 2005). Assim, a experiência internacional pode marcar um ponto de viragem, “promovendo-as no mercado sexual brasileiro, não só pela sua passagem por lá, mas por possibilitar transformações radicais no corpo” (PELÚCIO, 2005, p. 246).

Em relação à questão do corpo, Bauman (2001) destaca que na sociedade pós-moderna de consumidores, ao contrário do que ocorria na *modernidade dura* de produtores, o padrão a ser atingido é o de aptidão (*fitness*), e não mais o de saúde. Se a vida organizada ao redor do papel de produtor é regulada por normas, há um mínimo necessário para se manter vivo e poder realizar o que este papel exige - já a vida que gira em torno do consumo tende a ser orientada pela sedução, por desejos crescentes e quererres volúveis (BAUMAN, 2001). O autor desmistifica a sinonímia dos termos saúde e aptidão, demonstrando que não se tratam da mesma coisa e assevera que a busca pelo segundo não possui fim, sempre se quer parecer melhor.

No que diz respeito às travestis que se prostituem, saúde e aptidão parecem sempre caminhar lado a lado. Para fugir das doenças sexualmente transmissíveis a que estão sujeitas a adquirir por suas atividades profissionais, elas precisam utilizar preservativos nas práticas anais e orais, além de sempre cuidar do asseio pessoal. Obviamente, por serem pessoas como outras quaisquer, também estão suscetíveis a



doenças que podem variar da gripe a um câncer. Entretanto, a sociedade costuma utilizar *lentes* extremamente preconceituosas, classificando qualquer travesti como uma potencial portadora de doenças sexualmente transmissíveis. Sob a ótica dos clientes “as travestis são objetos de desejo temeroso [...] pela ideia generalizada, e fundamentada, de que muitas travestis têm aids e que roubam” (PELÚCIO, 2005, p. 241). Quanto às questões de aptidão, elas se refletem nas constantes transformações corporais a que se sujeitam, nas recorrentes dietas realizadas para manter as medidas da forma mais adequada ao perfil que estão construindo e nas horas que gastam em exercícios físicos nas academias de ginástica.

Até aqui fizemos um pequeno itinerário pelos caminhos e descaminhos da transformação física e psicológica realizada pelas travestis que nasceram com corpos masculinos e que, a cada dia, procuram se apresentar da maneira mais feminina possível – ainda que não abram mão de seus órgãos sexuais originais e deles tirem prazer, atuando como ativas (quando penetram) e/ou como passivas (quando são penetradas) durante as práticas sexuais que realizam com seus clientes, maridos, namorados ou demais amantes. A partir da próxima seção nos propomos a avançar um pouco mais, rumo à outra mudança que afeta não só as travestis, mas todos aquelas(es) que vivem na *sociedade líquida pós-moderna* preconizada por Bauman (2008): sua transformação em mercadoria.

A Segunda Transformação: Ser Humano Ou Mercadoria?

Para o sociólogo Zygmunt Bauman (2008), os seres humanos inseridos na *sociedade líquida pós-moderna*¹³ assumem um novo papel para poderem sobreviver, se transformando em algo diverso; para que possam consumir os bens fundamentais para a satisfação de suas

¹³ Em contraponto à sociedade pré-moderna, rígida em seus padrões políticos e sociais, a sociedade líquida pós-moderna – em que atualmente viveríamos – superaria, também, o ideário em torno da modernidade, calcado nas expectativas referentes à construção de “um mundo melhor” a partir das tecnologias desenvolvidas pela humanidade, mas que se mostraram ineficientes para tal fim após duas guerras de proporções mundiais e do uso da energia atômica como arma de destruição em massa.



necessidades, e o que parece ser ainda mais importante segundo a lógica consumista, dos seus *desejos* e *quereres*, eles precisam, antes, *se tornar mercadorias*.

Bauman (2008) acredita que os sujeitos são aliciados ou forçados a se autopromoverem enquanto mercadorias, se tornando *produtos* (*commodities*) e seus próprios agentes de *marketing*. Quando pensamos em todo o processo de construção da identidade travesti e o ligamos à prostituição, se torna evidente a compreensão daquilo que o autor está falando. De fato, na prestação de serviços sexuais, os indivíduos assumem a posição de mercadoria, de forma literal, mesmo que o sociólogo esteja falando metaforicamente. Durante o tempo que dura um programa, a sexualidade daquela profissional do sexo está, sim, sendo consumida por quem paga pelo serviço. E, para se tornar desejável, se transformando em uma mercadoria com alto *poder de negociação*, muito precisa ser feito, como foi visto na seção anterior.

Baseando-se nas ideias de “comodificação do capital e do trabalho” de Jürgen Habermas, Bauman propõe o conceito de “comodificação do consumidor”, justamente para explicitar este processo de transformação do ser humano em mercadoria. O renomado sociólogo ratifica: “a característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a transformação dos consumidores em mercadorias” (BAUMAN, 2008, p. 20). Mas não é só isso. Não basta se *transformar* em mercadoria, é necessário *permanecer* uma mercadoria vendável para se tornar um membro autêntico desta sociedade (BAUMAN, 2008). Para as travestis, esse processo inclui, não só as mudanças físicas e corporais, mas sua manutenção constante, através de procedimentos estéticos, do cuidado com a alimentação, com as atividades físicas que permitam que seus corpos sejam atraentes pelo maior tempo possível. O tempo, aliás, é o grande inimigo deste processo já que é impossível impedir o fluxo de suas “areias”, que traz em seu bojo o declínio físico, a flacidez, as rugas, e o ocaso.

Sob esta ótica, as travestis inseridas no mercado do sexo seriam, portanto, mercadorias com prazo de validade definido e batalhariam para, o mais cedo possível, conseguir economizar uma quantidade razoável de



dinheiro visando sua subsistência pós-prostituição. Algumas, percebendo a inevitabilidade de tal cenário e tendo a oportunidade (o que, infelizmente, não é corriqueira para elas), procuram se matricular em cursos técnicos ou de ensino superior, buscando construir uma carreira no futuro distante da prostituição, ainda que precisem lidar, constantemente, com o preconceito e a desconfiança de muitos. Contudo, enquanto estão trocando relações sexuais por “estabilidade financeira”, precisam se tornar mais e mais desejáveis, talvez angariar fama por meio de filmes pornô, tudo para conquistar o maior número de clientes. As seguintes palavras parecem ter sido escritas para ilustrar especificamente esta realidade:

Além de sonhar com a fama, outro sonho, o de não mais se dissolver e permanecer dissolvido na massa cinzenta, sem face e insípida das mercadorias, de se tornar uma mercadoria notável, notada e cobiçada, uma mercadoria comentada, que se destaca da massa de mercadorias impossível de ser ignorada, ridicularizada ou rejeitada. Numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fada (BAUMAN, 2008, p.22).

E o que é a vida das travestis inseridas na lógica do mercado do sexo, desde o processo inicial de transformação, senão a expectativa de um grande conto de fadas? Elas não se transformam em travestis para se prostituírem, mas se prostituem com o intuito de conseguir tornar realidade suas (autonomias e) *metamorfoses* completas. São como lagartas que, para virarem borboletas, tivessem que de forma incessante se oferecer como parceiras sexuais e que, para manter o brilho e o colorido de suas novas asas, não tendo alternativa, permanecessem realizando a mesma tarefa indefinidamente.

A maior parte dos estudos relacionados à prostituição discorre sobre o papel da mulher nesta atividade profissional, reconhecida pela Classificação Brasileira de Ocupações, do Ministério do Trabalho, sob o título de *Profissionais do Sexo*, praticamente se esquecendo de que ela não é restrita ao sexo/gênero feminino. A quantidade de obras que versam sobre a presença das travestis na atividade é consideravelmente menor. A participação masculina no mercado do sexo vem apresentando um crescimento considerável nos últimos anos; uma das formas da prostituição masculina ocorreria na figura das travestis, ainda que elas



estejam representando um papel de gênero feminino (DIEHL, DE OLIVEIRA e RODRIGUES, 2013). Segundo Diehl et al (2013), a prostituição se tornou parte da identidade das travestis, mesmo que algumas delas não prestem este tipo de serviço – as que entram nesta vida terminariam caindo em um ciclo perverso de estigmatização e discriminação, fruto de uma sociedade com raízes ainda bastante homofóbicas. Nota-se, nestas observações feitas pelas três autoras, uma fixação no sexo biológico das travestis, que desconsidera o papel de gênero desenvolvido por elas, reconhecidamente feminino. Este é mais um exemplo das complexas tramas que envolvem e revolvem a compreensão da identidade travesti, conformada sobre bases fisiológicas, psicológicas, culturais e sociais.

Quando se tenta relacionar a prostituição travesti à atividade mercadológica do turismo, os materiais se tornam ainda mais escassos. Das poucas obras que relacionam os temas, nos remetemos às de Pelúcio (2005; 2009), a de Benedetti (2005) e a de Sampaio (2015), mesmo que seus focos principais não estejam nesta relação. Ainda assim, elas permitiram compreender algumas de suas peculiaridades, como foi visto na seção anterior. De forma geral, parece que a relação entre os turistas e a prostituição ocorre há bastante tempo, uma vez que a presença de trabalhadores sexuais em cidades turísticas, próximos de atrativos, hotéis, terminais rodoviários, aeroportos e portos é uma realidade encontrada em diversos pontos do planeta (CARTER; CLIFT, 2010). Na visão de Ouriques, na relação entre turismo e prostituição o sexo seria unilateralmente “um produto de exportação consumido localmente” (2005, p.108). Para este autor, tal prática reflete uma realidade neocolonialista, já que ele não percebe o fluxo (menor, é bem verdade) de turistas dos países mais pobres em direção aos países desenvolvidos em busca de experiências sexuais; porém o caminho inverso é densamente percorrido. A visão do turismo sexual como sinônimo linear de exploração sexual, de práticas ilegais ou como simples resultado da desigualdade econômica entre países *desenvolvidos* e os *em desenvolvimento*, vem dando lugar a uma compreensão holística de tal fenômeno (RYAN, 2010; SOARES DO BEM, 2016). Assim como a sexualidade humana é extremamente plural, o turismo sexual – que responde aos desejos dos



viajantes em busca da realização de suas sexualidades – também o é. Assim, quando pensamos no turismo sexual, levamos em consideração a conceituação proposta por Zickwolff (2017, p. 178), que após extensa análise bibliográfica sobre o tema o entende como:

[...] um fenômeno que se desenrola no interior do espaço turístico, tendo as atividades sexuais entre os turistas, ou deles com autóctones ou residentes locais, de maneira remunerada ou não, como sua característica precípua, podendo ser considerada a intensão de se relacionar sexualmente com outras pessoas a motivação principal da viagem em questão, mas não descartando as oportunidades fortuitas que possam surgir durante visita a uma determinada localidade, nem os atos ilegais que nele se desenrolam.

Uma análise específica e aprofundada relacionada ao perfil do turista que procura os serviços sexuais prestados por travestis não foi encontrada nos autores debatidos neste artigo. No entanto, a clientela típica que recorre aos serviços das travestis é formada por homens casados, com idades entre 30 e 45 anos, os quais também costumam buscar programas com mulheres (DIEHL, DE OLIVEIRA e RODIGUES, 2013). Parece haver uma ligação entre a classe social dos clientes e o tipo de serviço que eles demandam das travestis, em relação à atuação da mesma durante o ato sexual (PELÚCIO, 2005). Para Pelúcio, os clientes das classes mais baixas são preponderantemente ativos na relação, fazendo o papel de *homem*; muitos deles não se consideram homossexuais, ainda que estejam se relacionando com alguém do mesmo sexo (mas com uma identidade de gênero oposta). Já os mais abastados, geralmente, se colocam na posição passiva, se deixando penetrar, assumindo o *tradicional* papel *feminino*.

Para se promoverem, mulheres que se prostituem utilizam a *internet* para anunciar seus serviços, dando a possibilidade aos clientes de avaliarem suas fotos e especificando o tipo de serviço sexual que oferecem (LINS e BRAGA, 2005). Piscitelli semelhantemente evidencia “a relevância da internet na constituição do mercado transnacional do sexo” (2005, p. 279). A exemplo das mulheres, as travestis usam esta tecnologia para fazer o mesmo - basta acessar a ferramenta de pesquisa Google, digitar as palavras *travesti* e *acompanhante*, somada a inserção de informação sobre determinada localidade, e logo aparecerão diversos *sites* onde elas exibem suas imagens, os valores cobrados e todo tipo de dados



necessários para tentar convencer seus potenciais clientes. Pelúcio (2005) igualmente salienta a importância do mundo virtual para as travestis e seus clientes, ressaltando que estes podem obter e trocar informações sobre o atendimento, extravasar desejos e medos, conversar com elas através de *chats* ou pelo *whatsapp*. Isto é essencial para a sua construção enquanto consumidoras/mercadorias comodificadas, pois como afirma Bauman (2008): “na era da informação, a invisibilidade é equivalente à morte”.

Continuando no mundo virtual, Bauman (2008) realça que o consumidor em geral tem nesta plataforma uma nova maneira de se relacionar com a mercadoria, de forma mais direta, sem a intervenção de um vendedor humano, que o analisa e o inquirir, buscando convencê-lo a realizar a compra de um determinado objeto. Na “grande rede” o consumidor pode navegar livremente, clicar nas imagens das mercadorias, assistir vídeos sobre elas, sem precisar ser analisado por ninguém, sem trocar olhares, sem se expor ao outro. Ainda que isto seja verdade, quando a mercadoria é uma prostituta, para que a transação seja realizada, ou seja, ocorra uma relação sexual entre ela e o cliente, é imprescindível que ambos estejam em um mesmo ambiente, que se encontrem e que troquem, não só olhares, mas carícias, dentre várias outras coisas. É relevante destacar a existência da modalidade conhecida como *sexo virtual*, mas esta não pode ser classificada como uma relação sexual *plena*, assim como a visita a um *site* de um museu não é considerada pelos estudiosos como uma experiência turística de fato, ainda que ambas possam ser fontes de prazer para quem as experimenta.

Os sítios da *internet* são utilizados pelas travestis para expor suas fotos e relacionar as práticas sexuais que realizam durante seus atendimentos. Lá são empregadas estratégias de *marketing* como as que compõem qualquer outro produto: fotos – muitas vezes alteradas por programas de computador, para disfarçar imperfeições ou ampliar dotes –, informações detalhadas e vídeos explícitos – mostrando ao potencial cliente algumas das práticas sexuais que poderão realizar, caso sejam contratadas –, além de dados sobre valores cobrados e a localização do ambiente onde os encontros acontecerão. Há, ainda, o destaque de



algumas qualidades extras, das quais se evidencia o domínio de uma língua estrangeira que, indubitavelmente, é aproveitada para atrair a atenção de turistas internacionais.

Conforme visto anteriormente, muitas travestis aprendem outras línguas quando vão prestar serviços sexuais em países estrangeiros, principalmente na Europa. Pela impossibilidade que muitas têm de permanecerem no exterior por um longo período de tempo, devendo inevitavelmente retornar ao Brasil, elas passam a utilizar este conhecimento como ferramenta de *distinção* e conseguem conquistar turistas internacionais quando estes visitam o país. Para as travestis, a atração pelos *gringos* se deve ao fato de, muitas vezes, eles pagarem em Dólar ou Euro pelo programa, serem reconhecidamente mais carinhosos e respeitadores, além de propiciarem a elas um sentimento de sofisticação (PELÚCIO, 2005). Desta maneira, torna-se claro perceber a importância do domínio de outras línguas pelas travestis brasileiras, ainda que estas estejam atuando no seu próprio país.

Schumacher e Da Costa (2007) atentam para a seriedade do aprendizado da língua inglesa por parte daqueles que pretendem trabalhar ou já trabalham no setor do turismo; afirmam que são poucos os estrangeiros provenientes de países não lusófonos que dominam o português, aumentando a responsabilidade dos prestadores de serviços turísticos em aprender, ao menos o inglês, considerada como a língua da comunicação internacional. Quando se pensa na prestação dos serviços sexuais para turistas internacionais, por parte das travestis, o domínio de uma ou mais línguas estrangeiras se torna um facilitador do processo de negociação do programa, além de permitir uma interação mais aprofundada entre os envolvidos. Em entrevista com a travesti Gladys Adriane, Pelúcio (2005) ouviu e alcançou que, para que a travesti seja considerada *top*, além dos atributos físicos anteriormente citados, ela necessariamente deve falar ao menos dois idiomas, incluindo o português.

Para percebermos a ligação entre a prostituição travesti e o turismo na cidade do Rio de Janeiro, nos propomos a investigar alguns sítios de anúncios de serviços sexuais na *internet* na busca por profissionais que destacassem o domínio de línguas estrangeiras. Como foi explicitado em



nota de rodapé na introdução deste artigo, o método utilizado para a seleção e posterior análise de anúncios de travestis que oferecem serviços sexuais na cidade carioca foi a inserção da frase “acompanhantes travestis Rio de Janeiro”, na ferramenta de buscas Google, donde os cinco primeiros resultados apresentados foram selecionados para a pesquisa. Os anúncios foram usados na busca por informações sobre o domínio de uma ou mais línguas estrangeiras pelas travestis, o que aponta a intenção de angariar turistas internacionais como potenciais clientes. Os *sites* em questão são, em ordem alfabética: Mega Tops Brasil; Rio Encontro; Rio Relax; Transex Luxury e TS Rio. Destes, os três primeiros oferecem não só serviços de travestis, mas também de mulheres e homens *de programa*, enquanto os dois últimos são especificamente utilizados por anunciantes travestis e transexuais.

Optou-se por um exame quantitativo dos anúncios, ao abranger a porcentagem de anunciantes que utilizaram dados sobre “falar uma língua estrangeira” como forma de marketing para atrair turistas internacionais. Uma consideração importante a ser feita é que muitas das travestis analisadas possuem anúncios em mais de uma das páginas citadas. Chegou-se ao número de 138 travestis diferentes promovendo seus serviços sexuais na capital fluminense. Deste total, 28 delas, cerca de 20%, destacavam a informação sobre falar uma língua estrangeira, sendo que 14 delas eram bilíngues e uma trilingue. As línguas citadas foram: Inglês (16 vezes), Espanhol (14 vezes), Italiano (12 vezes) e Francês (2 vezes).

Nos sites Mega Tops Brasil e Rio Encontro existe uma tabela com informações sobre as características das travestis, na aba de cada perfil individual, sendo uma das linhas dedicada aos idiomas, onde elas assinalam quais dominam. Assim, quem acessa a página se informa sobre o que cada uma delas oferece. Já nos sites Transex Luxury e TS Rio, cada travesti disponibiliza uma pequena biografia, onde faz um breve relato sobre os tipos de serviços prestados, além de enaltecer suas especialidades. É neste espaço que aquelas que se comunicam em línguas estrangeiras informam tal habilidade. Por fim, o site Rio Relax traz a tabela supramencionada - logo abaixo da foto da travesti - e a minibiografia com informações mais específicas. Este sítio também



apresenta bandeiras junto às fotos das travestis, indicando a língua falada por elas; por exemplo, uma bandeira da Itália indica que é falante de italiano; uma bandeira dos Estados Unidos ou do Reino Unido, que domina o inglês. Há quem possua mais de uma bandeira, indicando ser bilíngue ou até trilíngue.

Um fato constatado foi a ligação destas informações com a localização espacial do *privê* (local onde as travestis atendem seus clientes), sendo hegemônica neste sentido a Zona Sul da cidade, com destaque para os bairros de Copacabana e Ipanema; havia, ainda, uma anunciante do bairro de Campo Grande e outra de Pedra de Guaratiba, ambos na Zona Oeste do Rio, e mais uma na Ilha do Governador, na Zona Norte. Esta distribuição faz sentido pelo fato de que a maior parte dos turistas internacionais se hospeda em hotéis da Zona Sul, região mais abastada e notadamente turística da cidade. Os casos encontrados em regiões distintas se devem, possivelmente, ao rodízio realizado pelas travestis, que nem sempre permanecem atendendo no mesmo lugar, visto que os aluguéis de imóveis na Zona Sul estão entre os mais caros. A localização de um *privê* na Ilha do Governador pode estar relacionada ao fato de o Aeroporto Internacional Antônio Carlos Jobim, principal porta de entrada desses turistas no Rio, estar naquele bairro.

Ainda que apenas 20% das travestis investigadas anunciem como marca de distinção e domínio de uma ou mais línguas internacionais, pode-se descortinar o vínculo da atividade da prostituição com o turismo sexual em terras cariocas, conforme atesta Zickwolff (2016), além de perceber que não são apenas as mulheres brasileiras que atraem os olhares e o interesse dos turistas internacionais; estes nem sempre têm o turismo sexual como a principal motivação de suas viagens, mas ocasionalmente podem participar dele em algum momento da estada na cidade (SOARES DO BEM, 2015; ZICKWOLFF, 2017). As travestis também estão inseridas em tal realidade.



Considerações Finais

Após a análise das diversas obras que serviram de base para este estudo e da pesquisa realizada em sítios da *internet* que reúnem anúncios de travestis que prestam serviços sexuais no Rio de Janeiro, fica clara a relação entre a metamorfose por que passam as travestis, a sua inserção no mercado do sexo, através da prostituição, e o encontro com turistas internacionais. Tal encontro é muitas vezes mediado pelos reclames digitais onde anunciam, dentre outras coisas, o domínio de línguas estrangeiras que facilitam tal relação. Assim, não são somente as mulheres brasileiras que atraem o desejo de viajantes à procura de sexo em terras cariocas, mas também as travestis.

Como debatido durante o trabalho, além das diversas alterações físicas por que passam as travestis, elas também enfrentam significativas mudanças de ordem psicológica, cultural e social, para que possam assumir suas novas identidades de gênero. Aquelas que se inserem na atividade da prostituição procuram se dedicar de maneira ainda mais intensa na construção de um corpo “perfeito”, o mais próximo do feminino, para que sejam consideradas mais atraentes e consigam prestar seus serviços sexuais a um número cada vez maior de clientes, preferencialmente aos de alta renda.

Este processo ilustra de maneira clara o que Zygmunt Bauman classificaria como a *comodificação do consumidor*: a necessidade que os indivíduos têm para tornarem-se *mercadorias vendáveis* e conquistarem a possibilidade de serem inseridos na lógica do consumo pós-moderno; ao virarem uma mercadoria, as pessoas “precisam” ter a capacidade de se autopromoverem enquanto um produto apto a ser *consumido*. Para tanto, uma das principais vias é a utilização do espaço digital, por meio da *internet*, como fazem as travestis que anunciam seus programas em sítios especializados. Além de seus atributos físicos e as diferentes práticas que executam durante os encontros, algumas delas também destacam suas habilidades em se expressar em uma ou mais línguas estrangeiras, o que configura uma importante ferramenta de marketing, permitindo o acesso a clientes (que estão em busca de serviços sexuais) com maior poder aquisitivo – geralmente os turistas internacionais.



Referências

ABDO, Carmita. *Sexualidade humana e seus transtornos*. 3. ed. São Paulo: Leitura Médica, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo: a experiência vivida*. V.2. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BENEDETTI, Marcos. *Toda feita: o corpo e o gênero das travestis*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

CARTER, Simon; CLIFT, Stephen. Tourism, international travel and sex: themes and research. In: CLIFT, Stephen; CARTER, Simon (EE.). *Tourism and sex: culture, commerce and coercion*. Hampshire: Cengage Learning, 2010.

DIEHL, Alessandra; DE OLIVEIRA, Ana Carolina Schmidt; RODRIGUES, Marina. Sexo à venda: prostituição, pornografia e a indústria do sexo. In: DIEHL, Alessandra; VIEIRA, Denise Leite (Orgs.). *Sexualidade: do prazer ao sofrer*. São Paulo: Roca, 2013, pp. 295-314.

DIEHL, Alessandra; VIEIRA, Denise Leite. Transtorno de identidade de gênero em adultos. In: DIEHL, Alessandra; VIEIRA, Denise Leite (Orgs.). *Sexualidade: do prazer ao sofrer*. São Paulo: Roca, 2013, pp. 229-252.

ELLIS, Albert; ABARBANEL, Albert. *Enciclopédia do comportamento sexual*. V.4. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

LINS, Regina Navarro; BRAGA, Flávio. *O livro de ouro do sexo*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.



MEGA TOPS BRASIL. *Mega Tops Brasil*. Disponível em: http://www.megatopsbrasil.com/Travestis_RJ.asp. Acesso em 15 de janeiro de 2016.

OKAWARA, Haruo; SAWAYA, Rogerio Barros. *Amar: a realidade sobre a vida sexual*. V.2. 2 ed. São Paulo: Abril Cultura, 1979.

OURIQUES, Helton Ricardo. *A produção do turismo: fetichismo e dependência*. Campinas, SP: Alínea, 2005.

PELÚCIO, Larissa. Gozos Ilegítimos: tesão, erotismo e culpa na relação sexual entre clientes e travestis que se prostituem. In: DÍAZ-BENÍTEZ, María Elvira; FÍGARI, Carlos Eduardo (Orgs.). *Prazeres dissidentes*. Rio de Janeiro: Garamond, 2009, pp. 71-91.

. Na noite nem todos os gatos são pardos: notas sobre a prostituição travesti. *cadernos pagu (28)*, Campinas-SP: Núcleo de Estudos de Gênero-Pagu/Unicamp, 2005, pp. 217-248.

PISCITELLI, Adriana. Viagens e sexo on-line: a internet na geografia do turismo sexual. *cadernos pagu (28)*, Campinas-SP: Núcleo de Estudos de Gênero- Pagu/Unicamp, 2005, pp. 281-326.

RIO ENCONTRO. *Rio Encontro*. Disponível em: <http://www.rioencontro.com.br/transex.php>. Acesso em 15 de janeiro de 2016.

RIO RELAX. *Rio Relax*. Disponível em: <http://www.riorelax.com.br/acompanhantes-travestis-outdoor-rj>. Acesso em 15 de janeiro de 2016.

RYAN, Chris. Sex tourism: paradigms of confusion? In: CLIFT, Stephen; CARTER, Simon (EE.). *Tourism and sex: culture, commerce and coercion*. Hampshire: Cengage Learning, 2010.

SAMPAIO, Juciana. Sociabilidade entre travestis em São Luís. In: SOUSA, Sandra; PEREZ, Allyson; SILVA, Mayana et AL (Orgs.). *Fazendo e desfazendo gêneros*. São Luís: EDUFM, 2015, pp. 29-47.

SCHUMACHER, Cristina; DA COSTA, Francisco. *Inglês para turismo e hotelaria: a comunicação essencial para o dia-a-dia*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.



SOARES DO BEM, Arim. Turismo sexual no Brasil: gênese, institucionalização e dilemas. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (EE.). *Produtos turísticos e novos segmentos de mercado: planejamento, criação e comercialização*. Barueri, SP: Manole, 2015.

SOUSA, Sandra Maria Nascimento. Produções do gênero e de certas abjeções: entre “normais” e “anormais”, “deuses e monstros”, há muito mais coisas além daquelas que a nossa ciência “da verdade” pode explicar. In: SOUSA, Sandra; PEREZ, Allyson; SILVA, Mayana et al (Orgs.). *Fazendo e desfazendo gêneros*. São Luís: EDUFM, 2015, pp. 11-27.

TRANSEX LUXURY. *Transex Luxury*. Disponível em: <http://www.transexluxury.com/rio-de-janeiro> . Acesso em 15 de janeiro de 2016.

TS RIO. *TS Rio*. Disponível em: <http://www.tsrio.com.br/travestis-rio-de-ja-neiro> . Acesso em 15 de janeiro de 2016.

UNITED NATIONS. *Intersex*. United Nations Human Rights Office of The High Commissioner. <https://www.unfe.org/wp-content/uploads/2017/05/UNFE-Intersex.pdf> – acesso em 26 out 2020.

ZICKWOLFF, Erick da Cunha Coelho. *O turismo sexual e a experiência da prostituição feminina na cidade do Rio de Janeiro: pagando por sexo em dólares*. Monografia (Pós-Graduação em Sexualidade) – Universidade Cândido Mendes. AVM Faculdade Integrada. Rio de Janeiro, 2016.

ZICKWOLFF, Erick da Cunha Coelho. *Repensando o conceito de turismo sexual: para além da exploração sexual, do tráfico de pessoas e da prostituição feminina*. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade Federal Fluminense. Faculdade de turismo e Hotelaria. Niterói, RJ: 2017.

The Use Of Foreign Languages By Brazilian Transvestites As A Marketing Strategy In Rio De Janeiro's Sex Tourism – A Baumanian Perspective

Abstract: The article analyzes, from Zygmunt Bauman's concept of "Commodification", the use of foreign languages as a marketing tool in the provision of sexual services by Brazilian transvestites in the quest to attract international tourists, through advertisements on internet sites in the city of Rio de Janeiro. The authors also connect the complex bodily, social and psychological changes engendered by transvestites, in their self-construction process, with the Baumanian idea of transforming the human being (as a consumer) in a commodity. It is concluded, at the end of the article, that the case of transvestites embodies such a transformation and that the use of foreign languages in his advertisements is a striking example of the need for self-promotion proposed by Bauman in his writings.

Keywords: Transvestite. Commodification. Foreign Language. Sex Tourism.

Erick da Cunha Coelho ZICKWOLFF

Fundação de Apoio à Escola Técnica (FAETEC-RJ)

Bacharel e Mestre em Turismo (Ppgtur-UFF)

E-mail: erickturismo@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2678-1744>

Bernardo Lazary CHEIBUB

Universidade Federal Fluminense

Doutor em História, Política e Bens Culturais (FGV), com período

sanduíche na Universidade de Surrey

E-mail: bernardocheibub@id.uff.br

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4026-7183>

Recebido em: 05/12/2020

Aprovado em: 01/12/2022