

ALÉM DE ESTEREÓTIPOS PROFISSIONAIS: O COTIDIANO DE TRABALHADORES DE SEX SHOPS

BEYOND PROFESSIONAL STEREOTYPES: THE DAILY LIFE OF SEX SHOP WORKERS

Kary Emanuelle Reis Coimbra

Professora Substituta da Universidade Federal do Piauí – Teresina (PI), Brasil

Data de recebimento: 16-10-2013

Data de aceite: 11-11-2014

Webert Meireles Pacheco

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais – Belo Horizonte (MG), Brasil

Luiz Alex Silva Saraiva

Professor Adjunto da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais – Belo Horizonte (MG), Brasil.

RESUMO

Os objetivos deste artigo são caracterizar o cotidiano profissional de trabalhadores de sex shops; descrever seus relacionamentos familiares, trabalhistas e sociais; e identificar se os trabalhadores sofrem preconceito por parte da sociedade por conta do seu trabalho. Utilizando uma abordagem qualitativa, foram realizadas entrevistas individuais em profundidade com dez trabalhadores de sex shops de Belo Horizonte, acrescidas de anotações de campo. Os dados coletados foram trabalhados de acordo com a técnica da análise de conteúdo. Entre os principais resultados, destaca-se a boa convivência dos entrevistados com seu núcleo familiar e social. Quanto à sociedade em geral, tais trabalhadores são preconceituosamente associados à prostituição ou à homossexualidade. Há duas implicações principais no estudo; a primeira se refere à questão da alteridade pelo distanciamento, pois se há aceitação dos que estão intimamente relacionados os entrevistados, isso não ocorre com os que não se colocam em seu lugar por não conhecê-los, e a segunda implicação destaca a ambiguidade da temática: sexo é assunto de todos, mas não deve ser explicitado, o que faz da aproximação e da prática e do distanciamento e do silêncio, variáveis de uma dinâmica social contraditória a qual os que trabalham profissionalmente em segmentos ligados ao sexo estão sujeitos.

Palavras-chave: cotidiano profissional; estigma; sex shops.

ABSTRACT

This paper aims to characterize professional daily life of sex shops workers; to describe their family, professional and social relationships; and to identify if these workers suffer social prejudice because their work. Using a qualitative approach, there were made individual interviews in depth with ten sex shop workers from Belo Horizonte, Brazil, together with camp notes. Collected data were analyzed through content analysis. Among the main results, we highlight good relations of interviewees with their familiar and social cores. However, when it comes to society, sex shop workers are prejudicially associated to prostitution or homosexuality. There are two main contributions in the study, the first one refers to otherness of proximity, considering that people closely related to sex shop workers don't make prejudicial judgments, which does not happen to people who don't know them, and the second contribution highlights the ambiguity of the theme: sex is a subject discussed by everyone, but it must not be explicit, which makes approach and practice, detachment and silence, variables of a contradictory social dynamic to which those who work with segments related to sex have to deal with.

Keywords: professional daily life; stigma; sex shops.

Endereço dos autores:

Kary Emanuelle Reis Coimbra
kary.kk@hotmail.com

Webert Meireles Pacheco
webert@gmail.com

Luiz Alex Silva Saraiva
saraiva@face.ufmg.br

1. INTRODUÇÃO

A vivência da sexualidade humana passou por mudanças significativas entre o fim do século XIX e o início do século XX, chegando a assumir caráter multidisciplinar a partir de sua abordagem nas esferas econômica, educacional, biológica, cultural e social. Antes do período citado, a questão da sexualidade sofria forte rejeição por padrões institucionais de ordem conservadora e religiosa. Processos culturais advindos da globalização, da midiaticização e da internet, além da mercantilização do sexo, foram fatores determinantes na mudança de conceitos e valores acerca desse assunto, por tempos tão reprimido (BARP, 2008). No entanto, as opiniões ainda entram fortemente em conflito quando o assunto é sexo. Mesmo com tantos avanços, não é possível afirmar que o sexo deixou de ser tabu na sociedade brasileira e que não enfrenta algumas formas de resistência, entre as quais pode-se citar o preconceito e a discriminação. Assim como a questão da sexualidade propriamente dita, as profissões que envolvem o sexo como foco de seu negócio enfrentam o mesmo contexto desfavorável, como é o caso dos motéis e das lojas de produtos eróticos, as sex shops¹, objeto desse estudo.

A sociedade cria e reproduz padrões de categorização dos seres humanos e dos fatos sociais baseados em atributos considerados normais ou comuns entre os membros de uma mesma identidade social (GOFFMAN, 1982). Os indivíduos, por sua vez, utilizam-se sem maiores reflexões de tais categorias para lidar com “o outro” nas relações estabelecidas em seu cotidiano. A forma como vemos o outro, principalmente em um primeiro contato, geralmente envolve a análise das

características que o tornariam “normal” segundo nossas perspectivas em relação aos padrões esperados para sua categoria. Tais padrões podem ser associados ao que comumente chamamos de estereótipo, um conceito excessivamente generalizado e com escassez de informações, baseado nas pré-noções dos indivíduos acerca de outros indivíduos ou fatos sociais (FARINA; SHERMAN; ALLEN 1968).

McDavid e Harari (1980) consideram que o preconceito, de alguma forma, é produzido por estereótipos. O argumento que sustenta essa perspectiva é o de que até onde existir estereótipos, poderá existir preconceito. No entanto, existe uma diferença básica entre reconhecer o estereótipo de um grupo e exercer preconceito sobre este, isto é, embora um indivíduo tenha conhecimento de um estereótipo, ainda que o indivíduo reconheça ou perceba determinado estereótipo, suas crenças e convicções pessoais podem ou não ser congruentes com ele. Além disso, não existem evidências de que o reconhecimento de um estereótipo de um grupo implique, necessariamente, preconceito em relação a esse grupo. (DEVINE, 1989).

Diante de tais considerações, e a partir de uma abordagem qualitativa, os objetivos nesse artigo são caracterizar o cotidiano profissional de trabalhadores de sex shops; descrever seus relacionamentos familiares, trabalhistas e sociais; e identificar se esses trabalhadores sofrem preconceito por parte da sociedade por conta do seu trabalho. Além dessa introdução, o trabalho está dividido em cinco partes. Na seção seguinte será apresentado o suporte teórico acerca de temas como preconceito, discriminação, estigmas e as mudanças comportamentais da sociedade em relação à sexualidade. Posteriormente serão discutidos os aspectos metodológicos da constituição da pesquisa, seguida da apresentação e análise de seus principais resultados. Por fim são estabelecidas as considerações finais, incluindo algumas reflexões sobre a pesquisa e sugestões para estudos futuros.

¹ Contextualizando genericamente o setor erótico, segundo dados da ABEME, o comércio anual de produtos eróticos no Brasil cresce em média 15% e movimentava cerca de R\$ 1 bilhão no país. A maior parte do consumo desses produtos, com um percentual de 70% do total, provém de mulheres, em sua maioria casadas, de classe social alta e na faixa dos 40 anos.

As pré-noções e suas construções sociais

A realidade cotidiana pode ser compreendida, a partir da ótica de Berger e Luckmann (2004), como resultado da intersubjetividade dos sujeitos, fruto da constante conexão e sinergia comunicacional entre eles. Os autores ressaltam o caráter místico relacionado às percepções do sujeito em relação ao outro, isto é, o que um sujeito pensa (realidade) pode ser distinto daquilo do que expressa (imagem). Nesse sentido, os significados que são atribuídos às percepções dos indivíduos em relação ao outro são envolvidos por rótulos (homem, jovem, fútil), e quando há um contato frente a frente entre esses indivíduos, as ideias podem se alterar para constituir a realidade (jovem, mas maduro), sendo tais classificações o “norte” das percepções e ações dos indivíduos. Da mesma forma, os conceitos formados pela percepção dos indivíduos podem se estender a outros sujeitos que porventura se encaixem na mesma “categoria”. Assim, a realidade cotidiana é fortemente influenciada por padrões que pertencem a um sistema institucional no qual os indivíduos são movidos por valores, sejam eles de aporte cognitivo ou mesmo influenciados pelo contexto social (FERNANDES et al., 2007). A família, as unidades educativas e a Igreja são alguns exemplos de instituições que propõem aos indivíduos um conjunto de regras e valores aos quais eles devem respeitar e cumprir, seguindo, assim, os princípios da moral (FOUCAULT, 1984).

A sociedade constrói e categoriza pessoas e grupos de acordo com atributos comportamentais considerados “comuns” e “naturais”, com a expectativa de que tal caracterização seja aceita e seguida por todos. Havendo um indivíduo com características fora do padrão preestabelecido, sua identidade social passa a ser questionada, e esse indivíduo não é mais reconhecido legitimamente pela sociedade por ter um “defeito”, por ser um indesejável entre os comuns. A essa diferenciação relacionada à não credibilidade social

do indivíduo incomum Goffman (1982) denomina estigma, que pode ser causado por várias contingências. Uma das consequências dessas ações diz respeito à insegurança do indivíduo estigmatizado diante da forma pela qual é visto pelos “normais”, não sabendo, ao certo, o que os outros pensam a respeito dele. Com isso, é forte a tendência de que ele se junte a outros indivíduos que compartilham da mesma realidade que a sua, ou com pessoas próximas nas quais o estigmatizado não se sinta envergonhado e possa estabelecer uma relação de confiança. Os “informados” são pessoas que conhecem a realidade do estigmatizado, por meio de uma estrutura social ou não, mas que lidam com a situação sem nenhum alarde, a exemplo dos pais de um cego no primeiro caso, ou dos garçons de bares de homossexuais no segundo.

O estigma é um construto bastante discutido em diversos estudos (KOYAMA, 2008; SCHILLING; MIYASHIRO, 2008; SARAIVA, 2011), sendo comumente associado a fenômenos como o preconceito e a discriminação. Embora possuam a mesma substância – a negação do outro como seu semelhante – a conceituação de preconceito e discriminação vai além da sinonímia, podendo tratar-se de uma relação de causa e efeito. O preconceito se refere a uma visão injusta, intolerante ou desfavorável de indivíduos ou grupos de indivíduos, baseado em crenças, sentimentos e tendências comportamentais, e pode ser ou não acompanhado de discriminação, determinada ação injusta ou intolerante dirigida a indivíduos e/ou grupos de indivíduos. O preconceito está fundamentado, então, em crenças e percepção, e não no conhecimento, na razão. Quando essas crenças ultrapassam o campo das ideias para o campo da ação, constitui-se a discriminação, a corporificação das ideias negativas sob forma verbalizada ou gestual. O preconceito é a atitude – postura – enquanto a discriminação é o comportamento – ação (ALLPORT, 1954; JONES, 1973; MORRIS; MAISTO, 2004).

Morris e Maisto (2004, p. 470) apresentam duas teorias básicas para descrever as origens do preconceito. A primeira é a da frustração-agressão, na qual pessoas que eventualmente se sentem exploradas ou oprimidas nem sempre são capazes de reagir contra o agente causador de tal situação, deslocando sua reação, normalmente carregada de raiva ou hostilidade, contra indivíduos situados mais abaixo dentro de uma escala social. A segunda teoria sustenta que a fonte do preconceito seria a personalidade autoritária ou intolerante dos indivíduos. Pessoas com esse tipo de personalidade tenderiam a ser mais tradicionalistas, condicionadas a seguir as regras e a se portar rigidamente, segundo as convenções, o que as levaria à hostilidade contra aqueles que, de alguma forma, burlem as normas, padrões ou regras sociais. O preconceito também pode vir a ser gerado a partir de estereótipos, um conceito excessivamente generalizado e com escassez de informações, baseado em informações incompletas e ambíguas sobre indivíduos ou fatos sociais. No entanto, a existência de tais estereótipos não imputa automaticamente que o indivíduo desenvolva um preconceito (MCDAVID; HARARI, 1980; DEVINE, 1989).

Fenômenos como o preconceito são alvos de muitos estudos na psicologia social. Estudos e discussões sobre o assunto ganharam notoriedade a partir dos anos 1980, em face das pressões sociais sobre as manifestações públicas contra o preconceito. Grande parte dos trabalhos dentro da psicologia social concentrou-se no estudo de processos cognitivos e motivacionais sobre preconceito. Porém, há uma lacuna de estudos voltados para a análise do “papel das normas sociais e das ideologias (fatores interpessoais e intergrupais) na construção de imagens e representações cognitivas preconceituosas contra membros de grupos minoritários” (LIMA et al., 2006, p. 310).

Formiga (2007), ao abordar a questão do preconceito como objeto de pesquisa, atenta para a necessidade de se buscar uma explicação para a

estabilidade deste fenômeno nas relações interpessoais. O processo de construção social da realidade do preconceito paira, então, na interação social e na dinâmica de se discutir origem e atitude preconceituosas. As recorrentes discussões do fenômeno na perspectiva da psicologia social, mostram que o preconceito trata-se de um tema permanentemente atual, um construto compreendido tanto como causa quanto como consequência da sociedade e seus agrupamentos sociais.

Apesar das tentativas de minimizar ações que remontem a uma desigualdade social – principalmente a discriminação para com diversos grupos sociais – não tem acontecido mudanças significativas em relação à manifestação de preconceito; sua ocorrência continua existindo, mesmo que de maneira camuflada (FERNANDES et al., 2007; FORMIGA, 2007). Pager (2006, p. 66) vai além, e relaciona as ações discriminatórias que sofremos a atitudes corriqueiras do dia a dia:

Ela é percebida por meio de pistas sutis no modo como os outros são tratados ao nosso redor ou na maneira como nós mesmos somos tratados. A conversa áspera com o atendente da loja, o segurança que aguça sua atenção, o taxista que não para. Seja pela idade, gênero, raça, deficiência, orientação sexual, seja por qualquer outra identidade estigmatizada, a maioria consegue pensar em, no mínimo, um caso no qual nós ou alguém próximo foi tratado de modo injusto por causa de uma única diferença de condição.

Na esfera profissional, Saraiva (2011) atenta para existência da estigmatização em relação a algumas profissões, as quais são consideradas, “naturalmente”, como masculinas ou femininas, de acordo com estereótipos de gênero. Aos homens cabem as atividades que exigem força física ou habilidades intelectuais ligadas à tomada de decisão rápida; às mulheres, profissões minuciosas, de cunho repetitivo; e aos homossexuais caberia, então, atividades geralmente relacionadas à

estética e moda (como cabeleireiros, por exemplo) evidenciando, assim, o estereótipo de frivolidade do grupo social, que se estende a sua profissão. A multiplicação de identidades, rótulos, estereótipos, tipos e comportamentos existe, paradoxalmente, dentro do que a própria modernidade deseja banir. A tentativa de solução desse cenário, como sugerem Schilling e Miyashiro (2008), erigirá a partir de transformações educacionais que preguem o respeito às minorias, aos “estrangeiros”, aos diferentes, aos considerados anormais em qualquer espécie, construindo, assim, uma sociedade inclusiva.

A sociedade e as mudanças comportamentais em relação ao sexo

Por ser algo polêmico e que interfere na moral e costumes tradicionais da sociedade, o sex shop ainda é um local de vendas mais reservado (SALLES, 2010). A coproprietária de uma sex shop, Suki Dunham, ressalta que há um estigma ruim relacionando a indústria de produtos eróticos com a pornografia, fato esse que muitos empresários estão lutando para dissociar (AGUIAR, 2010). Evaldo Shiroma², vice-presidente da Associação Brasileira de Empresas de Mercado Erótico e Sensual (ABEME, 2010) complementa essas ideias ao citar que em um país como o Brasil, com grande apelo a valores religiosos e de conservadorismo característico, o tema erotismo já foi considerado um tabu, causando estranheza e rejeição por muitas pessoas. No entanto, em circunstâncias atuais, o “erotismo do brasileiro” se encontra mais desenvolvido e ganha destaque em galerias de arte, editoriais de moda, comportamento e pauta em programas de TV.

Essa mudança no setor de comércio de produtos eróticos se deu, fundamentalmente, pela

mudança nos conceitos sobre o próprio sexo. Bastante evidenciado atualmente em filmes, novelas e seriados de TV, o sexo vem sendo rediscutido na sociedade com finalidades tanto socioeducativas, quanto no sentido de acabar com preconceitos hegemônicos sobre o assunto. Loyola (2000) destaca que os primeiros estudos acerca do tema sexualidade emergiram entre o final da década de 1970 e início da década de 1980, voltados, basicamente, para assuntos como a homossexualidade e a identidade sexual. A partir da Revolução Sexual entre 1960 e 1970, questões como a redistribuição dos papéis femininos e masculinos na sociedade, a homossexualidade, pílula anticoncepcional, relações sexuais antes do casamento, AIDS e aborto passaram a ter mais notoriedade na comunidade social, pois, até então, tais assuntos ficavam camuflados sob um hegemônico discurso conservador/religioso.

A questão da sexualidade constitui um assunto complexo, envolto por uma atmosfera de mitos, tabus, aculturação e determinantes biopsicossocialmente construídos (BARP, 2008). Durante muito tempo, a sexualidade não foi encarada de maneira distinta da finalidade sustentada pela Igreja: a procriação e perpetuação da espécie, sendo a ideia de uma forma de se buscar prazer aceita por uma minoria. Detendo grande poder de influência nos padrões de conduta dos indivíduos em relação à sexualidade, a religião, que durante séculos foi “a veia cultural pela qual mais correu o sangue da formação do comportamento humano” (BARP, 2008, p. 171), podou os conceitos dos indivíduos sobre a sexualidade. Para fazer cumprir suas “leis”, a Igreja fez uso da repressão psicológica aos indivíduos, sob o argumento da culpa e do pecado inerentes ao sexo como fonte de prazer.

Barp (2008, p. 164) pontua que o fenômeno da sexualidade seguiu algumas fases ao longo de sua evolução cultural e biológica, “ora natural e despercebidamente vivida; ora sutil, secreta, reprimida e pecaminosa; ora aberta, pública e amplamente

² Evaldo Shiroma também é diretor da maior feira erótica do Brasil, a *Erotika Fair* que em 12 anos de existência já contou com 18 edições do evento, que chega a faturar R\$4 milhões em vendas.

divulgada". Em tempos atuais, o descortinamento do sexo e sua expressão se dá, em grande parte, devido a fatores como os processos culturais de mediatização, que aproximam as fronteiras do conhecimento. Porém, mesmo com a conquista de alguma autonomia, sobretudo nas sociedades modernas e ocidentais (ALMEIDA, 2003), a mudança nos padrões comportamentais e conceituais acerca do sexo ainda enfrenta certa resistência.

No rol dos grandes desafios em relação a uma educação sexual ampla de crianças e jovens, Barp (2008) atenta para a dificuldade enfrentada por pais e professores em lidar com essa questão. O grande desconforto de pais e mestres em relação ao desenvolvimento de um diálogo sobre sexo com filhos e estudantes torna a questão da responsabilidade pela educação sexual uma "bola de pingue-pongue" social, ora jogada para o campo dos pais, ora devolvida para o campo dos professores. A autora ressalta que o convívio entre as diversas gerações na sociedade deixa à mostra esse conflito de perspectivas sobre os diferentes significados do sexo e, diante disso, a educação de jovens e crianças não será satisfatória sem que ocorra, a princípio, a reeducação também dos próprios adultos. Reich (1982) complementa o assunto ao criticar sobre o atraso e o fracasso da reforma sexual quando, em tempos em que há o decréscimo do número de casamentos e o aumento de divórcios e adultérios, as discussões que assumem destaque são sobre se a abstinência sexual dos adolescentes deveria ou não continuar acima dos 20 anos de idade, ou se seria permitido reconhecer o onanismo como fenômeno natural.

Foucault, no livro 2 de História da Sexualidade (1984), estudou como os indivíduos experimentam e se reconhecem como sujeitos de uma sexualidade que se abre para conhecimentos diversos e se articula em um sistema de regras e coerções. Isso só tem espaço objetivo para acontecer se barreiras calcadas em um ostensivo preconceito em relação à sexualidade caírem no ridículo do desconhecimento, em plena era da informação.

Em função dos avanços em termos de pesquisa, recentemente as sex shops em si passaram a ser objeto de atenção de diversos pesquisadores. Fischer e Barak (2000), por exemplo, discutiram, a partir de sex shops que comercializam seus produtos pela internet, modificações nas formas de vivenciar a sexualidade nos dias de hoje, tendo explorado aspectos fenomenológicos, psicológicos e ideológicos. Daneback, Mansson e Ross (2011) retomam as sex shops virtuais, mas com enfoque em aspectos econômicos particularmente relacionados ao *merchandising* virtual. Seu olhar sobre o incremento deste tipo de negócio sugere que a sociedade como um todo cada vez mais quebra tabus ao adquirir produtos sexuais, o que é facilitado pela anonimidade de uma negociação virtual.

Sob uma ótica jurídica, Coulmont e Hubbard (2010) trataram do sexo que se consome, tendo discutido, sob uma perspectiva muito interessante, as mudanças verificadas na sociedade e na legislação em torno do espaço e da localização de sex shops. Seu argumento é que tais negócios saíram "das sombras" em virtude de maior liberação social quanto à sexualidade, o que proporcionou a visibilidade, em termos de localização, desses empreendimentos.

Discutindo a indústria do sexo em termos mais amplos e tomando como referência o trabalho de Michel Foucault, Hofmann (2013) delinea as contradições da governamentalidade neoliberal no distrito da luz vermelha em Tijuana, uma cidade mexicana. Ela sugere que os papéis de empresa e do consumismo determinam as formas e ações de agência dos sujeitos, que se veem forçados a se ajustar aos princípios de governamentalidade neoliberal.

Aspectos metodológicos

Essa pesquisa é fruto de uma investigação sobre o cotidiano profissional, familiar e social de

trabalhadores de sex shop, motivada pelo questionamento sobre como se dá a aceitação desses indivíduos pela sociedade. Os objetivos deste artigo são caracterizar o cotidiano profissional de trabalhadores de sex shops; descrever seus relacionamentos familiares, trabalhistas e sociais; e identificar se esses trabalhadores sofrem preconceito por parte da sociedade por conta do seu trabalho.

A coleta de dados foi feita a partir de entrevistas individuais e observação não participante sobre o comportamento dos sujeitos (gestos, tom de voz, expressões). As entrevistas foram orientadas por um roteiro semi estruturado composto por: (i) questões demográficas dos sujeitos: gênero, idade, estado civil (e/ou outros tipos de relacionamento conjugal que não o casamento), escolaridade, com quem reside e *hobbies*; e (ii) questões do contexto profissional e social dos indivíduos. A utilização da entrevista nos moldes do roteiro semiestruturado possibilitou o estudo dos pontos de vista subjetivos dos indivíduos (FLICK, 2002), além de ter favorecido a livre abordagem das questões de pesquisa aos sujeitos no desenvolvimento da interação pesquisador-entrevistado.

Para a realização da pesquisa foram selecionados trabalhadores de quatro estabelecimentos

de comercialização de produtos eróticos localizados em um complexo comercial no centro de Belo Horizonte. A seleção desse local ocorreu pela sua alta concentração de sex shops, com dez estabelecimentos desse segmento. Já a seleção dos sujeitos ocorreu de maneira aleatória, sujeita apenas ao consentimento dos entrevistados para a realização da pesquisa. Ao todo, dez trabalhadores de sex shops foram entrevistados, número que ficou sujeito ao critério de exaustão, isto é, a busca por entrevistados cessou quando os depoimentos, além de satisfatórios, passaram a ser repetitivos. O Quadro 1 sintetiza as características demográficas dos sujeitos da pesquisa.

A média de idade dos entrevistados é de 27 anos, sendo a menor idade entre os entrevistados 19 anos e a maior, 44 anos. Entre os estabelecimentos visitados, configura-se um ambiente majoritariamente ocupado por pessoas do sexo feminino, tendo sido entrevistados nove mulheres heterossexuais e um homem homossexual. Os entrevistados não possuíam muito tempo de atuação nas lojas, tendo o trabalhador mais recente dois meses de prestação de serviços e o mais antigo, três anos. Em relação ao nível de escolaridade dos entrevistados, oito concluíram o ensino médio e dois não o concluíram. Quanto à religião, seis são católicos, um é evangélico, um espírita, e dois, ateus. Em relação

Quadro 1: Perfil dos sujeitos da pesquisa.

Sujeito	Sexo	Orientação Sexual	Idade	Estado Civil	Escolaridade	Filho(s)	Religião	Tempo de Trabalho
A	Fem.	Heterossexual	21	Solteira	2º grau completo	1	Católica	6 meses
B	Fem.	Heterossexual	35	Solteira	2º grau completo	1	Católica	2 meses
C	Fem.	Heterossexual	20	Solteira	2º grau incompleto	1	Evangélica	6 meses
D	Fem.	Heterossexual	22	Solteira	2º grau incompleto	-	Ateu	4 meses
E	Fem.	Heterossexual	29	Solteira	2º grau completo	-	Católica	1 ano e 7 meses
F	Fem.	Heterossexual	26	Solteira	2º grau completo	-	Católica	4 meses
G	Mas.	Homossexual	27	Solteiro	2º grau completo	-	Ateu	1 ano
H	Fem.	Heterossexual	44	Casada	2º grau completo	-	Espírita	3 anos
I	Fem.	Heterossexual	29	Solteira	2º grau completo	1	Católica	3 meses
J	Fem.	Heterossexual	19	Solteira	2º grau completo	-	Católica	5 meses

Fonte: Dados da pesquisa.

ao estado civil, apenas um entrevistado é casado e reside com o cônjuge; dos nove entrevistados que se declararam solteiros, dois residem com o cônjuge, três residem com os pais, três residem com o(s) irmão(s) e um mora sozinho. Apenas quatro dos entrevistados possuem filhos.

As anotações de campo sobre a observação não participante e a transcrição das entrevistas foram interpretadas mediante a análise de conteúdo. A escolha deste método de tratamento dos dados coletados ocorreu devido as mensagens implícitas em discurso exigirem uma interpretação pautada em uma observação cuidadosa dos fatos, pois “por detrás do discurso aparente, geralmente simbólico e polissêmico, esconde-se um sentido que convém desvendar” (BARDIN, 1977, p. 14). A identidade dos entrevistados foi preservada, identificando cada entrevistado por letras (entrevistados A a J).

Cotidiano dos trabalhadores de sex shops

Um argumento recorrente dos entrevistados é o de que gostam de trabalhar em sex shop. Em relação à estrutura, fatores como o ambiente flexível, descentralizado e descontraído favorecem a identificação dos trabalhadores com o ramo.

A vantagem é que não tem patrão pegando no pé da gente o tempo todo (...) entra um cliente e você atende ele da sua forma (Entrevistado A).

A forma de inserção do trabalhador nas sex shops não é criteriosa, sendo desejável apenas que o indivíduo tenha trabalhado na área comercial, mais especificamente com vendas. Entre as principais características para exercer a atividade, os trabalhadores apontaram que o vendedor precisa ser desinibido, comunicativo, descontraído e seguro, pois muitos clientes ainda chegam às lojas com timidez e necessitam ser encorajados pelo

vendedor, o que implica confiar nele. Eles alertam, inclusive, sobre a possibilidade de diversos olhares em relação a quem atua profissionalmente nessa área:

É um trabalho como outro qualquer. É como se você tivesse trabalhando numa padaria, numa farmácia, em qualquer outro lugar (Entrevistado C).

Aqui a gente tem metas, tem regras, como qualquer outro trabalho normal. O diferencial é que a gente trabalha com produtos focados na área sexual. É como se fosse uma farmácia, só que pra área sexual (Entrevistado G).

Os trabalhadores de sex shop fazem questão de mencionar que esse tipo de trabalho não se distingue de quaisquer outros por ter como finalidade a comercialização de produtos eróticos, tendo suas organizações os mesmos atributos de outros tipos de estruturas organizacionais.

O ambiente de trabalho em uma sex shop, contudo, tem suas peculiaridades, sendo bastante revelador. Entre os relatos ficou evidente que os clientes também vão em busca de apoio ou mesmo de solução para os problemas conjugais que enfrentam, esperando que os vendedores exerçam papéis além dos estritamente comerciais, como os de conselheiros e de amigos. É o que exemplificam os relatos dos entrevistados C e F:

Muita gente chega pra comprar e conta também muito da vida (Entrevistado C).

Às vezes tá passando algum problema, aí a pessoa acaba desabafando com a gente. Então a gente tem que ter essa consciência também que além de vender, [precisa] ajudar. Não só vender os produtos. (...) Tem gente que vem desesperado aqui. Relacionamento esfriou, não sabe mais o que faz, não tem sentido nada pelo parceiro (Entrevistado F).

Os relatos remetem ao reconhecimento de certo nível de mudança no cenário conservador relacionado ao tema da sexualidade e sua consequente revalorização pela sociedade, ao evidenciarem como o sexo pode ser utilizado como recurso para reanimar os sentimentos de um casal, fato silenciado há gerações em face dos padrões hegemônicos sobre o assunto (BARP, 2008).

Como em outras áreas comerciais, em que os vendedores são encarados como especializados no assunto, em relação ao sexo, os vendedores abordados são considerados gurus, *experts* no assunto. Curiosamente, reconhecem que a convivência com as histórias de vida dos clientes também lhes acrescenta pessoalmente, particularmente no que diz respeito à própria transformação de preconceitos sobre a sexualidade.

Você aprende muito, você escuta muitas histórias. Você começa a entender que tudo é normal. Abriu muito a minha cabeça. Antigamente eu tinha a cabeça aberta, mas não tanto, algumas coisas ainda me assustavam (Entrevistado G).

A primeira categoria de conteúdo sugere que o contexto de trabalho pode ser rico, do ponto de vista simbólico, para além da sexualidade propriamente dita. Se este é o argumento inicial, envolto em questões relacionadas à curiosidade, como negócio o cotidiano se assemelha a qualquer atividade de varejo, tendo os vendedores metas, uma estrutura organizacional e as preocupações típicas de quem trabalha com vendas. O cotidiano diz mais, porém, do que apenas o contexto varejista: como a sexualidade faz parte da esfera mais íntima dos indivíduos, os vendedores atuam além do que se espera como vendedores. Com isso, portanto, também se transformam, abrindo-se para compreender o sexo como uma experiência social que precisa ser encarada de forma ampla.

As percepções dos trabalhadores de sex shop sobre o olhar de seus familiares e amigos

A compreensão do ambiente das sex shops vai além do contexto do trabalho propriamente dito. As famílias dos entrevistados possuem um papel relevante na construção da forma como os próprios trabalhadores se percebem. De modo geral, as entrevistas apontaram para uma boa aceitação do núcleo familiar acerca dos indivíduos trabalharem em sex shops, como evidenciam os relatos dos entrevistados B e A:

A família sempre apoiou. (...) A minha mãe, meu pai, todo mundo tem cabeça muito aberta, acha que isso tudo é normal, que é um trabalho como outro qualquer, apesar que somos de interior, né (Entrevistado B).

No começo eu fiquei com medo de eles acharem ruim, mas não todo mundo falou que é tão normal. Minha mãe é Testemunha de Jeová e eu pensei que ela ia achar ruim... muito pelo contrário ela ficou foi curiosa me perguntando sobre as coisas (Entrevistado A).

Esses relatos contrariam o senso comum a respeito dos indivíduos que residem em cidades interioranas, que não são necessariamente mais resistentes em relação à aceitação de determinadas situações sociais do que os que vivem em capitais, por exemplo. Da mesma forma, a religião não imputa aos indivíduos uma perspectiva homogênea que deve ser assumida quanto à sexualidade. Tais questões nos remetem às ideias de Jones (1973) sobre a dissociação entre conhecimento e crenças em relação à manifestação do preconceito, pois não se trata de ignorância ou conhecimento de indivíduos que vivem no interior e que são religiosos, mas de crenças e perspectivas acerca de como eles enxergam o mundo. Os conceitos estabelecidos sobre tal mundo são subjetivos. Os indivíduos criam seus próprios significados sobre a vida baseados

em suas crenças, mesmo que o ambiente que influencie essas crenças seja o mesmo, como o ambiente familiar.

No relato do entrevistado C é possível visualizar que em um mesmo núcleo familiar, os sujeitos atribuem significações distintas sobre “trabalhar em sex shop”:

Minha mãe, foi ela que me arrumou aqui. Só meu pai que falou que isso não é serviço, mas pra mim sendo serviço honesto e assinando minha carteira, é um serviço como outro qualquer (Entrevistado C).

Percebe-se que, mesmo sendo os pais a primeira instância de socialização dos indivíduos, isso não quer dizer que se trate de orientações unívocas; tanto que pai e mãe tem posturas distintas quanto ao entrevistado trabalhar em uma sex shop, o que, por sua vez, é cotejado com o próprio desenvolvimento das percepções dos filhos. Nesse caso, para o entrevistado, o que torna um trabalho digno e importante é a sua formalidade, que lhe possibilite viver sob condições trabalhistas e sociais legitimadas. A própria divisão de conceitos entre os pais, em que a mãe foi a grande incentivadora da filha em relação ao emprego, enquanto o pai renege esse tipo de trabalho como um trabalho correto mostra a complexidade da atribuição de valores aos fatos sociais em razão de seu caráter subjetivo.

O fato de trabalharem em sex shop também não apresentou relações relevantes com relacionamento conjugal dos entrevistado, conforme o depoimento seguinte:

No começo meu marido não gostou, mas depois ele acostumou e viu que não tem nada a ver (Entrevistado A).

Em geral, os entrevistados apontaram que são apoiados pelos cônjuges e que não sofrem por parte deles qualquer restrição quanto ao exercício do trabalho. Da mesma forma, entre os entrevistados

que possuem filhos, o trabalho na *sex shop* não se torna empecilho em seu relacionamento com eles. Pelo fato de os filhos desses entrevistados ainda serem crianças, as informações acerca do trabalho não são tão nítidas, porém eles já possuem certa noção do que significa.

Ele não entende, mas ele sabe. Uma vez ele veio aqui com o pai dele, na porta da loja. Aí a primeira vez ele falou ‘ah, onde minha mãe trabalha vende um monte de calcinha’, porque ele viu umas peças penduradas. Depois eu falei ‘não, filho, onde a mamãe trabalha vende ‘pinto’, vende ‘perereca’. Aí ele falou ‘é mesmo, mãe?’ e eu disse ‘é’ (Entrevistado A).

O relato sugere que nessa família, o tema da sexualidade será tratado com naturalidade, o que é possivelmente potencializado pelo fato de um deles trabalhar em um local onde o sexo ocupa lugar central. Isso leva a analisar a questão de como pais e filhos lidam com a sexualidade em tempos atuais. No sentido oposto ao evidenciado por Barp (2008), em que pais e professores ainda sentem certo desconforto ao tratar de temas como a sexualidade com seus filhos e alunos, no relato do entrevistado A é possível perceber que esse diálogo já ocorre e que provavelmente não haverá conflitos no que se refere à discussão dessa temática nesse núcleo familiar. No entanto, quando indagado sobre como seria essa relação pais-filhos caso tivessem uma menina, esse mesmo entrevistado expressa que há diferenças na educação sexual entre meninos e meninas:

Eu acho que eu iria falar, mas eu esconderia um pouco. Acho que pra falar sobre sexo com a menina, tem que ter uma certa idade, que menina é mais reservada né. Não que menino não seja, mas... (Entrevistado A)

O entrevistado demonstra não ter uma postura conservadora em relação à discussão do tema sexualidade com seu filho, do sexo masculino.

Porém, a questão se configura de forma distinta quando entra em pauta hipoteticamente tratar de um trabalho ligado ao sexo com uma filha. Os estereótipos de gênero se mostram inequivocamente, o que se dá não apenas em relação à sexualidade em si, mas, sobretudo no que diz respeito às rotulações sociais acerca do gênero. Muito pontuado nos estudos organizacionais (VERGARA; GOMES, 2011; FREITAS, 2011) e sociais, a questão do gênero é central, principalmente em relação às reconfigurações acerca da divisão sexual do trabalho de homens e mulheres. É o fato de ainda serem crianças reforça a ótica de que a educação em relação às diferenças entre o masculino e o feminino será distinta, inclusive, na questão sexual (BARP, 2008).

Eu acho que no momento agora não é muito apropriado pra falar pra ela, porque ela vai perguntar pra mim 'o que é o sex shop, mamãe, o que é isso?'. Senão ela vai falar pras coleguinhas dela: 'ah, minha mãe trabalha numa sex shop'. Já pensou? Vai ficar bem constrangedor, né. Constrangedor assim, a coleguinha dela vai e fala: 'a mãe da Bárbara trabalha num sex shop, mamãe, o que que é sex shop?'. Aí vai ficar constrangedor assim, né? (Entrevistado B).

O entrevistado B reitera essas questões e deixa claro como a educação sexual de pessoas do sexo feminino é diferenciada. Ressalta, principalmente, o quanto o assunto ainda pode ser encarado com resistência pela sociedade, chegando a ser constrangedor e vergonhoso, enfatizando como a temática poderia desencadear constrangimentos entre pais e filhos. Da mesma forma que no depoimento A anteriormente tratado, a naturalidade de um trabalho ligado ao sexo é esvaziada quando entra em prática a questão de ser mulher em sociedade. A menina não pode ter acesso às mesmas informações que o menino, porque pode gerar constrangimento, o que não se espera no caso de um homem. Esses depoimentos põem em

pauta sobretudo a questão de que a sexualidade permanece como um tabu social porque papéis ainda são assumidos com base em moldes estereotipados de que os homens tudo podem, e as mulheres, não.

No campo das relações sociais, o convívio dos entrevistados com os amigos também não se mostrou conflituoso.

Quando chega assunto de sex shop todo mundo já aponta pra mim, já. A Juliana³ tem uns produtinhos lá, bacana. Ainda ficam fazendo propaganda pros outros. Muito bom (Entrevistado D).

O fato da média de idade dos trabalhadores ser cerca de 27 anos ajuda a explicar parcialmente a aceitação do trabalho em sex shops pelo círculo de amigos, uma vez que se refere a uma geração que não possui padrões morais sobre o sexo tão rígidos quanto os das gerações anteriores, assim considera que expressar-se sobre o assunto não é motivo de constrangimento; ao contrário, sexo se trata de um assunto corriqueiro no convívio social, conforme ilustra o depoimento.

Nessa categoria de conteúdo, os depoimentos sugerem que no núcleo familiar e nas relações sociais com amigos, o trabalho em sex shops é visto com naturalidade, sem conflitos significativos que venham a caracterizar o preconceito ou não aceitação dessa profissão como uma atividade normal. Todavia, permanecem tabus ligados a papéis aparentemente distintos que homens e mulheres devem assumir em sociedade, particularmente no que diz respeito à clareza do trabalho dos pais para filhos e filhas. A eles cabem mais esclarecimentos e proximidade dos sex shops. Elas são preservadas "dos fatos" sob o argumento de que precisam ser protegidas de uma realidade que, contraditoriamente, seus pais classificam como "natural".

³ Nome fictício.

Olhares dos “outros” sobre o trabalho em sex shops

No que tange à ótica da sociedade de maneira geral acerca dos trabalhadores de sex shops, essa é percebida de forma distinta do caso de familiares e amigos. De modo abrangente e contraditório, a visão que possui a sociedade – indivíduos sem vínculos sociais próximo com trabalhadores de sex shops – acerca desse ramo do comércio, ainda é conservadora e repleta de rotulações e estereótipos.

As pessoas têm cabeças pequenas, né, aí imaginam que [quem] tá trabalhando aqui tá sujeita a tudo, né, e não é bem assim. Fazem ideia do sex shop, por exemplo, igual teve uma cliente que chegou aqui e falou ‘ah, achei que aqui ia ter luzes, ia ter um lugar assim reservado... (Entrevistado B).

Algumas normais, outras não [sobre como as pessoas vêem as sex shops]. Acho que existem pessoas que não acham que sex shop é normal pra trabalho. Mas hoje a maioria tem a mente aberta, então eles já não veem o sex shop como um tabu, como antigamente, vê o sex shop como qualquer outra loja (Entrevistado E).

Os dois relatos ilustram percepções ambíguas acerca de como a sociedade rotula os trabalhadores de sex shops, evidenciando a pluralidade de opiniões que esse ramo ainda enfrenta em relação à aceitação social. O entrevistado E percebe o progresso da aceitação de sua profissão, evidenciando que houve um tempo em que essa atividade era vista por grande parte da sociedade como uma profissão indigna, sendo comparada inclusive à prostituição, como sugere o entrevistado B. O contexto atual mostra que ocorreu uma evolução temporal acompanhada de avanços sociais, já que se dissemina a noção de que trabalhar em sex shop não significa mais trabalhar com o proibido, com o pecado – embora parte da “alma” do negócio

certamente aí reside. No entanto, embora a tolerância social em relação a quem trabalha nesse segmento tenha aumentado, ainda permanecem valores baseados em preconceitos.

Tem muita [resistência]. Muita gente vê o sex shop ainda como uma coisa ilegal, pornográfica (Entrevistado F).

Não é fácil trabalhar em sex shop. Você é julgado, você é apontado, cliente chega achando que tudo é festa. [julgado como?] Ah, ou como garoto de programa ou que tudo é festa ou que você geralmente é gay (Entrevistado G).

Eu acho que trabalhar em sex shop é um serviço sério, mas é mal visto (...). Mulher, as mulheres ficam pensando que a gente é profissional do sexo, que a gente entende tudo, que como a gente vende produto erótico, a gente sabe tudo sobre sexo. E homem fica pensando que a gente é garoto de programa. Mas hoje em dia tá mais normal. Eu acho que tá mais tranquilo. Antigamente era bem pior. Sex shop antigamente era uma ou outra e mesmo assim, onde tinha, era [visto como] ponto onde mulher fazia programa (Entrevistado A).

Nos relatos apresentados fica explícita a percepção dos trabalhadores sobre o estereótipo que eles e sua profissão sofrem (MCDAVID; HARARI, 1980), o que também por ser caracterizado como uma espécie de estigmatização pela sociedade (SARAIVA, 2011), sofrendo os trabalhadores um efeito halo do preconceito que envolve o sexo em si. Tais estereótipos, advindos tanto de homens quanto de mulheres, se associam às sex shops com a prostituição, com a homossexualidade, e com a pornografia.

A expansão econômica do setor não conseguiu derrubar os preconceitos sobre esse ramo que, mesmo tendo superado diversos fatores ao longo de sua existência, continua carregando estigmas da diferença do que é tido como “normal”.

É porque às vezes as pessoas confundem, elas não veem a gente como uma vendedora, entendeu? Que a gente trabalha porque precisa mesmo trabalhar e é um serviço como qualquer outro. Mas tem pessoas que tem aquele... não é preconceito, né, eles tem um pouquinho assim de... acha que as moças que trabalham em sex shop são garotas de programa. Homem mesmo fala se além de vender os produtos, se faz alguma coisa (Entrevistada B).

O entrevistado B deixa explícito o estereótipo no qual o ramo das sex shops está envolto. Apesar de ter a mesma estrutura e finalidade de qualquer outra organização varejista, esse tipo de lojas aparentemente não se configura, na ótica da sociedade, como um ambiente de trabalho digno cujo objetivo principal é a aquisição de uma fonte de renda. Pelo menos não em primeiro plano. No entanto, apesar de sofrerem rotulações e se sentirem incomodados com tal situação, os entrevistados, de modo geral, não tomam isso como um empecilho ou um fator relevante para que não exerçam a profissão.

É. Assim, eu não ligo, mas na hora dá raiva. Na hora a gente dá uma resposta, igual eu dei. Mas assim, tirando isso não tem dificuldade nenhuma. É gostoso trabalhar (...). Porque em momento algum elas vão me dar o que comer, vão pagar minhas contas, nem nada (Entrevistado D).

Eu penso que tudo é normal mesmo essas coisas de sex shop. Até mesmo eu acho às vezes que é normal uma pessoa virar e perguntar: 'ah, você faz programa?'. Eu acho normal porque a gente tá sujeita a tudo aqui. A gente tem que se preparar. A gente nunca sabe o que que tá passando na cabeça da outra pessoa. A pessoa julga do jeito que ela achar que ela deve, entendeu? A gente tem que ser natural com isso. Então tem que saber como dar a resposta pra pessoa (Entrevistado B).

O entrevistado B possui a noção de que a sociedade interpreta, à sua maneira, determinados

atos da vida contemporânea. No entanto, esses julgamentos desenvolvidos configuram uma espécie de fator de risco da profissão. Isso significa "estar sujeito a tudo", se preparar para ser aceito como "normal" ou ser rotulado como "diferente" porque os indivíduos ainda possuem opiniões divididas em relação ao sexo, sua comercialização e até mesmo do sexo como fonte de prazer (FOUCAULT, 1984).

Trabalhar em sex shops, assim, implica, em algum nível, preparação dos trabalhadores para serem alvos de julgamentos e rotulações sociais, uma vez que "ser diferente implica pagar um preço por isso" (SARAIVA, 2011, p. 163). Nesses relatos é possível verificar como os entrevistados percebem que o estereótipo, o preconceito, a discriminação e a estigmatização existem. Contudo, essa ótica não é determinante das suas próprias condutas profissionais. Como mostra o entrevistado D, a máxima da sex shop está no fato de ser um trabalho honesto, uma fonte de renda, uma fonte de autonomia financeira e de prazer e satisfação pela profissão.

A terceira categoria de conteúdo mostra que quando se referem a pessoas fora de seus círculos afetivo e social, a aceitação de que desfrutam os trabalhadores de sex shops junto a familiares e parentes não se sustenta. Tomados como trabalhadores do sexo, e não como varejistas que trabalham com produtos ligados ao sexo, os entrevistados precisam aprender a se defender de investidas que confundem seus papéis de vendedores com o de prostitutas, homossexuais e pornógrafos. Ainda que alguns dos entrevistados tomem como natural esse tipo de reação social, não deixa de ser interessante notar que a estigmatização que não sofrem das pessoas próximas se faz presentes quando se relacionam com estranhos. A proximidade afetiva não consegue ofuscar um ambiente social que não apenas tolera como legitima o estigma dos trabalhadores de *sex shops* como "diferentes".

Reflexões finais

Neste trabalho se buscou caracterizar o cotidiano profissional de trabalhadores de sex shops, descrever seus relacionamentos familiares, trabalhistas e sociais e identificar se esses trabalhadores sofrem preconceito por parte da sociedade por conta do seu trabalho, o que foi feito mediante a realização de um estudo qualitativo baseado em entrevistas individuais em profundidade, tendo os dados sugerido reações ambíguas quanto ao trabalho nessas organizações.

Durante muito tempo a legitimidade da questão da sexualidade foi rejeitada pelos padrões conservadores hegemônicos. Mesmo com o avanço experimentado nas últimas décadas, ainda não é possível afirmar que o sexo deixou de ser tabu na sociedade brasileira e que não enfrenta resistências como o preconceito. A literatura especializada e a pesquisa mostram que profissões que envolvem o sexo como negócio enfrentam o mesmo tipo de preconceito que o sexo em si.

Entre os resultados mais relevantes da pesquisa, pode-se elencar a caracterização do ambiente de trabalho pelos vendedores das sex shops como flexível e horizontalizada, o que favorece a identificação e satisfação desses trabalhadores com sua atividade profissional. Mesmo sendo um ambiente cujo apelo visual à sexualidade é marcante, ele é ressignificado como uma atmosfera que transcende o comércio propriamente dito, transformando-se numa espécie de "divã sexual". Isso ocorre porque os trabalhadores frequentemente assumem um papel social, escutando as histórias dos clientes sobre seus relacionamentos, o que os leva a aconselhá-los e orientá-los nesses momentos. Essa situação, na qual os clientes explicitam suas vidas sexuais e afetivas com os vendedores, sugere que a sexualidade não é necessariamente um fenômeno "marginal", envolto por uma moldura de vergonha e constrangimento. Ao contrário, para esses indivíduos, a sexualidade diz respeito a um aspecto

tão comum que necessita ser discutido em face dos conflitos e busca de soluções inerentes. Em outras palavras, o sexo só é motivo de constrangimento se construído socialmente como tal, e nesses ambientes há espaço para outra forma de socialização e de tratamento das questões sexuais.

Acerca do relacionamento familiar, os relatos apontaram para um bom convívio e aceitação da profissão pelos pais e cônjuges. Em relação aos trabalhadores com filhos, o relacionamento também se dá de maneira tranquila. Todavia, percebeu-se distinção no tratamento do tema sexualidade entre filhos e filhas, o que levanta questões sobre o gênero, a divisão sexual de papéis e os estereótipos ligados a ser homem e ser mulher na sociedade. No que tange ao círculo de amizade dos trabalhadores, também não foram registrados aspectos negativos quanto à atuação em sex shops; ao contrário, entre amigos a questão da sexualidade, bem como a do trabalho, são abordadas de forma natural, o que é provavelmente potencializado pela média de idade dos trabalhadores. Sendo os trabalhadores jovens na mesma faixa etária, a sexualidade é tratada sem polêmicas, por uma geração que vive transformações e vivências socioculturais distintas das observadas nas gerações anteriores.

As visões mais significativas sobre a existência de estereótipos, preconceitos, estigmas ou discriminações em relação aos trabalhadores de sex shops surgiram quando trata-se da sociedade de maneira ampla e geral. As rotulações sobre esses profissionais emerge de indivíduos com os quais eles não mantêm contato próximo, isto é, pessoas que não integram seu cotidiano. Nesses casos, os principais estereótipos existentes os tomam como prostitutas (em relação a ambos os sexos), como homossexuais (no caso dos homens), e, de maneira mais abrangente, como pornógrafos, o que se relaciona à analogia como um todo a um negócio ligado ao sexo. Porém, embora haja tais estereótipos para com esses trabalhadores e para com o negócio, isso não define ou os restringe do ponto

de vista profissional, pois eles possuem forte identificação com o ramo, além das próprias convicções e construções de significados sobre seu trabalho em sex shops.

As ambiguidades encontradas nos dados coletados salientam implicações e sugerem uma agenda da pesquisa. Temas de pesquisas ligados aos processos de socialização profissional em organizações ligadas ao sexo, bem como representações sociais da sexualidade e de trabalhadores do sexo, podem ser oportunos. Outra possibilidade é investigar a construção social do preconceito, da discriminação, dos estigmas e das violências em profissionais que atuam profissionalmente ligados ao sexo.

Quanto às implicações da pesquisa, a primeira se refere à questão da alteridade. A proximidade entre entrevistados, familiares e amigos os coloca em uma posição favorável, uma vez que esses se colocam em seus papéis e percebem que não há problemas em trabalhar em sex shops. O mesmo não se dá no contato com pessoas que não tem relação próxima: elas discriminam esses trabalhadores por se distanciarem deles e por supor que se trata de pessoas “diferentes”, que rejeitam os padrões sociais e por isso merecem punição, materializada na forma de estigma. A distância “do outro”, e a falta de alteridade decorrente pode, assim, explicar parcialmente por que conflitos de diversas naturezas existem nas organizações: o estímulo radical ao individualismo profissional forja verdadeiros exércitos de indivíduos rigorosamente incapazes de compreender os outros porque deles se afastam em nome do foco produtivo.

A segunda implicação do estudo destaca a dicotomia entre proximidade e distância revelada

pela pesquisa. Sexo é assunto de todos; mas jamais deve ser explicitado. Deve ser tratado “entre quatro paredes”, sub-repticiamente. Ao mesmo tempo em que é de interesse de todos, deve ser mantido a uma distância “razoável”, a fim de que esses possam conviver de maneira respeitosa, o que faz da aproximação e da prática, e do distanciamento e do silêncio, variáveis ambíguas e necessárias a uma dinâmica social contraditória e a que os que trabalham profissionalmente em segmentos ligados de alguma forma ao sexo estão sujeitos. O nível em que conseguem se defender dessas contradições, no sentido apontado por Pagès et al. (2005) determina o quanto são capazes de se aceitar e reagir a uma sociedade que contraditoriamente, deles precisa e a eles discrimina por trabalharem com o sexo.

É nesse sentido que – contraditoriamente como é todo processo de avanço, pelo menos o que se espera – a sociedade ainda se encontra em uma fase de transição de conceitos, atitudes e preconceitos em relação à sexualidade e suas muitas facetas: como fonte de prazer, de renda, de conhecimento etc. Não há como negligenciar o quanto já se avançou nesse sentido, mas há muito a ser feito, uma vez que não desapareceram convicções conservadoramente arraigadas sobre o “certo” e o “errado”, ou, mais incisivamente, sobre o que vem a ser “moral” e “imoral”. Em uma sociedade na qual a informação está estampada em várias mídias e, que não mais é possível esconder as verdades sobre “segredos dos adultos” (BARP, 2008, p. 171), a melhor solução para esse dilema parece ser a difusão ampla da informação, para iluminar os que se encontram nas confortáveis “trevas” da ignorância.

REFERÊNCIAS

- ABEME. Associação Brasileira de Empresas do Mercado Erótico. *Artigos*. São Paulo, out. 2010.
- AGUIAR, P. Por que sexo vende mais do que nunca. *Associação Brasileira de Empresas do Mercado Erótico*. Disponível em: <<http://www.abeme.com.br/2010/09/por-que-sexo-vende-mais-do-que-nunca/>>. Acesso em 10 de jun. 2011.
- ALLPORT, G. W. *The nature of prejudice*. 3. ed. Wokingham: Addison-Wesley, 1954.
- ALMEIDA, M. V. Antropologia e sexualidade. Consensos e conflitos teóricos em perspectiva histórica. In: FONSECA, L.; SOARES, C.; VAZ, J. M. (Org.). *A sexologia, perspectiva multidisciplinar vol II*. Coimbra: Quarteto, 2003.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: 70, 1977.
- BARP, M. R. T. Sexualidade e educação: o conflito entre o cultural e o biológico na atuação do educador. *Visão Global*, v. 11, n. 2, p. 163-178, jul./dez. 2008.
- BERGER, P. T., LUCKMANN, T. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 2. ed. Lisboa: Dinalivro, 2004.
- COULMONT, B.; HUBBARD, P. Consuming sex: socio-legal shifts in the space in place of sex shops. *Journal of Law and Society*, v. 37, n. 1, p. 189-209, mar. 2010.
- DANEBACK, K.; MANSSON, S.A.; ROSS, M. W. Online sex shops: purchasing sexual merchandise on the internet. *International Journal of Sexual Health*, v. 23, n. 2, p. 102-110, apr./jun. 2011.
- DEVINE, P. G. Stereotypes and prejudice: their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 56, n. 1, p. 5-18, jan. 1989.
- FARINA, A.; SHERMAN, J.; ALLEN, B. The role of the stigmatized person in affecting social relationships. *Journal of Personality*, v.36, n.2, p.169-182, jun. 1968.
- FERNANDES, S.; COSTA, J.; CAMINO, L.; MENDOZA, R. Valores psicossociais e orientação à dominância social: um estudo acerca do preconceito. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 20, n. 3, p. 490-498, 2007.
- FISCHER, W. A.; BARAK, A. Online sex shops: phenomenological, psychological, and ideological perspectives on internet sexuality. *CyberPsychology & Behavior*, v. 3, n. 4, p. 575-589, aug. 2000.
- FLICK, U. *Métodos qualitativos na investigação científica*. Lisboa: Monitor, 2002.
- FORMIGA, N. S. Valores humanos e sexismo ambivalente. *Revista do Departamento de Psicologia - UFF*, v. 19, n. 2, p. 381-396, jul./dez. 2007.
- FOUCAULT, M. *História da sexualidade II: o uso dos prazeres*. 8. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.
- FREITAS, M. E. O sexo do trabalho intelectual. In: FREITAS, M. E.; DANTAS, M. (Org.). *Diversidade sexual e trabalho*. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- GOFFMAN, E. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- HOFMANN, S. Tracing contradictions of neoliberal governmentality in Tijuana's sex industry. *Anthropology Matters Journal*, v. 15, n. 1, p. 62-89, 2013.
- JONES, J. *Racismo e preconceito*. São Paulo: USP, 1973.

REFERÊNCIAS

KOYAMA, M. A. H. Estigma, discriminação e HIV/ Aids no contexto brasileiro, 1998 e 2005. *Revista de Saúde Pública*, v. 42, n. 1, p. 72-83, jun. 2008.

LIMA, M. E. O.; MACHADO, C.; ÁVILA, J.; LIMA, C.; VALA, J. Normas sociais e preconceito: o impacto da igualdade e da competição no preconceito automático contra os negros. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 19, n. 2, p. 309-319, 2006.

LOYOLA, M. A. A antropologia da sexualidade no Brasil. *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, v. 10, n. 1, p. 143-167, jan./jun. 2000.

MCDAVID, J.; HARARI, H. *Psicologia e comportamento social*. Rio de Janeiro: Interciência, 1980.

MORRIS, C. G.; MAISTO, A. A. *Introdução à psicologia*. São Paulo: Pearson e Prentice Hall, 2004.

PAGER, D. Medir a discriminação. *Tempo Social*, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 65-88, nov. 2006.

PAGÈS, M.; BONETTI, M.; GAULEJAC, V.; DESCENDRE, D. *O poder das organizações*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

REICH, W. *A revolução sexual*. 8. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

SALLES, J. Frequência em sex shop ainda é tabu. *Unisanta Online*, n. 349, ano 13, out. 2010.

SARAIVA, L. A. S. Além dos estigmas profissionais. In: FREITAS, M. E.; DANTAS, M. (Org.). *Diversidade sexual e trabalho*. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

SCHILLING, F.; MIYASHIRO, S. Como incluir? O debate sobre o preconceito e o estigma na atualidade. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 243-254, maio/ago. 2008.

VERGARA, S. C.; GOMES, A. P. C. Z. Gênero no ambiente acadêmico. In: FREITAS, M. E.; DANTAS, M. (Org.). *Diversidade sexual e trabalho*. São Paulo: Cengage Learning, 2011.