

**UFRRJ  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR /INSTITUTO TRÊS RIOS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO  
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**DISSERTAÇÃO**

**(Des) Construção do Eu:  
Uma Análise Interpretativa do Consumo Liminar de Mulheres Transexuais**

**Míriam de Souza Ferreira**

**2019**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR /INSTITUTO TRÊS RIOS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA  
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**(DES) CONSTRUÇÃO DO EU:  
UMA ANÁLISE INTERPRETATIVA DO CONSUMO LIMINAR DE  
MULHERES TRANSEXUAIS**

**MÍRIAM DE SOUZA FERREIRA**

*Sob a Orientação do Professor*  
**Dr. Severino Joaquim Nunes Pereira**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Administração**, no Curso de Pós-Graduação em Administração, na área de concentração em Gestão e Estratégia.

Seropédica/RJ  
Janeiro 2019

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

F383 ( Ferreira, Miriam de Souza, 1990-  
(DES) CONSTRUÇÃO DO EU: Uma análise interpretativa  
do consumo liminar de mulheres transexuais / Miriam  
de Souza Ferreira. - 2019.  
84 f.

Orientador: Severino Joaquim Nunes Pereira.  
Dissertação (Mestrado). -- Universidade Federal Rural  
do Rio de Janeiro, Programa de Pós Graduação em  
Administração - Mestrado Acadêmico em Administração,  
2019.

1. Consumo. 2. Consumo Liminar. 3. Gênero. 4.  
Corpo. 5. Estigma. I. Pereira, Severino Joaquim  
Nunes, 1970-, orient. II Universidade Federal Rural  
do Rio de Janeiro. Programa de Pós Graduação em  
Administração - Mestrado Acadêmico em Administração  
III. Título.

**O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.**



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas/Instituto Multidisciplinar/Instituto Três Rios  
Programa de Pós-graduação em Administração-PPGA  
Mestrado Acadêmico em Administração-MAA

**MÍRIAM DE SOUZA FERREIRA**

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre, no Programa de Pós-Graduação em Administração, na área de concentração em Gestão e Estratégia.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 30/01/2019.

---

Prof. Dr. Severino Joaquim Nunes Pereira  
Orientador – Presidente  
Membro Interno  
UFRRJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Janaina nascimento Simões  
Membro Interno  
UFRRJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Denise Franca Barros  
Membro Externo  
UNIGRANRIO

## AGRADECIMENTOS

Cursar o mestrado acadêmico foi um grande desafio em minha vida. Não me envergonho em dizer que tive meus momentos de fragilidade e insegurança ao longo de todo este caminho. No entanto, tive a sorte de contar com o apoio de pessoas incríveis que apostaram no meu potencial ao longo de desta fase.

Assim, agradeço à minha família: ao meu pai, Izael, pela segurança que me proporcionou para que pudesse prosseguir com meus estudos; à minha mãe, Tania Maria, por ser minha grande incentivadora em todos os aspectos da minha vida; ao meu irmão Rodrigo, por ter me ajudado de diversas maneiras ao longo deste processo; e à minha avó Inalda pela generosidade ao compreender minhas ausências em decorrência das obrigações.

Agradeço à minha grande amiga, Rafaela Sorrentino, pelo suporte emocional e pelos encorajamentos que sempre me deu. Também sou imensamente agradecida ao amigo Pedro Carvalho e a toda a sua família – Beatriz, Carlos Alberto e Carlos Eduardo – pelo carinho e afeto durante este processo.

Agradeço aos meus amigos da turma do mestrado acadêmico do PPGA de 2017. Nós sentimos, vivemos e compartilhamos experiências e aspirações durante este tempo, e este convívio foi muito recompensador e me engrandeceu como pessoa.

Agradeço imensamente ao meu orientador, professor Dr. Severino Joaquim Nunes Pereira, pela paciência, dedicação e direcionamento investidos em mim durante esses quase dois anos de curso. Se é verdade que nós, orientandos, herdamos algumas características dos nossos mentores, gostaria de herdar dele sua organização e diligência.

Agradeço a todos os professores com quem tive a oportunidade de cursar disciplinas tanto na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, quanto àqueles que me proporcionaram esta oportunidade me acolhendo como aluna em outros programas - como a professora Denise Franca Barros (PPGA-Unigranrio) e o professor Luís Alexandre Grubits de Paula Pessoa (IAG – PUC Rio). Todo o conhecimento foi muito agregador e imprescindível ao meu crescimento pessoal e profissional.

E, por fim, agradeço à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela concessão de bolsa de estudos que financiou esta pesquisa.

## RESUMO

FERREIRA, Míriam de Souza. **(Des)Construção do Eu: Uma análise interpretativa do consumo liminar de mulheres transexuais**. 2018. 116p. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração). Instituto de Ciências Sociais Aplicadas/Instituto Multidisciplinar/Instituto Três Rios. Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, RJ, 2018.

O contexto brasileiro apresenta um modelo de sociedade com intensa desigualdade social, opressão e segregação em relação a população transexual (BALZER, 2007). Tal fato se traduz em uma perversa estatística que localiza o Brasil como país que mais assassina pessoas transexuais no mundo (ANTRA, 2018). Sabendo que o consumo é uma atividade cultural e que é através dele que um certo conjunto de princípios se tornam conhecidos – possibilitando a existência de modelos sociais, ou configurações de vida coletiva (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006) –, o objetivo deste estudo reside em compreender como ocorreu o consumo de mulheres transexuais no período da liminaridade relativa às suas construções identitárias nas adequações de gênero. Assim, foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório e descritivo orientada pelo paradigma interpretativista. A coleta de dados foi realizada por meio de observações em diversos eventos e locais frequentados pelo público transgênero – ou LGBT – e também através de nove entrevistas em profundidade com mulheres transexuais, uma vez que se desejava compreender as realidades, crenças e experiências deste grupo (MCCRAKEN, 1988). As respondentes desta investigação são residentes da cidade do Rio de Janeiro, com faixa etária compreendida entre 23 e 49 anos. Essas mulheres encontravam-se em momento de adequação identitária ou já tinham concluído a mesma há, no máximo, dez anos. Feita a coleta dos dados e a organização dos mesmos procedeu-se à análise interpretativa hermenêutica, pois esta abordagem permite aos pesquisadores compreenderem como consumidores interpretam as suas necessidades e desejos sobre produtos e serviços diante de suas respectivas condições de vida (THOMPSON, 1997). Os dados sugeriram que o consumo durante o período liminar da adequação de gênero de mulheres transexuais funcionou como redutor das instabilidades e incertezas inerentes deste período. Além disso, a análise também sugeriu que o estigma se apresenta como um fator externo causador de vulnerabilidades no consumo uma vez que pode extrapolar as tentativas de negociação por parte das sujeitas da pesquisa devido ao seu caráter estrutural.

**Palavras-chave:** Consumo; Liminaridade; Identidade; Gênero; Corpo

## ABSTRACT

FERREIRA, Míriam de Souza. **(Des)Construction of Me: An Interpretative Analysis of transsexual women's liminal consumption.** 2018. 116p. Dissertation (Academic Master in Administration). Instituto de Ciências Sociais Aplicadas/Instituto Multidisciplinar/Instituto Três Rios. Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, RJ, 2018.

The Brazilian context presents a model of society with intense social inequality, oppression and segregation regarding the transsexual population (BALZER, 2007). This fact translates into a perverse statistic that identifies Brazil as the country which kills the most transsexual people in the world (ANTRA, 2018). Bearing it in mind the consumption is a cultural activity and through it a certain set of principles become known - allowing the existence of social models, or configurations of collective life (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006) -, the objective of this study lies in understanding how the consumption of transsexual women occurred in the liminality related to their identity constructions on the gender adaptations. Thus, it was used a qualitative research of exploratory and descriptive character guided by the paradigm of interpretative research. Data collection was carried out through observations in various events and places attended by the transgender – or LGBT – public and also through nine in-depth interviews with transsexual women, since it has been wanted to understand the realities, beliefs and experiences of this group (MCCRAKEN, 1988). The respondents of this investigation are residents of the city of Rio de Janeiro, with ages between 23 and 49 years. These women were in a moment of identity adequacy or had already completed the limit of ten-year. After data collection and organization, a hermeneutic interpretive analysis was performed, since this approach allows researchers to understand how consumers interpret their needs and desires about products and services in relation to their respective living conditions (THOMPSON, 1997). The data suggested that consumption during the liminal period of gender adjustment of transsexual women functioned as a reduction of the inherent instabilities and uncertainties of this period. Moreover, the analysis also suggested that the stigma presents itself as an external factor causing vulnerabilities in consumption because it can extrapolate the negotiation which attempted by the subjects of the research due to its structural character.

**Keywords:** Consumption; Liminality; Identity; Gender; Body

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	1
1.1	Objetivos da Pesquisa .....	2
1.2	Suposição de Pesquisa .....	3
1.3	Delimitação .....	3
1.4	Justificativas teóricas e empíricas .....	3
2	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	5
2.1	Cultura e Consumo.....	5
2.2	Ritos de Passagem, Liminalidade e Consumo .....	10
2.3	Identities em Movimento e Consumo.....	14
2.4	Consumo e Estigma .....	17
2.5	Gênero .....	19
2.6	Corpo e consumo .....	25
3	<b>METODOLOGIA</b> .....	30
3.1	Coleta de dados.....	30
3.2	Método de Análise de dados .....	33
4	<b>ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	36
4.1	Consumo Preliminar: Estranhamentos e Desposseções.....	36
4.2	Busca de Informações .....	38
4.3	Corpos Consumidos .....	40
4.4	Vulnerabilidades do consumo liminar e pós-liminar de mulheres transexuais.....	47
4.5	Negociação da identidade liminar .....	49
4.6	Consumo e Estigma .....	52
4.7	Nome como posse .....	56
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	60
6	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	65
7	<b>ANEXOS</b> .....	74
7.1	Termo de Confidencialidade .....	74
7.2	Roteiro de Entrevista .....	75
7.3	Registros fotográficos.....	76

# 1 INTRODUÇÃO

O Brasil é, atualmente, o país onde mais se assassina pessoas transgênero no mundo. No ano de 2018, no estado do Rio de Janeiro ocorreram a maior parte destes homicídios (ANTRA, 2019). Segundo o relatório da ANTRA (2018) - Associação Nacional de Travestis e transexuais - apenas 9% desses crimes são, de fato, solucionados. Contudo, além da violência física e recorrentes homicídios, existe uma estigmatização generalizada que exime as chances de sobrevivência dessas pessoas na sociedade brasileira (BALZER et al., 2012). Deste modo, compreende-se a transexualidade como um tema que requer atenção de todos: Estado, organizações, pesquisadores e sociedade.

Não obstante, tamanha segregação social e hostilidade vivenciada por essas pessoas são resultados de discursos normativos de gênero que foram disseminados e reiterados em larga escala pela literatura médica que ditava – e ainda dita – “verdades” sobre a sexualidade (FOUCAULT, 1988). Entre essas verdades a determinação do corpo sexuado – dicotomizado em masculino ou feminino. Este pressuposto alicerça os argumentos acerca do sistema binário de gênero (BENTO, 2012).

O reconhecimento de um binarismo de gênero representado pelas figuras de “mulher” e “homem” como únicas categorias possíveis é uma construção da sociedade ocidental que emergiu a partir do século XVIII no discurso médico (CONNELL; PEARSE, 2015; FOUCAULT, 1988). Embora tentassem aparentar alguma neutralidade, estes discursos estavam repletos de pressupostos moralistas e religiosos que produziam supostas verdades sobre o sexo (FOUCAULT, 1988). De acordo com Bento (2012), além desta estrutura polarizar o masculino e o feminino, ela cria e multiplica o pressuposto de que o gênero representa o sexo e faz com que todas as outras dimensões constitutivas dos sujeitos estejam fixadas a essa determinação inicial. A premissa sexo-gênero-sexualidade que indica que se um indivíduo nascer com um determinado atributo biológico, terá sua identidade de gênero e sexualidade previamente definidas (LOURO, 2004) é um exemplo disso.

No entanto no que diz respeito essas identidades de gênero binárias, são estruturas criadas a partir da performatividade, ou seja, através da repetição de atos, gestos e signos no âmbito sociocultural (BUTLER, 2015). Para Butler (2015) tais identidades são “feitas” a partir dessa reprodução repetida de atos que visam exibir uma identidade de gênero naturalizada, tomada como dada, mas que não existe de fato.

Assim, a transexualidade apresenta-se como contraponto a essa estrutura socialmente arraigada, uma vez que provoca descontinuidade neste cânone social (CONNELL, 2016). As mulheres transexuais, por exemplo, ainda que tenham sido designadas enquanto homens no nascimento (de acordo com seus atributos biológicos), se reconhecem enquanto mulheres, e, frequentemente realizam readequações que julgam necessárias para vivenciar de forma confortável essa identidade de gênero (BENEVITES, 2018).

Neste estudo, compreende-se esse momento de readequação identitária como uma fase de liminaridade. A liminaridade é a fase mais conturbada de um rito de passagem, pois ela representa um momento “interestrutural”. Um momento que o sujeito está externo à estrutura social (TURNER, 2005, p.137). De acordo com Turner (1974, p.117), pessoas que passam pelo período liminar “furtam-se ou escapam a rede de classificações que normalmente determinam a localização de estados e posições num espaço cultural”. E no caso deste estudo, como escopo de pesquisa corresponde à mulheres que se autodenominassem transexuais, essas classificações as quais Turner (1974) se refere dizem respeito às identidades de gênero binárias. No momento de adequação identitária a sujeita já realizou a separação de uma posição nessa estrutura social – a identidade de gênero masculina – e está construindo uma nova identidade baseada em um outro ponto instituído como estável nessa estrutura – a identidade de gênero feminina.

Assim, este momento de readequação aparenta fornecer descobertas profícuas nos estudos de consumo, pois enquanto as sujeitas buscam enquadramento em uma identidade localizada na estrutura social, inevitavelmente vivenciarão e expressarão a ambiguidade liminar por meio de uma rica variedade de símbolos (TURNER, 1974). A compreensão teórica acerca do consumo liminar, emerge como o consumo daqueles que “existem e consomem no meio do caminho, ao longo de um limiar de identidades suspensas” que não pertencem a nenhuma identidade reconhecida dentro dos limites da estrutura social (CODY, 2012, p. 61). E traz *insights* importantes, na medida em que a liminaridade se apresenta como um momento de escuridão frutífera, de onde novas formulações sociais podem surgir.

Além disso, sabendo que a condição de liminaridade traz para os sujeitos liminares rejeições sociais e discriminações, realizar investigações com este grupo é necessário para que se fomente o debate acerca de problemas sociais, reduza vulnerabilidades e evite que organizações, Estado e sociedade continuem reproduzindo um ciclo vicioso de discriminações.

Embora diversos estudos culturais de consumo - como Pereira e Ayrosa (2012), Rocha, Schott e Casotti (2016) e de Fontes, Borelli e Casotti (2012) – tivessem abordado a temática do gênero no contexto brasileiro de maneira relevante, notou-se incipiência de estudos que buscassem aprofundamento sobre particularidades do consumo da população transgênero. Dessa forma, o estudo desse grupo é relevante na medida em que se trata de um grupo historicamente perseguido e marginalizado (BALZER et al., 2012), pois, segundo Sandikic e Ger (2012) quando um indivíduo passa por experiências de estigmatização social geralmente ocorrem importantes ramificações sobre maneira como este sujeito se relaciona com a vida em geral e o consumo em particular. Assim, o objetivo desta investigação consiste em compreender de que maneira ocorre o consumo de mulheres transexuais na liminaridade relativa às suas construções identitárias nas adequações de gênero.

Este trabalho dialoga com vários estudos culturais de consumo, como os de Crockett (2017), Rocha, Schott e Casotti (2016), Scaraboto e Fisher (2013) e Sandikic e Ger (2009) ao abordar estigma no consumo, com o estudo de Schouten (1991b) em torno dos temas corpo e ritos de passagem, com o estudo de Thompson e Haytko (1997), Tsai (2004) e de Ruvio e Belk (2013), ao falar de consumo e relações de gênero, com o de Cody e Lawlor (2011) ao tratar do consumo liminar, e talvez se aproxime mais ainda do trabalho de Pereira (2009) ao falar de consumo, estigma, corpo e ritos de passagem.

## **1.1 Objetivos da Pesquisa**

### **1.1.1 Objetivo geral**

Compreender de que maneira ocorre o consumo de mulheres transexuais na liminaridade relativa às suas construções identitárias nas adequações de gênero.

### **1.1.2 Objetivos específicos**

- Identificar as categorias de consumo utilizadas por mulheres transexuais na liminaridade;
- Descrever aspectos do consumo simbólico frente ao estigma social;
- Verificar a percepção de mulheres transexuais sobre os produtos e serviços para mudanças corporais disponíveis pelo mercado;
- Investigar que tipo de posses ou serviços deixaram de ser consumidos na adequação de gênero;
- Averiguar os tipos de posses ou serviços que passaram a ser consumidos a partir da liminaridade.

## 1.2 Suposição de Pesquisa

A suposição deste estudo é que durante o período liminar de mulheres transexuais, o consumo pode emergir como um recurso para que essas pessoas se sintam aceitas socialmente assim como foi percebido em estudos similares de grupos estigmatizados – Sandikci e Ger (2009). Isso possivelmente ocorreria partir de um jogo de identidades, comum ao período de liminaridade (SCHOUTEN, 1991a) e ao denominado consumo liminar (CODY, 2012), pois de acordo com Turner (2005) esta fase pode descrever uma condição subjacente que permeia todos os aspectos da realidade do ser, incluindo a experiência do consumidor. Assim, pressupõe-se que essas pessoas experimentarão, negociarão e projetarão possibilidades de si mesmas a partir da utilização de posses – tangíveis e intangíveis – que proporcionarão ganhos simbólicos e hedônicos para elas.

## 1.3 Delimitação

O presente estudo visou analisar a luz das Teorias da Cultura do Consumo (ARNOULD; THOMPSON, 2005) de que maneira ocorre o consumo de mulheres transexuais na liminaridade relativa às suas construções identitárias nas adequações de gênero. Portanto, esta pesquisa seguiu como aqui descrito.

O grupo escolhido foi composto por pessoas que se autodeclararam mulheres transexuais – cuja adequação de gênero se deu no sentido *Male-to-Female*. Excluiu-se deste escopo homens transexuais pois devido ao sistema binário de gênero, os significados culturais atribuídos à identidade de homem são diferentes dos significados culturais referentes à identidade de mulher. Além disso, supõe-se que a dimensão do estigma em relação às mulheres transexuais ocorre de maneira mais latente do que por homens transexuais, uma vez que 94% dos assassinatos cometidos contra pessoas transexuais no ano de 2017 foram direcionados a pessoas do gênero feminino (ANTRA, 2018).

Quanto à faixa etária das respondentes foram escolhidas aquelas acima de 18 anos de idade. Esta delimitação ocorreu devido a questões práticas pois entrevistar pessoas que não tivessem atingido a maioridade legal implicaria consentimento dos responsáveis legais e, com isso, mais um processo. E, por fim, o período da adequação de gênero focalizado neste estudo é a liminaridade que, consiste em uma fase transitória híbrida, caracterizada por ambiguidades, indeterminações, contradições e indefinições de limites (TURNER, 2005). Por isso, é a fase do rito de passagem em que os indivíduos podem experimentar, projetar e negociar suas identidades a partir do consumo (SCHOUTEN, 1991a).

E, por fim, neste estudo entende-se gênero não a partir da essencialidade da diferença sexual, mas sim a partir do princípio de que este constitui uma identidade fluida, “uma identidade tenuemente construída no tempo, instituída num espaço externo por meio de uma repetição estilizada de atos” (BUTLER, 2015, p.242).

## 1.4 Justificativas teóricas e empíricas

Esta pesquisa possui relevância teórica ao passo que poderá contribuir de maneira significativa para os estudos de gênero e de consumo enquadrados na *Consumer Culture Theory* (ARNOULD; THOMPSON, 2005). Acredita-se que este estudo contribui de forma significativa para pelo menos duas destas perspectivas: os projetos de identidade do consumidor e, ainda, os padrões de consumo sócio histórico e suas hierarquias. Na primeira, a questão da transformação de identidade de gênero pode proporcionar novas descobertas sobre como os recursos simbólicos e míticos do mercado operam nesta dinâmica de intensa transição. Já quanto aos padrões de consumo sócio histórico do mercado, este estudo pode mostrar como as categorias de gênero e instituições – como Estado e as ciências médicas – moldam o comportamento destas consumidoras.

Este estudo é relevante teoricamente, pois traz contribuições para essa agenda de pesquisas ao investigar: de que maneira o padrão de consumo socialmente construído em torno das expressões binárias de gênero influenciaram o consumo de pessoas transexuais, ou como tais identidades foram construídas e negociadas a partir da existência dos estigmas sociais ou, ainda, por verificar os tipos de práticas de consumo que moldam o consumo liminar.

Embora se tenha notado algumas iniciativas do campo do consumo com estudos de pessoas transgênero – como em Ruvio e Belk (2013) e Tsai (2004) – não se pode dizer que existe uma extensa produção acadêmica em relação ao consumidor transexual no momento, principalmente no contexto brasileiro. Investigar as identidades transgênero em pesquisas acadêmicas é útil na medida em que a compreensão das práticas de consumo por parte deste grupo somada à divulgação dos resultados para as comunidades acadêmica, corporativa e para o público em geral permite um melhor entendimento das necessidades destes indivíduos por parte das empresas, do Estado e da sociedade como um todo. A nível gerencial, isso abre uma janela de oportunidades para os empreendedores atentos que observarem, por meio deste estudo, as principais demandas deste público – atendimento adequado, humanizado, treinamento de pessoal para lidarem com as diversidades de identidades de gênero.

Além disso, como relevância social, tal estudo auxiliará na promoção da visibilidade de pessoas transexuais, que lamentavelmente ainda são muito estigmatizadas. São indivíduos privados de suas liberdades e da vida em sociedade, relegados a ofícios nos quais ficam sujeitos a riscos e práticas de violência, como a prostituição (BALZER *et al.*, 2012). Tal investigação poderá refletir em maior qualidade de vida e bem-estar para este público ainda tão marginalizado socialmente, pois uma vez enxergadas como consumidoras pelas indústrias – e como sujeitos de direitos pelo Estado a partir da promoção de políticas públicas adequadas –, pessoas transexuais terão acesso a produtos e serviços de qualidade de acordo com suas demandas.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo será apresentado todo o arcabouço teórico utilizado na presente investigação. Na primeira seção é apresentada uma discussão acerca da cultura e consumo e suas diferentes concepções, além de posicionar o estudo na perspectiva da Teoria da Cultura do Consumo (TCC) como uma lente teórica profícua em estudos interpretativos como este. A seção subsequente apresenta-se o conceito antropológico da liminaridade e de consumo liminar. Posteriormente, apresenta como o consumo tem sido utilizado na construção das múltiplas identidades que o sujeito pós-moderno pode assumir. Na quarta seção aborda-se os fundamentos acerca do estigma e como este reflete nas práticas de consumo. Após isso discute-se o conceito de gênero e como este evoluiu dentro e fora dos estudos de consumo, seguindo de uma explanação acerca das concepções de identidade de gênero, transexualidade e como o estigma associado à população transexual implica em condições de vulnerabilidade para estas pessoas no domínio do consumo – e até mesmo externamente a ele. E, por fim, realiza-se uma explanação teórica acerca do conceito de corpo, de corpo sexuado e como a temática é recorrentemente explorada nos estudos de consumo.

### 2.1 Cultura e Consumo

O consumo é um fenômeno notoriamente cultural, isso explica o fato das pessoas constantemente utilizarem significados dos bens de consumo para exteriorizarem seus ideais, manter estilos de vida, construir identidades, criar e resistir às mudanças culturais (MCCRACKEN, 2010). A relação dos seres humanos com os bens é algo manifesto em toda e qualquer sociedade, desde a mais urbana e capitalista, até uma sociedade primitiva (MILLER, 2013).

Para Barbosa (2004, p.13), as atividades mais corriqueiras do dia-a-dia criam e delimitam “estruturas de significados e o fluxo da vida social através dos quais identidades, relações e instituições sociais são formadas, mantidas e mudadas ao longo do tempo” (BARBOSA, 2004, p.13). Já para Daniel Miller, antropólogo e estudioso da cultura material: “a melhor forma de entender, transmitir e apreciar nossa humanidade é dar atenção à nossa materialidade fundamental” (MILLER, 2013, p.10).

Não obstante, nota-se ainda a existência de várias abordagens que discutem o consumo através de um “preconceito antimaterial” (MILLER, 2007, p. 34) ou do bias produtivista<sup>1</sup> (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Contudo, esta percepção do consumo como algo maligno, indigno, e até mesmo apocalíptico não surgira apenas com o consumo de massas moderno. Miller (2007) nota que mesmo no período do cristianismo medieval, a compreensão que se tinha acerca do consumo estava ligada a um pecado capital como a luxúria.

Consequentemente, os estudos de consumo, por algum tempo, foram esquecidos pelos intelectuais e acadêmicos nas ciências sociais, visto que havia uma desqualificação moral e ideológica que impedia que o consumo fosse tratado como uma problemática (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Embora a crítica moral estivesse sempre presente nas discussões sobre consumo, uma mudança ocorreu por volta da década de 1980 quando sociólogos passaram a se interessar pela temática (BARBOSA, 2004).

Assim, segundo Izberk-Bilgin (2010) ainda que autores – como Marx, Horkheimer e Adorno, Ewen, e Baudrillard – tivessem incorporado críticas à cultura do consumo e descrito ela como um discurso aprisionador dos seres humanos, outros teóricos – como Douglas e

---

<sup>1</sup> “É a expressão corrente no âmbito dos estudos de consumo para se referir à tradição intelectual e acadêmica, que remonta ao século XIX e que prevaleceu até meados da década de 1980 nas ciências sociais e na história, que sempre devotou grande parte dos seus esforços ao entendimento do lado e da produção em vez do da demanda, na equação econômica.” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 29)

Isherwood, Bordieu e De Certeau –, interpretaram o consumo como uma possibilidade de agência, empoderamento e resistência por parte dos consumidores. Nesta segunda visão, acredita-se que é por meio das micro-táticas do consumo que os indivíduos conseguem, sutilmente, desafiar o *status quo*.

Para Barbosa (2004), um dos pressupostos que fez com que muitos estudos se debruçassem sobre o tema foi o fato da sociedade moderna contemporânea ser considerada uma sociedade de consumo, pois a partir desta caracterização, foi possível discutir questões relacionadas à natureza da realidade (BARBOSA, 2004). Um dos autores mais influentes acerca do tema é Jean Baudrillard, que, na verdade, expõe uma crítica à produção do consumo.

Para Baudrillard (2008), o consumo invade e organiza toda a vida quotidiana, homogeneizando-a em diversos aspectos. Assim, o consumo, não estaria imbricado às práticas materiais como as roupas que se usa ou o carro que se possui, mas sim à “organização de todas essas coisas num tecido significativo: o consumo é um discurso mais ou menos coerente constituído pela totalidade virtual de todos os objetos e mensagens” (BAUDRILLARD, 2008, p.200). Na perspectiva deste autor, o consumidor apresenta uma posição passiva frente a um circuito de símbolos supérfluos os quais ele consome de maneira acrítica. Slater (2001) reconhece que os surgimentos tanto da sociedade de consumo quanto da cultura do consumo estão relacionados ao período moderno.

Para os críticos da cultura do consumo, a cultura representa um ideal social da pré-modernidade (SLATER, 2001). Ou seja, visualizam a cultura um “um modelo de valores e processos sociais que constitui um ‘tribunal de apelação’, um tribunal diante do qual a vida cotidiana do mundo moderno precisa curvar-se à espera do julgamento” (SLATER, 2001, p. 68). Desta maneira, argumentam que este modelo de cultura, cujos valores foram alicerçados pela ordem social tradicional, possui um caráter mais elevado do que a cultura dita “de massas” resultante do mundo moderno. Assim, o próprio termo “cultura de consumo”, segundo seus críticos é contraditório, uma vez que seria através desta cultura de massas – vista como ilegítima – que os ideais românticos da pré-modernidade colapsariam (SLATER, 2001).

No entanto, ainda que a cultura do consumo seja compreendida nos termos de uma sociedade pecuniária onde o valor dos indivíduos está em suas posses e não em quem eles realmente são (SLATER, 2001), ela também traz o pressuposto de autonomia, soberania, e até mesmo, empoderamento do consumidor, como visto anteriormente. Outro argumento da cultura do consumo é que através desta, o estilo de vida passou a expressar a individualidade, auto expressão, estilo pessoal e autoconsciente (BARBOSA, 2004).

Para Barbosa e Campbell (2006), o consumo na sociedade contemporânea é percebido como um potencial criador de sentidos e identidades, e mais que isso, uma categoria central na designação desta sociedade, pois é através dele que as pessoas resgatam sua segurança ontológica. Este ponto é corroborado por Wallendorf e Arnould (1991), que trazem à tona um exemplo de como consumidores norte-americanos utilizam de um ritual de consumo – o dia de ação de graças – para moldar a cultura e criar um modelo de vida social que negocia valores de abundância e, ao mesmo tempo, simplicidade e não desperdício. Deste ponto de vista, pode-se perceber o consumo como um instrumento de construção/reafirmção da cultura.

A palavra cultura tal como é compreendida nos dias atuais foi explicitada primeiramente por Tylor (1871 apud LARAIA, 2001): “em seu amplo sentido etnográfico é este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. De acordo com McCracken (2010) a cultura estabelece a maneira pela qual o mundo é visto, e, para além disso, ela também “determina as coordenadas da ação social e da atividade produtiva, especificando comportamentos e os objetos que delas emanam” (MCCRACKEN, 2010, p.101).

Para McCracken (2010), o primeiro lugar onde pode-se localizar o significado é no mundo culturalmente construído, depois nos bens e posteriormente nos consumidores

individuais. O significado pode ser classificado nos termos das categorias<sup>2</sup> ou dos princípios culturais<sup>3</sup>. Já o mundo culturalmente construído é a “lente cultural” através da qual o indivíduo vê o mundo, ou seja: são os pressupostos, crenças e costumes constituídos pela cultura na qual se vive. Isso é corroborado pela concepção de valor-signo difundida por Baudrillard (2008), que implica que todos os objetos na contemporaneidade são mais do que mercadorias, são sobretudo emissários de significações assentadas em um código cultural e social. Assim, o consumo também possui a função de distinguir socialmente, como mecanismo de hierarquização social. Isso vai ao encontro da perspectiva de Douglas e Isherwood (2006, p.114), que implica que além dos bens serem “a parte visível da cultura”, eles são também classificados hierarquicamente oferecendo estratégias de discriminações.

No entanto, na visão de Douglas e Isherwood (2006) o consumo é uma atividade cultural que se estende a todos os tipos de sociedade, pois, a capacidade dos bens de tornarem um certo conjunto de princípios – uma base de significados partilhados – conhecidos possibilita a existência de modelos sociais, ou configurações de vida coletiva. Desta maneira, produtos e bens dão estabilidade e visibilidade às categorias culturais (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006). Por isso, os estudos de consumo são necessários de serem compreendidos a partir de uma contextualização cultural.

O comportamento do consumidor pode ser compreendido a partir de três abordagens já institucionalizadas: a *Behaviorial Decision Theory* (BDT), *Information Processing*; e a *Consumer Culture Theory* (CCT). A primeira utiliza-se da economia e psicologia cognitiva para investigar a racionalidade no consumo. A segunda opera como uma complementação para as abordagens mais racionalistas, e enfoca em processos de informação para a tomada de decisão, atentando para questões como emoções, humor, atitude, aspectos conscientes e subconscientes do consumidor. E a terceira – e mais recente destas perspectivas – trata da dinamicidade presente nas relações dos consumidores, mercado e significados culturais (CASOTTI; SUAREZ, 2016). Tal abordagem não representa uma única teoria unificada, mas sim uma família de abordagens teóricas. Neste estudo o comportamento do consumidor será compreendido através da lente teórica da CCT, a qual será melhor explicada na seção subsequente.

#### 1.4.1 A teoria da cultura do consumo (TCC)

As pesquisas que investigavam o consumo tiveram uma evolução histórica desde a década de 1960. Tal mudança culminou no surgimento de uma nova perspectiva teórica que passou a receber o aporte de teorias culturais e sociais derivadas da antropologia e sociologia (JANTZEN; ØSTERGAARD, 2001). Por volta da década de 1980, derivados de toda esta transformação, os estudos culturais de consumo emergiram e começaram a abarcar aspectos como construções identitárias, dinâmicas socioculturais ritualísticas, padrões de consumo sócio histórico e estratégias interpretativas dos consumidores frente as ideologias veiculadas pelas mídias de massa no mercado (ARNOULD; THOMPSON, 2005). Embora existissem desde então, o “rótulo” CCT foi efetivamente atribuído às pesquisas culturais de consumo somente após vinte anos de atividade por Arnould e Thompson (2005). Segundo os autores:

A CCT é uma tradição interdisciplinar de pesquisa que tem conhecimento avançado sobre a cultura do consumidor (em todas as suas manifestações heterogêneas) e gerou empiricamente descobertas e inovações teóricas fundamentadas que são relevantes

---

<sup>2</sup> Que são diferenciações através das quais a cultura segmenta o mundo dos fenômenos. Elas determinam a maneira pela qual o mundo será dividido. Assim bens de consumo poderiam ser categorizados por pessoas, idade do consumidor, sexo, classe social, profissão, entre outras (MCCRACKEN, 2010)

<sup>3</sup> São as ideias e valores que norteiam a organização, avaliação e construção dos fenômenos culturais, distinguindo-os, classificando-os e inter-relacionando-os (MCCRACKEN, 2010).

para uma vasta constituinte na base das disciplinas das ciências sociais, arenas de políticas públicas e setores gerenciais. (ARNOULD; THOMPSON, 2005, p.869)

Kassarjian e Goodstein (2010) pontuaram que o prólogo desta perspectiva teórica ocorreria com o projeto da Odisseia do Consumidor. Segundo Kassarjian (1987), a Odisseia do Consumidor, foi inicialmente uma ideia de Russell Belk, que mandou cópias de uma carta para nove outros pesquisadores do comportamento do consumidor convidando-os para uma jornada que percorreria diversos estados dos EUA a fim de documentar qualitativamente variados comportamentos do comprador e consumidor por meio de entrevistas gravadas em vídeo, fotos, notas de campo, áudios em fitas e também por meio de jornais impressos. Os resultados dessa jornada junto a outras pesquisas interpretativas anteriores – como em *Symbols for Sale*, de Sidney Levy (1959) – formaram as bases para a consolidação da CCT no futuro (KASSARJIAN, 1987).

Desta maneira, a CCT não representa uma teoria unificada, ao contrário, “ela se refere a uma família de perspectivas teóricas que abordam as relações dinâmicas entre as ações do consumidor, o mercado e os significados culturais” (ARNOULD; THOMPSON, 2005, p.868). Em artigo publicado dois anos mais tarde Arnould e Thompson (2007, p.7, grifo nosso) sugerem uma correção: “um termo mais epistemologicamente apropriado teria sido *Teorias da Cultura do Consumo*”, visto que tal rótulo representaria de maneira mais apropriada a heterogeneidade teórica, ontológica e epistemológica que favoreceu a emergência deste fluxo de pesquisa.

Neste contexto a cultura do consumo compreende uma disposição social na qual os mercados mediam as relações entre a cultura vivida e os recursos sociais e também entre as formas significativas de vida e os recursos materiais e simbólicos dos quais tais relações dependem (ARNOULD; THOMPSON, 2005). Assim, o consumidor é visto como potencial criador da cultura, visto que a “CCT conceitua a cultura como a própria tela de experiência, significado e ação” (GEERTZ, 1983 apud ARNOULD; THOMPSON, 2005, p. 869).

As quatro perspectivas que formam o *framework* do CCT são: (1) projetos identitários dos consumidores, (2) culturas de mercado, (3) o padrão de consumo sócio histórico e (4) as ideologias de mediação em massa do mercado e estratégias interpretativas dos consumidores (ARNOULD; THOMPSON, 2005). Cada uma dessas quatro categorias de pesquisa elencam um motivo teórico recorrente que perpassa um determinado contexto e questões de pesquisa particulares, gerando semelhanças conceituais entre esses diferentes estudos (ARNOULD; THOMPSON, 2007).

A primeira aborda questões de como as identidades, imagens, as extensões da identidade são construídas, além dos pontos de conflitos e contradições internas e culturais e como que o consumidor lida com isso. Parte-se da premissa de que consumidores no geral – até os que não dispõem de recursos –, constroem sentidos coerentes, diversificados e, até mesmo, fragmentados de suas identidades a partir dos recursos simbólicos e míticos do mercado. Projetos de construção identitária são marcados por momentos de conflitos e contradições internas, e para enfrentar isso consumidores podem valer-se de mimetização de estratégias, mecanismos compensatórios e sobreposição de ideais e significados aparentemente antitéticos (ARNOULD; THOMPSON, 2005). Um estudo empírico brasileiro que representa esta abordagem é o de Pereira e Ayrosa (2012b), que mostram como um grupo de gays masculinos do Rio de Janeiro consomem seus corpos, moldando-os para que sua representação seja mais aceita socialmente e também valorizada dentro do próprio grupo. Deste modo, o corpo funciona como um “marcador” identitário a nível grupal (BELK, 1988), uma representação da identidade do indivíduo enquanto componente daquele grupo social.

A segunda perspectiva evidencia uma oposição das perspectivas antropológicas que enxergavam pessoas como meras portadoras da cultura. Percebe-se o consumidor como

produtor da cultura e busca-se compreender “como o surgimento do consumo como prática humana dominante reconfigura os planos culturais para ação e interpretação e vice-versa” (ARNOULD; THOMPSON, 2005, p.873). Esta perspectiva surgiu a partir dos construtos sobre neotribalismo, segundo o qual, diante das condições alienantes e isolantes resultantes da globalização e sociedade pós-industrial os consumidores criam identificações efêmeras coletivas e participam de rituais que se baseiam em interesses comuns de estilo de vida e atividades de lazer. Logo, tais pesquisas compreendem culturas de consumo, subculturas de consumo, estilos de vida suburbano, comunidades de fãs, comunidades de consumo temporário, entre outros. Um clássico exemplo sobre este tipo de pesquisa é o estudo de Schouten e McAlexander (1995), no qual os autores realizaram uma etnografia acerca da estrutura da subcultura existente em torno dos donos de motos Harley-Davidson e mostram como os valores centrais – liberdade pessoal, patriotismo/herança americana e machismo – desta subcultura são expressos por meio do consumo e como os próprios comportamentos devotados de seus membros contribuem para a popularidade da marca.

No que tange as investigações sobre o padrão de consumo sócio histórico, os estudos visam mostrar como estruturas sociais – como classe, comunidade, etnia e gênero – e instituições moldam hierarquicamente as escolhas e comportamentos de consumo. A investigação de Thompson e Haytko (1997) mostrou como os discursos de moda contemporâneos refletem tensões em relação às crenças tradicionais historicamente predominantes nos discursos de moda. Observou-se nos discursos de moda recentes a transgressão destas relações de gênero construídas socialmente que, de alguma maneira, eram “tomadas como dadas” nos discursos tradicionais. No contexto brasileiro pode-se citar também o estudo de Rocha, Schott e Casotti (2016) que mostra como a valorização social dos traços estéticos europeus no Brasil moldou o comportamento de consumo de mulheres negras brasileiras, que, por vezes, optam por alisamentos com a finalidade de “adequação” a este padrão estético. No estudo de Fontes, Borelli e Casotti (2012), as autoras mostraram como as concepções tradicionais de gênero influenciam o comportamento do consumidor masculino no mercado da beleza e estabelecem “fronteiras” de consumo.

E, finalmente, no viés que representa as ideologias de mediação em massa do mercado e estratégias interpretativas dos consumidores, busca-se entender como consumidores leem e interpretam as mensagens normativas sobre consumo transmitidas pelas mídias de massa. Tal abordagem revela como alguns abraçam essas ideias e outros, pelo contrário, tecem críticas ao capitalismo normativo e a este marketing (ARNOULD; THOMPSON, 2005). Como exemplo deste tipo de pesquisa pode-se citar o trabalho de Scaraboto e Fischer (2013), que mostram como consumidoras *plus size* confrontaram as normas que ditam como socialmente aceitáveis somente os corpos magros. Essas consumidoras, nomeadas como “fatshionitas” se mobilizaram no sentido de mostrar suas próprias preferências e estilos em relação à moda, estabelecendo uma oposição ao mercado de moda tradicional que vem, há tempos, desconsiderando as necessidades deste público.

Observadas estas perspectivas, conclui-se que estudos da CCT demonstram um paradigma diferente daquele que privilegia experimentos controlados em laboratórios. Estas pesquisas buscam compreender “pessoas reais no mundo real em situações descontroladas. Os dados coletados em campo são então analisados, organizados e apresentados em uma tentativa de entender melhor o que é que os consumidores realmente fazem e pensam” (KASSARJIAN; GOODSTEIN, 2010, P. 70).

Neste sentido, vale salientar que “teóricos da cultura do consumidor não estudam contextos de consumo; eles estudam em contextos de consumo para gerar novas construções e ideias teóricas e para estender as formulações teóricas existentes” (GEERTZ, 1973 apud ARNOULD; THOMPSON, 2005, p.869). Casotti e Suarez (2016) apontam que as

características históricas e culturais que formam a essência multicultural no Brasil, fazem deste país um contexto relevante para as pesquisas CCT.

Diante disso, a escolha de tal perspectiva teórica é indispensável, pois neste contexto observa-se considerável diversidade étnica, desigualdade de classes e histórico político de opressão e segregação com a população transexual (BALZER, 2007). No entanto, toda essa invisibilidade e segregação social pode também ser compreendida à luz dos estudos antropológicos acerca da liminaridade, devido ao seu caráter externo às estruturas sociais (TURNER, 2005). Assim, a próxima seção dedica-se a explicar a liminaridade e suas possíveis implicações nos estudos de consumo.

## 2.2 Ritos de Passagem, Liminaridade e Consumo

A liminaridade é um dos principais conceitos deste estudo. No entanto, dissertar sobre liminaridade exige abordar também o conceito de ritos de passagem, pois esta corresponde a uma fase intermediária deste rito. Os ritos de passagem são aqueles que “acompanham qualquer mudança de lugar, estado, posição social ou idade” (TURNER, 2005, p. 138). Para Rook (1985, p.86) estes ritos correspondem a observação de “eventos que marcam simbolicamente mudanças no status social dos indivíduos”.

Sabendo que mulheres transexuais vivenciam a contradição entre identidade de gênero e os atributos do corpo biológico (CONNELL, 2016), compreende-se esta readequação identitária como uma fase de liminaridade, uma vez que essas mulheres estão em “trabalho de transição” (CONNELL, 2016, p. 244) em busca de identidades mais harmônicas para si mesmas. Esta readequação implica atividades diversas como:

Obter recursos, apoio pessoal, cuidados pós-operatórios, documentação legal, achar moradia, lidar com crises de relacionamento, com um ambiente de trabalho ou procurar emprego, lidar com mudanças corporais, ganhar reconhecimento social, e lidar com a hostilidade. (CONNELL, 2016, p. 244).

Assim, a passagem de gênero *male-to-female* de mulheres transexuais é compreendida aqui como um rito de passagem, pois é um momento que delimita a desconstrução de uma identidade de gênero atribuída – não escolhida – por essas sujeitas (a de homem) e a construção de uma nova identidade (a de mulher).

De acordo com Gennep (2011), a vida em qualquer tipo de sociedade implica em sucessivas passagens: “a vida individual consiste em uma sucessão de etapas, tendo por término e começo conjuntos da mesma natureza, a saber: nascimento, puberdade social, casamento, paternidade, progressão de classe, especialização de ocupação, morte” (GENNEP, 2011, p. 24). Assim, segundo este autor, ao serem analisados, os ritos de passagem se decompõem em três categorias secundárias: (1) os ritos de separação (ritos preliminares), (2) ritos de margem (liminaridade) e os (3) ritos de agregação (ritos pós-liminares).

(1) Os ritos de separação correspondem a fase inicial, em que o comportamento simbólico do indivíduo aponta para a separação do status ou identidade anterior ou de um papel ele desempenhava na estrutura social (TURNER, 2005). No caso deste estudo esta identidade desempenhada anteriormente pode ser representada pela categoria social de homem, pois era assim que as informantes eram socialmente reconhecidas ou como assim foram impostas a elas. Schouten (1991a), salienta ainda que a separação é marcada por uma espécie de “faxina” de consumo pelo fato do sujeito descartar objetos que evoquem lembranças de sua identidade anterior. No caso deste estudo, pressupõe-se que poderão ocorrer neste momento rituais de despojamento (MCCRACKEN, 2010) ou processos de desposseção (ROSTER, 2001).

Os rituais de despojamento refletem o momento que o consumidor tenta desassociar do bem as propriedades individuais que este possui (MCCRACKEN, 2010). De acordo com

McCracken (2010), pode ocorrer de duas formas: quando se adquire um bem de outrem – o consumidor tenta eliminar o significado relacionado ao antigo proprietário para não se “contaminar” com aquela identidade – ou quando se pretende dispensar um bem – o consumidor tenta esvaziar todo significado que já fora investido no bem por ele mesmo. Já os processos de desposseção, vão além do ato de descarte, pois de acordo com Roster (2001, p. 429) “representa o processo psicológico mais amplo através do qual uma pessoa se sente física ou emocionalmente desapegada e separada de uma posse sob seu controle”. Já o ato de descarte significa apenas a separação física ou legal de controle sobre uma posse (ROSTER, 2001), o que não, necessariamente, implica que o indivíduo se desassocie emocionalmente daquele bem.

No estudo de Pereira (2009), indicou, por exemplo, que o processo de desposseção de objetos foi utilizado por consumidores homossexuais no período denominado por “luto”, quando se afastaram do mundo heterossexual e promoveram, de maneira gradativa, o ato de descarte de suas posses associadas à identidade anterior. Assim, com este ato de descarte os consumidores demonstraram que aqueles bens não mais carregavam as idiossincrasias e subjetividades da nova identidade.

(2) O período liminar, liminaridade ou ritos de margem apresentam um contraponto ao modelo tradicional da sociedade ocidental, pois uma de suas principais características referem-se ao seu caráter “interestrutural” (TURNER, 2005, p.137). Neste caso a liminaridade ocorre externamente à estrutura estabelecida socialmente e culturalmente, pois ocorre depois de sair dessa estrutura e antes de retornar à mesma–, como um local onde novas configurações de ideias e relações podem emergir. Este estudo irá focar em como ocorrerá o consumo dessas mulheres nesta fase do rito de passagem de adequação de gênero, justamente por representar um momento de ausência de identidade e instabilidade social do sujeito.

O modelo de sociedade ocidental requer uma “estrutura de posições” formada geralmente por constantes sociais – como estatuto legal, profissão, ocupação e categorias sociais (TURNER, 2005). Tais constantes, para Turner (2005) designam o estado do indivíduo, que poderia ser, por exemplo: estado de solteiro, estado de adulto, estado de casado. Assim, o estado é compreendido como “uma condição relativamente fixa ou estável”, e culturalmente reconhecida (TURNER, 2005, p.137), como a própria identidade de gênero masculina. Deste modo, o sujeito que está passando por este período de liminaridade, por não se enquadrar em nenhuma dessas categorias predeterminadas de gênero, passa por um momento de invisibilidade social pois os membros da sociedade costumam enxergar e reconhecer aquilo que estão condicionados a ver de acordo com as definições e classificações culturais.

Assim, o ser transacional, ou *persona* liminar é, segundo Turner (2005), indefinível, pois ao mesmo tempo que não é mais classificado de acordo com seu estado anterior (homem, no caso das mulheres transexuais), ele ainda não é classificado por nenhuma dessas constantes sociais, eles são desprovidos de status. Essa falta de classificação leva ao indivíduo liminar, ao estado de segregação parcial ou total em relação aos estatutos culturalmente ordenados e definidos. Este pressuposto, aponta para uma propensão que os indivíduos liminares possuem a sofrerem vulnerabilidades devido a condições externas (BAKER; GENTRY; RITTENBURG, 2005) como o próprio estigma.

Além disso, a liminaridade corresponde ao momento em que os indivíduos não possuem muitas características nem do estado anterior nem do estado futuro, indica um momento de ambiguidade em que o sujeito “não mais é classificado” e ao mesmo tempo “ainda não é classificado”, uma fase de ausência de identidade, segundo Turner (2005, p.140). Na investigação de Pereira e Ayrosa (2012) esta ambiguidade pôde ser percebida quando os indivíduos relataram viverem um consumo liminar entre dois mundos: ora influenciados pelos padrões de consumo do universo heterossexual, ora pelos padrões do mundo homossexual.

Esta é uma fase em que os sujeitos experimentam e formulam possibilidades de si mesmos. De acordo com Schouten (1991a, p.50), “se eles têm traços emocionalmente rejeitados

ou aspectos de si mesmos com os quais eles estão insatisfeitos, eles podem procurar alguma maneira de eliminá-los e substituí-los por traços mais desejáveis”. Nesta fase ocorre um “jogo de identidades” que é propiciado através do consumo de bens ou serviços que proporcionem ganhos simbólicos ou hedônicos (SCHOUTEN, 1991a). Tal fato também foi observado na investigação de Pereira, Ayrosa e Ojima (2005) quando demonstrou a importância de alguns produtos e serviços para que os informantes tivessem uma identificação positiva dentro grupo gay.

Tomando o pressuposto de McCracken (2010), de que os bens possuem um importante papel na transferência e manipulação de significados culturais para os consumidores e que os rituais são a maneira através da qual esses significados são transferidos. Pressupõe-se que neste momento de liminaridade poderão ser observadas ocorrências de rituais de arrumação (MCCRACKEN, 2010). Segundo McCracken (2010), os rituais de arrumação ocorrem quando o indivíduo pretende capturar e assimilar as propriedades significativas dos bens durante o processo de auto arrumação, como se estes objetos proporcionassem poderes – como confiança, suporte, agressão e defesa – que ajudam o sujeito a lidar com situações sociais.

No entanto, Schouten (1991a) ressalta que na liminaridade existe, ainda, um desgaste de energia – física e psicológica – que variará conforme a dimensão da mudança que se deseja alcançar. Todavia a realização depende também de amparo de terceiros e recursos financeiros. De acordo com Turner (1974), isso é comum devido justamente à antiestrutura que os sujeitos liminares vivenciam, o que faz com que eles se relacionem entre si como iguais, coletivizando o processo de liminaridade. A essa relação de amparo e cumplicidade entre estes indivíduos é dado o nome de *communitas* (TURNER, 1974), esta se opõe a natureza das normas e da estrutura institucionalizada socialmente. Desta maneira, enquanto a *persona* liminar não alcança a agregação e conseqüente assimilação da nova identidade ou posição, ela continuará neste estado. O *communitas* foi percebido também na investigação de Pereira (2009) quando identificaram que durante a transição dos indivíduos o convívio em um grupo de amigos gays foi de vital importância para que os sujeitos alcançassem uma estabilidade e tranquilidade em relação à sua identidade homossexual.

(3) Os ritos – ou fases – de agregação, correspondem ao momento em que a transição está concluída, quando o sujeito finalmente se encontra em uma condição estável novamente, e, portanto, possui direitos e deveres claramente e estruturalmente definidos perante a sociedade, de acordo com sua nova identidade social (BRASILEIRO; VIEIRA; HELAL, 2015; TURNER, 2005). Assim, mesmo após a liminaridade é possível que o consumo persista para promover uma continuidade da identidade alcançada e também para diminuir conflitos individuais das informantes (VOICE GROUP, 2010). No caso da pesquisa do Voice Group (2010), observou-se que a pressão social para serem reconhecidas como boas mães moldou os hábitos de consumo de mulheres que, mesmo após a transição para a maternidade, acreditavam que o consumo de produtos mais caros refletia os cuidados que tinham com seus filhos.

Schouten (1991a) aponta que os sujeitos podem reagir de três maneiras quando assumem suas novas identidades após a liminaridade: com falta de ação, rejeição ativa ou com a atualização e incorporação da nova identidade. A falta de ação, decorre quando o sujeito percebe que a nova identidade ainda não é suficiente, deste modo, o indivíduo permanece no estado de liminaridade. A rejeição ativa ocorre quando o novo status é, de fato, indesejável ou incongruente com a personalidade do sujeito. De maneira análoga ao caso anterior, o estado de liminaridade continua, e há uma elaboração de uma nova identidade. E, por fim, a atualização e incorporação da nova identidade ocorre quando o indivíduo consegue lograr êxito ao agregar símbolos adequados à sua nova identidade, e isso, segundo Schouten (1991a), é possível através do consumo de bens e serviços apropriados. Esta é a situação desejável para aqueles que passam por estas transformações identitárias, uma vez que a liminaridade – período de instabilidade - cessa e o indivíduo assume esta nova identidade (SCHOUTEN, 1991a).

Um exemplo empírico deste processo foi observado no estudo de Schouten (1991b) em relação ao consumo de cirurgias plásticas estéticas. Nesta investigação, as cirurgias plásticas estéticas foram compreendidas enquanto ritos de passagem auto impostos pelos indivíduos que permitiam que eles se separassem de atributos físicos indesejáveis anteriores e incorporassem novos atributos – tais como confiança, senso de eficácia pessoal e controle – baseados na nova identidade. O autor mostra como o comportamento simbólico dos consumidores durante os ritos de passagem possuía um importante papel para a reconstrução e manutenção da identidade, pois enquanto não alcançassem a identidade desejável, os respondentes continuavam essa busca – permaneciam em liminaridade – através do consumo sucessivo desses procedimentos.

Os estudos sobre consumidores em períodos de transição têm fornecido *insights* importantes para vários fenômenos relacionados ao consumo, dentre eles o consumo simbólico e a construção identitária dos sujeitos (VOICE GROUP, 2010). Sendo assim, pode-se citar como exemplo o estudo de Thomsen e Sørensen (2006), que mostrou como o consumo simbólico de um objeto específico – carrinho de bebê – auxiliou na construção da identidade materna de mulheres dinamarquesas, ou seja, na transição para esta nova identidade social.

No caso da presente investigação, escolheu-se o período liminar como delimitação pois, como visto anteriormente, o sujeito liminar é desprovido de classificação social definida, o que o leva à segregação social (TURNER, 2005). De acordo com Cody (2012, p.61) consumo liminar é “uma compreensão teórica daqueles que existem e consomem no meio de um limiar de identidades suspensas” e que não pertencem a nenhuma das duas identidades/categorias sociais. Para Cody e Lawlor (2011), o consumo liminar pode ser teorizado como “uma escuridão frutífera, que incorpora quietude e movimento, sombra e luz, uma obscuridade restaurativa repleta de atividades de consumo daqueles que essencialmente não são mais, mas ainda não” (CODY; LAWLOR, 2011, p.214).

De acordo com as autoras, o consumo no estado liminar pode ser visto tanto a partir da ótica da escuridão, das sombras e da invisibilidade social, quanto a partir da perspectiva da prosperidade. Ao observar o consumo liminar como uma escuridão, a cultura do consumo acaba por reiterar imperativos binários e dicotômicos de categorias sociais, e nega a existência de qualquer outra identidade que não se enquadre entre essas duas identidades sociais (assumidas antes e após a liminaridade). Um exemplo utilizado por Cody e Lawlor (2011) foi justamente o fato de práticas de consumo reforçarem como e o que jovens pré-adolescentes deveriam (ou não) consumir durante a transição infância-adolescência.

A outra dimensão simultânea do consumo na liminaridade incorpora atividades específicas que tornam visíveis componentes frutíferos da interação entre a cultura do consumo e as pessoas que estão passando pelo período liminar. Nesta dimensão os consumidores se engajam em interações com significantes e subjetividades de consumo que estão além da sua identidade liminar, mas que servem como meio de administrar as incertezas da identidade liminar, que costuma ser socialmente incompreendida (CODY; LAWLOR, 2011). O estudo de Banister e Piacentini (2008), chegou à conclusão que o consumo de bebidas alcoólicas fornece algum tipo de suporte no período de liminaridade entre a vida acadêmica e a vida social de jovens recém matriculados nas universidades. Além disso, mostra como este consumo assume um caráter hedônico ao permitir que estes jovens experienciassem possíveis identidades como adultos sem que, de fato, tivessem que assumir as responsabilidades da vida adulta.

Deste modo, assim como a liminaridade, o consumo liminar também se apresenta como um processo ambivalente, pois ao mesmo tempo que auxilia os sujeitos a se conhecerem, pode ser visto como um reiterador de normas sociais imperativas (CODY; LAWLOR, 2011). Logo, diante de toda a complexidade desta fase de choque entre as subjetividades sociais e pessoais dos indivíduos, parece pertinente compreender o consumo na fase liminar neste rito de passagem da construção identitária de mulheres transexuais. A próxima seção destina-se a explicar como se relacionam o consumo e as construções identitárias.

### 2.3 Identidades em Movimento e Consumo

Na contemporaneidade, observa-se que um único indivíduo pode assumir uma pluralidade de identidades. Segundo Hall (2006), isso se deve em grande parte à globalização e aos efeitos de uma modernidade tardia, como o hibridismo e sincretismo culturais. Para Barbosa e Campbell (2006), com o passar do tempo os valores sociais das sociedades tradicionais, que funcionavam como marcadores de identidade, foram gradativamente perdendo espaço e então um hibridismo cultural passou a nortear, com criatividade, as identidades na sociedade pós-moderna.

Sabendo que “o mundo das mercadorias desempenha um *locus* privilegiado da atividade de autoconstrução identitária” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 11), entende-se que a construção de múltiplas identidades foi favorecida pela miríade de escolhas disponíveis para os sujeitos (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Assim, as identidades que eram vistas pelas perspectivas mais essencialistas como categorias fixas e facilmente determinadas (SHANKAR; ELLIOT; FITCHETT, 2009) – pois representavam papéis sociais previamente definidos –, passaram a ser construídas e negociadas a partir de uma multiplicidade de escolhas que estimulou também a criação de identidades plurais e antitéticas as quais são negociadas pelos sujeitos (SLATER, 2001).

Segundo Hall (2006), o sujeito pós-moderno, diferente do sujeito iluminista – que é centrado, racional e cartesiano –, não possui apenas uma, mas pluralidade de identidades. Além disso, elas não são fixas, mas sim variáveis e líquidas conforme o momento. Apresentam transformação constante e assumem diferentes papéis sociais (HALL, 2006). Isso significa dizer que além de um sujeito não ser mais definido previamente pelas suas funções – cavaleiro, camponês, caçador – como no período moderno (BARBOSA; CAMPBELL, 2006), ele pode assumir diversas identidades socialmente consideradas antagônicas, que eventualmente podem coexistir – como, por exemplo, o fato de que um mesmo indivíduo pode assumir uma identidade gay e de pai ao mesmo tempo (PEREIRA, 2009).

Além disso, as identidades que outrora estiveram relacionadas de maneira muito mais restrita ao status e à ocupação exercida – em instituições como trabalho, família, religião, etnia e nacionalidade – e apresentavam um caráter estável, hoje relacionam-se também com os gostos pessoais: que tipo de música ouve, preferências gastronômicas e hobbies (BARBOSA; CAMPBELL; 2006). Barbosa e Campbell (2006) exemplificam como isso ocorre na prática ao apresentarem classificados de jornais das seções em que indivíduos buscavam algum tipo de relacionamento. Assim, como os anunciantes não dispõem de muito espaço dão algumas breves informações pessoais – como gênero e idade – e posteriormente apresentam seus gostos pessoais – caminhar no parque, apreciar um vinho. Dessa maneira, é a partir do que as pessoas gostam ou desgostam que elas têm uma percepção de si mesmas (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Aquelas pessoas que se autodescreveram nos classificados queriam ser percebidas daquela maneira pelos demais leitores.

Este ponto vai ao encontro da reflexão de Goffman (1985), que acredita que os indivíduos representam papéis a fim de serem reconhecidos de uma determinada forma. A representação é uma “concepção idealizada da situação” (GOFFMAN, 1985, p.41), uma concepção que o sujeito tem dele mesmo, ou do que ele gostaria de ser. Para o autor as representações tendem a destacar valores oficiais comuns da sociedade em que se processa. Isso não significa dizer que os anunciantes citados por Barbosa e Campbell (2006) estivessem mentindo sobre seus gostos pessoais, mas que suas representações se tornam, segundo Goffman (1985), parte integrante de suas identidades.

Portanto, diante da pluralidade de opções das quais os consumidores dispõem na contemporaneidade e o conseqüente enfraquecimento de categorias sociais, há muito estabelecidas – como classe, gênero e ocupação –, a identidade passou a ser considerada um

projeto (GABRIEL; LANG, 2015). De acordo com Shankar, Elliott e Fitchett (2009, p.77), a fim de evitarem uma possível crise existencial, as “pessoas passaram a construir, manter e comunicar suas identidades de maneira ativa utilizando significados simbólicos de marcas, lazer e estilos de vida”. Para Levi (1959) o consumo simbólico possui um importante papel na ratificação da forma como os sujeitos se veem, pois, para ele “um símbolo é apropriado (e o produto será usado e apreciado) quando ele se juntar, entrosar, adicionar ou reforçar a forma como o consumidor pensa sobre si mesmo” (LEVY, 1959, p.119). Assim, é nas práticas de consumo cotidianas como o que comer, o que vestir, como ir trabalhar que o sujeito demonstra quem ele deseja ser (GIDDENS, 1991 apud GABRIEL; LANG, 2015).

O estudo de Ferreira e Scaraboto (2016), exhibe um exemplo disso ao demonstrar como jovens consumidoras da marca de calçados Melissa assumiam para si a identidade de “melisseiras”. Segundo as autoras, a partir de suas auto representações, ao usarem os sapatos da marca, essas consumidoras interpretavam a si mesmas e desejavam passar a impressão de fofas ou boas garotas. Já Gabriel e Lang (2015) citaram um exemplo sobre a construção da identidade dos adolescentes durante o rito de passagem para a vida adulta. Os autores observaram que quando esses jovens compravam suas posses com seu próprio dinheiro – fruto de seu trabalho –, eles almejavam não apenas construir uma autoimagem, mas sim uma identidade que transmitisse o significado do respeito.

Para Belk (1988), as pessoas estendem (*extended-self* paradigma) suas posses como partes integrantes de suas respectivas identidades. Os objetos representam uma extensão das identidades de um sujeito. Da mesma maneira que o consumidor estende suas identidades nos objetos, os objetos estendem suas identidades no consumidor (BELK, 1988). Portanto, vale salientar que Belk (1988) apresentou quatro níveis de extensão identitária, que são organizados hierarquicamente por cada indivíduo. São eles: individual, familiar, comunitário e grupal.

No nível individual são objetos como carros, jóias, maquiagens e vestimentas que são empregados para dar suporte nesta definição do senso de self de cada pessoa (BELK, 1988). A vista disso, o estudo de Chaplin e John (2005) pode ser entendido como um exemplo, pois mostra como ocorre um aumento do nível de identificação com determinadas marcas quando as crianças chegam à adolescência. E notam ainda que enquanto adolescentes suas posses relacionadas a determinadas marcas tendem a aumentar, pois ao usá-las sentem-se amparados socialmente.

Já no nível familiar, como a casa representa um “corpo” simbólico para cada família, é através dos móveis e decorações que este “corpo da família” é alterado e dá suporte à construção identitária familiar. Todavia considera-se que cada família possui estilos de vida diferentes, e, portanto, essa construção e objetos podem ter uma importância maior ou menor (BELK, 1988). No estudo de Holttinen (2014) o autor pontua o papel da mesa de jantar nos jantares de fins de semana de famílias americanas. Toda família se junta a mesa e preparam mais de um prato principal, bebem vinho e usam os melhores talheres. Para o autor este momento é a materialização dos projetos da família.

No nível comunitário é a identidade é perceptível através de marcadores territoriais como cercas nas propriedades, *graffiti* e muros de flores. Tais marcadores são percebidos como símbolos de cada comunidade. Em alguns casos a identidade comunitária domina a individual (BELK, 1988). Dias e Ronsini (2008) mostra como dois gêneros de música regionais gaúchos delimitam a identidades comunitárias. A música campeira – mais tradicional – é uma marcadora de que tem um contato com o ambiente rural, enquanto que a tche *music* – um estilo mais híbrido com outros ritmos nacionais – está relacionada à vida urbana.

No nível grupal os mesmos objetos que são utilizados na construção identitária pessoal – como joias, roupas, carros e maquiagens – podem indicar a identidade grupal. Como se os indivíduos pertencentes ao grupo usassem um “uniforme informal” (BELK, 1988). No nível grupal pode-se citar como exemplo os donos de motos Harley-Davidson e a indumentária

característica do grupo marcada por ser sempre na cor preta, coletes de couro e botas (SCHOUTEN; MCALEXANDER, 1993).

Portanto, vale salientar que estas identidades não são isentas de aprovação coletiva. Sandicki e Ger (2012, p. 111) argumentam também sobre a importância da valorização coletiva para as identidades no sentido de dar ao sujeito certo tipo de capital simbólico:

A identidade não é simplesmente uma coisa pessoal; é valorizada diferencialmente por várias coletividades e refuta-se de volta às práticas do indivíduo. Um indivíduo consumirá de uma forma que servirá para mudar a valorização sociocultural experiente, para torná-la mais positiva, aceita, apropriada ou normal, pelo menos entre uma coletividade particular, ou consumir de maneira a protestar contra a valorização particular, ou ambos.

Desta maneira, as pessoas não são construídas fora de suas relações sociais com outros indivíduos, grupos e sociedades (SANDICKI; GER, 2012). Este processo não acontece de maneira isolada visto que “nós existimos não só como indivíduos, mas também como coletividades” (BELK, 1988, p. 152). No entanto, para Shankar, Elliott e Fitchett (2009) “esta validação tem o potencial de ser uma fonte de ansiedade e potencial miséria”.

Uma outra propriedade das construções identitárias, de acordo com Woodward (2000), é o fato de ela ser relacional. Em outras palavras, significa dizer que a identidade precisa de algo externo a ela para existir. Algo que ela não é, e que oferece a circunstância para que ela exista. Deste modo, a identidade é definida pela diferença, e existe um esforço para afirmar tais diferenças – culturais, nacionais, sociais – por meio de símbolos (WOODWARD, 2000). A autora cita como exemplo as identidades nacionais de croatas e sérvios dizendo que “ser um sérvio é ser um ‘não croata’” (WOODWARD, 2000, p.8). Shankar, Elliott e Fitchett (2009) citam como o consumo de música através de bandas, shows, mídias simboliza em quais grupos sociais os indivíduos estão inseridos, quais grupos rejeitam e a quais não desejam pertencer.

No estudo de Barbosa e Ayrosa (2013), observa-se que colecionadores de *Toy Arts*<sup>4</sup>, desejavam se diferenciar socialmente dos demais, pois segundo eles, esse tipo de posse representa algo único e fora dos padrões da sociedade industrializada. Não obstante, Sandicki e Ger (2012, p.116) ressaltam a importância de abordar as identidades a partir da perspectiva da igualdade em relação aos consumidores estigmatizados:

Abordar a identidade a partir da perspectiva não só da diferença, mas também da igualdade, nos permitirá entender como os consumidores estigmatizados negociam sua identidade em relação aos outros através de suas escolhas e realizam um "normal" confortável através de suas práticas.

No caso estudado por Sandicki e Ger (2009) as autoras mostraram como as mulheres turcas, escolarizadas, urbanas, de classe média/média alta adotaram voluntariamente um símbolo de estigma – o véu chamado *tesettür* – e transformaram sua utilização e o estilo deste item para serem reconhecidas socialmente. Assim, ao mesmo tempo que elas queriam fugir dos olhares severos nas ruas – por estarem usando o *tesettür* –, queriam um véu mais confortável, urbano e dentro das tendências da moda. Neste caso, elas se diferenciavam das que não usavam véus e, ao mesmo tempo, mimetizavam o estilo delas como forma de negociar suas identidades e reduzir estigma.

---

<sup>4</sup> “Bonecos feitos de plástico, vinil, madeira, metal, resina, tecido ou papel, elaborados, por designers, grafiteiros e outros artistas, e voltados especificamente para o público adulto. São ‘brinquedos de arte’ colecionáveis e decorativos, ou, nas palavras de um dos informantes deste trabalho, ‘feitos para não brincar’” (BARBOSA; AYROSA, 2013, p.12)

Sabendo que pessoas transexuais fazem parte de um coletivo estigmatizado e, portanto, são lidas pela sociedade como portadoras de uma diferença indesejável (GOFFMAN, 1988) – que faz com que a sociedade atribua a elas o caráter de anormalidade. A próxima seção esclarecerá alguns conceitos acerca do estigma e como o consumo se relaciona com esta prática social.

## 2.4 Consumo e Estigma

Segundo Goffman (1988, p.6), o termo estigma é “um atributo profundamente depreciativo” que está “incongruente com o estereótipo que criamos para um determinado tipo de indivíduo”. Já para Dovidio, Major e Crocker (2000, p.3), o estigma “é um fenômeno poderoso, inextricavelmente ligado ao valor estabelecido nas identidades sociais variantes”. Em síntese, estigma se associa a um atributo visto de maneira pejorativa, como uma imperfeição/inadequação que diverge de um estereótipo socialmente definido como ideal.

O estereótipo consiste na generalização e atribuição de valor a alguns atributos de um indivíduo ou grupo, simplificando-o a essas características e definindo quem ocupa a posição de domínio (MONTAGNER *et al*, 2010). Desta maneira, “um atributo que estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem” (GOFFMAN, 1988, p. 6). Sendo assim os sujeitos que fogem à essas expectativas normativas constituem grupos estigmatizados, em outras palavras, possuem uma “identidade social” indesejável sob a perspectiva dos grupos dominantes (LINK; PHELAN, 2001). Assim, o estigma é algo construído socialmente (DOVIDIO; MAJOR; CROCKER, 2000; GOFFMAN, 1988) tendo em vista que as sociedades formam categorias de atributos e, desta forma, determinam quais práticas que são aceitáveis socialmente ou não.

De acordo com Goffman (1988), existem três tipos de estigma: primeiramente, as deformidades físicas, consideradas como abominações do corpo; em segundo lugar, caráter anormal, que compreende uma ampla gama de características consideradas anormais à época de publicação do livro, como desemprego, alcoolismo, homossexualidade, distúrbios mentais, prisão e, até mesmo, comportamento político radical; e, por fim, grupos com traços tribais, como nação, raça e religião. Neste caso o estigma pode ser transmitido por entre as gerações, pois tem a propriedade de “contaminar” todos os membros de uma família.

A estigmatização mina as relações sociais do indivíduo fazendo com que ele seja desumanizado, e, portanto, passível de sofrer com discriminações e preconceitos. Nas palavras de Goffman (1988, p. 8) “tendemos a inferir uma série de imperfeições a partir da imperfeição original”. Um exemplo disso é a descrição de Siqueira e Prelorentzou (2008, p. 4) de como pessoas com deficiência são tratadas pelas suas equipes de trabalho: “ou são tratadas com pena, poupadas de correções e de atos de reconhecimento profissional, ou são tratadas com indiferença, percebidas como incapazes de realizarem as tarefas com exatidão e eficiência”. Outro exemplo reside no estudo de Carrieri, Souza e Aguiar (2014), que demonstram como empregadores não enxergam em travestis um recurso humano para o trabalho. Os autores relatam ainda a dificuldade encontrada por pessoas transexuais para conseguir empregos quando os empregadores percebem incongruências entre o nome registrado na identificação e a aparência física da candidata – que delata sua suposta anormalidade.

Tal fato é corroborado por Link e Phelan (2001, p. 371), que afirmam que “os grupos estigmatizados são desfavorecidos quando se trata de um perfil geral de oportunidades de vida como renda, educação, bem-estar psicológico, estado da habitação, tratamento médico e saúde”. Deste modo, pessoas marginalizadas não contam com as mesmas chances que uma pessoa de estereótipo ideal.

À vista de fatos como estes, muitos pesquisadores se engajaram na compreensão dos aspectos do estigma no campo do consumo. Para Sandikic e Ger (2012, p.111), a experiência de uma pessoa ser estigmatizada e, portanto, tratada com preconceito e discriminação traz

“importantes ramificações sobre maneira como ela envolve a vida em geral e o consumo em particular”. Por isso, se faz necessário citar algumas das contribuições dos estudos de consumo frente a problemática do estigma.

Um clássico exemplo é o estudo Sandikic e Ger (2009) citado ao final da seção anterior. Onde as autoras mostram como uma nova geração de jovens turcas passaram a adotar voluntariamente um símbolo de estigma – o *tesettür*, uma versão contemporânea do antigo véu – por razões religiosas e sociopolíticas. Notou-se então uma transformação deste produto que antes era visto como símbolo de estigma e passou a ser comercializado de maneira comum e voluntária pois ganhou um status “*fashion*”. Essa transformação se deu através de dois processos inter-relacionados: a personalização e estetização. O primeiro consiste na confecção do *tesettür* pela própria consumidora, que negociava sua identidade a partir das tensões entre sua crença, o desejo de aparentar ser moderna e não-reacionária. Já o processo de estetização buscava diferenciar o véu mais tradicional utilizado no meio rural, lançando uma nova estética burguesa islâmica.

O estudo de Crockett (2017) tenta compreender como ocorre a gestão do estigma de um grupo de negros norte-americanos de classe média, que ora utilizavam da respeitabilidade normativa – negando o estigma –, ora se utilizavam da respeitabilidade de oposição – com estratégias anti-racistas de enfrentamento do estigma. Na respeitabilidade normativa os investigados tentavam se adequar à cultura não estigmatizada, e, com isso, ignoravam o estigma por meio do consumo mimetizado da cultura predominantemente vitoriana. Já na respeitabilidade de oposição os investigados agiam no sentido de reconhecer que o estigma existe e tentar eliminá-lo consumindo e investindo em obras de arte de origem africana ou que dizem respeito à esta cultura.

Já Pereira e Ayrosa (2012b) analisaram como um grupo de homens gays, residentes na cidade do Rio de Janeiro, utilizam discursos sobre seus corpos – enquanto posses – na resistência ao estigma da identidade homossexual, que os associavam à negação do estereótipo masculino dominante. Desta maneira, este grupo tende a produzir corpos que externalizam a masculinidade e os diferenciam de outros gays. Conquanto, neste processo, o grupo investigado acaba por reproduzir um novo estigma dentro do próprio grupo. Este ponto é corroborado pelo estudo de Link e Phelan (2001), que a pontam a estigmatização como um processo social resultante das relações de poder. Isso explica os resultados de Pereira e Ayrosa (2012b) que indicaram uma espécie de hierarquia onde o gay que utilizasse tal estratégia teria maior respeitabilidade do que o gay afeminado.

No estudo de Rocha, Schott e Casotti (2016) percebe-se como os discursos de poder – que propagam o estigma sobre o cabelo negro na sociedade brasileira – influenciam na socialização de mulheres negras no que tange as práticas de consumo nos cuidados capilares. Tal investigação mostrou que algumas delas tendem a utilizar técnicas de alisamento para terem maiores chances no mercado de trabalho e nas relações sociais e afetivas, enquanto que outras criam redes de solidariedade racial para difundir uma expertise sobre práticas de consumo em relação aos cabelos. Já Scaraboto e Fischer (2013) analisaram como um grupo de consumidoras – cuja característica estigmatizante era ser *plus-size* –, se mobilizaram diante da falta de opções proporcionadas a elas pela dinâmica do mercado da moda.

No contexto Brasileiro o estigma contra mulheres transexuais é historicamente expressivo a ponto de colocar o país na liderança quando se fala em assassinatos da população transexual e travesti (ANTRA, 2018). Uma pesquisa realizada pela Agência Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA) relatou que somente no ano de 2017 foram registrados 179 assassinatos de travestis e transexuais marcados pela impunidade em 90% dos casos (ANTRA, 2018).

A estimativa de vida desta população é de apenas 35 anos em comparação à média nacional de 75,5 anos (Bortoni, 2017), possuindo 9 vezes mais chance de ser assassinada de

maneira violenta do que a população transgênero norte-americana (ANTRA, 2018). No entanto a transfobia no Brasil não é recente. Balzer (2008) relata um histórico de intensa perseguição a pessoas transgênero por autoridades militares durante o período de ditadura militar.

Desta maneira, a próxima seção se dedica a compreender os conceitos de gênero, transexualidade e consumo, assim como busca fazer uma contextualização acerca destes conceitos e seus dilemas na sociedade e no meio acadêmico.

## 2.5 Gênero

Embora o termo gênero já fosse utilizado por psicólogos norte-americanos em referência às diferenças sexuais, a utilização de tal conceito no meio acadêmico da maneira como é difundido atualmente, começou efetivamente a partir dos anos 1970. De acordo com Piscitelli (2002), o conceito de gênero surgiu no seio dos estudos feministas, apropriando-se de muitas das suas suposições, além disso, este termo era utilizado por psicólogos norte-americanos como sinônimo de diferenças sexuais. Para Connell e Pearse (2015), os movimentos feminista e gay nas décadas 1960 e 1970, e seus respectivos impactos políticos, foram os grandes fomentadores destes estudos. Sendo assim, por volta da década de 1990, os estudos de gênero estavam no ápice nos EUA e, com isso, não tardou para que acadêmicas feministas brasileiras também começassem a desenvolver tais pesquisas no contexto nacional (RAGO, 2013).

De acordo com Rago (2013), a priori estes estudos eram dominados pela perspectiva que focalizava a história da mulher, difundida principalmente por feministas ortodoxas. Contudo houve uma virada epistemológica nestes estudos, com a influência pós-estruturalista que passou a abarcar também a dimensão relacional dos gêneros. Era evidente que os limites das teorias feministas já não eram suficientes para sustentar teoricamente a discussão sobre gênero (DE MORAES, 2013). Isso é corroborado pela crítica de Scott (1995) aos estudos das historiadoras feministas, pois, segundo ela, estes ocupavam posição de subalternidade acadêmica, e não tentaram sequer questionar o *status quo* das estruturas dominantes.

No entanto, tais estruturas são reforçadas pelo exagero determinista dos estudos pautados na psicologia da diferença – ou “psicologia pop”, conforme nomeado por Connell e Pearse (2015, p. 86) – que refletem a perspectiva binária de gênero. Tal sistema toma como dado o gênero de um indivíduo baseado em seu sexo biológico. Sendo assim, gênero é a forma através da qual as sociedades humanas tratam os corpos humanos e também como lidam com as consequências disso nas vidas privadas e no destino coletivo (CONNELL; PEARSE, 2015). No entanto, pode-se dizer que na vida real – vivenciada por diversas sociedades humanas – o gênero não pode ser polarizado pois ele não é unidimensional.

A multidimensionalidade do gênero pode ser percebida a partir de como estas dinâmicas abalam dimensões sociais – como família, trabalho, política, crescimento do ser humano, economia e meio ambiente – que não são normalmente entendidas como questões de gênero (CONNELL; PEARSE, 2015). Para Connell e Pearse (2015), tais dinâmicas se formam e atuam sempre em um contexto específico que se relacionarão sempre com outras dinâmicas sociais. Dessa maneira, não se tratam de relações e práticas fixadas previamente, pois emergem de circunstâncias históricas e podem ser mudadas ao longo também da história.

À vista disto, para ter uma compreensão mais completa do conceito de gênero, deve-se concebê-lo também como um fenômeno cultural (CONWAY; BOUQUE; SCOTT, 2003). Este ponto é explicitado por Lamas (2013, p. 340) “O que define o gênero é a ação simbólica coletiva. Mediante o processo de constituição da ordem simbólica em uma sociedade se fabricam as ideias do que devem ser homens e mulheres”, portanto essas concepções de homens e mulheres não são reflexo de uma realidade natural, mas sim o produto de uma reprodução histórica e cultural. Tais reproduções geram um “conjunto de expectativas socioculturais,

quanto aos comportamentos apropriados às pessoas de cada sexo” (BERNARDE, 2013, p. 50), e é através dessas expressões de gênero que o padrão normativo de gênero é formado.

Entretanto, para fins deste estudo, entende-se gênero não a partir da essencialidade da diferença sexual, mas sim a partir do princípio de que este constitui uma identidade fluida, “uma identidade tenuemente construída no tempo, instituída num espaço externo por meio de uma repetição estilizada de atos” (BUTLER, 2015, p.242).

De acordo com Butler (2011), a manutenção dessa ordem simbólica e compulsória do gênero nas sociedades ocorre através da performance. Assim, a realidade do gênero é “criada mediante performances sociais contínuas” (BUTLER, 2015, p.244), desta maneira, a autora questiona as concepções essencialistas do sexo, pois em sua visão:

masculinidade ou feminilidade verdadeiras ou permanentes também são constituídas, como parte da estratégia que oculta o caráter performativo do gênero e as possibilidades performativas de proliferação das configurações de gênero fora das estruturas restritivas da dominação masculinista e da heterossexualidade compulsória. (BUTLER, 2015, p.244)

Assim, para a autora, gênero não é previamente determinado pela ordem biológica, e sim resultado de uma construção social, pois o gênero é “performativizado” por meio de atos, gestos e signos que são repetidos no âmbito cultural. Portanto, ser mulher ou ser homem não são experiências fixas naturais. Como diria Beauvoir (2014, p. 9) “não se nasce mulher, torna-se”. Deste modo, ser homem ou ser mulher não é uma condição pré-definida e sim uma constante construção. Além disso, os corpos não são passivos em meio ao processo social. Eles têm agência, uma vez que podem se relacionar e se orientar pelo seu prazer e suas habilidades (CONNELL; PEARSE, 2015) mesmo que isso vá de encontro às expectativas sociais.

De acordo com MacLaran, Otnes e Zayer (2016), as investigações da área do consumo que abarcaram a temática de gênero também tinham a tendência de reduzir a categoria gênero às diferenças biológicas entre sexos. No entanto, tais pesquisas acabavam por reforçar certos estereótipos relacionados ao gênero e à sexualidade e serviam muito mais a propósitos gerenciais de segmentações de mercado do que para prover um aprofundamento crítico da problemática (MACLARAN; OTNES; ZAYER, 2016).

Para Maclaran, Otnes e Zayer (2016), este tipo de pesquisa herdava, no início, este conceito de gênero – como diferenças biológicas entre sexos – do paradigma psicológico que também dominava o campo do consumo (JANTZEN; ØSTERGAARD, 2001). Entretanto, para fins deste estudo, entende-se gênero não a partir da essencialidade da diferença sexual, mas sim a partir do princípio defendido por Butler (2015, p.241) de que este constitui “uma performance com consequências claramente punitivas” para aqueles que não se enquadram nessa estrutura.

Tal perspectiva de gênero foi apropriada pelas pesquisas interpretativas de consumo, que propiciaram um enriquecimento dos debates sobre o gênero enquanto construção social e suas peculiaridades e relações com o consumo (MACLARAN; OTNES; ZAYER, 2016). Segundo estes autores, estas novas perspectivas também foram influenciadas pela CCT, pois por meio de pressupostos pós-modernos, pós-estruturalistas, da teoria queer e feminista, fomentaram maneiras mais críticas de compreender a relação entre consumidor e mercado. Desta maneira, observa-se que no contexto brasileiro já existem esforços de diversos autores – como Pereira e Ayrosa (2012a;2012b), Rocha, Schott e Casotti (2016), Borelli e Casotti (2012), citados na seção 2.1.1 – ao abordarem a temática de gênero através desta perspectiva.

### **2.5.1 Identidade de gênero e transexualidade**

Nos idos dos anos 1990, o movimento transgênero ganhou força através da linha de pensamento das teorias de performatividade de gênero, utilizadas amplamente pelo que se chama teoria *queer* (ADELMAN *et al*, 2003). A teoria *queer* surgiu nos EUA e também na

Europa nos anos 1990 com a finalidade de compreender melhor a história, a construção identitária e a condição social de grupos que não se enquadram no padrão hegemônico (ALDEMAN *et al.*, 2003). Todavia, para Souza (2017), a teoria queer não se limita a compreender somente as identidades percebidas como “anormais”, mas também toda a sorte de identidades produzidas, pois segundo o autor, só assim pode-se obter reais problematizações e interrupções desta matriz.

Assim, ao contrário do que se difunde, a teoria *queer* não é um corpo teórico e unificado – e nem se pretende ser –, pois vai de encontro aos seus princípios fundamentais que seria justamente questionar metanarrativas de supostas “verdades” – como o próprio sistema binário – ao invés de criar novas (SOUZA, 2017). Pata Souza e Carrieri (2010), o que existem, na verdade, são analíticas *queer* que buscam desconstruir classificações e identidades sexuais estabelecidas pelo modelo dominante.

O sistema binário que polariza o masculino e o feminino cria e multiplica o pressuposto de que o gênero representa o sexo e que todas as outras dimensões constitutivas dos sujeitos estão fixadas a essa reprodução inicial. Neste caso a natureza estabelece a sexualidade e determina os corpos de acordo disposições naturais imaginárias (BENTO, 2012b). No entanto esta visão é excludente, uma vez que ignora a existência das pessoas que “atravessam” estas fronteiras de gênero, ou até mesmo desconsidera que possam existir homens femininos ou mulheres masculinas (GRACIANO, 1978). O pensamento *queer*, por outro lado, não é contrário a utilização das categorias identitárias, o que ele busca problematizar é a maneira como estes termos são utilizados: de forma universal, essencialista, estável, ahistórica e apolítica (SOUZA, 2017).

Louro (2004) explica esta concepção excludente através da premissa sexo-gênero-sexualidade. Nela o sexo é visto como uma característica pré-discursiva “natural”/dada que determinará necessariamente a identidade de gênero e o desejo a partir dos padrões normativos. Este postulado descrito por Louro (2004) foi possível devido aos discursos normativos que foram disseminados em larga escala pela literatura médica, que embora aparentassem neutralidade eram influenciados por pressupostos religiosos e moralistas que produziam o que Foucault (1988) chamou de “verdades” sobre a sexualidade. Tais verdades reproduziram o padrão hegemônico, que determinou comportamentos aceitáveis ou não de acordo com o sexo biológico dos indivíduos.

Segundo Miskolci (2009), tal dispositivo de controle representa a heteronormatividade que são “tanto práticas localizadas como instituições centralizadas que legitimam e privilegiam a heterossexualidade e as relações heterossexuais como fundamentais e “naturais” dentro da sociedade” (COHEN, 1997, p.440). Assim, de acordo com essa norma naturalizada, se um sujeito nasceu macho (natureza biológica), ele deve se tornar, necessariamente, um homem (identidade de gênero) e, conseqüentemente, manifestará interesse afetivo por mulheres (orientação sexual). Assim, uma vez que o estereótipo derivado dessa premissa não é obedecido ocorre a estigmatização dos grupos que não se encaixam nestas expectativas sociais – como é o caso das pessoas transexuais –, que representam uma descontinuidade deste sistema.

De acordo com Stoller (1994, p. 29), “embora a masculinidade combine com a qualidade de ser homem e a feminilidade com a qualidade de ser mulher, sexo e gênero não estão, necessariamente, de maneira direta relacionados”. A identidade de gênero, segundo o autor, é “a mescla de masculinidade e feminilidade em um indivíduo” (STOLLER, 1994, p. 29), o que indica que todas as pessoas possuem masculinidade e feminilidade, no entanto em graus e formas distintas.

Já para Butler (2015, p.56), o que se entende por identidade de gênero é, na verdade, uma sequência de atos: “essa identidade é performativamente construída pelas próprias expressões tidas como seus resultados”. Assim, pensar o gênero nos termos da performatividade indica que não existem identidades ou essências nos signos corporais, pois por performativo

entende-se que são “fabricações manufaturadas e sustentadas por signos corpóreos e outros meios discursivos” (BUTLER, 2015, p.235). Assim as posições binárias de identidade de gênero – homem e mulher – são meras reproduções de algo que não existe, de algo que é constrangido por normas, repetições e sanções àqueles que não as acatam.

Portanto, a aparência anatômica dos corpos, que por tanto tempo tem sustentado as identidades naturalizadas/inteligíveis de gênero, não é um parâmetro aceitável pois exclui pessoas que não se enquadram nesta matriz cultural (BUTLER, 2015). Além disso, vale salientar que “as identidades subjetivas são processos de diferenciação e de distinção, que exigem a supressão de ambiguidades e de elementos de oposição, afim de assegurar (criar a ilusão) de uma coerência e (de) uma compreensão comum” (SCOTT, 1995, p. 82). Assim, embora se tenha construído a ideia de que a identificação de gênero é algo imóvel e estático, ela não é.

A transexualidade é um exemplo de insubordinação às normas de gênero de determinada sociedade, visto que o sujeito transexual reivindica a identidade de gênero em discordância com a anatomia do corpo (BENTO, 2012b). E, com isso, experimentam ao longo da existência as contradições da corporificação social, ou seja, a contradição surge a partir da não identificação do corpo biológico com as representações de gênero (CONNELL, PEARSE, 2015; CONNELL, 2016). Mas, antes de entrar nesta discussão, é apropriado identificar alguns conceitos sobre os termos transgênero, cisgênero, transexual e travesti:

Segundo Whittle, Turner e Al-Alani (2000, p. 85, tradução nossa), o termo transgênero se refere a:

Um termo muito amplo para incluir todos os tipos de pessoas trans. Incluindo travestis, pessoas que usam uma mistura de roupas, pessoas com uma dupla ou nenhuma identidade de gênero, e pessoas transexuais. Também é usado para definir uma comunidade política e social, que é inclusiva de pessoas transexuais, travestis, e outros grupos de "gênero-variante" pessoas como *Drag Queens* e *Kings*, *butch lesbians*, e mulheres “passing” ou masculinizadas. 'Trangênero' também foi utilizado para se referir a todas as pessoas que expressam o sexo de formas não tradicionalmente associadas com o seu. Da mesma forma que também tem sido usado para se referir a pessoas que expressam o sexo de formas não tradicionais, mas continuam a identificar como o sexo do nascimento.

Já cisgênero é um “conceito ‘guarda-chuva’ que abrange as pessoas que se identificam com o gênero que lhes foi determinado quando de seu nascimento” (DE JESUS, 2012, p.25), ou seja, corresponde aqueles que apresentam conformidade com a matriz hegemônica no que diz respeito à identidade de gênero.

Já o termo transexual diz respeito a “pessoas que se identificam inteiramente com o papel de gênero oposto ao sexo atribuído ao nascimento e procuram viver permanentemente no papel de gênero preferido” (ILGA-EUROPE GLOSSARY, 2015, tradução nossa). Dessa maneira, “a pessoa transexual apresenta identidade de gênero diferente do sexo biológico” e tentam “adequar-se corporalmente ao gênero com o qual se identificam” (NUDIVERSIS, 2015, p.1). Assim, este estudo adotará a terminologia das ciências sociais, na qual sujeitos transexuais podem ser classificados como mulheres transexuais ou homens transexuais. Desta forma, mulheres transexuais, são pessoas que fizeram a transição *Male-to-Female* (MtF), e se reivindicam socialmente como mulheres. Os homens transexuais são aqueles que se transformam no sentido *Female-to-Male* (FtM) e, portanto, reivindicam-se como homens (BENTO, 2012; DE JESUS, 2012; SALEIRO, 2013).

No entanto, vale ressaltar também como a identidade travesti é definida no contexto brasileiro. Segundo Saleiro (2013, p.208), travestis são “pessoas a quem foi atribuído o sexo masculino à nascença, que se identificam com o feminino e expressam a feminilidade em espaços e tempos variados, com transformações corporais encarnadas” (SALEIRO, 2013, p.

208). De acordo com o Nudiversis (2015), a mulher travesti apresenta a identidade de gênero oposta ao sexo biológico masculino, no entanto não apresenta interesse em realizar procedimentos de redesignação sexual por meio de cirurgias.

Uma definição oriunda da literatura médica traz que “o travesti aceita o seu sexo biológico, porém, se veste e se comporta como pertencente ao sexo oposto ao seu”, em contrapartida “o transexual é aquele indivíduo que não se sente à vontade com o sexo biológico, o que lhe acarreta profundo sofrimento, apresentando características de inconformismo, depressão, angústia e repulsa pelo próprio corpo” (LOPES, 2016, p. 6). Todavia, segundo Bento (2012) este argumento nos últimos anos passou a ser relativizado por pessoas transexuais que não condicionam a adequação de gênero ao procedimento cirúrgico, pois segundo a autora, essas decisões estão condicionadas à biografia particular de cada pessoa transexual.

Entretanto estas identidades não surgiram recentemente. Além da mitologia greco-romana, relatos da própria história revelam que imperadores, reis, lordes e abades de séculos passados experimentaram experiências andrógenas e de travestismos (CONNELL; PEARSE, 2015). Vale ressaltar ainda que, as representações de gênero que se diferenciavam do padrão socialmente estabelecido eram – desde antigos registros – e foram, até o ano de 2018, retratadas como patologias.

### **2.5.2 Estigmatização da transexualidade e consumo vulnerável**

Em 1928, Havelock Ellis lançou o livro *Studies in psychology of sex*, onde relatou o “eonismo” como uma contraversão do sexo através da história real de Chevalier d’Eron, um nobre francês que tinha por hábito mostrar-se como homem ou mulher a depender do momento. Antes disso, Richard von Krafft-Ebing apresentou *Psychopathia Sexualis* em 1886, que se tratava de uma compilação de histórias de indivíduos desviantes *cross-dressers* (CONNELL, 2016). Outra perspectiva que tratava das alterações nos padrões de gênero desta maneira era de Sigmund Freud, que as pensava como uma análise da psicose (CONNELL; PEARSE, 2015).

Não obstante sujeitos transexuais só passaram a ser chamados desta maneira após os anos 1950 (LOPES, 2016). Contudo, a percepção dos psiquiatras e sociólogos naquele momento refletia a transexualidade como algum tipo de síndrome. Todavia, foi essa compreensão que impulsionou endocrinologistas e médicos a engajarem-se no tratamento de adequação de gênero e a desenvolver a medicina transexual tal como ela é hoje (CONNELL, 2016).

A compreensão da transexualidade através da psiquiatria foi institucionalizada em 1980 quando o transexualismo (ou transtorno de identidade de gênero) foi enquadrado como categoria do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM) da Associação Americana de Psiquiatria (APA) e posteriormente aceita pela Organização Mundial da Saúde (OMS) (BENTO, 2012b; CONNELL, 2016).

Até meados de 2018 a transexualidade ainda era percebida como um transtorno de identidade sexual pela OMS. Em junho de 2018 o órgão publicou uma atualização da Classificação Internacional de Doenças (CID), que retira da transexualidade o status de doença mental, mas ainda a considera como uma incongruência de gênero. Para Lale Say, coordenadora da Equipe de Adolescentes e Populações em Risco da OMS, essa nova classificação se deve ao fato de que a população transexual ainda precisa ser classificada na CID para obter auxílio médico, uma vez que os sistemas de saúde de diversos países não reembolsam nem tratam dessas pessoas se não estiverem devidamente diagnosticadas (OMS, 2018).

Embora essas pessoas não sejam mais classificadas como doentes pelo órgão. É provável que a patologização ao longo de todo esse tempo tenha reforçando um estigma sobre a população transexual, pois, segundo Goffman (1988, p. 6), “e quando um atributo estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem”. Uma provável consequência disso são as

violências simbólicas e interpessoais vivenciadas por sujeitos transexuais na sociedade brasileira.

As violências interpessoais a este grupo ocorrem por meio de ameaças, assédios, intimidações, comentários hostis, e a violência simbólica ocorre por meio da delimitação do que é normal ou anormal em relação aos padrões de normalidade construídos socialmente (CARRIERI; SOUZA; AGUIAR, 2014). Foucault (1988) mostra como essas categorias de normalidade foram construídas na sociedade ocidental por meio de uma apropriação da sexualidade pelo saber psiquiátrico e produziu a *scientia sexualis* que tem a função de “produzir discursos verdadeiros sobre o sexo” (FOUCAULT, 1988, p. 66). E esta maneira de interpretar e disseminar os conceitos sobre a sexualidade é, em grande parte responsável pelo seu processo de estigmatização de todos que destoam deste discurso.

Nem sempre as pessoas transexuais conseguem lidar com a contradição do corpo. De acordo com Connell (2016), algumas até conseguem conviver desta maneira durante toda a vida – a depender das condições financeiras conseguem tratamento psicoterapêutico –, enquanto outras lamentavelmente recorrem ao suicídio. Pesquisas com amostras de pessoas transgênero em geral, incluindo transexuais, mostram que mais de 30% destas já haviam tentado se suicidar (KENAGY, 2005; CLEMENTS-NOLE, MARX e KATZ, 2006, apud CONNELL, 2016).

Bento (2012a) concluiu, por exemplo, que a motivação para mulheres transexuais optarem pela cirurgia e outras mudanças corporais é a inserção social uma vez que as relações de gênero, em geral, atribuem grande importância à corporificação social. Segundo Connell e Pearse (2015) mesmo quando um indivíduo transexual reconhece sua identidade feminina ou masculina, a sociedade ao redor não reconhece o indivíduo como tal até que perceba uma transformação física em torno de sua aparência. No entanto, tal realidade causa um desconforto vivenciado por muitas mulheres transexuais – o que acaba levando a algumas à prática do suicídio – a alternativa passa a ser a adequação de gênero: “ir em direção à transição é uma tentativa de encerrar essa prática precária e encontrar a paz” (CONNELL; PEARSE, 2015, p.216).

Todavia, o que é feito com os corpos durante esta adequação pode também causar sentimentos como raiva, horror, medos, angústias que são complexas de serem compreendidas pelas próprias pessoas transexuais (CONNELL, 2016). A adequação também abarca procedimentos médicos angustiantes que envolvem sofrimentos físicos e psicológicos e, portanto, não deve ser romantizada. As mudanças transexuais vivenciadas por essas pessoas devem ser compreendidas como “um sinal de empreendimento construtivo na busca por soluções” (CONNELL, 2016, p. 219).

Isto pode ser compreendido como uma estratégia de acobertamento, que segundo Goffman (1988), corresponde a uma dedicação empregada para que o estigma fique menos aparente. Neste caso, o objetivo do indivíduo é reduzir a tensão, ou seja, tornar mais fácil para si mesmo e para os outros uma redução dissimulada ao estigma, e manter um envolvimento espontâneo no conteúdo público da interação” (GOFFMAN, 1988, p. 89).

Este empreendimento descrito por Connell (2016), pode ser explicado por experiências que demandem terapias psicológicas para lidar com toda esta contradição de corpo *versus* identidade de gênero. Mas estes investimentos podem ser caracterizados, em grande parte, por mudanças corporais através das quais o indivíduo performará símbolos de masculinidade ou feminilidade, através de uma “repetição estilizada de atos” (BUTLER, 2015, p.242). Há uma gama de produtos e serviços que são consumidos neste momento de construção identitária: tratamentos estéticos em geral, fonoaudiológicos, cirurgias plásticas (mastectomia, redesignação, redução do “pomo de adão”, cirurgias faciais, próteses de silicone), depilações, hormonizações, implantes de cabelo, entre outros (CONNELL, 2016).

Todavia, diante de todo este contexto que permeia a vivência de pessoas transexuais no Brasil, observa-se que este grupo pode ser percebido também através da sua suscetibilidade a

sofrer situações de vulnerabilidade no consumo. Segundo Smith e Cooper-Martin (1997, p.4), consumidores vulneráveis são “aqueles que são mais suscetíveis a danos econômicos, físicos ou psicológicos que ocorrem em, ou como resultado de transações econômicas, devido a características que limitam sua capacidade de maximizar sua utilidade e bem-estar”. De acordo com Baker, Gentry e Rittenburg (2005), a vulnerabilidade do consumidor é multidimensional, pois é causada pela confluência de múltiplos fatores internos e externos que contribuem para ocorrência de experiências de vulnerabilidade no consumo.

Alguns fatores que aumentam a probabilidade de existir vulnerabilidade de consumo são as características psicossociais dos indivíduos, como por exemplo: a percepção social da aparência, o status socioeconômico, o isolamento social, medo de ser vitimado (BAKER; GENTRY; RITTENBURG, 2005). Tais atributos psicossociais podem afetar o modo como os consumidores experimentam, respondem e interpretam mensagens e contextos de marketing. Assim, hipoteticamente, uma pessoa transexual pode, por medo de ser vitimada ou pela sua condição financeira, empreender em práticas de consumo que a coloque em uma situação que cause danos.

Ainda de acordo com esses autores, existem também estágios individuais, como luto, transições e a motivação dos sujeitos, que podem gerar situações momentâneas de vulnerabilidade devido às instabilidades que estes momentos causam. Segundo Baker, Gentry e Rittenburg (2005, p.3), “durante o período liminar, a vulnerabilidade é bastante alta e as pessoas têm pouco desejo e capacidade de agir de acordo com seus melhores interesses. Na maioria dos casos, não leva a um estado de vulnerabilidade duradoura”. Assim, sabendo que as sujeitas dessa pesquisa estão passando ou já passaram por momentos liminares, esta fase pode vir acompanhada por eventos de vulnerabilidade.

E, por fim, os autores apresentam também condições externas, como problemas estruturais ou sociais – que estão fora do controle dos sujeitos –, que podem ser potencializadoras das vulnerabilidades no consumo. Esses atributos costumam gerar desequilíbrio nas relações de troca que acabam desfavorecendo os consumidores. Alguns exemplos desses fatores são a estigmatização, discriminação, repressão, condições ambientais, violência econômica, social e política. A própria cultura criada e controlada majoritariamente por grupos dominantes (OZANE, HILL; WRIGHT, 1998) acabam naturalizando alguns destes fatores de vulnerabilidade – como o estigma e as discriminações –, pois estes padrões culturais – como a própria matriz generificada e excludente através da qual os sujeitos são formados (BUTLER, 2000) –, acabam orientando a forma com que alguns grupos são percebidos socialmente ou, até mesmo, como estes indivíduos enxergam a si mesmos.

Portanto, sabendo da existência de uma estrutura social binária e heteronormativa – um ideal regulatório – que dita a normalidade e humanidade dos indivíduos a partir da abjeção e da exclusão (BUTLER, 2000), o consumo deste público abarca significados que vão além da própria construção identitária e são pertinentes de serem compreendidos. Todo esse sistema que institui a normalidade certamente possui capacidade de influenciar na forma com que pessoas transexuais, ou todas as outras que sejam consideradas “seres abjetos”, se relacionam com o consumo.

Sabendo que as identidades naturalizadas/inteligíveis de gênero (homem/mulher), têm sido parametrizadas pelos atributos biológicos dos corpos (BUTLER, 2015), a seção subsequente discutirá o corpo e como este vem sendo discutido nos estudos interpretativos de consumo.

## **2.6 Corpo e consumo**

O corpo possui expressividade, uma vez que pode ser compreendido como lugar onde se dá a construção da identidade das pessoas (LE BRETON, 2007). No entanto o corpo não se trata apenas da materialidade biológica de um indivíduo, pois o “corpo não existe em estado

natural, sempre está compreendido na trama social de sentidos” (LE BRETON, 2007, p.32), sendo assim o corpo pode ser visto também como uma construção simbólica e social. Para Goellner (2010) não são as similitudes biológicas que definem um corpo, mas sim os significados culturais e sociais acoplados a ele. Sabendo disso, é importante demonstrar como surgiu a concepção do corpo sexuado, segundo Laqueur (1994).

Desde a antiguidade até o final do século XVII as literaturas médica e filosófica conceberam o corpo como um modelo de sexo único. A estrutura básica do corpo humano era a masculina, sendo assim, o que hoje se conhece por mulher era, na verdade, visto como uma versão invertida do homem, entretanto os corpos eram considerados iguais (LAQUEUR, 1994). Um exemplo disso é que antes de o clitóris receber este nome, ele era compreendido como um “pênis da fêmea”, os ovários eram chamados de testículos, lábios vaginais de escroto. Portanto este modelo pré-iluminista de corpo – também nomeado por “isomorfismo” – não sugeria uma oposição entre os corpos como no sistema binário, mas sim uma continuidade, e a diferença existente era percebida em termos hierárquicos (LAQUEUR, 1994).

Contudo, de acordo com Souza e Carrieri (2010), foi com o surgimento do movimento iluminista que a ciência foi instigada a tentar diferenciar homens e mulheres por meio da diferença dos sexos (LAQUEUR, 1994; SOUZA; CARRIERI, 2010). Segundo Bento (2006) durante o século XIX os corpos sexuados – corpo de homem/corpo de mulher – já estavam plenamente estabelecidos pela linguagem científica. Neste momento, entrava em vigor o “modelo de dois sexos” que opera até os dias atuais. Tal modelo não propõe uma continuidade como o modelo anterior, mas sim uma série de oposições e contrastes entre os sexos (LAQUEUR, 1994).

Assim para Foucault (1999), tal construção é resultado de uma estratégia de controle e de normatização do homem enquanto ser vivo – um “ideal regulatório” – dos corpos. O autor define isso como dispositivo de biopoder, que seria “urna tomada de poder sobre o homem enquanto ser vivo, uma espécie de estatização do biológico ou, pelo menos, uma certa inclinação que conduz ao que se poderia chamar de estatização do biológico” (FOUCAULT, 1999, p. 286). Para o autor, este dispositivo serviu de mecanismo para a introdução do capitalismo industrial e da sociedade capitalista.

Não obstante é por meio deste modelo dicotomizador dos sexos que se regula como os corpos devem se relacionar, suas subjetividades e seus desejos (BENTO, 2006). A vista disso pode-se pensar que a materialização do sexo biológico nos corpos é compulsória, ou seja, o sexo opera como uma norma e uma “prática regulatória que produz os corpos que governa” (BUTLER, 2000, p.110).

Mas os corpos estão distantes de serem domesticáveis. Para Butler (2000), não há uma passividade dos corpos para com esta materialização posta pelo sexo. Uma prova de tal fato foi o movimento de libertação dos corpos que ocorrera ao final dos anos 1960, em meio a uma efervescência social de onde surgira também o feminismo e a revolução social. Neste discurso, além do corpo ser concebido como posse, era também considerado “símbolo de união, cavalo de batalha contra um sistema de valores considerado repressivo, ultrapassado, e que é preciso transformar para favorecer o desabrochar individual” (LE BRETON, 2006, p.10). Hoje em dia estas representações do corpo como forma de questionar o *status quo* podem ser percebidas por meio de práticas como, por exemplo, a marcha das vadias, que se apresenta como uma expressão política e artística com a finalidade de questionar o patriarcado e denunciar a opressão que dele decorre (STADTLER, 2017).

Deste modo, pode-se dizer que esta concepção do corpo como instrumento de resistência é a realidade cotidiana da maioria da população transgênero do Brasil, pois é através de suas próprias expressões corporais que estas pessoas questionam a matriz binária heteronormativa. De acordo com Gabriel e Lang (2015) os corpos se comunicam, podem ser

compreendidos como “textos” que transmitem as mensagens que os consumidores desejam passar. Para Butler (2000, p. 111)

São as instabilidades, as possibilidades de rematerialização, abertas por esse processo, que marcam um domínio no qual a força da lei regulatória pode se voltar contra ela mesma para gerar rearticulações que colocam em questão a força hegemônica daquela mesma lei regulatória.

Para Mauss (2003), os corpos são construídos culturalmente e são reflexo dos *habitus*. Neste sentido os mesmos refletem normas, costumes, vivências e experiências, e isso fica evidente, segundo o autor, por meio das técnicas do corpo: modos de andar, se vestir, falar. Além disso, o corpo é uma construção social suscetível a metamorfoses (LE BRETON, 2007). Tais mudanças podem ser expressas por meio da aparência que representa “a maneira cotidiana de se apresentar socialmente, conforme as circunstâncias, através da maneira de se colocar e do estilo de presença” (LE BRETON, 2007, p. 77) que são postas em prática para direcionar o olhar do outro. Para Goellner (2010, p. 72-73):

Um corpo não é apenas um corpo. É também o seu entorno. Mais do que um conjunto de músculos, ossos, vísceras, reflexos e sensações, o corpo é também a roupa e os acessórios que o adornam, as intervenções que nele se operam, a imagem que dele se produz, as máquinas que nele se acoplam, os sentidos que nele se incorporam, os silêncios que por ele falam, os vestígios que nele se exibem, a educação de seus gestos... enfim, é um sem limite de possibilidades sempre reinventadas, sempre à descoberta e a serem descobertas.

Esta preocupação com olhar do outro no caso das pessoas transexuais, pode-se referir ao fato de que sua corporificação é contraditória em relação à sua identidade de gênero (CONNELL, 2016), é estigmatizada pela sociedade. Logo, para mulheres transexuais, alterar a aparência pode ser um imperativo social em alguma medida, uma vez que aos olhos da sociedade – cuja matriz binária é hegemônica – mulheres são femininas e devem atributos femininos. Sendo assim a aparência corporal também pode ser lida como capital.

Segundo Goldenberg (2010), no contexto cultural brasileiro, o corpo não é apenas um capital físico, mas também opera como capital econômico, simbólico e social, na medida em que não só se precisa do corpo para existir fisicamente, mas também como o corpo é utilizado para conseguir renda, aumentar a rede de relações e conexões sociais e também aumentar o prestígio social do indivíduo.

As narrativas de mulheres transexuais estão repletas de metáforas em relação ao corpo: “estarem presas no corpo errado” ou terem “corpos femininos e masculinos ao mesmo tempo” (CONNELL, 2016, p. 240), mas também falam muito em auto reconhecimento visto que não é fácil para elas compreenderem este fato sobre si mesmas. De acordo com Butler (2000), o reconhecimento do ponto de vista social não ocorre, uma vez que a matriz regulatória heteronormativa supõe o corpo como um fato ou como uma materialidade fixa. Assim, todos os corpos que extrapolam os limites da norma regulatória vinculada ao “sexo” são vistos como externos a este domínio, os seres possuidores destes corpos como seres abjetos<sup>5</sup>. Para Butler (2000, p.112), “esta matriz excludente pela qual os sujeitos são formados exige, pois, a produção simultânea de um domínio de seres abjetos, aqueles que ainda não são "sujeitos", mas que formam o exterior constitutivo relativamente ao domínio do sujeito”.

---

<sup>5</sup> “O abjeto designa aqui precisamente aquelas zonas "inóspitas" e "inabitáveis" da vida social, que são, não obstante, densamente povoadas por aqueles que não gozam do status de sujeito, mas cujo habitar sob o signo do "inabitável" é necessário para que o domínio do sujeito seja circunscrito.” (BUTLER, 2000, p. 112)

Nos estudos de consumo, a temática corpo surgiu por volta da década de 1970. Nestas pesquisas iniciais o corpo era compreendido através de uma perspectiva psicológica e biológica, com ênfase aos estudos de psicologia comportamental (VALENTIM; FALCÃO; CAMPOS, 2014), que era o enfoque predominante nos estudos do comportamento do consumidor naquele momento (SHAW; JONES, 2005).

De acordo com Valentim, Falcão e Campos (2014), por volta da década de 1980, com o surgimento de um novo paradigma no campo do consumo, o corpo passou a ser compreendido para além dos aspectos comportamentais. O consumo simbólico trazido à tona por Levy (1959) fez com que alguns estudos nesta década – como os de Holbrook e Hirschmann (1982), Rook (1985), Belk (1988) – abarcassem, o consumo simbólico em relação ao corpo, a construção de identidades com base nos aspectos simbólicos dos produtos para os corpos, corpo como meio de expressão para rituais e o corpo como posse (VALENTIM; FALCÃO; CAMPOS, 2014). Vale ressaltar que embora tais estudos tivessem sido importantes nenhum destes abarcou o corpo com centralidade.

Somente na década de 1990 os estudos de consumo conceberam o corpo como objeto de estudo central e geraram teorias sobre o consumo e o corpo, como o de Schouten (1991b) e o de Thompson e Hirschman (1995):

Thompson e Hirschman (1995) adotam um modelo pós-estruturalista de corpo socializado no qual os dualismos – como mente/corpo, razão/emoção, masculinidade/feminilidade – apresentam um caráter central na estruturação de sociedades ocidentais e experiências individuais. Tais dualismos estão incluídos em uma ideologia de controle difundida, em que um “eu racional e masculinizado” utiliza-se de conhecimentos e tecnologias para gerenciar o oposto de sua dualidade (THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995).

Assim, os autores notaram nesta investigação, que pessoas que possuem um corpo fora do padrão ficam em uma condição não socializável, que gera nos consumidores determinados comportamentos de consumo direcionados à normatização deste corpo. Thompson e Hirschman (1995) relataram que quando os consumidores sentiam que seus corpos não correspondiam ao padrão idealizado de corpo que valorizava a magreza, suas práticas de consumo refletiam a busca por essa meta de corpo. Então os autores observaram que o consumo de programas de dietas, consumo de alimentos diferenciados, e exercícios físicos, eram constantemente encorajados, pois existia um valor moral nestas práticas. No entanto, práticas contrárias a essas – como comer alimentos calóricos e não praticar exercícios - eram vistas de uma forma muito negativa, pecaminosa e pouco atraente pela sociedade.

Portanto, em consonância com o pensamento de Foucault (1999), os autores pensam o discurso científico e tecnológico como artifícios norteadores de comportamentos que acabam sendo cumpridos sob a pena de exclusão social. Sendo assim os sujeitos ficam presos em um “emaranhado de práticas” normativas das quais são reféns, pois as imagens que os consumidores têm de seus próprios corpos “são condicionadas por um campo de relações sociais, ideais culturais, prescrições normativas e significados moralistas em relação ao autocontrole e à disciplina” (THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995, p.150).

Já Schouten (1991b), ao pesquisar o comportamento simbólico do consumidor em relação aos motivos e dinâmicas de autoconceito para realização de cirurgias plásticas estéticas notou a emergência de alguns temas recorrentes, tais como: reconstrução de identidades, incentivo de mudanças adicionais na vida dos indivíduos, diminuição da insegurança sexual e afetiva, tomada de controle sobre o próprio corpo e aparência, elevação do senso de eficácia pessoal e experimentar novas identidades. E dentro deste conjunto de temas alguns são particularmente importantes neste estudo. Pois remetem à alteração corporal como transição de identidades, dando ênfase aos ritos de passagem. Neste sentido o autor revela que cirurgias plásticas podem ser percebidas como ritos pessoais de passagem “que permitem que uma pessoa

se separe de um atributo físico (um ato de disposição) e incorpore outro (um ato de aquisição e consumo)” (SCHOUTEN, 1991b, p. 421).

Em resumo o estudo Schouten (1991b) é relevante pois revela que o consumo destas cirurgias estéticas permite que os sujeitos não só mantenham como desenvolvam uma identidade mais harmoniosa e segura, pois na visão do autor, o corpo assim como os objetos permite aos indivíduos se expressarem e se relacionarem.

Nos anos 2000, através da revisão de Valentim, Falcão e Campos (2014) não houve predomínio de vieses paradigmáticos nos estudos sobre os corpos, da mesma maneira que o corpo não apareceu protagonizando nenhum estudo como nos anos 1990. Porém, pode-se apontar que o estudo nacional de Pereira e Ayrosa (2012b) trouxe a ideia de consumo do próprio corpo que reflete “não apenas ao modo como os sujeitos atribuem significados a partes do corpo, como o cabelo, mas também à maneira como cobrem esse corpo por meio de roupas e adereços” (PEREIRA; AYROSA, 2012b, p. 298). Tal estudo mostrou que o corpo aparecia como objeto de hipervalorização do indivíduo dentro um grupo de gays masculinos do Rio de Janeiro, no sentido de que quanto mais se investisse na construção de um corpo hipermasculinizado – ou seja, com músculos aparentes – mais prestígio se teria dentro de tal grupo. Além disso este padrão de corpo era compreendido como um código que permitiria que um sujeito fosse identificado por outros gays como integrante do grupo. Tal ponto corrobora o argumento de Thompson e Hirschmann (1995), sobre o consumo do corpo como forma de socialização e adequação social.

Na investigação de Rocha, Schott e Casotti (2016), as autoras trazem uma importante visão para o presente estudo, uma vez que mostram como o consumo de mulheres negras em relação aos seus cabelos apresenta uma tensão central entre adaptação aos padrões sociais ou resistência a esses padrões como forma de enfrentamento do estigma. Ao adaptarem-se aos padrões estéticos dominantes que valorizam a estética eurocêntrica, mulheres negras tendem a adotar práticas de alisamento, e o fazem sobre o pretexto de serem melhores aceitas tanto nas relações sociais quanto no mercado de trabalho. Já aquelas consumidoras que não se renderiam aos padrões estéticos eurocêntricos estabeleciam estratégias para resistir tais como, blogs, comunidades virtuais, redes de solidariedade que funcionariam como “universos privados”, fornecendo um repertório simbólico para melhorar a autoestima destas consumidoras.

Assim, sabendo que os corpos transexuais, travestis, transgêneros e intersexos são vistos por Butler (2015) como corpos abjetos, ou seja, corpos marginalizados socialmente – pois não são inteligíveis ou legítimos diante das normas de gênero –, pode-se presumir uma analogia do presente estudo em relação ao de Rocha, Schott e Casotti (2016). Pois segundo Carrieri, Souza e Aguiar (2014, p.87) “ao buscarem normalizarem seus corpos ao modelo binário de gênero, transexuais reforçam e alimentam ainda mais esse modelo, contribuindo ativamente com a mesma dominação simbólica que os violenta”.

Em outras palavras, se essas mulheres buscam aceitação social por meio da adequação dos corpos aos padrões binários, os estereótipos de gênero acabam sendo reforçados – mesmo que não intencionalmente – colaborando com o modelo que as violentam (CARRIERI; SOUZA; AGUIAR, 2014), assim como as consumidoras do estudo de Rocha, Schott e Casotti (2016) que mimetizavam a estética eurocêntrica para melhorarem suas relações sociais.

### 3 METODOLOGIA

O presente estudo visa compreender de que maneira ocorre o consumo de mulheres transexuais na liminaridade relativa às suas construções identitárias nas adequações de gênero. Portanto, a natureza da abordagem de pesquisa utilizada neste estudo é qualitativa, pois se constitui, segundo Ritchie e Lewis (2003, p.3), como “uma abordagem naturalista e interpretativa em relação ao entendimento dos significados que as pessoas atribuem aos fenômenos (ações, decisões, crenças, valores, etc.) dentro de seus mundos sociais”.

O fato da pesquisa qualitativa lidar com um nível de realidade que não é quantificável, isto é, de trabalhar “com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” (MINAYO, 2001, p. 21-22), justifica a utilização da mesma nesta investigação, uma vez que se pretende descrever os aspectos simbólicos do consumo de um grupo muito específico – mulheres transexuais – em um contexto muito específico – período de transição de gênero, por meio de suas representações pessoais (BERG, 2001) e de sua materialidade.

Quanto aos fins a pesquisa será considerada descritiva e exploratória. Descritiva pois, esta pesquisa se dedicará à “descrição das características de determinada população ou fenômeno” (GIL, 2008, p.45). Em outras palavras, descreverá as fases a transição de gênero observadas em relação às mulheres transexuais, os tipos de posses adquiridas e descartadas por elas na transição de gênero, aspectos simbólicos do consumo no gerenciamento do estigma e a percepção dessas mulheres transexuais sobre os produtos e serviços para mudanças corporais disponíveis pelo mercado. E exploratória pois busca reconhecer alguns aspectos referentes à esta realidade – tais como principais associações voltadas a este público, leitura de outros estudos sobre o tema, reconhecer pautas do grupo por meio de observações – para obter uma visão geral do universo estudado a fim de se aproximar de tal fenômeno (GIL, 2008).

Os pressupostos ontológicos considerados nesta investigação se darão pelos fundamentos da realidade intersubjetiva, isto é, pelo entendimento de que a realidade é um resultado da relação entre sujeito-objeto, uma construção social advinda da negociação e compartilhamento de significados entre os sujeitos (SACCOL, 2009). A vista disso, o paradigma que orientará o método de pesquisa nesta investigação será o interpretativismo. Tal paradigma fundamenta-se no fato de que “o mundo social possui uma situação ontológica duvidosa e de que o que se passa como realidade social não existe em qualquer sentido concreto, mas é um produto da experiência subjetiva e intersubjetiva dos indivíduos” (MORGAN, 2005, p.63).

#### 3.1 Coleta de dados

A coleta dos dados deste estudo foi realizada durante um período de nove meses. O grupo que compôs o *corpus* desta pesquisa foi formado por mulheres que se autodeclararam transexuais e que residem na região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro. As idades das entrevistadas variaram entre 23 e 49 anos. Além disso, as entrevistadas atenderam ao requisito de terem iniciado sua adequação há, no máximo, dez anos. Esta condição foi necessária para que se obtivesse dados mais detalhados sobre este momento vivenciado por essas mulheres. As técnicas de coleta escolhidas para viabilizar esta pesquisa foram observações não participantes e nove entrevistas em profundidade. Durante as observações a pesquisadora realizou mais cinco entrevistas informais com mulheres transexuais, travestis e homens transexuais.

A observação se fez necessária, pois teve como objetivo conhecer melhor o objeto de estudo através do uso dos sentidos (GIL, 2008) da pesquisadora, assim esta foi utilizada como técnica de coleta de dados naturais, *in situ*. Escolheu-se por realizar tais observações em

ambientes reais, pois para Marconi e Lakatos (2003, p.195) “a melhor ocasião para o registro é o local onde o evento ocorre. Isto reduz as tendências seletivas e a deturpação na reevocação”.

Nestas observações foram analisadas as apresentações das aparências corporais (modo de se vestir, postura, forma de falar, de caminhar...), além das próprias falas dessas mulheres em cada um dos eventos. Em três destes eventos foram realizadas conversas informais com pessoas transgênero cujo tema e conteúdo foram devidamente relatados nas respectivas notas de campo.

As observações ocorreram tanto nas residências das entrevistadas como também em outros locais frequentados pelas mesmas entre as datas de 29/01/2018 e 14/09/2018. Nessas observações a pesquisadora teve conversas informais com mulheres transexuais e convidá-las a participar da investigação como respondentes em entrevista formal. Os registros foram feitos por meio de notas de campo e/ou gravações em áudio para a posterior transcrição. Também foram utilizados alguns registros fotográficos mediante a anuência das respondentes. Segue abaixo a lista dos eventos onde transcorreram as observações:

- Prestação de serviços para a população transgênero: observação realizada em evento na Praça Floriano, Cinelândia/RJ (dia 29/01/2018 das 15hs às 18hs) – organizado pelas organizações CEDS Rio (Coordenadoria da Diversidade Sexual), NUDIVERIS (Núcleo de Defesa da Diversidade Sexual), Grupo Pela Vidda RJ e Fórum TT-RJ) – destinado a prestar serviços à comunidade transgênero. Ao longo do evento foram realizadas duas entrevistas informais: uma com um homem transexual e outra com uma mulher transexual.
- Ato de Visibilidade Travestigenero: observação realizada em ato na Praça Floriano, Cinelândia/RJ. (dia 29/01/2018 das 18hs às 20hs). No início do ato foram ouvidas falas de diversas(os) ativistas transexuais. Durante o ato tiveram apresentações de coletivos de artistas transgêneros.
- Plenária LGBT do PSol: esta observação ocorreu no Palco Lapa 145 (dia 18/08/2018 das 14hs às 18hs). Consistia em uma reunião com finalidade de discutir a organização e estratégia das campanhas de candidatos LGBTs do PSol carioca.
- Queer Museu: observação realizada na abertura da exposição realizada no Parque Lage (dia 18/08/2018 das 18:30hs às 21hs). Ocorreram exposições artísticas diversas, inclusive de artistas transexuais.
- Feira Colorida: observação realizada em feira realizada no Parque Madureira-RJ (dia 07/09/2018 das 14hs às 18hs). O evento era destinado a estimular o comércio ou empreendimentos de pessoas LGBTs. Ocorreram também exposições artísticas de artistas transexuais e prestação de serviço gratuito de testagem de HIV da ONG Grupo Pela Vidda. Neste evento foram realizadas duas entrevistas informais: uma com uma mulher transexual e outra com uma travesti.
- Sarau TransViadas: evento ocorreu na sede do Grupo Pela Vidda no Centro do Rio de Janeiro (dia 14/09/2018 das 19hs às 21hs). Evento onde participantes se expressavam livremente por meio de danças, recitando poesias ou cantando. Neste evento foi realizada uma entrevista informal com uma travesti.

Uma segunda técnica de coleta utilizada neste estudo foram as entrevistas em profundidade. Para Gil (2008, p.110), além desta ser uma das técnicas de coleta mais populares nas ciências sociais, a entrevista é “muito eficiente para a obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano”. A escolha pelas entrevistas em profundidade ocorreu devido a capacidade desta técnica em compreender as realidades, crenças e experiências de um determinado grupo (MCCRACKEN, 1988).

Além disso, a escolha das entrevistas para coletar dados ocorreu também uma motivação prática: o acesso. Uma vez que transexuais constituem um grupo socialmente estigmatizado e

marginalizado essas pessoas tornam-se alvos de violências diversas devido à rejeição social (DIEGUEZ, 2016), e isso faz delas um grupo de difícil acesso. Assim, considera-se que este foi um instrumento de coleta imprescindível para a viabilização desta investigação, pois garantiu à pesquisadora o acesso ao mundo social de mulheres transexuais.

Para operacionalizar tais entrevistas foi utilizado um roteiro semiestruturado de perguntas construído a partir de uma extensa revisão de literatura e do levantamento de categorias culturais advindas desta revisão (MCCRACKEN, 1988). Antes de iniciar as entrevistas a pesquisadora apresentou e leu para as entrevistadas Termo de Confidencialidade (vide Anexo 1). O termo informou às respondentes sobre a temática da pesquisa, sobre a confidencialidade das suas respectivas identidades e certificou, ainda, que as informações poderiam ser utilizadas apenas para fins acadêmico científicos. Portanto, a fim de preservar o termo supracitado, as entrevistadas são identificadas, ao longo deste trabalho, por codinomes.

As respondentes foram selecionadas de três maneiras: a primeira aconteceu por meio de indicações de pessoas conhecidas da pesquisadora que já frequentavam o meio LGBT; a segunda ocorreu por meio da abordagem da pesquisadora em eventos onde foram feitas as observações. Nesta abordagem a investigadora se identificou, apresentou brevemente o tema da pesquisa e questionou a pessoa sobre o seu interesse em participar desta investigação; e, por fim, a terceira forma de seleção ocorreu através de indicações feitas por outras entrevistadas da pesquisa. Verificadas as condições do escopo desta pesquisa, procedeu-se ao agendamento da entrevista.

**Quadro 1: Perfil das entrevistadas**

	Nome	Idade	Classe social*	Bairro	Escolaridade	Profissão
1	Diana	37	D	Centro	Superior Compl.	Advogada
2	Luana	24	D	Senador Camará	Médio Compl.	Atendente de telemarketing
3	Raíssa	34	D	Campo Grande	Médio Compl.	Camareira
4	Mônica	49	E	Barra da Tijuca	Superior Compl.	Psicóloga
5	Brenda	26	B	Bangu	Médio Compl.	Autônoma (desempregada)
6	Maria	37	D	Sen. Vasconcelos	Médio Compl.	Cabelereira e maquiadora
7	Marcela	39	C	Laranjeiras	Superior Compl.	Jornalista (desempregada)
8	Ana	23	C	Grajaú	Superior Compl.	Assessora Parlamentar
9	Joana	27	A	Tijuca	Superior Compl.	Musicista

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

\* Classe social por faixas de renda familiar (IBGE, 2016)

Vale salientar que embora não haja nenhuma delimitação neste estudo quanto à classe social e escolaridade das sujeitas da pesquisa, *o corpus* aqui apresentado não retrata a realidade social da maioria das mulheres transexuais inseridas no contexto sociocultural brasileiro. Dados levantados pela ANTRA revelam que cerca de 90% da população transexual e travesti utiliza da prostituição como meio de sobrevivência diante da dificuldade de inserção no mercado de trabalho formal e a consequente desqualificação profissional devido à exclusão social, familiar e escolar (ANTRA, 2018). Além disso, dados provenientes do Projeto Além do Arco-Iris/AfroReggae, revelam, ainda, que apenas 0,02 % dessas mulheres cursam graduação, 72% não apresentam ensino médio completo e 56% não possuem o ensino fundamental. Assim, a diferença aqui apontada poderá, hipoteticamente, refletir uma limitação da presente investigação. No entanto, a acessibilidade a esse grupo foi difícil uma vez que havia receio dessas pessoas em concederem entrevistas em suas residências, ou, até mesmo, de encontrarem com a entrevistadora em algum local público. Muitas dessas mulheres se recusaram a participar do estudo mesmo tendo a pesquisadora explicado do que se tratava a investigação.

Foram realizadas 9 (nove) entrevistas em profundidade. Os locais de realização das entrevistas variaram de acordo com a disponibilidade das entrevistadas: residências, locais de trabalho, cafeterias, praças de alimentação de *shoppings centers* e universidades. As entrevistas

tiveram duração entre 47 minutos à 2 horas e 4 minutos, foram gravadas em áudio e transcritas pela pesquisadora *a posteriori*.

### 3.2 Método de Análise de dados

O método de análise utilizado neste estudo foi a interpretação hermenêutica. Para McCracken (1988), os textos gerados por entrevistas em profundidade são especialmente adequados para serem interpretados por meio desta perspectiva, pois o diálogo flui a partir de características de experiências de consumo e significados expressos pelos próprios respondentes. Segundo Thompson (1997), esta estrutura interpretativa visa compreender significados do consumo relacionados tanto às narrativas de consumo pessoais de um consumidor e quanto ao contexto narrativo mais amplo de significados culturais historicamente estabelecidos.

Tal escolha foi feita devido ao potencial que tal instrumento tem para fornecer *insights* relevantes nas pesquisas de consumo (THOMPSON, 1997). Isso é viável, pois para Thompson (1997) esta perspectiva permite aos pesquisadores compreenderem como consumidores interpretam as suas necessidades e desejos sobre produtos e serviços diante de suas respectivas condições de vida.

O modelo interpretativo proposto por Thompson (1997) parte do pressuposto que os consumidores são narradores das próprias histórias de consumo. Tais narrativas possuem um senso de continuidade e coerência em meio ao fluxo de suas experiências de vida, e essas narrativas estão inseridas em um plano de fundo cultural. Este plano de fundo fornece categorias sociais, crenças comuns, conhecimentos compartilhados e estruturas interpretativas onde as identidades e os significados personalizados são construídos. Assim, os significados personalizados de consumo expressam relações co-constitutivas entre as condições sociais, as questões identitárias de um dado consumidor e um amplo legado de quadros referenciais historicamente acessíveis (THOMPSON, 1997).

Para realizar este tipo de análise a interpretação ocorre por meio de sucessivas interações da parte e do todo. Segundo Thompson (1997) esta interação ocorre por meio de duas etapas (ciclos interpretativos) que se relacionam interativamente:

Em primeiro lugar, os textos transcritos são lidos na totalidade para que o pesquisador obtenha uma compreensão holística dos fenômenos narrados (ciclo intratextual). Eventualmente em meio a este processo são necessárias leituras adicionais por parte do interpretador para compreender os significados de consumo transmitidos pelo texto. A segunda etapa compreende o momento em que o pesquisador busca padrões e diferenças entre as entrevistas (ciclo intertextual).

Os movimentos entre estes dois ciclos são interativos uma vez que a qualquer momento da interpretação o pesquisador pode perceber novas descobertas que o façam reconsiderar os textos já interpretados previamente a partir desta nova compreensão desenvolvida (THOMPSON, 1997). A partir desta diretriz procedeu-se à análise das narrativas de consumo das entrevistadas selecionadas. Os trechos ilustrativos apresentados na seção a subsequentes foram extraídos de transcrições textuais gravadas em mídia digital e geradas através das entrevistas em profundidade, cujas durações variam entre 47 minutos e 2 horas e 4 minutos.

Para nortear o processo da análise dos dados deste estudo, foram sugeridas as seguintes categorias analíticas *a priori*, seguindo de suas respectivas definições constitutivas e operacionais no quadro 2. As categorias *a priori* emergiram das constantes revisões bibliográficas realizadas durante a exploração da temática deste estudo, principalmente na fase de construção do referencial teórico. No entanto, vale salientar que ao longo da análise do corpus de pesquisa, novas categorias (categorias *a posteriori*) emergiram. Foi o caso da liminaridade, consumo liminar, vulnerabilidade do consumidor e desposseções, que embora já tivessem sido teorizadas anteriormente, não tinham sido consideradas no primeiro momento

deste estudo. Já para as categorias consumo de feminilidades e passabilidade utilizou-se como definição constitutiva um conceito identificado ao longo desta investigação.

As definições constitutivas surgiram da fundamentação teórica utilizada neste estudo, e as definições operacionais corresponderam à maneira como tais termos foram identificados e apurados no campo (VIEIRA, 2005). Segundo Vieira (2005), a utilização destas ferramentas ocorre devido ao rigor que proporcionam à pesquisa qualitativa.

**Quadro 2: Categorias analíticas, definições constitutivas e operacionais.**

<b>CATEGORIAS A PRIORI</b>		
<b>Categoria Analítica</b>	<b>Definição Constitutiva</b>	<b>Definição Operacional</b>
Identidade de gênero	A identidade de gênero, segundo Stoller (1994, p. 29), é “a mescla de masculinidade e feminilidade em um indivíduo”, o que indica que todas as pessoas possuem masculinidade e feminilidade, no entanto em graus e formas distintas.	Relato das informantes a respeito da performance feminina que apresentavam. Observação dos atos, gestos apresentados pelas informantes.
Estigma	Segundo Goffman (1988, p.6), o termo estigma é “um atributo profundamente depreciativo” que está “incongruente com o estereótipo que criamos para um determinado tipo de indivíduo”.	Relatos das informantes acerca de como eram tratadas na sociedade de maneira geral.
Rito de passagem	São "ritos que acompanham qualquer mudança de lugar, estado, posição social ou idade" (VAN GENNEP, 1960 apud TURNER, 2005, p. 138).	Quando as entrevistadas relatam como ocorreu suas respectivas adequações identitárias para o gênero feminino.
Ritos de descarte	Ocorrem quando o consumidor tenta desassociar do bem as propriedades individuais que este possui. E este pode ocorrer de duas maneiras: quando se adquire um bem de outrem – o consumidor tenta eliminar o significado relacionado ao antigo proprietário – ou quando se pretende dispensar um bem – o consumidor tenta esvaziar todo significado que já fora investido no bem por ele mesmo (MCCRACKEN, 2010).	Quando as entrevistadas relataram doações, jogarem fora ou venderem bens associados à identidade de gênero masculina.
Corpo	Para Le Breton (2007) o corpo é o lugar e o tempo onde se constitui a identidade. Para Goellner (2010, p. 72-73): Um corpo não é só um corpo corpo, mas também tudo que o circunda: “mais do que um conjunto de músculos, ossos, vísceras, reflexos e sensações, o corpo é também a roupa e os acessórios que o adornam, as intervenções que nele se operam, a imagem que dele se produz, as máquinas que nele se acoplam, os sentidos que nele se incorporam, os silêncios que por ele falam, os vestígios que nele se exibem, a educação de seus gestos...”	A partir dos relatos das respondentes sobre as mudanças ocorridas em seus corpos durante o processo de adequação. Observação de como essas mulheres apresentavam seus corpos, se colocavam, gesticulavam, andavam.
<b>CATEGORIAS A POSTERIORI</b>		
<b>Categoria Analítica</b>	<b>Definição Constitutiva</b>	<b>Definição Operacional</b>
Liminaridade	Os ritos de margem ou liminaridade, correspondem aos momentos em que os indivíduos não possuem muitas características nem do estado anterior nem do estado futuro, indica um momento de ambiguidade em que o sujeito “não mais é classificado” e ao mesmo tempo “ainda não é classificado”, uma fase de ausência de identidade, segundo Turner (2005, p.140). “Uma escuridão frutífera, que incorpora quietude e movimento, sombra e luz, uma obscuridade restaurativa repleta de atividades de consumo daqueles que essencialmente não são mais, mas ainda não” (CODY; LAWLOR; MACLARAN, 2011, p.214).	Todas as descrições em que as entrevistadas se referiam à própria identidade como algo inacabado, ou quando relatavam sobre fases em que sua aparência era andrógena.

Consumo liminar	“O consumo liminar surge como um entendimento teórico daqueles que existem e consomem no meio de um limiar de identidades suspensas”, não pertencendo nenhuma das duas identidades, mas simultaneamente incluídos em ambas (CODY, 2012, p.61).	Narrativas de consumo em que as respondentes relatavam ora uma reiteração de normas e categorias culturais (como a própria feminilidade), ora estratégias de diminuição de contradição interna das mesmas por meio do consumo.
Vulnerabilidade do Consumidor	“Um estado de impotência que resulta de um desequilíbrio nas interações de mercado ou a partir do consumo de mensagens de marketing e produtos” (BAKER; GENTRY; RITTENBURG, 2005, P. 7).	Relatos das entrevistadas sobre situações em que elas, enquanto consumidoras, ficaram ou poderiam ter ficado em desvantagem diante da relação de troca com empresa ou prestadores de serviços (geralmente ilícitos).
Desposseções	“Representa o processo psicológico mais amplo através do qual uma pessoa se sente física ou emocionalmente desapegada e separada de uma posse sob seu controle” (ROSTER, 2001, p. 429).	Quando as respondentes revelaram não somente o descarte de objetos, mas demonstraram total desapego sob essas posses.
Passabilidade	“O termo passabilidade, utilizado pelas entrevistadas corresponde ao fato de uma pessoa transexual ser percebida/reconhecida socialmente enquanto pessoa cisgênero. Por exemplo: quando uma mulher transexual é reconhecida publicamente como uma mulher cisgênero.” (Nota de campo 01 - 29/01/2018)	Através da observação da aparência corporal dessas mulheres. Na narrativa de entrevistadas que falaram que eram percebidas socialmente enquanto mulheres cisgênero.
Consumo de Feminilidades	Consumo de todo aparato simbólico – como esmaltes, maquiagens, cabelo, roupas – que permitisse a essas mulheres performativizar o gênero feminino. (Nota de campo 4 – 18/08/2018)	Relatos das entrevistadas sobre os tipos de posses simbolicamente relacionadas ao universo feminino. Observações das aparências corporais dessas mulheres em entrevistas e eventos.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

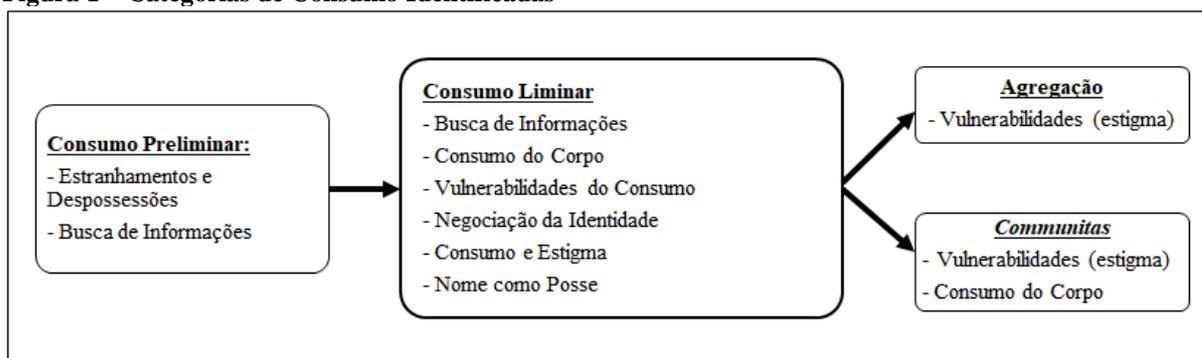
A análise dos dados provenientes das entrevistas e notas de campo sugere que o consumo liminar, emergiu fundamentalmente como um redutor das incertezas de mulheres transexuais analisadas, pois na maioria das categorias de consumo nesta pesquisa – como a busca de informações, consumo do corpo, negociação da identidade, vulnerabilidades, nome como posse – observa-se que as informantes buscavam construir versões mais consoantes de si mesmas (geralmente se adequando à estrutura pre-existente da matriz binária).

O estigma também apresentou considerável influência sobre o consumo das sujeitas da pesquisa na medida em que moldou práticas de consumo dessas mulheres, que utilizavam estratégias tanto para acobertarem condições estigmatizantes quanto para enfrentarem o estigma social. Além disso, embora as vulnerabilidades de consumo emergentes na análise do *corpus* intratextual estivessem intrinsecamente ligadas ao consumo do corpo, observou-se também como um fator externo, como o estigma arraigado na sociedade pode ser proporcionador de vulnerabilidades de consumo para essas mulheres até mesmo após o período liminar (vide figura 1, abaixo).

Embora não tenha sido o objetivo deste estudo enumerar categorias de consumo preliminares e pós-liminares do rito de passagem das mulheres analisadas, optou-se por descrever brevemente como estranhamentos e desposseções ocorreram na preliminaridade, corroborando pressupostos teóricos de Schouten (1991b). Além disso, observou-se também que a busca de informações que se estende até a liminaridade teve início na fase preliminar, proporcionando maior segurança para que essas mulheres investissem na construção identitária.

Vale salientar ainda, que para a maioria dessas mulheres, a fase de agregação a identidade desejada ainda não havia sido completamente alcançada. Assim, a maioria delas ainda encontrava-se em um *continuum* de liminaridade devido à condições e consumos que ainda consideravam necessárias realizar a sua completa adequação identitária, como cirurgias estéticas e a retificação do registro civil, por exemplo. Deste modo, pode-se sugerir que essas mulheres frequentemente permanecem em *communitas*, devido à esse *continuum* no qual o consumo liminar continuava ocorrendo.

**Figura 1 – Categorias de Consumo Identificadas**



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019).

### 4.1 Consumo Preliminar: Estranhamentos e Desposseções

Se o mundo material é capaz de revelar aspectos identitários dos indivíduos (BARBOSA; CAMPBELL, 2006), ele também pode ocasionar um sentimento de incompreensão e aflição quando não há coerência e alinhamento entre as identidades dos sujeitos e alguns bens. De acordo com a análise dos dados foi observado que a construção da heteronormatividade compulsória se manifestou também no consumo dessas mulheres antes mesmo de decidirem iniciar a adequação identitária. Assim, quando uma pessoa nasce em um

corpo sexuado masculino espera-se dela que consuma bens e serviços ligados ao universo masculino e que haja de acordo com os padrões de masculinidade instituídos socialmente. Todavia isso gera um transtorno para as pessoas transexuais, pois não existe uma correlação identitária com esse tipo de consumo, como no relato abaixo:

O momento que eu percebi, agora veja que coisa engraçada, olhando em retrospecto eu já via que era diferente porque não gostava de roupa, eu não gostava daquelas roupas horrorosas, eu odiava ir ao barbeiro... porque o meu pai não me levava no salão de beleza, ele me levava no barbeiro, né, para cortar cabelo. Eu quando criança tinha que ir no barbeiro e a minhas irmãs eu tenho o que? Mais é...3 irmãs e com essa que eu moro quatro, aí imagina, elas todas iam ao salão, faziam as coisas e eu ia naquele lugar horrível. E nunca fui maltratada, mas não gostava, achava horrível. O ambiente não me agradava, só que eu não sabia disso, olhando assim eu 'gente, como eu odiava aquilo, né...' (Mônica)

O trecho acima ilustra o distanciamento das informantes com posses e serviços tipicamente categorizados como masculinos – como as roupas e barbearias – que lhes causavam estranhamento, pois o que elas desejavam era consumir posses relacionadas ao universo feminino com o qual se identificavam – como frequentar salões de beleza e fazer as unhas.

Para Dutra (2007), a construção das identidades masculinas consiste em primeiro lugar na negação da identidade feminina e tudo que deriva dela, ou seja, está articulada principalmente – e forçosamente – em oposição aos símbolos culturalmente percebidos como femininos. Assim, quando essas mulheres são obrigadas a performar uma identidade masculina e se opor aos símbolos de consumo aos quais elas se sentem atraídas ocorre o conflito identitário típico da liminaridade.

Logo, como todos os significados do mundo culturalmente construído, a norma hegemônica de gênero pautada no modelo binário de gênero (CONNELL; PEARSE, 2015) e na premissa sexo-gênero-sexualidade (LOURO, 2004), acabam transferindo seus significados e símbolos de consumo para os consumidores. Isso fica evidente na fala de Mônica ao dizer “me fantasiaram de homem e eu acreditei”. Em geral, essa performatividade compulsória, citada por Butler (2000), contribuiu para que os episódios de ambivalências em relação à identidade de gênero ocorressem. Como em outro relato abaixo:

Então, assim, eu aprendi a me identificar muito com a realidade dos meninos de hobbies etc. Mas eu sempre tive, é... uma fascinação, uma identificação muito grande com universo feminino, porque eu sou binária. Eu sou bastante binária! Assim, eu tenho uma identificação muito grande com todo universo feminino, eu adoro me depilar com cera quente ((risos)), eu adoro usar salto alto, enfim...(Marcela)

De acordo com exemplo acima percebe-se com mais clareza como os construtos sociais atravessaram a esfera do consumo e geraram uma indeterminação identitária nessas mulheres até mesmo neste sentido. De um lado, mesmo a entrevistada tendo preferências por consumir bens culturalmente reconhecidos como femininos, aprendeu a viver e a consumir coisas que se esperava que um menino consumisse no seu meio social – como, por exemplo, jogar futebol e consumir roupas categorizadas como masculinas. No entanto, no caso de Marcela abaixo, ao longo do tempo, isso acabou gerando sentimentos de incerteza e ambiguidade a respeito da sua própria identidade, como na fala a seguir:

Foi muito difícil, porque chega um ponto que você vive tanto o personagem que você acaba acreditando que aquele personagem é a pessoa real e a pessoa de verdade que você é é um fetiche! Eu acreditava que aquilo era um deslumbramento, que era um fetiche... (Marcela)

A maioria dos discursos analisados relataram sentimentos conflitantes a respeito de si mesmas mesmo antes da liminaridade, pois não conheciam a si mesmas. Este ponto vai ao encontro de Ruvio e Belk (2012), os que relataram que existe uma fase pré-transição chamada emergência de conflitos. Esses conflitos emergentes ocorrem antes da liminaridade justamente porque consideram que nem todas as pessoas transgênero chegam a, de fato, realizarem suas transições, mas todas elas passam por estes conflitos.

Assim, ainda na fase preliminar da separação, o estranhamento com a antiga identidade masculina pode fazer com que mulheres transexuais apresentem incertezas, inseguranças e ambiguidades devido aos pressupostos normativos que assimilaram durante a vida no convívio social, com a família. E os discursos decorrentes de tais pressupostos permeavam, inclusive, as práticas de consumo. Tal ponto é confirmado por Fontes, Borelli e Casotti (2012), que afirmam que o consumo também apresenta fronteiras de gênero que delimitam o que é permitido ser consumido de acordo com os gêneros binários – feminino ou masculino.

Assim, a análise do *corpus* de pesquisa, também demonstrou que durante o momento anterior à liminaridade essas mulheres demonstraram, em sua maioria, um comportamento de afastamento dos objetos anteriores – associados à identidade de gênero masculina – reduziu estes conflitos identitários relacionados às posses.

Este momento é marcado por processos como desposseções (ROSTER, 2001) desses objetos, principalmente aqueles relacionados com o vestuário, que ao serem substituídos por peças de roupas associadas ao universo feminino – como vestidos, saias, calcinhas e sutiãs –, modificam, ainda que de maneira sutil a aparência corporal dos indivíduos:

Aí é maravilhoso, sabe? Você falar ‘eu não vou mais usar isso!’ Chegar numa loja comprar uma saia, comprar um vestido, comprar uma calcinha, comprar um sutiã. Aí é maravilhoso, não tenho nada, nada do meu passado, eu joguei tudo fora desapeguei de tudo! (Luana)

Assim como no exemplo acima, as demais respondentes relataram que a desposseção de suas posses relacionadas à uma identidade de gênero masculina foram frequentes. Estes comportamentos se configuraram como desposseções, uma vez que significam algo além do simples descarte. Com a desposseção ocorre não só a separação física, mas também um esvaziamento de valor emocional dessas posses (ROSTER, 2001).

Assim, as desposseções foram realizadas geralmente por meio de: doações, vendas, trocas de roupas em brechós. As entrevistadas descreviam esse processo com frases como “me livrei daquilo tudo” ou “nem olhei pra trás!” constantemente. Disso, observa-se, por parte dessas mulheres, um sentimento de liberdade, visto que não precisariam mais usar aquelas roupas carregadas de significados culturais associados ao gênero masculino. Assim, tal prática indicou uma forma de desconstrução da antiga identidade de gênero dessas mulheres, pois indicou que estavam se desvincilhando também o gênero que não condizia com sua identidade de gênero.

#### **4.2 Busca de Informações**

Outro ponto que emergiu durante a análise dos dados foi a busca de informações. Ela emergiu principalmente na fase anterior à liminaridade, mas se prolongou até o período liminar. Esta procura por orientação esteve presente em todos os discursos – *corpus* intratextual –, que expuseram a relevância da busca por informações durante o processo de adequação da identidade de gênero. E essa busca ocorreu através da internet, por meio de materiais escritos – como livros e revistas – e, também, por meio da aproximação de outras pessoas parecidas com elas.

Cara, botei no Google – internet é deus, né?! – ‘transgênero’, ‘transexual’, cara quando eu li a definição juro por tudo quanto é mais sagrado na face dessa Terra, tudo encaixou. Sabe que faltava a última peça para a engrenagem do relógio andar. Tudo fez sentido. Tudo que não fazia sentido, passou a fazer sentido completamente. Eu me lembro, a sensação foi tão estranho aquilo... A sensação que me deu foi... Não... Não era real aquilo que eu ‘tava lendo. Que era um vidente assim... Falando da minha vida. E meu pensamento: “caramba, existem mais pessoas como eu!”. Primeiro pensamento foi: “eu não sou gay”. O segundo foi: “existem outras pessoas como eu, com essa singularidade”. Inclusive o termo que eu uso para esse momento, quando a pessoa trans se entende, e tem contato com essa questão, chama epifania, é um termo científico, que se usa nos artigos, sabe, “plim”. (Joana)

Eu pesquisei de tudo sobre a minha vida, sobre minha transição (no computador), aí eu descobri pessoas que passavam pelo mesmo que eu, aí eu descobri o endereço da minha igreja (inclusiva). Aí, tipo assim, eu não vivo sem internet! Não porque eu quero fazer amizade, porque ali eu fico sabendo de tudo, exatamente de tudo que eu quero saber, tudo que me interessa! (Maria)

As narrativas acima ilustram como a internet e o uso do computador desempenharam uma função fundamental na descoberta das entrevistadas, pois foi através destes meios – de instrumentos de busca como o *Google* e mídias sociais online –, que essas mulheres puderam se conhecer melhor, compreender suas identidades de gênero, maneiras de executar essa transição e conhecer locais inclusivos para elas. Além disso, a busca de informações parece ter emergido como um supressor de incertezas uma vez que essas mulheres compreendiam que não estavam erradas ao perceberem que existiam outras pessoas parecidas com elas.

Então é... no primeiro momento eu conheci muitas pessoas pela internet, porque assim, eu frequentava até locais, né, mas eu fiz amizade com uma amiga de São Paulo pela internet e a gente ficou muito amiga. E aí eu fui lá em São Paulo, visitei ela, a gente saiu tudo. E aí foi que eu tive liberdade com ela para falar sobre esse assunto [...] Eu tive liberdade de falar com ela e aí ela me auxiliou, né, em relação a isso. (Diana)

O relato acima sinaliza mais uma vez a busca pela informação na internet e, desta vez, reforça também como a internet emergiu como um dispositivo para fins de socialização, que proporcionou novas amizades, relações, laços com pessoas que já conheciam este universo ou que já tinham passado por este processo de transição. No entanto, a busca pela informação, em muitos casos, também emergiu por meio da leitura de livros, revistas e enciclopédias. Através destes meios, o acesso à informação surge novamente como um redutor de incertezas e ambiguidades para essas mulheres, pois na medida que se instruíam através de leituras poderiam pensar diferentes maneiras para lidar com sua transexualidade e suavizar os impactos dessa condição, como expresso pelo exemplo abaixo:

Aí eu fui lendo muito, né? E aí eu fui, enfim, despertando mesmo curiosidade e me informando, né, através da leitura e aí eu fui começando a ver um pouco sobre a questão da sexualidade e aí eu fui me percebendo enquanto uma pessoa trans justamente entre 10 a 11 anos, né, que eu fui tendo acesso a esses materiais e aí li sobre sexualidade e prevenção. Foi a primeira vez, assim, que eu tive contato mesmo com uma escrita que promovia um debate, né, porque aquilo eu me via num certo conflito, né. Ao mesmo tempo que eu não queria ter pelos no rosto no braço, né, eu ao mesmo tempo ia pensando em como aliviar isso, como não deixar isso me adoecer, né? Ao ponto de quando estivesse crescendo pelos não ficasse doente, né, não ficasse me sentindo mal... (Ana)

No exemplo do relato abaixo a entrevistada deixa explícito que o estímulo para iniciar esta busca por informação partiu do seu próprio descontentamento e estranheza com seu corpo. Assim, a partir do momento que ela começou a explorar este novo mundo e a fazer amizades

com pessoas que já tinham passado pela experiência da transição, sua ambivalência parece ter diminuído. Desta maneira, a partir do momento que essas mulheres tomaram conhecimento de que é possível performar o gênero feminino, de que elas não eram as únicas a subverter as normas sociais de gênero, elas demonstraram se sentir à vontade utilizando símbolos culturais que representam a feminilidade, como vestidos, saltos e maquiagens.

Você não está feliz diante do seu corpo, você se olha no espelho e você não se sente bem, entendeu? Aí com uns 17 anos foi quando eu comecei a pesquisar, entendeu? Conheci algumas travestis, algumas trans, entendeu? Aí foi quando eu falei assim: “- ah, vou colocar meu primeiro vestido!”. Aí aquela coisa “-vou me montar para sair, entendeu?”. Aí fui pra balada! (...) Gente, é a melhor coisa do mundo você colocar seu primeiro vestido. Sabe você ficar uma hora se olhando no espelho? Sabe coloquei o vestido, coloquei salto, passei maquiagem, cabelo era cacheado na época, era cheinho até aqui assim ((apontando para o nível abaixo dos ombros)).E eu ‘- Gente, tô maravilhosa!’. Tipo assim, não queria tirar a roupa. Saí, e a melhor noite da minha vida foi aquela noite, entendeu? Aí foi quando eu realmente tive certeza. (Luana)

Notou-se então que o consumo de informação – por meio da internet, livros, revistas, enciclopédias – e a participação em redes sociais online, emergem como um facilitador da transição de gênero, pois diminui incertezas e conflitos durante este momento de intensa ambiguidade. Isso viabilizou, em alguma medida, o planejamento de estratégias que viabilizassem construção identitária dessas mulheres – por meio de pesquisas sobre hormonizações, sobre onde procurar tratamento médico especializado, sobre grupos sociais de acolhimento.

Assim, de acordo com os resultados aqui apontados, a busca de informações pode ser facilitadora no sentido de o indivíduo liminar passar a experienciar uma rede de relações com seus semelhantes em transição de gênero, uma *communitas* (TURNER, 1974), neste processo de readequação de gênero. No estudo de Pereira (2009) ocorreu um fenômeno semelhante, quando gays masculinos em período de transição para sua identidade homossexual procuraram por informações que os fizessem entender quem eles eram e também a desconstruir quem eles não eram. Eles buscaram informações de pelo menos duas formas: a primeira por meio de livros, enciclopédias e da internet, e a segunda indo a locais frequentados pelo público LGBT.

### **4.3 Corpos Consumidos**

Diante da análise de todo o *corpus*, percebeu-se que o consumo liminar do corpo foi particularmente expressivo durante o período liminar das entrevistadas. Uma premissa que talvez explique este padrão deve-se ao fato de o gênero, ser considerado um ato, podendo ele ser produzido intencionalmente ou contingencialmente através do corpo (BUTLER, 2015). Em outras palavras, o corpo é o meio por onde o gênero é “feito” e expresso.

Portanto, quando existem divergências entre as identidades de gênero que os sujeitos possuem e seus corpos sexuados/categorizados, algumas metáforas como estar “presa no corpo errado” ou “ter nascido trocada” são frequentes (CONNELL, 2016). Assim, é possível que os corpos sejam percebidos enquanto “prisões” antes que se iniciem as mudanças performáticas de gênero deste período liminar, é através destas superfícies politicamente e socialmente reguladas que se imprime e se experimenta a subjetividade do gênero (BUTLER, 2015) – ainda que de maneira limitada.

A partir disso, esta análise indicou que existem, dois principais domínios do consumo do corpo: o consumo dos hormônios e o consumo de feminilidade. A seguir cada uma dessas instâncias de consumo do corpo serão melhor descritas.

#### **4.3.1 Hormônios: (des) construção e experiência**

Um aspecto notável relacionado ao consumo liminar de todas as narrativas analisadas foi o consumo dos hormônios por partes dessas mulheres transexuais – independente da disponibilidade de recursos que cada uma tinha. Este consumo despontou como algo impreterível a este projeto identitário de maneira específica, pois proporcionou que essas mulheres desenvolvessem características físicas que elas ansiavam, ao mesmo tempo que promoveu afastamento de características físicas indesejáveis. Os relatos apontaram este tipo de consumo como “uma coisa que foi muito forte” (Joana), como algo que “foi uma realização” (Luana) ou “um sonho realizado” (Mônica).

Para Maria (36 anos), o que mudou consideravelmente sua vida foi a utilização de hormônios mesmo que de forma desassistida por médicos profissionais. Para esta respondente, o consumo dos hormônios, mesmo que por conta própria, teve mérito uma vez que proporcionou atributos físicos desejados: uma aparência mais adequada, em sua visão, justamente por ser reconhecida socialmente como uma imagem feminina.

Maria: Digamos que se eu não tivesse feito um tratamento hormonal durante muito tempo talvez eu não tivesse alcançado uma feminilidade, como eu vou te dizer... como se diz...

Pesquisadora: Desejada?

Maria: É né. Então, digamos se eu tivesse começado com meus 30 anos eu talvez não teria uma imagem como eu tenho hoje em dia, né, que é uma imagem mais ou menos que eu vejo, na minha concepção, mais ou menos satisfatória. Então eu creio que o que mudou a minha vida foi começar o tratamento hormonal mesmo que seja por contra própria, entendeu?

Assim, o consumo de hormônios estava relacionado a um novo corpo e, conseqüentemente, a um projeto identitário que se pretendia alcançar orientado para a feminilidade. De tal modo, a análise dos dados indica que neste consumo liminar, por parte dessas mulheres, ocorre uma aproximação com o consumo de cirurgias estéticas do estudo de Schouten (1991b), pois o autor nota que este tipo de consumo auxiliou na transição identitária dos seus informantes e acabou ocorrendo de maneira recorrente, como se sempre fosse necessária uma nova cirurgia para que uma possível adequação ocorresse. O mesmo ocorreu com o consumo de hormônios durante a construção identitária dessas mulheres transexuais que continuou a ser utilizado pela maioria das informantes de maneira constante, também apontando para um *continuum* deste consumo liminar.

Embora a maioria das entrevistadas tivessem iniciado o tratamento hormonal através da automedicação, notou-se que ao longo deste processo de construção identitária ocorreu uma tomada de consciência, em relação aos malefícios deste consumo desassistido por parte delas. A partir do momento em que houve uma percepção dos riscos por parte das entrevistadas, isso levou as mesmas a procurarem tratamentos endocrinológicos com médicos<sup>6</sup>, como nos casos ilustrados abaixo:

Agora foi justamente como eu te falei, eu iniciei o uso de hormônios que foi interrompido por dúvidas e questões minhas dentro desse processo, ele foi interrompido... e só após vir para o Rio de Janeiro que eu continuei a tomar hormônio e ter um acompanhamento mais multidimensional principalmente na Fiocruz que é onde eu faço uso de serviço lá, né. Eu sou usuária do SUS através do serviço de lá, aí eu parei de usar sutiã e percebi o meu corpo, né, de uma forma que vem me agradando e promovendo qualidade de vida. (Ana)

---

<sup>6</sup> Vale ressaltar que grande parte destes serviços foi prestado pelo SUS (Sistema Único de Saúde), através de instituições como o IEDE (Instituto Estadual de diabetes e Endocrinologia), o HUPE (Hospital Universitário Pedro Ernesto) e a Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz).

A automedicação era complicada porque eu não sei, podia dar problemas sérios, eu tinha ouvido pessoas com problemas sérios por tomar hormônios demais ou tomar hormônios de forma inadequada. Então achei que era importante procurar um médico, depois de muito tempo acabei conseguindo... (Diana)

Tomando os relatos de Ana e Diana como exemplos, observa-se que houve o amadurecimento de ambas a respeito da complexidade e dos cuidados em relação ao consumo dos hormônios durante o processo liminar. As dúvidas e questões internas presentes na primeira fala resultaram ainda na paralização deste consumo – e volta posterior –, enquanto a segunda entrevistada tomou consciência dos riscos inerentes a este consumo e resolveu procurar ajuda profissional. Assim, observou-se que, ao longo do processo liminar, questões como qualidade de vida, saúde e bem-estar passaram a ser consideradas e priorizadas pelas sujeitas dessa pesquisa.

Esta urgência de “adequação” – dos corpos considerados masculinos para os corpos considerados femininos – no primeiro momento do período liminar que refletiu no consumo inadvertido de hormônios, pode emergir como uma tentativa impetuosa dessas mulheres de reduzirem as incertezas da liminaridade. Esta urgência foi percebida, em alguma medida, no estudo de Thomsen e Sørensen (2006) com mães de primeira viagem, que também estavam passando por um período liminar na construção da identidade social de mãe. Quando questionadas, as informantes da pesquisa, revelaram investir no consumo de carrinhos de bebês mais caros e confortáveis para reduzir este conflito identitário durante a liminaridade, para que pudessem ser consideradas boas mães. Analogamente, no caso das mulheres transexuais, este consumo inócuo dos hormônios pode denotar que elas ansiavam por reivindicar sua identidade de mulher socialmente ao apresentarem a aparência feminina.

Outro fator que também despontou como importante atributo resultante do uso dos hormônios foi o aumento dos seios. Pois, como ilustrado na fala da entrevistada abaixo, é algo que diferencia este novo corpo de um corpo visto socialmente como masculino, o que converge com o pressuposto de Woodward (2000) da identidade relacional construída a partir da diferença. Para a autora existe um esforço para afirmar tais diferenças por meio de símbolos (WOODWARD, 2000), neste caso a reivindicação e uma aparência que divirja da masculinidade. Segundo Goldenberg (2005), na cultura carioca, e brasileira em geral, os aspectos dos corpos masculinos mais valorizados pelos homens são a altura, o tórax, a força física e o tamanho da genitália. Já os corpos femininos são valorizados pelas suas formas acentuadas, como quadris, seios e nádegas (GOLDENBERG, 2005). Assim, essas características também foram vistas como desejáveis pelas mulheres transexuais. O trecho abaixo exemplifica a importância atribuída aos seios por essas mulheres:

Teve uma coisa muito forte que foi os seios, né? Na verdade, quando começou a crescer eu fiquei assim: “-Meu Deus...” e aí fui me sentindo tão alimentada... (...)para nós, mulheres trans, a gente quer... mulheres trans, travestis querem peito e, ao mesmo tempo, que os homens trans querem se ver livres desse peito, né... (Ana)

Um terceiro apontamento em relação ao consumo de hormônios se deve ao fato de que este teve, inicialmente, uma dupla aplicabilidade: além de serem fundamentalmente importantes no processo de apropriação da identidade que se desejava construir (SCHOUTEN, 1991a), os hormônios promoveram ainda o distanciamento de características indesejáveis relacionadas à identidade de gênero anterior. A partir dos relatos abaixo é possível perceber esta dupla aplicabilidade inicial do consumo dos hormônios:

A minha família nunca foi de ter uma testosterona muito alta, nunca fui peludo, aqueles homens peludos, entendeu? Então acho que favoreceu bastante, né? [...] Mas pelo na perna cresce, né? Diminuiu bastante, demora bastante a crescer. Hormônio

ajuda muito! Muito, mudou muito, meu rosto então... Se te pegar uma foto de eu com 15 anos e uma foto de agora tu fica: [expressão facial de espantamento]. Graças a Deus, amém hormônios! (Luana)

É uma medicação bem pesada, mas que ajuda no processo de bloquear os efeitos masculinizantes da testosterona. A gente continua tendo a testosterona é produzido no mesmo nível que os homens cisgêneros, mas não vai para o sangue, é bloqueado o efeito. Então a gente não tem os traços masculinizantes sendo desenvolvidos e interrompe isso. [...] É maravilhoso a minha pele mudou muito eu senti a pele mais macia eu percebi que o cheiro do meu corpo mudou muito e isso me deixou muito feliz! (Marcela)

Nas falas acima, Luana relatou que a quantidade de pelos corporais diminuiu, da mesma forma que Marcela narrou como os efeitos masculinizantes são bloqueados através do uso do tratamento hormonal. Nestes casos residem demonstrações de como o consumo de hormônios promoveu um afastamento das características físicas indesejáveis, pertencentes à identidade de gênero masculina neste plano de fundo cultural. Contudo, ao mesmo tempo que ocorreu este afastamento de atributos desinteressantes para essas mulheres, houve uma aproximação de características socialmente inteligíveis como femininas que elas valorizavam – como o formato do rosto, a maciez da pele, o cheiro do corpo.

Desta maneira, a análise também sugere que o consumo de hormônios possui mais uma finalidade, além de aproximar/afastar características, pois vai além destas funcionalidades quando se relaciona para à vivência da identidade de mulher por meio de experiências decorrentes deste consumo, como ilustrado por Marcela: “até a TPM, que na verdade não é uma TPM como das outras mulheres, mas a gente tem essas alterações de humor que aparecem. E chorar para mim foi uma libertação tão grande...”. Assim, para Marcela além de assumir características consideradas mais femininas, a entrevistada vivenciou sensações particulares inéditas – como alterações de humor associadas a uma suposta Tensão Pré-Menstrual (TPM).

Porque uma coisa é você: ‘ah não, eu no meu entendimento, eu sou mulher e tal’, mas a outra coisa é quando teu corpo começa a sentir isso, quando você começa sentir que você tem menos energia, quando você começa a ter esse reflexo, e aí você começa a fazer a... a transição e aí você passa pelos estágios que você deveria ter passado quando você era criança ou adolescente, então você passa já adulta, que é a questão de sentir dor no peito, enfim... o peito começa a crescer e tal, quando tem umas coisas que você vai passando. (Diana)

A partir da análise dos dados nota-se então, que o tratamento hormonal traz além da possibilidade de transformação corporal mudanças nos sentidos dessas mulheres, uma sensação de puberdade tardia, e alterações nas percepções – visuais, olfativas, táteis – do corpo, demarcando, o que as respondentes consideram uma experiência de ser uma mulher cisgênero por meio dos sentidos. A partir deste trecho é possível perceber como o consumo de hormônios proporciona ganhos tanto simbólicos quanto hedônicos neste período de “jogo de identidades” (SCHOUTEN, 1991a). Isso é perceptível, pois de acordo com Hirschmann e Holbrook (1982), na perspectiva do consumo hedônico os produtos podem gerar estímulos que alteram estados físicos e emocionais no consumidor.

Portanto, o consumo dos hormônios emerge com uma tripla função: fazer com que mulheres transexuais se aproximem dos padrões de corpos femininos, afastar atributos físicos relacionados aos corpos masculinizados, e, por fim, podem proporcionar experiências relacionadas à condição de uma mulher cisgênero ou de uma puberdade tardia, como o exemplo da suposta TPM, menos força, dor nos seios. Desta forma, embora o consumo dos hormônios seja iniciado para satisfazer uma funcionalidade específica de construir uma aparência, ele proporciona, para além disso, uma construção identitária por meio das subjetividades dessas

experiências. Vale salientar também, que a maioria das informantes deste estudo utilizavam os hormônios de maneira constante, o que aponta para a continuidade deste consumo para além do período liminar das sujeitas.

#### 4.3.2 Consumo e feminilidades

Ao longo da análise do *corpus* de pesquisa, um outro tema que emergiu foi o consumo de feminilidades, ou seja, de todo aparato simbólico que permitisse a essas mulheres performativizar o gênero feminino. Para a maioria das entrevistadas, o contato com o universo do consumo feminino apresenta-se como algo libertador e fascinante no primeiro momento, pois este tipo de consumo era constrangido anteriormente. Como ilustrado pela fala, abaixo:

Por exemplo, eu naquela época antes de fazer a transição, se eu fosse comprar é...um esmalte de unha, iam olhar para minha cara e iam falar assim ‘que isso? tá achando que é quem? ó lá... comprando esmalte...’. Agora eu não... agora posso comprar o que eu quiser, entendeu? Eu posso comprar o que eu quiser eu vou, compro roupa, compro tudo que eu sempre quis comprar eu nunca pude, que as pessoas não permitiam que eu comprasse. Ninguém ia entender nada porque na nossa sociedade ou você é homem ou você é mulher. Então a partir do momento que eu sou é... mulher transexual eu posso fazer o que eu quiser dentro do universo feminino. (Diana)

No relato de Diana, ela expressa satisfação de finalmente poder consumir itens que antes do processo de adequação identitária não eram possíveis, pois ainda se apresentava uma identidade social diferente. Em verdade, o estigma ainda existe, pois quando ela consome itens considerados do universo feminino vai de encontro ao que as normas de gênero impõem a ela, se tornando um ser abjeto<sup>7</sup> do ponto de vista social. No entanto, ainda que estivesse sob o domínio da abjeção, a entrevistada relatou que a partir do momento que tomou a decisão de assumir publicamente e construir sua identidade feminina ela se sentiu avalizada a utilizar itens que a auxiliariam, justamente, na performatividade do gênero (BUTLER, 2015) feminino que ela desejava alcançar.

O fato dos corpos não se limitarem à materialidade física da carne, mas também a tudo que a circunda – como roupas, adornos, tatuagens, intervenções, gestos (GOELLNER, 2010) e etc – faz com que se considere a estilização destes corpos através do consumo um fator de relevância para as entrevistadas. Assim, essa estilização refletiu também na maneira como essas mulheres relatavam suas primeiras posses, as primeiras performances femininas, as mudanças de atitude em relação a gestos e algumas partes do corpo. Tais falas evidenciaram o empenho e investimento que as entrevistadas tiveram durante a liminaridade para construírem a aparência desejada.

As primeiras posses obtidas durante essa jornada de construção identitária associadas a este novo momento – como a primeira calcinha, o primeiro sutiã ou o sapato de salto alto – emergiram com bastante frequência nas falas das entrevistadas como posses que foram usadas à exaustão e com alto nível de apego por parte das mesmas (BELK, 1988).

Eu sempre gostei muito de maquiagem, eu sempre gostei de roupas femininas. Ah, um objeto, exemplo, salto alto! Eu sempre adorei salto, eu sempre adorei! Então quando eu ganhei meu primeiro salto alto eu usava direto. Eu cheguei a usar até desgastar o salto, que ficou só o ferrinho assim... (Brenda)

---

<sup>7</sup> O abjeto é designado aqui como aquele que não possui o status de sujeito. O abjeto está exterior ao sujeito, pois é aquele que representa as zonas “inabitáveis” e “inóspitas” da vida social (BUTLER, 2000, p.112), assim quando essas mulheres vão de encontro à premissa sexo-gênero-sexualidade são socialmente classificadas como não sujeitas, como “diferentes”, e ainda assim, sofrem com o estigma.

Na fala acima, foi possível notar como o seu primeiro sapato de salto alto era uma posse importante, na medida em que ela utilizou este bem de maneira exaustiva. E novamente, há um reforço sobre o fato dessa posse ter sido algo que sempre gostou, mas pôde usar sob pena de ser sancionada socialmente. Assim o momento liminar também emerge como uma oportunidade para essas mulheres poderem consumir tais objetos associados a identidade feminina. A entrevistada revelou também que só descartou essa posse por exigência do seu atual marido, caso contrário ainda teria o sapato devido ao seu valor emocional.

Essa mudança na maneira cotidiana com que as entrevistadas se vestiam, portavam, enfeitavam e arrumavam – ou seja, nas técnicas do corpo (MAUSS, 2003) – surgiu na análise dos dados com bastante entusiasmo em suas falas. Expressões como “momento sublime”, “momento de satisfação”, “realização” estiveram presentes nestas descrições. No relato abaixo, a entrevistada Mônica conta como a compra seu primeiro sutiã teve um grande valor simbólico e representou um sonho realizado. Relatou, ainda, como ela almejava satisfazer o desejo de usar imediatamente a posse e sair andando pelas ruas com aquele o sutiã que representava a manifestação de sua feminilidade para a sociedade.

Ai, teve uma coisa que foi um dos maiores sonhos da minha vida. Eu fui... lá em Brasília na Asa Norte, aí eu fui até o final da Asa Norte, aí tinha um Shopping chamado Boulevard. Eu me lembro disso até hoje, aí eu comprei o meu primeiro sutiã. E lembro que eu levei o sutiã, aí eu saí de lá com sutiã na bolsa e fui a um restaurante que era perto, chamado Natureto. Aí eu entrei no banheiro, e coloquei o sutiã pela primeira vez. Nem esperei chegar em casa! Tava tão com vontade, e o meu orgulho de voltar para casa, voltei a pé, sempre andei muito a pé. Voltar para casa com o sutiã e a blusa por cima, mas eu... foi uma realização! Como diz a propaganda, não era da tua época: o primeiro Valisere a gente nunca esquece! (Mônica)

Outro fator expressivo que emergiu na análise do *corpus* foram o consumo dos cabelos – comprar perucas, deixar o cabelo crescer, alisar os fios, comprar produtos específicos de cuidados capilares. O cuidado com a aparência dos cabelos emergiu como uma das principais práticas de consumo ao decidirem iniciar a adequação de gênero.

O aplique do cabelo talvez tenha sido o momento mais emblemático que eu precisava, porque meu cabelo não tava é... muito comprido e tal. Então acho que isso melhorou um pouco a minha autoestima, minha autoconfiança (...) É porque eu acho que o cabelo é meio que a marca, né, da feminilidade assim, né? O cabelo, ele... ele diz muito! (Diana)

De acordo com o relato de Diana, pode-se perceber que o cabelo é visto como uma espécie de símbolo material da feminilidade, um gatilho para a construção da aparência feminina desejada por ela. Quando a respondente diz que foi emblemático, logo foi um momento crucial que ela reitera como uma necessidade. Este consumo em relação aos cabelos pode ser compreendido através dos pressupostos do estudo de Bouzón (2010) que mostrou como o consumo dos cabelos pode ser utilizado como forma de comunicar de uma gama de significados de gênero e socioculturais. Além disso, o consumo relacionado aos cabelos é mais comum de ser realizado por mulheres, pois estas tendem a atribuir maior importância a este tipo de consumo do que homens, que relataram seu consumo como mais básico e simples no estudo de Fontes, Borelli e Casotti (2012).

Assim, o cabelo e seu consumo representam a adequação a uma identidade feminina almejada e ao deixa-lo crescer, pintá-lo, alisá-lo e cortá-lo, as respondentes revelaram como este consumo ajudou a facilitar o desempenho da identidade desejada e a melhorar o gerenciamento de impressões que os outros tinham delas. No entanto, não se tratava apenas da

impressão do outro – externo –, mas também ajudou na construção e auto aceitação das respondentes sobre essa nova identidade. Isso pode ser percebido a partir do trecho abaixo:

Eu não cheguei a me assumir trans. Não cheguei e falei assim: ‘- Ai, hoje eu vou virar mulher!’. Não teve isso, então foi assim: o cabelo eu fui deixando crescer, na época meu cabelo era encaracolado, eu deixei ele encaracolado, depois eu passei um produto pra alisar, aí depois eu cortei. Na época a Rihanna tinha um cabelo ‘assim’ e eu cortei assim que nem o da Rihanna assim, de ladinho. (Brenda)

Quando Brenda relata que não assumiu imediatamente sua identidade de gênero, observou-se que foi um processo gradual de autoconhecimento e que para além disso, este percurso contou com mudanças de consumo em relação aos seus cabelos, utilizando novos serviços e produtos. A partir do consumo associado aos cabelos a entrevistada pôde experimentar e negociar uma aparência ideal para si, e com isso, mostrar sua identidade de gênero através da aparência corporal. Para Mauss (2003, p.100), “a personalidade de um ser é indivisa e reside inteiramente em cada uma de suas partes” sejam elas os dentes, a saliva, ou os cabelos. Na visão de Mauss (2003) a parte vale pelo todo. Assim, neste caso, os cabelos representam integralmente a pessoa.

Vale salientar, no entanto, que algumas entrevistadas tinham alguma consciência de que a partir deste consumo feminino estariam reproduzindo estereótipos de gênero – e, conseqüentemente, dando seqüência à construção binária de gênero, que impõe os limites para identidades de gênero e sexualidades a partir dos atributos biológicos do corpo. Sobre este fato as entrevistadas reproduziram diferentes níveis de feminilidade, de maneira semelhante às mulheres cisgêneros.

Algumas respondentes apenas tinham consciência de tal reprodução, mas continuaram a mimetizar o consumo relacionado ao universo feminino por que independente de saberem que esta prática – de pintar unhas, vestir determinada roupa, ou usar determinada cor – ratificava estereótipos de gênero, era assim que elas gostariam de ser e de serem vistas. No trecho abaixo Joana relata que os hábitos – inclusive de consumo – são mudados para uma adequação pessoal, o que demonstra que ela não está alheia ao machismo, no entanto, compreende que é uma questão estrutural, em que ela, sozinha, teria pouca agência.

Também, rola uma questão, que é a questão do machismo, tipo assim, “como é que uma mulher tem que se comportar? Ah, não pode falar alto, ah não sei o que e aquilo outro”. Tem coisas que, ah, beleza, eu queria reproduzir uma feminilidade tal porque eu quero manifestar quem eu sou. Então eu vou mudar certos hábitos porque eu quero adequar a minha pessoa. (Joana)

Outra forma com que as entrevistadas enfrentaram esta questão foi revelando que consumiam posses independente de essas serem inerentemente vistas como femininas, como se suas identidades transcendessem esses padrões sociais. Como na fala da entrevistada Ana:

Eu nunca fui muito assim de me maquiar. E aí, enfim... nunca foi tão gritante assim. Vamos dizer assim o uso de cosméticos, de objetos, de coisas para mim, né, me sentir feminina me sentir mulher. (...) Quem foi que disse que o batom é para mulher, né? Não tem dizendo “-Batom para mulher!”, foi construído uma lógica dentro da cabeça de que batom tem que ser usado por mulher. (Ana).

Para Ana, que é ativista das causas da população transexual, a utilização deste tipo de posse não era algo tão essencial, pois a mesma já tinha uma perspectiva crítica sobre isso a partir de leituras e estudos que tinha feito anteriormente. Assim, ela tinha consciência de que esse tipo de consumo não a fazia mais ou menos mulher.

Relatos como o de Ana não refletem o posicionamento das demais entrevistadas, no entanto ignorá-lo seria ignorar diferenças dentro da própria população transexual. As diferenças entre os relatos demonstram também que a partir da subjetividade, história de vida e vivência de cada uma das entrevistadas a estilização do corpo a fim de performar o gênero feminino apresenta diferentes níveis de reprodução.

Portanto, ainda que exista resistência ou ciência sobre a reprodução dos estereótipos de gênero, o consumo de posses relacionadas ao universo feminino e o consumo dos cabelos são percebidos como importantes proporcionadores de capital simbólico, pois fornecem o que Thomsen e Sørensen (2006) chamam de valores simbólicos públicos e privados. Os primeiros quando faz parte do conhecimento comum de uma determinada cultura que mulheres geralmente apresentam maiores cuidados em relação aos cabelos ou que utilizam determinados itens. Assim, ao consumirem posses e serviços relacionados ao universo feminino reiteram suas identidades como mulheres. Já os valores simbólicos privados, correspondem as experiências pessoais das consumidoras, quando o consumo de cabelos/aparência dos seios altera a autoestima das entrevistadas e isso traz uma importância simbólica para elas mesmas.

Assim, se o corpo é o local de produção da identidade (LE BRETON, 2007), e um corpo não se trata apenas de carne, mas tudo que a circunda (GOELLNER, 2010), o consumo de hormônios, de emblemas da feminilidade emergiram, na análise dos dados, como símbolos quase que imperativos à identidade da mulher. Neste caso: como uma essência do que se pretende alcançar.

#### **4.4 Vulnerabilidades do consumo liminar e pós-liminar de mulheres transexuais**

Uma outra categoria que emergiu recorrentemente da análise dos dados diz respeito a vulnerabilidade dessas mulheres transexuais durante e após a liminaridade. Embora maior parte desta vulnerabilidade esteja relacionada ao consumo liminar do corpo, não se pode afirmar que esta é a única condição que faz dessas mulheres transexuais vulneráveis. As violências físicas ou, até mesmo, tratamentos discriminatórios em locais de consumo foram eventos recorrentemente narrados por essas mulheres, como na fala abaixo:

Ó, quando eu frequentava loja fantasiada de homem eu tinha a maior liberdade de perguntar ‘-Ah, isso aqui é quanto?’, ‘-É? E quando é que chega isso?’. Eu tinha a maior liberdade de negociar com a pessoa, de saber da pessoa, do produto, onde é que ficava. Agora eu entro numa loja a primeira coisa que eu penso é: é self-service? Se for autoatendimento eu adoro, porque eu não preciso da ajuda de ninguém! Porque? Porque eu sou nariz empinado? Não! Porque eu sou egoísta? Não! Porque eu sei que eu vou ser mal atendida. Eu sei que porque eu tenho como comparar. Eu vivi 40 anos no corpo de homem, eu sei como era que me atendiam. E agora, por mais sutil que seja ou não o mal atendimento eu percebo. (Mônica)

O trecho acima ilustra um dos diversos casos relatados em que essas mulheres tiveram experiências de vulnerabilidade em decorrência de uma condição externa (BAKER; GENTRY; RITTENBURG, 2005), o estigma. Estes eventos de vulnerabilidade podem, ou não, resultar em danos físicos para essas mulheres, uma vez que muitos locais de consumo não proporcionam segurança para elas, ou ainda, as discriminam enquanto consumidoras. No entanto, grande parte da vulnerabilidade de consumo percebida por essas mulheres ocorreu durante o processo de transformação corporal.

Entretanto, observou-se que no período liminar, que as demandas pelas transformações do corpo surgiram em momentos nos quais essas mulheres não possuíam recursos financeiros para a construção dessa identidade mais feminina. Grande parte das entrevistadas encontravam-se em situação de desemprego ou desamparadas por suas respectivas famílias, durante o processo liminar. Este foi um fator relevante, uma vez que na falta de dinheiro para investir em serviços e produtos que as auxiliassem a alcançar o corpo desejado, muitas dessas mulheres se

viram seduzidas diante de serviços ilícitos – ou práticas de consumo – com potencial de causar danos e gerar vulnerabilidade para as mesmas.

A entrevistada abaixo ilustra este ponto ao relatar, por exemplo, que diante da falta de recursos financeiros para alcançar a aparência que almejava já recorrera inclusive a procedimentos que colocaram em risco sua saúde, como a hormonização feita por conta própria e a aplicação de silicone industrial em diferentes partes do corpo.

A busca da feminilidade ela é uma coisa que faz com que você a qualquer custo queira parecer aquilo que você é por dentro. Então eu nunca tive condições de fazer cirurgias, né? se eu pudesse eu faria operação facial, colocaria silicone nos seios, enfim faria todos aqueles procedimentos, né. Então como eu nunca tive condições e vi certas meninas como eu aplicando silicone injetável eu acabei também fazendo a mesma coisa, um pouquinho de quadril um pouquinho de seios só que eu não. [...] hoje em dia se eu pudesse voltar atrás eu não faria, porque? por causa do risco. (Maria)

No entanto, a partir do relato acima, nota-se não só uma vulnerabilidade dessas consumidoras decorrente da escassez de recursos, mas também uma vulnerabilidade ocasionada pelo imediatismo que tinham de externar um corpo socialmente percebido como feminino. Assim, quando ela diz que fez uso de um procedimento arriscado para ter “um pouquinho de quadril, um pouquinho de seios”, revela como este consumo liminar emergiu como estratégia para diminuir as ambiguidades e contradições liminares. Isso foi também observado no estudo de Schouten (1991b) relacionado a cirurgias plásticas como maneira de imprimir nos corpos uma expressão das identidades dos sujeitos em transição.

Contudo, o serviço utilizado por Maria é ilícito e poderia ter causado graves consequências para a entrevistada, dentre elas a morte. Então, este caso ilustra como esta vulnerabilidade dela ao realizar este consumo também pode ser causada pela própria condição de liminaridade em que se encontrava. Para Barker, Gentry e Rittenburg (2005), durante o período liminar a vulnerabilidade é bastante recorrente, pois os consumidores podem ter pouca capacidade de agir de acordo com seus melhores interesses devido à instabilidade identitária e ao estresse vivenciado. Portanto, este estado de liminaridade representam um “bloqueio” que impede as mulheres transexuais de controlarem situações ou reagirem de maneira positiva para si mesmas.

O uso de hormônios sem supervisão médica partir de medicamentos – anticoncepcionais de hormônios combinados, injetáveis e até mesmo para animais – foi um tema muito recorrente na análise do *corpus* desta pesquisa. Joana, por exemplo, relata um evento de reação alérgica durante o uso de um anticoncepcional sintético (etinilestradiol), que fez por conta própria:

Mas muito tempo depois, inclusive ano passado, eu falei, “- Cara, será que aquilo era porque eu estava começando, e aí os meus hormônios estavam mudando no corpo e aí deu aquele cheiro? Ou se é porque eu não respondo bem a esse hormônio?”. Aí eu comprei de novo para testar... Além de ter dado o cheiro fortíssimo, eu comecei a inchar igual um balão. Aí começou a fechar minha glote, aí eu saí correndo pra UPA sozinha, meia noite, na Conde Bonfim. Aí tomei antialérgico. Foi horrível. (Joana)

No entanto, vale salientar e reforçar o que foi exposto na seção 4.3.1, que com o passar do tempo, ao longo do processo liminar, tende a ocorrer uma tomada de consciência por parte dessas mulheres no sentido de procurarem especialistas adequados para realizarem tratamento de hormonoterapia devidamente assistido.

Conquanto, não é apenas o consumo relacionado ao corpo que acarreta vulnerabilidades para essas consumidoras. O relato de Diana a seguir, exemplifica como uma circunstância externa – como as discriminações decorrentes do estigma social – pode fazer com que mulheres transexuais sejam vulneráveis no consumo: “Já ouvi relatos de trans que falaram que tiveram

atendimento negado no consultório porque diziam que não atendiam esse tipo de gente, porque era consultório de família. Enfim... trans pode ser também de família, né? Não pode ser de família?”.

A causa desta vulnerabilidade de consumo que leva algumas mulheres transexuais a serem constrangidas ou terem atendimento negado em estabelecimentos é descrita por Baker, Gentry e Rittenburg (2005) como fatores externos de discriminação e estigma, pois estes contribuem para desequilíbrios de poder nas relações de troca que desfavorecem os consumidores (BAKER; GENTRY; RITTENBURG, 2005). Assim, este tipo de vulnerabilidade sofrida é atribuída à discriminação que elas sofrem por estarem no domínio do que é considerado abjeto e desumanizado nos sujeitos (BUTLER, 2000).

Fatores como estigma e suas consequências são resultados de estrutura institucionalizada social e culturalmente por meio de discursos de “verdades” (FOUCAULT, 1988), que excluíram – e por muito tempo patologizaram – aqueles que extrapolam seus limites. Desta maneira, observa-se que a vulnerabilidade deste grupo não se restringe apenas ao período de construção identitária e pode se estender para além do período da liminaridade, pois as experiências de vulnerabilidade de consumo decorrentes do estigma e discriminação são estruturais e fogem do controle dessas pessoas e suas tentativas de negociação por meio do consumo.

Assim, a construção identitária neste período liminar implica em um consumo marcado por eventos de vulnerabilidades devido a características individuais – como falta de recursos –, devido a estados individuais – como a própria liminaridade – e devido a fatores externos – como a estigmatização e discriminações. No entanto, no caso o consumo vulnerável decorrente das características individuais e estados individuais está fortemente ligado ao consumo do corpo. Já no caso da vulnerabilidade decorrente de fatores externos está ligada à discriminação decorrente do fato dessas consumidoras possuírem marcas/características estigmatizantes, como a própria condição de ser transexual – quando socialmente percebida.

#### **4.5 Negociação da identidade liminar**

A análise dos dados provindos das observações de campo e entrevistas indicou, que essas mulheres transexuais muitas vezes viviam representando performances de gênero que não eram nem masculinas nem femininas, mas que transitavam por este “espaço” entre as duas identidades de gênero. As falas das entrevistadas retratavam recorrentemente uma representação andrógena durante o período de liminaridade. Este comportamento é inerente ao período liminar. O fato de não buscarem realizar nenhuma das duas performances socialmente reconhecidas (nem masculina, nem feminina), e ao mesmo tempo apresentarem nuances de uma e outra ao mesmo tempo (CODY, 2012) é algo presente em estudos anteriores – como em Cody e Lawlor (2011) e reflete no consumo.

Embora a aparência andrógena representasse uma condição necessária e intransponível para que se alcançasse o corpo feminino desejado – como, por exemplo, ter que aguardar até que os hormônios fizessem o efeito almejado – essas mulheres poderiam escolher continuar externalizando esta representação liminar ambígua por medo da sanção social que sofreriam ao construírem uma identidade de gênero feminina. Desta forma, se elas estavam proibidas de performarem uma feminilidade, manter a aparência andrógena era a maneira que elas encontravam para evitar performar o gênero masculino – socialmente imposto a elas.

A ambiguidade, ambivalência e indeterminação são características típicas da fase de liminaridade (TURNER, 2005; SCHOUTEN, 1991b). Assim, essa ênfase na ambiguidade, em uma indeterminação identitária, ocorre na medida em que essas mulheres tentavam se “equilibrar” entre essas duas identidades de gênero, sem que, efetivamente, assumissem qualquer uma delas e isso se refletia no consumo.

Assim, ainda que consumissem itens inteligíveis como femininos para construir e experimentar novas formulações de si, não deixavam de consumir totalmente as posses relacionadas ao universo masculino, como pode-se perceber nos exemplos abaixo:

Em março de 2011 eu já estava na UFRJ. Tive que escolher meu nome antes. E tive pouco tempo de hormonização antes de entrar aqui. Entre 2011 até 2012 praticamente, eu vivi uma vida dupla. Eu era João em casa, meu nome de registro. Eu era Joana na Faculdade, na rua. Eu me vestia na escada do prédio, cuidando para ninguém me ver, nem no elevador. Muito medo. (Joana)

O relato acima ilustra esse consumo liminar promovendo uma negociação identitária, pois a entrevistada revelou que vivia entre essas duas identidades que eram, a masculina de João – na sua residência, para os seus familiares –, representando uma performance de gênero masculina que era imposta socialmente, e a feminina de Joana – na faculdade e com os amigos – representando a performance feminina a qual ela desejava realmente vivenciar. Desta maneira, a fim de performar uma identidade dupla, este consumo liminar se valeu de posses, principalmente relacionadas à vestimenta específicas para cada uma dessas identidades

A existência desses dois universos – vistos socialmente como antagônicos – na vida da entrevistada implicava o consumo de posses específicas que formavam uma espécie de “barreira invisível” entre esses dois mundos. Esse trânsito entre dois mundos já era previsível, pois de acordo com Genep (2011) os indivíduos em transição flutuam entre dois mundos em um momento de “não status” definido. Só que a peculiaridade neste rito de passagem se deve ao fato das entrevistadas viverem este “limbo” em função do estigma dos familiares e amigos. Como no relato abaixo:

E aí eu fiquei pensando, pensando... aí eu fui começando a perceber que o uso de sutiã e calcinha de... de objetos, né, e roupas fortemente femininas ia agredindo minha família. E aí eu fui aos poucos desenvolvendo isso: usava um short mais ou menos curto meio desfiado, uma blusinha mais apertada e cores diversas. Não era só coisa rosa, né? Eram cores diversas, ia pintando a ponta das unhas e depois ia pintando mais e depois pintando mais. (Ana)

O relato acima mostrou como a utilização de posses fortemente associadas ao que se espera do gênero feminino foi controlada por Ana para evitar causar mal-estar, e consequente estigmatização, no seu convívio com a família. Esta situação fez com que a entrevistada desenvolvesse estratégias de consumo consideradas moderadas por ela, mas que subvertiam gradativamente às normas de gênero socialmente impostas.

Um exemplo disso foi quando Ana relatou a cautela com que foi consumindo essas posses associadas ao feminino: esmaltando suas unhas aos poucos, usando shorts mais curtos e desfiados, vestindo blusas mais justas ao corpo. Além disso, para minimizar a rejeição familiar frente a feminilidade por ela expressada, a entrevistada utilizou-se de bens e símbolos que não fossem totalmente associados ao feminino – quando ela dizia que eram “cores diversas, ou ainda que “não era só coisa rosa”. A entrevistada Brenda relata uma experiência parecida abaixo:

Antes de eu me assumir pros meus pais eu meio que me rotulei roqueira. Aí então eu pintava unha e falava para meus pais que era negócio de roqueiro, mas não: era por querer pintar. Era uma desculpa, vamos dizer. Era mais ou menos uma desculpa. [...] No início foi esse processo aí minha mãe falava ‘- Ai, teu pai não quer que você pinte a unha!’, aí eu falava ‘-Ai...’, inventava sempre uma desculpa, aí ficava um tempo sem pintar depois pintava. (Brenda)

No caso de Brenda, seus pais a questionavam e reprovavam o consumo de itens relacionados ao feminino, pois, para eles, ela era um menino e não poderia pintar as unhas, pois estaria ultrapassando uma fronteira de consumo entre os gêneros (FONTES; BORELLI; CASOTTI, 2012). O pintar unhas ainda representa uma prática, um ato, fortemente ligado à uma expressão de gênero feminina, pois na nossa sociedade é algo apenas permitido para mulheres. Assim, Brenda ocultava de seus pais os reais motivos de esmalter as unhas dizendo que era pelo fato de ela era roqueira e por isso era comum que ela o fizesse. Além do uso da desculpa como forma de negociar consumo de um símbolo associado ao feminino a entrevistada relatou que ainda que fosse obrigada a parar de usar esmaltes nas unhas ela voltava a usar, insistindo na prática de “fazer” o gênero feminino (BUTLER, 2015), com o qual ela se identificava.

Um outro ponto que surgiu a partir desta análise corresponde à experiência que essas mulheres obtiveram com a performance feminina no período liminar e como esta performance funcionou como uma espécie de treinamento antes que efetivamente assumissem a nova identidade. Esta experiência ocorreu tanto ao longo de festas como o carnaval – quando os homens costumam vestir-se de mulheres nas comemorações – quanto por meio de lugares como clubes específicos para travestis, onde a performance feminina seria rechaçada socialmente. Estes relatos corroboram com o pressuposto de Schouten (1991a) que aponta a liminaridade como um período marcado pelo aprendizado de normas, atos e comportamentos socialmente compatíveis com a identidade que se deseja alcançar (SCHOUTEN, 1991a). O fragmento textual abaixo ilustra como este tema emerge recorrentemente na análise dos dados:

Foi mais ou menos com 15 anos que eu conheci uma boate que era só para travestis e para meninos, aí lá com meus 15 anos passei a satisfazer esse desejo, vivia vestida de mulher lá. Aí eu “-Caramba, é isso que eu sempre fui!”. Aí eu ia nesse lugar só para satisfazer esse desejo, usava maquiagem, pintava unha. Ia de qualquer jeito, né, que eu não começo a gente passa um lápis a gente passa de qualquer jeito, né? (...) Depois desse lugar eu passei a frequentar outros lugares abertos, não sei se você conheceu a Big Field, a West Show...Aí eu passei a perceber que eu era mais vista como mulher nesses lugares do que no ambiente fechado só para travestis, né. Eu falei assim “-Gente, é isso que eu quero para minha vida, né!”, aí eu passei a o que? A sair à noite. E porventura nessas coisas de sair à noite eu passei a trazer para o dia essa minha vestimenta, porque era aquilo que eu queria. Eu não queria ser mulher só na noite, eu não queria ser mulher só quando eu saía, quando eu bebia, quando... não! Eu queria ser mulher o tempo todo, né (Maria)

No trecho acima, Maria mostra exatamente como que o consumo – através do vestuário feminino, o uso de maquiagens e o uso de esmalte para unhas – auxiliou na sua performance inicial do gênero feminino no clube para travestis – considerado por ela, um local de consumo seguro (PEREIRA, 2009). Além disso, o consumo deste espaço seguro funcionou como um aprendizado – quando ela relatou que no começo não sabia passar a maquiagem de maneira correta – de como utilizar bens e símbolos associados aos atos de gênero percebidos socialmente como femininos. Em meio a este “jogo” a entrevistada pôde experimentar novas formulações de si mesmas que não eram permitidas dentro de seu próprio círculo social – escola, bairro, ambiente familiar – sem que fosse recriminada.

Assim, quando essas mulheres transexuais passam a experimentar um esboço do que seria a identidade de gênero feminina desejada em um ambiente social seguro – como clubes para travestis, *dragqueens*, ou para o público LGBT em geral – ou mesmo em condições em que essa performance seja socialmente aceitável – como no carnaval – elas experienciam novas possibilidades e significados identitários que as deixam mais seguras para decidirem quanto à adequação identitária. No estudo de Pereira (2009), o autor relatou a importância da existência de espaços de consumo – como um trecho específico da praia e a boate – que fossem seguros

para que as diferentes identidades baseadas em gênero/sexualidade pudessem emergir. Assim, de maneira análoga as mulheres transexuais se sentiam que poderiam ser elas mesmas nestes locais pois tinham uma segurança ou aval para se vestirem daquela maneira.

O relato mostra ainda que depois de adquirir prática e experiência para e performar este gênero feminino fazendo uso de maquiagens, roupas “de mulher” e esmaltes/serviços de manicure, ela passou a ser reconhecida como mulher em locais públicos diversos. Assim, a entrevistada mostra que ao se construir enquanto mulher e obter o reconhecimento social – que segundo Belk (1988) é imprescindível para a construção identitária –, ela alcança a plenitude e decide assumir a identidade feminina permanentemente e publicamente. Desta forma este consumo deste local alternativo em que ela podia atuar no gênero feminino funcionou como um “laboratório” do que estava por vir: a assunção da identidade de mulher continuamente.

Os resultados aqui expostos apresentam uma convergência com o que Ruvio e Belk (2012) chamaram de negociação identitária, em sua pesquisa com transgêneros. Os autores perceberam que nesta fase os sujeitos frequentavam dois universos paralelos, o que possibilitou que seus informantes experimentassem, por meio do consumo, o auto reconhecimento, que foi crucial para que aceitassem e conhecessem a si mesmas.

#### **4.6 Consumo e Estigma**

A temática do estigma sofrido pelas informantes foi recorrentemente mencionada durante as entrevistas e observações. Todas as entrevistadas demonstraram ter passado por situações em que foram alvo de estigmatizações devido ao fato de suas identidades de gênero não atenderem as prescrições sociais de uma heteronormatividade compulsória (LOURO, 2004). Em outras palavras, quando eram percebidas como transexuais, relataram ter sofrido com o estigma de maneira muito mais incisiva, todavia quando eram percebidas socialmente enquanto mulheres cisgênero elas não experimentavam este estigma. Isso se deve ao fato de seus corpos serem vistos como abjetos (BUTLER, 2000), pois todos os corpos que não sejam inteligíveis pela matriz binária – devidamente performativizados como um homem e mulher – são excluídos ou desumanizados socialmente. O relato abaixo, de Brenda, mostra a percepção da entrevistada em relação ao estigma social:

Pra mim não teve muita diferença, agora tem muitas trans que não são tão afeminadas que sofrem mais preconceito, que não podem pegar um ônibus, que sempre tem uma piadinha, que não pode entrar numa loja, não pode entrar nem no banheiro do shopping, evitam shopping porque você vê no rosto delas, na cara dela que é trans e eu acho que é muito difícil para elas, é muito complicado! (Brenda)

No relato acima a entrevistada demonstra que não sofreu – ou sofreu pouco – preconceito em decorrência da sua aparência atualmente ser similar à de uma mulher cisgênero. No entanto, relata que outras mulheres transexuais, que não apresentavam tal semelhança sofriam com atitudes discriminatórias em função de externarem uma aparência ambígua e, conseqüentemente, sua transexualidade – ou, nos termos de Butler (2000), sua abjeção. Para se referirem a essa semelhança as informantes usaram recorrentemente o termo passabilidade<sup>8</sup> para descreverem o quão aceitas eram em decorrência dessa performatividade mais coerente com as normas de gênero. Em outras palavras, ao aparentarem um corpo “obediente” – que reproduz atos, gestos e expressões socialmente estabelecidas para uma mulher –, elas serão melhores reconhecidas socialmente e menos estigmatizadas. Mas o trajeto rumo a construção identitária de mulheres transexuais consiste em momentos de não passabilidade – quando esses

---

<sup>8</sup> O termo passabilidade, utilizado neste estudo, não emergiu da teoria, mas se refere à uma gíria recorrentemente usada por pessoas transexuais: “o termo passabilidade, utilizado pelas entrevistadas corresponde ao fato de uma pessoa transexual ser percebida/reconhecida socialmente enquanto pessoa cisgênero. Por exemplo: quando uma mulher transexual é reconhecida publicamente como uma mulher cisgênero.” (Nota de campo 01 - 29/01/2018)

corpos não são reconhecidos como pertencentes a matriz binária homem/mulher –, ou pode ser que algumas mulheres transexuais jamais apresentem essa inteligibilidade do corpo e sejam constantemente reconhecidas como transexuais.

Os dados apontaram ainda que, a partir dos desdobramentos dessa leitura social, o estigma influenciou o consumo no período liminar de duas formas: na primeira delas, as entrevistadas demonstraram dar certa importância para o julgamento social, e, a partir disso, adotaram práticas de consumo que promoveram a mimetização de um padrão estético idealizado de mulher feminina; já na segunda forma, algumas dessas mulheres apresentaram de maneira deliberada micro resistências às reproduções de estereótipos de identidade de gênero, e isso refletiu na forma com que consumiam, ou buscavam justificar seu consumo.

Embora exista uma real necessidade de performar a feminilidade por questões de gostos pessoais e identificação. A reprodução deste padrão pode ir além dos anseios pessoais de cada uma, pois existe uma espécie de cobrança social a respeito da aparência. Tal ponto é corroborado por Butler (2015), que classifica corpos transexuais e todos os outros que fogem do padrão normativo no domínio da abjeção, pois são passíveis de sanção social uma vez que não cumprem com a lógica de ter uma aparência corporal percebida como um homem ou como uma mulher (BUTLER, 2015). A experiência da entrevistada Marcela ilustra este caso:

Eu tive que passar pelo processo de e melhorar na minha passabilidade, acho que você já deve ter escutado isso, para poder começar a sofrer menos *bullying* e menos estranhamento das pessoas. (...) Eu arrumei um esquema financeiro... foi importante juntar dinheiro para fazer o laser no rosto, porque eu sabia, eu percebi que a marca da barba no rosto era uma questão que trazia uma agressividade muito grande, um *bullying* das pessoas. Lembro que uma amiga, uma grande amiga minha me apresentou pro irmão dela numa festinha no bar e ele me perguntou meu nome e eu falei: ‘- Ah, eu sou Marcela...’. Ele meteu o dedão no meu queixo, assim, mostrando que eu tinha barba. Aí falou assim: ‘-Ah, Marcela, sei...’ (Marcela)

No relato acima, a entrevistada mostra como a busca pelo enquadramento do seu corpo nesta norma – que proíbe mulheres de possuírem atributos simbolicamente ligados à reprodução da masculinidade – foi necessário para que ela tivesse maior aceitação social, caso contrário continuaria passando por situações de questionamento de sua identidade de gênero e até mesmo de agressividade. O mesmo pôde ser notado a partir do trecho, retirado da entrevista de Raíssa, quando a mesma conta sobre as cirurgias plásticas realizadas:

Raíssa: - Fiz o peito, né? diminuí a orelha e a operação de mudança, entendeu? Eu falo para todo mundo: não indico ninguém a fazer, porque ela é muito dolorida, ela é extremamente terrível... Eu passei 21 horas na mesa. (...) Foi horrível! Não desejo para ninguém... Eu olhava aquilo e ficava péssima na hora. E a dor é constante é uma dor, dor, dor, dor! Não passa... (...)

Pesquisadora: - Embora você não recomende pela dor, há algum arrependimento?

Raíssa: - Não há arrependimento nenhum!

Ao longo da entrevista conduzida com a entrevistada acima, a mesma relatou ter sofrido diversas formas de violência e quase morrido em função da transfobia. Assim, a fala de Raíssa aponta que mesmo diante de sacrifícios optou pelas cirurgias plásticas, de maneira a performativizar o corpo feminino ao máximo. Tal ponto é corroborado pelo estudo de Thompson e Hirschman (1995) que aponta corpo socializado e como ele orienta práticas de consumo em torno do corpo. Ocorre então uma padronização de modelos de corpos que são valorizados socialmente, que influencia no comportamento dos consumidores que buscam obter os corpos ideais a fim de obterem prestígio social (THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995). Raíssa, de maneira análoga, busca adequar seu corpo ao padrão de um corpo feminino por meio

de cirurgias estéticas, para ser reconhecida como uma mulher cisgêneros e não sofrer mais situações de discriminação.

Assim, busca pela passabilidade através do consumo pode ser compreendida, nos termos de Goffman (1988), como uma estratégia de acobertamento, pois consiste em uma redução dissimulada do estigma social, a fim de tornar menos árduo para o próprio estigmatizado o convívio social uma vez que reduz tensões aparentes ao acobertar a característica que o estigmatiza (GOFFMAN, 1988). O acobertamento foi observado em alguma medida no estudo de Sandikci e Ger (2009), quando mulheres turcas desejavam usar seus *tesettir*, mas ao mesmo tempo reduzir o estigma que este item simbolizava no domínio público, e então buscaram práticas que visavam a ressignificação desse véu para que fosse visto como um símbolo de contemporaneidade e arrojamento.

No entanto, vale salientar que nessa pesquisa, o alcance desta aparência idealizada não dependia apenas da vontade dessas mulheres. Algumas delas não dispunham dos atributos físicos ou dos recursos financeiros para alcançar a performance ideal de um corpo considerado feminino. Na fala da entrevistada abaixo há evidências que a falta de recursos financeiros e as próprias limitações físicas foram fatores limitantes para o que ela considerava a reprodução de uma feminilidade ideal, e isso acabou gerando questionamentos das pessoas ao redor sobre a legitimidade de sua identidade de gênero. Embora a entrevistada diga não se importar com a opinião das pessoas ao redor, apresenta uma certa resiliência em relação a sua aparência corporal, por esta não ser considerada tão feminina quanto ela desejava inicialmente:

Digamos assim, sinto falta de ter seios maiores, falta de... de repente ter uma voz mais feminina... Só que eu tenho que entender que eu nasci assim! (...) Então, eu compreendo isso, eu passei a me aceitar, passei a não ser tão taxativa com a exigência de eu ser feminina porque eu não tenho condições financeiras para isso, né? Digamos que eu agradeço até a Deus pelo corpo que eu consegui, mas hoje em dia eu me aceito e antigamente eu ficava com vergonha de mim, com vergonha das pessoas acharem ‘-Ih, você não é tão feminina’, ‘-Ih, você parece um homem vestido de mulher’. Essas coisas, hoje em dia, não ligo mais para isso, não tenho mais... não procuro mais saber a opinião das pessoas se eu estou bem ou não, né? Se eu estou feminina ou não.  
(Maria)

Assim, quando Maria diz que não procura tomar conhecimento sobre a opinião alheia, denota que, na verdade, essas opiniões são importantes ao ponto de afetá-la caso ela tome conhecimento de tais julgamentos. Então existe uma rejeição da entrevistada em lidar com a leitura social feita a respeito dela para que ela se sinta melhor e consiga aceitar a si mesma a despeito do que ela considera ser uma aparência ainda não ideal.

Vale salientar, que embora o consumo de bens e serviços simbolicamente localizados na fronteira do consumo feminino, tenha emergido desta análise, como um promotor de reconhecimento social, isso não quer dizer que esta seja a única variável que orienta este consumo. Existem limites pessoais e subjetivos, de cada uma dessas mulheres, que elas não ultrapassam, por exemplo, quando as entrevistadas afirmam seu desejo em realizarem procedimentos, mas têm medo. Um exemplo disso é o da cirurgia de diminuição do pomo de adão (parte pontiaguda da cartilagem tireoide) para Joana: “eu sempre quis fazer, mas tenho medo de afetar a voz, e eu sou cantora, e já vi vários casos em que afeta. Mas meu maior sonho é fazer essa cirurgia, porque isso aqui me incomoda demais”. Este relato representa o fato de que embora essas mulheres compartilhem o fato de serem transexuais, elas possuem diferentes demandas, medos e angústias. Assim, embora desejem realizar a adequação identitária, questões como não sentir mais prazer, não possuírem mais qualidade de vida, complicações cirúrgicas ou, até mesmo, gostos pessoais representam os limites para essa construção identitária.

Assim, algumas mulheres transexuais podem, inclusive, alcançar a um estágio da adequação identitária no qual estejam satisfeitas com suas aparências, mesmo que isso implique em terem técnicas do corpo – como modos de andar, se vestir, falar – (MAUSS, 2003) que ultrapassem fronteiras de consumo estabelecidas pelas normas de gênero (DUTRA, 2007; FONTES; BORELLI; CASOTTI, 2012) e que sejam percebidas enquanto sujeitos transexuais.

Desta maneira, embora seja inegável a importância da legitimação social para a construção identitária, algumas delas apresentaram propositalmente uma resistência às reproduções fiéis destes estereótipos, colocando este comportamento acima dos julgamentos sociais. Essa objeção aos estereótipos de feminilidade refletiu em práticas de consumo menos delimitadas por estes padrões – como não usar necessariamente um sutiã para aparentar ter seios mais volumosos, ou ainda, não usar somente cor rosa por essa simbolizar a feminilidade. A fala de Ana, a seguir relata como isso acontece:

Eu também nunca fui muito de me maquiar, de encher o olho de coisa, daquelas coisas, né? Eu fui uma pessoa bem básica mesmo, assim... Ia no máximo um batonzinho com uma base e um pó. E aí, enfim... nunca foi tão gritante assim, vamos dizer assim, o uso de cosméticos, de objetos, de coisas para me sentir feminina, me sentir mulher. (...) Eu me sinto uma pessoa com uma qualidade de vida, né? Com... enfim, que se percebe enquanto pessoa e não só mesmo, vamos dizer assim, como um estereótipo, ne, um objeto. (Ana)

A entrevistada relata que não sente a necessidade de fazer uso de símbolos fortemente ligados a um padrão de feminilidade, como maquiagem além do que ela considera básico (“um batonzinho, uma base e um pó”). Ela reflete ainda sobre sua existência representar algo além de um estereótipo, mas uma forma de enfrentamento. No entanto, vale salientar que questões relacionadas a reprodução social dessa feminilidade por meio do corpo físico ainda era algo feito. A entrevistada relatou fazer uso de hormônios, sua aparência física apresentava atributos dessa reprodução de um corpo feminino – como seios maiores (devido à hormonização), cabelo na altura do ombro com luzes, vestia roupas consideradas para o público feminino.

Assim, vale reiterar, que ainda que haja algum tipo de resistência por parte dessas mulheres em níveis individuais, ela permanece, de certa forma, branda, pois não se observou uma completa independência da reprodução destes padrões, uma vez que as práticas de consumo relacionadas a um estilo corporal que era intencionalmente performativo da identidade de gênero feminina e ficaram bastante evidentes, por meio de roupas, acessórios e jeitos de se portar.

Essa questão da resistência aos estereótipos de uma estética feminina ideal era algo frequentemente visível nas observações de campo. Segundo essas mulheres, o próprio fato de exibirem seus corpos desviantes das normas e transitarem em espaços públicos já representava uma resistência aos padrões hegemônicos (Nota de campo 06). A reprodução da feminilidade fica por conta da consciência crítica dessas mulheres, a respeito da existência de estereótipos de gênero e do reconhecimento deles. Assim, cada uma delas, dentro de sua própria construção identitária, reproduz os níveis de feminilidade que desejarem de acordo com sua própria subjetividade, sem permitirem que a leitura social seja condição mais importante para reprodução do seu corpo.

A fala da entrevistada abaixo retrata esta questão, pois embora esta respondente tenha ciência sobre a questão dos estereótipos de gênero, e ela pondera sobre até onde seguir na sua construção identitária do gênero feminino. A reflexão de Joana sucedeu o momento em que ela revelou um conflito pessoal entre a vontade de fazer a cirurgia de redesignação de gênero e o medo das consequências desta prática de consumo:

Eu não sou uma mulher cisgenera, entendeu? Buscar isso... você pode até buscar isso e ser uma pessoa sã, saudável. Mas será mesmo que você precisa disso? Você já não

é bonita assim? Porque você não pode ser uma mulher diferente? Porque é ruim ser diferente? (Joana)

Embora muitas dessas mulheres transexuais desejassem possuir um órgão sexual feminino, o receio de não sentir mais prazer sexual após esta cirurgia, ou de ter complicações cirúrgicas se revelou algo frequente entre elas. Em outro momento da entrevista, Joana revelou ter realizado uma rinoplastia para ter um rosto mais feminino, no entanto, contou também sobre sua desistência em realizar uma cirurgia para colocar próteses de silicone depois de já ter realizado o pagamento, pois, com o tempo, percebeu que ainda que considerasse seus seios pequenos eles combinavam com seu biotipo. Contou também que embora tivesse vontade de realizar redução do Pomo de Adão cirurgicamente, não pode correr o risco de ter sua voz afetada, pois é cantora. Assim, este exemplo demonstra como existe uma negociação no consumo para haja uma reprodução da feminilidade a partir de questões subjetivas que vão além da manipulação de uma leitura social.

Portanto, foram observados dois comportamentos de consumo associados ao estigma: de um lado, práticas que visavam diminuir o estigma através da reprodução de estereótipos de feminilidade, de outro, buscando enfrentar o estigma, com práticas que tendiam a refletir/construir uma identidade menos delimitada por estes estereótipos de gênero – mas que, claramente, não é independente deles.

Este resultado se alinha, em alguma medida, com os resultados do estudo de Crockett (2017). O autor mostrou em seu estudo como o gerenciamento do estigma por parte de pessoas negras norte americanas de classe média pode ser feito através tanto do enfrentamento, quanto através da negação do estigma. Ao negarem o estigma os seus informantes mimetizavam práticas de consumo de pessoas brancas de classe média, já quando enfrentavam o estigma os informantes buscavam consumir posses relacionadas a cultura afro a fim de valorizar e enaltecer suas origens.

Portanto, a construção identitária neste período liminar sofre influência da leitura social, pois, como visto anteriormente, há uma necessidade de uma aprovação diante da ótica social para que se estabeleça uma identidade (BELK, 1988). Dessa forma, até mesmo quando são percebidas tentativas de não enquadramento nas normas de gênero, elas não refletem todo o conjunto de práticas de consumo daquele indivíduo que apresenta a resistência.

Esta categoria de consumo é aquela que mais se alinha à teorização realizada por Cody e Lawlor (2011), que apresentam o consumo liminar como uma escuridão frutífera, onde embora o consumo seja utilizado para reforçar imperativos de categorias socioculturais, ele também pode ser utilizado como artifício para subverter essa lógica e tentar engajar em atividades de consumo menos passivas às regras institucionalizadas.

#### **4.7 Nome como posse**

Pessoas transexuais tiveram ao longo dos últimos três anos algumas vitórias no tocante aos seus direitos ao nome social<sup>9</sup> e à retificação da documentação. A aprovação do decreto 8.727/2016, que dispõe sobre o uso do nome social e do reconhecimento da identidade de gênero de travestis e transexuais no âmbito da administração pública direta, autárquica e fundacional foi uma conquista recente – entrando em vigor apenas no ano de 2017. Além disso, a aprovação da mudança de registro civil sem a necessidade de laudo médico e/ou cirurgia de transgenitalização foi recém aprovada pelo STF em 2018 (STF, 2018).

Segundo Fachin (2014), a identidade é representada não só pelas experiências socioculturais construídas ao longo da vida – incluindo as experiências de consumo – como

---

<sup>9</sup> “Designação pela qual a pessoa travesti ou transexual se identifica e é socialmente reconhecida.” (BRASIL, 2016)

também pela presença de um nome que tem a função de identificar e individualizar uma pessoa na sociedade (FACHIN. 2014). Desta forma, ao longo desta análise se discute o tema emergente da incorporação do nome social e/ou do registro civil enquanto posse para mulheres transexuais.

De acordo com Belk (1988), uma das maneiras de se incorporar algo enquanto posse é através das relações entre ter, ser e fazer. Pois posses podem proporcionar ao indivíduo não apenas a propriedade, mas, para além disso, oferece aos sujeitos a capacidade de fazer o que não poderiam sem elas e de reforçar simbolicamente suas identidades. De acordo com a análise do *corpus* proveniente das entrevistas e das notas de campo, observou-se que quando essas mulheres eram percebidas enquanto mulheres cisgêneros e possuíam um nome masculino no documento (RG) em contraste com a aparência corporal <sup>10</sup>, elas acabavam vivenciando situações de constrangimento e revelação de sua condição de transexual pelo documento de identificação. Os relatos abaixo ilustram esta situação:

Agora não porque o SUS melhorou, né? Você tem direito ao seu nome social. Mas era muito chato quando você ia numa clínica da família, ou você vai no médico eles gritam, botam teu nome lá na tela enorme! Aí você levanta, todo mundo olhando para sua cara, entendeu? Agora melhorou, tá maravilhoso, entendeu? (Luana)

Foi quando eu dei a minha identidade, quando eu fui num tratamento numa clínica de estética, aí eu dei, tem que dar a identidade antes de entrar, sem ser na clínica ainda, era um prédio aí lá embaixo na portaria você tem que dar identidade. (...)aí eu fui lá dei minha identidade, estava com meu esposo. Ela olhou, só que eu dei uma identidade com a parte da foto para ela ver quem era a pessoa, né. Ela olhou a parte da foto virou, aí daqui a pouco gritou bem alto ‘-Quem é Breno?’. Aí nisso eu falei ‘-Sou eu, não tá vendo aí na foto?’ (...). Ah menina, isso me deixou chateada. Eu acho que foi desnecessário ela fazer isso se eu já mostrei com a foto para ela ver, entendeu? (Brenda)

Outra questão é botar nome na porta ((de eventos)). Às vezes você vai para um lugar, aí botam o nome na porta, aí tem outro problema que você tem que ficar justificando que é o nome social<sup>11</sup> e algumas outras coisas que até particularmente já passei. (Diana)

De acordo com os relatos acima nota-se que não são todos os locais que estão preparados para lidar com a questão da documentação não retificada de pessoas transexuais ou com a questão do nome social. Esta situação acaba acarretando situações vexatórias, como nas experiências de consumo as descritas acima. Embora o SUS cumpra com a exigência do decreto 8.727/2016 de acolher e tratar os usuários pelo nome social, observa-se que negócios de iniciativa privada, em sua maioria, não estão preparados para atender o público transexual neste sentido de respeitar o nome social.

Vale salientar que as incongruências entre nome e aparência física também causam dificuldades para a inserção dessas mulheres no mercado de trabalho – e até mesmo situações de discriminação quando empregadas. Em diversos relatos foram descritas situações de discriminações do mercado de trabalho formal diante do não ajustamento entre um corpo feminino e um nome masculino no documento oficial.

Assim, o registro civil é incorporado enquanto posse na medida em que possibilita não apenas o “ter” referente a propriedade de um documento que permitirá a mulher transexual o gozo de seus direitos civis, mas também o “ser” legalmente e socialmente percebidas (quando

---

<sup>10</sup> Quando essas mulheres são percebidas enquanto transexuais, vale salientar que o constrangimento não emerge apenas do nome não retificado, mas principalmente pela aparência, pela abjeção de seus corpos.

<sup>11</sup> Uma vez que existiam, até recentemente, muitas barreiras para requerer a retificação de nome de registro por essas pessoas, elas pleiteavam, em primeiro lugar, a inclusão do nome social nos documentos oficiais. Assim, no documento de identificação constaria o nome de registro e o nome social (nome escolhido por elas mesmas).

passáveis) enquanto mulheres cisgênero e não sofrerem discriminações decorrentes desta não retificação. Além disso, este registro retificado possibilita que elas possam “fazer” coisas que não podem/poderiam fazer por não terem nomes retificados no documento oficial, como, por exemplo, colocar o nome na lista de acesso aos eventos sem serem impedidas ou questionadas por seguranças e anfitriões. Assim, a não retificação dos nomes de registro, acabam ocasionando instabilidade identitária para essas pessoas, principalmente este é o único delator da condição da transexualidade no primeiro momento – no caso de mulheres transexuais passáveis.

Vale salientar que a maioria das mulheres entrevistadas ou com quem a pesquisadora conversou durante as observações não tinham ainda seu nome retificado, pois até então eram exigidos laudos de comprovação médica sobre suas condições de redesignadas cirurgicamente (STF, 2018). Observou-se, no entanto, que a maioria dessas mulheres desejavam deliberadamente modificar seus nomes nos registros civis a fim de se desligarem da antiga identidade que deixaram para trás. Para elas os nomes de registro atribuídos ao nascerem não tinha importância alguma pois estes nomes não as representavam, assim, notou-se uma despossessão (ROSTER, 2001) dos nomes antigos, pois não existia um envolvimento emocional com o antigo nome.

No entanto, os relatos relacionados à retificação – à obtenção desta posse – estão constantemente associados às oportunidades – de emprego, de não sofrerem constrangimentos públicos, de usarem banheiros femininos – que essas mulheres poderão ter. Isso é perceptível na fala abaixo, quando Raíssa – que tinha retificado sua documentação recentemente – revela o desejo de recomeçar sua história de forma “limpa”, com um novo nome, uma nova identidade e uma nova vida.

Eu fiz a troca de todos os meus documentos, né, de gênero, de tudo então eu preferi me distanciar de trabalho para, tipo assim: -Ah, era tal e o nome agora tá esse ((nome))! então eu quero chegar no lugar hoje em dia de forma limpa, sabe? Ninguém precisa saber da minha vida, e eu vou fazer o meu que já é o suficiente, entendeu? Acho que é isso... (Raíssa)

Assim, a documentação indica uma posse para essas mulheres no sentido de que ela traz a possibilidade de Raíssa ser outra pessoa daquele momento em diante. A documentação, que em muitos relatos aparece como um gatilho que desvela a transexualidade de mulheres transexuais passáveis, agora retificada torna-se motivo de reafirmação de sua condição enquanto mulher. Tal ponto é corroborado por Belk (1988), pois para ele “as posses também podem se estender simbolicamente, como um uniforme ou um troféu e nos permite convencer a nós mesmos (e talvez a outros) que podemos ser uma pessoa diferente do que seríamos sem eles”. Considerando isso, vale salientar que em outro momento da entrevista a mesma respondente – talvez por um ato falho – acabou se referindo a ela mesma como uma pessoa diferente das outras pessoas transexuais quando usou a expressão “- Quando eu era trans...”. Então é possível que essa suposta “limpeza” a qual a entrevistada corresponda aos estigmas sociais que uma pessoa transexual carrega consigo e, até mesmo, sobre si mesma.

Para Belk (1988), uma outra maneira através da qual algo é incorporado como posse é a criação – neste caso a escolha do nome. Essa é uma das maneiras que se pode incorporar algo enquanto posse, pois “o criador retém uma identidade no objeto enquanto mantiver uma marca ou alguma outra associação com a pessoa que a trouxe à existência” (BELK, 1988, p.150). Quando essas mulheres escolhiam seus nomes não escolhiam um nome qualquer, mas sim um nome com o qual se associassem: “É que o nome da minha filha seria Luana, né? Que eu sempre gostei desse nome, aí eu falei ‘-Bom, vou aderir ao nome de Luana então, porque é um nome que eu sempre gostei, é um nome leve, é um nome doce’, entendeu?” (Luana). No relato de Luana, nota-se que ao escolher tal nome, ela não o criou de fato, no entanto, o fato de considerar

que este nome carrega consigo qualidades – como a docilidade e leveza – houve a incorporação deste nome como uma posse.

Portanto, ainda que o nome seja relevante para todo e qualquer ser humano, pois ele permite o exercício da cidadania e individualiza as pessoas (FACHIN, 2014), para mulheres transexuais é uma posse, na medida em que permite que elas possam ser e fazer muito mais do que qualquer sujeito não abjeto ou marginalizado.

Vale frisar que embora a conquista da documentação com nome feminino condizente com as identidades de gênero dessas mulheres seja relevante para a maioria das mulheres transexuais por questões pessoais, a retificação da documentação não garante a ausência dos estigmas sociais – pois nem todas as mulheres transexuais dispõem de passabilidade.

Goffman (1961) acredita que o nome pode ser uma das mais significativas posses do indivíduo, pois na medida em que se perde um nome com o qual se identifica ocorre uma mutilação da identidade do indivíduo. Assim, no caso das entrevistadas deste estudo, a não garantia de um direito ao nome é uma questão que causa para além dos constrangimentos mostrados, uma despersonalização, uma barreira para serem reconhecidas enquanto mulheres, e sobretudo um aspecto fortalecedor das ambiguidades do período liminar.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou compreender de que maneira ocorre o consumo de mulheres transexuais na liminaridade relativa às suas construções identitárias nas adequações de gênero. Para tanto, foram conduzidas nove entrevistas em profundidade com mulheres transexuais residentes da cidade do Rio de Janeiro, e, ainda, observações em eventos diversos – como feiras, atos, exposições, eventos de prestação de serviços específicos para pessoas transgênero e reuniões – e nas residências das entrevistadas.

A análise dos dados, realizada através do método de análise hermenêutica (THOMPSON, 1997), sugere que durante o período preliminar dessas mulheres transexuais ocorreu um estranhamento, resultante da não adequação dessas mulheres com a identidade de gênero masculina – imposta para elas ao nascerem –, que elas eram obrigadas a representar, e isso teve reflexos na sua vida e conseqüentemente no seu consumo. A inadequação em relação à estrutura, representada pelas práticas de gênero categorizadas como masculinas, era tamanha que ocorreu um movimento marcado pelo afastamento dessas mulheres em relação ao consumo daquelas poses associadas às representações culturais do masculino, principalmente em relação às indumentárias. Ao se desfazerem de tais objetos foi observado, por parte dessas mulheres, um sentimento de alforria e liberdade e não de pesar. Portanto este movimento representou não somente atos de descarte, mas algo além disso. Envolveu um processo de despossessão na medida em que ocorreu um esvaziamento de significados emocionais e psicológicos investidos por essas consumidoras (ROSTER, 2001), pois elas já não possuíam apego algum pelos itens descartados.

Outro consumo que emergiu durante a fase preliminar e se estendeu até a liminaridade foi a busca de informações. Através do consumo de conteúdos em livros, enciclopédias, revistas e *sites/blogs* da internet essas mulheres puderam reduzir incertezas e inseguranças tanto em relação às suas próprias identidades de gênero quanto em relação à operacionalização do processo de transição. Além disso, a análise sugeriu que a busca de informação principalmente nos meios virtuais apresenta uma dimensão social, uma vez que é através da internet que muitas dessas mulheres conhecem locais inclusivos e/ou pessoas iguais a elas que as auxiliam neste processo de adequação identitária. Assim, este consumo possibilitou a coletivização da liminaridade a partir do momento em que promoveu o contato entre sujeitos liminares, configurando um estado de *communitas* (TURNER, 2005).

Já na fase do consumo liminar, ocorreu de fato o que Schouten (1991a) chama de “jogo de identidades”, pois neste momento pareceu ser comum a experimentação da identidade de gênero feminina tanto em momentos não cotidianos quanto através de uma “vida dupla”. No primeiro caso, essas mulheres experimentavam as expressões de gênero femininas em ocasiões em que aquela performance da feminilidade era aceita, como, por exemplo: nos blocos de carnaval, em clubes direcionados à população LGBTTT. O consumo desses espaços resgatou o que Pereira (2009) tinha sugerido em seu estudo, sobre a importância do consumo de ambientes sociais seguros na construção identitária, principalmente daquelas identidades não delimitadas pela matriz binária. Já no segundo caso, essas mulheres viviam duplas identidades de gênero – de homem e de mulher – em diferentes locais antes de assumirem a identidade de gênero feminina permanentemente. Este resultado também se alinhou ao estudo de Ruvio e Belk (2012) que mostrou como o consumo durante essa dupla vivência ofereceu oportunidades para que pessoas transgênero pudessem se conhecer melhor e se aceitar diante das suas próprias construções sociais.

As categorias de consumo predominantemente presentes durante a fase liminar dessas mulheres são, principalmente, àquelas relacionadas ao corpo – com ênfase no consumo de hormônios (que tende a ser um consumo constante na vida dessas mulheres) e no consumo de

serviços ou posses imbuídas de significados culturais associados ao que se considera feminino. Nos consumos relacionados ao corpo, o consumo de hormônios foi uma das mais expressivas formas de se alcançar a aparência que essas mulheres desejavam e obteve uma tripla função: (1) promoveu o afastamento de características consideradas desagradáveis e indesejáveis, atributos físicos que representavam resquícios de uma performance na qual elas não desejavam mais “atuar”; (2) ofereceu a aproximação de características desejáveis de um corpo socialmente construído como feminino, e isso reduziu ambiguidades e ambivalências, pois na medida em que estes hormônios faziam efeito, reduziam-se as distâncias rumo a identidade idealizada; (3) e, por fim, o consumo dos hormônios fornecia também ganhos simbólicos não só no domínio público, mas também privados, pois conforme a aparência corporal era alcançada, havia um reconhecimento pessoal dessas mulheres em relação às suas identidades de gênero femininas.

Além disso, ainda em relação ao corpo, o consumo de posses simbolicamente atribuídas à identidade de gênero feminina foi expressivo. Pois, uma vez que hormônios não promoviam as mudanças estéticas em caráter imediato, as posses e serviços – como, colocação de implantes capilares, saltos altos, sutiãs, pintar as unhas/serviços de manicure – representavam um ponto de partida, uma forma com que o gênero poderia ser “feito” de pronto. Assim, tais resultados apontam uma confluência com as premissas de Schouten (1991a), que apontam a importância da aparência corporal na construção identitária dos sujeitos. Para o autor, os corpos e suas indumentárias apresentam destaque como símbolos durante mudança para identidades específicas. Além disso, as mudanças na aparência são simbolicamente importantes nas transições identitárias, pois, não raro, as pessoas costumam enfrentar situações de desconforto, dor e riscos para se adequarem aos padrões de beleza impostos pela cultura (SCHOUTEN, 1991b).

No entanto, o consumo liminar de mulheres transexuais também apresentou evidências de vulnerabilidades, principalmente no consumo do corpo. Sendo a liminaridade a uma condição híbrida caracterizada por ambiguidades, indeterminações, contradições e indefinição de limites e posições definidas (TURNER, 1967), grande parte das situações de vulnerabilidade derivaram deste estado liminar. Pois, o sujeito liminar não possui condições de tomar as melhores decisões por si (BAKER; GENTRY; RITTENBURG, 2005) devido a esse conjunto de fatores que causam instabilidades identitárias. Paralelo a este fator também existem as vulnerabilidades resultantes de condições individuais, como as condições socioeconômicas e grau de instrução. Estes dois elementos formaram condições para que as sujeitas investissem em práticas ilícitas e arriscadas de consumo do corpo – como a ingestão de hormônios desassistida e a aplicação de silicone industriais em partes do corpo para reduzir ambiguidades entre a identidade de gênero feminina e um corpo que não apresentava os atributos valorizados culturalmente em um corpo feminino – como seios, quadris, glúteos.

Ademais, o próprio fato dessas mulheres estarem localizadas externamente às estruturas já faz delas alvos de discriminações (TURNER, 1974), inclusive como consumidoras. Assim, vale salientar, que o estigma se apresenta como um fator externo gerador de vulnerabilidades que extrapola qualquer tentativa de negociação por parte das sujeitas da pesquisa pois é estrutural. Assim, as experiências de vulnerabilidades no consumo decorrentes do estigma social – como mal atendimento, violências simbólicas e físicas – ultrapassam o período de liminaridade e estão condicionadas à percepção social a respeito da sua identidade de mulher transexual. Portanto, ainda que essas mulheres alcancem a agregação da identidade de gênero idealizada, isso não significa elas estejam isentas de sofrerem as consequências do estigma social atribuído a elas, pois o fato de não se sujeitarem à identidade de gênero masculina imposta a elas já é condicionante para serem desumanizadas enquanto sujeitos (BUTLER, 2000).

Por conseguinte, a análise do *corpus* também trouxe contribuições diante da interpretação sobre como o estigma influenciou práticas de consumo deste grupo. Assim, duas

formas de consumo emergiram: ora havia um intenso consumo de posses e serviços símbolos do universo feminino, ora este consumo era visto com uma branda resistência e se apresentava sob uma forma mais moderada e menos marcada por estereótipos de gênero. Estes resultados se alinham em alguma medida com os resultados do estudo de Crockett (2017) sobre o gerenciamento do estigma por consumidores negros norte-americanos de classe média alta: ora mimetizavam práticas de consumo da branquitude vitoriana, ora enfrentavam o estigma consumindo posses ligadas à cultura africana, principalmente obras de arte.

No entanto, neste estudo observa-se que a resistência relacionada aos estereótipos femininos de gênero pelas sujeitas da pesquisa apresenta limites. Embora algumas dessas mulheres tentassem evitar a reprodução de padrões de gênero por meio de posses categorizadas culturalmente como femininas, não ocorria uma total subversão destes estereótipos, pois o consumo dos corpos esteve sempre em evidência no *corpus* intratextual. Ou seja, ainda que tentassem resistir aos padrões de aparência feminina por meio de posses menos “generificadas”, as informantes iam ao encontro da reprodução do estereótipo de corpo feminino por meio do consumo de hormônios, cirurgias estéticas e até mesmo procedimentos de risco, como o silicone industrial.

Já o consumo orientado para a mimetização de um corpo inteligível como feminino - percebido como uma busca pela “passabilidade” – encontra explicações nos pressupostos de Schouten (1991a), que afirma que a utilização de símbolos estereotipados emerge sob a função de reafirmar as percepções que os consumidores tinham acerca da própria construção identitária, principalmente quando se sentiam inseguros sobre suas identidades em construção. Assim, essa mimetização não apenas era utilizada para “camuflar” a condição da transexualidade e evitar estigmas sociais, mas também para que os indivíduos se sentissem seguros consigo mesmos. No entanto, a passabilidade não garantia, de maneira isolada, que um indivíduo não sofra com vulnerabilidades decorrentes do estigma social. Deste modo, a categoria do estigma mostra o consumo liminar a partir das duas dimensões teorizadas por Cody e Lawlor (2011) tanto no que diz respeito à escuridão (reforço de estereótipos) quanto no que se refere ao caráter frutífero deste consumo (engajamento dos consumidores).

Uma última e importante dimensão da construção identitária se deu em função do nome. O nome masculino em contraste com a performance de gênero socialmente inteligível como feminina – ou com a busca por esta performance – representou uma fonte de dissonância e instabilidade identitária para essas mulheres. O nome masculino já não representava mais a identidade das sujeitas, na medida em que elas apresentavam rejeição/negação por eles.

Ainda que não sofressem as consequências do estigma devido à aparência, quando tinham sua condição delatada pelo nome de registro se viam em situações vexatórias ou de constrangimento. Assim, a relação dessas mulheres transexuais com seus nomes de registros devidamente retificados pode ser percebida como uma extensão identitária, pois uma vez que possuem um nome retificado, podem efetivamente ter novas experiências e se sentirem diferentes. Da mesma maneira que quando privadas do direito ao nome feminino elas demonstram se sentirem violentadas. Assim, os serviços de retificação do nome de registro emergem como uma condição necessária para que ocorra uma possível agregação da identidade feminina, pois através da interpretação do *corpus* intratextual, observou-se que essas sujeitas, na maioria, desejavam retificar o nome de registro para um nome feminino.

Assim, diante da análise realizada, produtos e serviços orientados para mudanças corporais apresentam grande relevância, pois auxiliam essas pessoas a se adaptarem às novas identidades, a reduzirem discrepâncias em relação a identidade de gênero pretendida. Além disso, contribuem para que essas mulheres incorporem atributos desejáveis relacionados ao corpo feminino. Desta maneira, se maneira análoga aos resultados de Schouten (1991b) o consumo direcionado para adequações corporais dessas mulheres como podem ser percebidos

como ritos de passagem auto impostos por essas sujeitas a fim de se adequarem a um padrão de corpo idealizado como feminino.

Ademais, o consumo durante o período liminar da adequação de gênero de mulheres transexuais funcionou como redutor das instabilidades inerentes deste período. Todo este consumo foi orientado para a busca de uma identidade de gênero desejada e coerente com o que se considera socialmente como feminino. No entanto, o que foi percebido ao longo da análise é que dificilmente estas mulheres alcançavam totalmente a fase de agregação identitária. Embora muitas mulheres transexuais conseguissem incorporar símbolos adequados à nova identidade de gênero através do consumo do corpo, a interpretação holística dos casos narrados indica que essas adequações ainda não pareciam suficientes para a maioria dessas mulheres. Desta maneira, os dados sugeriram que frequentemente, ocorre um *continuum* de liminaridade para essas mulheres, e, conseqüentemente, leva ao estado de *communitas*, pois a construção identitária dificilmente parecia satisfatória por diferentes motivos – como precisar realizar cirurgias, retificar o nome de registro, ter uma imagem mais feminina. Tal resultado indica uma das contribuições desta pesquisa uma vez que aponta para o fato de que existe uma continuidade do consumo liminar como uma condição para que se alcançasse uma adequação identitária desejada.

No entanto, sob o ponto de vista de Butler (2015) isso não representa um problema, pois o gênero é uma identidade fluida construída no tempo, então não existem masculinidades ou feminilidades verdadeiras e sim uma proliferação de construções identitárias fora da estrutura binária (BUTLER, 2015). Assim, essas mulheres apresentavam diferentes nuances de performances de feminilidades que repercutiram nas práticas de consumo no período liminar: na realização de cirurgias (ou não), na adoção de símbolos do estereótipo feminino (ou não), no uso de sutiãs/saltos/maquiagens (ou não), na busca consciente por uma “passabilidade” (ou não).

Diferente dos demais estudos de consumo que abarcam a temática do consumo na liminaridade este é um dos poucos estudos – assim como os de Pereira e Ayrosa (2012a, 2012b) – que busca compreender como ocorre a construção identitária em um sentido oposto ao que se convencionou socialmente. No entanto, o presente estudo evidencia, ainda, como a construção identitária na contramão do que é socialmente aceito traz estigmas e vulnerabilidades de consumo estruturalmente fundamentadas. Na área de administração a temática abrangendo outras configurações de gênero e suas relações com as organizações já vem sendo investigadas – por Caproni e Saraiva (2014) e Carrieri, Souza e Aguiar (2014) –, no entanto diante da importância do assunto – principalmente no contexto nacional – ainda há incipiência de investigações nos estudos de consumo.

Desta maneira, ao observar e descrever os significados deste consumo objetiva-se trazer à luz questões que excedem a simples observação instrumentalizada desta população como um nicho de mercado. Existe, de um lado, um abandono e desatenção por grande parte das organizações nacionais em relação às demandas reais deste público. Por outro lado, existem organizações que apenas enxergam nesta população uma possibilidade de obter lucros, o que é um tipo de atitude que já é observada como oportunismo por uma parcela do ativismo LGBT no país (FONSECA, 2018).

Quando ao início deste estudo projetava-se que estes indivíduos pudessem ser percebidos como consumidores pelas organizações e como sujeitos de direitos pelo Estado significa assumir que as organizações, paralelamente ao estado, também possuem responsabilidade sob questões sociais. Demonstra que não basta que essas empresas enxerguem o público transgênero como geradores de lucro – como consumidores – se eles não os enxergam como geradores de receita – como funcionários. Este estudo demonstra também que as empresas nacionais falham como prestadoras de serviços ao não treinarem devidamente seus

funcionários em relação à diversidade das identidades sexuais, o que pode ser uma oportunidade para que melhorem suas práticas em meio a demanda.

Esta pesquisa demonstra também, que apesar de o Estado promover alguns tratamentos – como acompanhamento psicológico, endocrinológico, cirúrgico – e algumas políticas de inclusão – como a obrigatoriedade do nome social em estabelecimentos da administração pública direta – ainda existe incipiência e inacessibilidade dessas políticas para parte da população. Assim, pensar políticas públicas que melhor atendam as demandas dessa população no momento de adequação identitária, que orientem essas pessoas e que suportem a inserção dessa população no mercado de trabalho e universidades – como as leis de cota – devem ser melhor exploradas. Assim, Estado, organizações e sociedade devem pensar na inclusão de pessoas transgênero, pois indivíduos sem oportunidades implicam em custos com políticas públicas de reparação, em perda de consumidores e em retardo no desenvolvimento econômico e social para o país.

Uma possível limitação que este estudo pode apresentar é o fato de que a amostra/corpus não representa a realidade social da maioria das mulheres transexuais do Brasil, uma vez que das nove entrevistadas cinco possuíam graduação completa e quatro o ensino médio completo. Assim, sabendo que a dimensão da transfobia está atrelada à discriminação devido a outros marcadores sociais – como pobreza, raça/cor e aparência física – (ANTRA, 2019), presume-se que ainda os resultados tivessem refletido dimensões expressivas acerca do estigma sofrido por tal grupo, provavelmente não se revelaram com a severidade real que estes eventos ocorrem nas vivências da maioria dessas pessoas.

Para futuras investigações, sugere-se que sejam realizados estudos paralelos a este com homens transexuais, com pessoas transgênero em geral com recortes específicos de classe e raça. Sugere-se, ainda, que as próximas pesquisas investiguem as relações e/ou implicações entre a (não) inserção de pessoas transgênero no mercado de trabalho formal e o consumo.

## 6 REFERÊNCIAS

- ADELMAN, M., AJAIME, E., LOPES, S. B., SAVRASOFF, T. Travestis e transexuais e os outros: identidade e experiências de vida. **Niterói: UFF**, 2003.
- AFONSO, J.A. Masculino e feminino: Alguns aspectos da perspectiva psicanalítica. **Análise psicológica**, p. 331-342, 2007.
- ANTRA, **Mapa doas assassinatos de Travestis e Transexuais no Brasil em 2017**. Disponível em: <https://antrabrasil.files.wordpress.com/2018/01/relatc3b3rio-mapa-dos-assassinatos-2017-antra6.pdf>. Acesso em: 25/01/2018.
- ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. **Journal of consumer research**, v. 31, n. 4, p. 868-882, 2005.
- \_\_\_\_\_.; \_\_\_\_\_. Consumer culture theory (and we really mean theoretics). In: **Consumer culture theory**. Emerald Group Publishing Limited, 2007. p. 3-22.
- AYER, F.; BOTTREL, F. **Brasil é país que mais mata travestis e transexuais**. 2017. Disponível em: < <https://www.em.com.br/app/noticia/especiais/dandara/2017/03/09/noticia-especial-dandara,852965/brasil-e-pais-que-mais-mata-travestis-e-transexuais.shtml>>. Acesso em: 20/11/2017
- BAKER, S.M.; GENTRY, J. W.; RITTENBURG, T. L. Building understanding of the domain of consumer vulnerability. **Journal of Macromarketing**, v. 25, n. 2, p. 128-139, 2005.
- BALZER, Carsten. **Gender-Outlaw-Triptychon**. Tese de Doutorado. Freie Universität Berlin. 2007.
- BALZER, C.; HUTTA, J. S.; ADRIÁN, T.; HYLDAL, P. and STRYKER, S. 2012. Transrespect versus transphobia worldwide. A comparative review of the Human Rights Situation of gender-variant / Trans People. Berlin: **Transgender Europe (TGEU)**
- BANISTER, E. N.; PIACENTINI, M. G. Drunk and (dis) orderly: The role of alcohol in supporting liminality. **ACR North American Advances**, 2008.
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Zahar, 2004.
- \_\_\_\_\_.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. FGV Editora, 2006. 204 p.
- BARBOZA, R. A.; AYROSA, E. A. T. Um estudo empírico sobre a construção da identidade social do consumidor de Toy Art. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 37, 2013.
- BEAUVOIR, S. **O segundo sexo**. Nova Fronteira, 2014.
- BELK, R. W. Possessions and the extended self. **Journal of consumer research**, v. 15, n. 2, p. 139-168, 1988.
- BENEVITES, B. **Cartilha Gênero ANTRA**. 2018. Disponível em: <<https://antrabrasil.files.wordpress.com/2018/01/gc3aanero.pdf>>. Acesso em: 01/11/2018

BENTO, B. **A reinvenção do corpo: sexualidade e gênero na experiência transexual.** Editora Garamond, 2006.

\_\_\_\_\_. A diferença que faz a diferença: corpo e subjetividade na transexualidade. *Bagoas-Estudos gays: gêneros e sexualidades*, v. 3, n. 04, 2012a.

\_\_\_\_\_. **O que é transexualidade.** Brasiliense, 2012b.

BERG, B. L. **Qualitative research methods for the social sciences.** Pearson Education Inc, United States of America, 2001.

BERNARDES, N. M. G. Autonomia/submissão do sujeito e identidade de gênero. **Cadernos de Pesquisa**, n. 85, p. 43-53, 2013.

BLEICHMAR, E. D. **El feminismo espontáneo de la histeria: estudio de los trastornos narcisistas de la feminidad.** Distribuciones Fontamara,, 1997.

BORTONI, L. **Expectativa de vida de transexuais é de 35 anos, metade da média nacional.** Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/expectativa-de-vida-de-transexuais-e-de-35-anos-metade-da-media-nacional>. Acesso em: 26/01/2018.

BOUZÓN, Patrícia. **Construindo identidades: um estudo etnográfico sobre manipulação da aparência em salões de beleza na cidade do Rio de Janeiro.** 2010. Tese de Doutorado. Tese de doutorado submetida ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Museu Nacional, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

BRASIL. **Decreto Nº 8.727, de 28 de Abril de 2016.** Dispõe sobre o uso do nome social e o reconhecimento da identidade de gênero de pessoas travestis e transexuais no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2016/decreto/D8727.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/decreto/D8727.htm)>. Acesso em: 05/12/2018.

BRASILEIRO, F. S.; VIEIRA, F. A. A.; HELAL, D. H. Ritos de passagem e conhecimento: uma relação de cunho simbólico e cognitivo nas organizações. **Transinformação**, v. 27, n. 2, 2015.

BUTLER, J. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In.: LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado.** 2000.

\_\_\_\_\_. **Gender trouble: Feminism and the subversion of identity.** routledge, 2011.

\_\_\_\_\_. Problemas de Gênero-Feminismo e Subversão da Identidade-Col. **Sujeito & História**, 2015.

CARRIERI, A. P.; SOUZA, E. M.; AGUIAR, A. R. C. Trabalho, Violência e Sexualidade: Estudo de Lésbicas, Travesti e Transexuais. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 1, 2014.

CASOTTI, L. M.; SUAREZ, M. C. Dez anos de consumer culture theory: delimitações e aberturas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 3, p. 353-359, 2016.

- CHAPLIN, L. N.; JOHN, D. R. The development of self-brand connections in children and adolescents. **Journal of consumer research**, v. 32, n. 1, p. 119-129, 2005.
- CODY, K. 'No longer, But not Yet'—Tweens and the mediating of liminal Selves Through metaconsumption. **Journal of Consumer Culture**, v.12, n 1, 41–65. 2012
- \_\_\_\_\_.; LAWLOR, K. On the borderline: Exploring liminal consumption and the negotiation of threshold selves. **Marketing Theory**, v.11, n.2, 207–228. 2011.
- CONNELL, R, PEARSE, R. **Gênero: uma perspectiva global**. São Paulo: Versos, 2015.
- CONNELL, R. **Gênero: em termos reais**. São Paulo: Versos, 2016.
- CONWAY, J. K., BOURQUE, S. C., SCOTT, J. W. El concepto de género. IN: LAMAS, M. **El género la construcción cultural de la diferencia sexual**. México, pp. 21-33. Ed. Miguel Ángel Porrúa. 2003.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração-12ª Edição**. McGraw Hill Brasil, 2016.
- COHEN, C. J. 'Punks, bulldaggers, and welfare queen: The radical potential of queer politics?'. **GLQ: A journal of Lesbian & Gay Studies**, Vol.3, pp. 437-465, 1997.
- CROCKETT, D. Paths to Respectability: Consumption and Stigma Management in the Contemporary Black Middle Class. **Journal of Consumer Research**, 2017.
- DALLARI, D. A. Preconceito, intolerância e direitos humanos. **Judaísmo e modernidade: suas múltiplas inter-relações**, p. 12, 2009.
- DE JESUS, J. G. **Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos**. 2012.
- DE MORAES, M. L. Q. Usos e limites da categoria gênero. **cadernos pagu**, 2013.
- DIAS, V. N. C.; RONSINI, V. V. M. O consumo de música regional como mediador da identidade. **Ponto-e-Vírgula: Revista de Ciências Sociais**, n. 4, 2008.
- DIEGUEZ, R. S. M. A mulher transexual no discurso contemporâneo: um estudo de caso. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 11, n. 3, p. 521-538, 2016.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. UFRJ, 2006.
- DOVIDIO, J. F.; MAJOR, B.; CROCKER, J. **Stigma: Introduction and overview**. In T. F. Heatherton, R. E. Kleck, M. R. Hebl, & J. G. Hull (Eds.), *The social psychology of stigma*, p. 1-28, Guilford Press. 2000.
- DUTRA, J. L. Onde você comprou esta roupa tem para homem? A construção de masculinidades nos mercados alternativos de moda. In: **GOLDEMBERG, Mirian (Org.) Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

FACHIN, L. E. O Corpo do registro no registro do corpo; Mudança de nome e sexo sem cirurgia de redesignação. **Revista Brasileira de Direito Civil-RBDCivil**, v. 1, n. 01, 2014.

FERREIRA, M. C.; SCARABOTO, D. "My plastic dreams": Towards an extended understanding of materiality and the shaping of consumer identities. **Journal of Business Research**, v. 69, n. 1, p. 191-207, 2016.

FONTES, O. A.; BORELLI, F. C.; CASOTTI, L. M. Como ser homem e ser belo? Um estudo exploratório sobre a relação entre masculinidade e o consumo de beleza. **REAd-Revista Eletrônica de Administração**, v. 18, n. 2, 2012.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I: a vontade de saber**; tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e JA Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1988.

\_\_\_\_\_. **Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976)**. Tradução de Maria Ermantina Galvão. 1999.

GABRIEL, Y.; LANG, T. **The unmanageable consumer**. Sage, 2015.

GASKELL, G. **Entrevistas individuais e grupais**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa Qualitativa com Texto Imagem e Som*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, p. 64-89, 2002

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GOELLNER, S. V. A educação dos corpos, dos gêneros e das sexualidades e o reconhecimento da diversidade. **Cadernos de Formação RBCE**, v. 1, n. 2, 2010.

GOFFMAN, E. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 1988.

\_\_\_\_\_. Manicômios, prisões e conventos. In: **Manicômios, prisões e conventos**. 1961.

GOLDENBERG, M. Gênero e corpo na cultura brasileira. **Psicologia Clínica**, v. 17, n. 2, p. 65-80, 2005.

\_\_\_\_\_. O corpo como capital: gênero, casamento e envelhecimento na cultura brasileira. **REDIGE**, v. 1, n. 1, 2010

GRACIANO, M. Homem-mulher: porque polarizamos os sexos? *Cadernos de pesquisa da Fundação Carlos Chagas*, n. 26. 1978

GROSSI, M. P. **Identidade de gênero e sexualidade**. 1998.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. TupyKurumin, 2006

HIRSCHMAN, E. C.; HOLBROOK, M. B. Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. **The Journal of Marketing**, p. 92-101, 1982.

HOLBROOK, Morris B.; HIRSCHMAN, Elizabeth C. The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. **Journal of consumer research**, v. 9, n. 2, p. 132-140, 1982.

HOLTTINEN, H. How practices inform the materialization of cultural ideals in mundane consumption. **Consumption Markets & Culture**, v. 17, n. 6, p. 573-594, 2014.

ILGA-EUROPE GLOSSARY, 2015. Disponível em: [https://www.ilga-europe.org/sites/default/files/glossary\\_october\\_2015\\_edition.pdf](https://www.ilga-europe.org/sites/default/files/glossary_october_2015_edition.pdf). Acesso em: 20/09/2017

IZBERK-BILGIN, E. An interdisciplinary review of resistance to consumption, some marketing interpretations, and future research suggestions. **Consumption, Markets and Culture**, v. 13, n. 3, p. 299-323, 2010.

JANTZEN, C.; ØSTERGAARD, P. Shifting perspectives in consumer research: From buyer behaviour to consumption studies. In: **Interpretive consumer research**. Djøf/Jurist-og Økonomforbundet, 2001. p. 9-23.

KACEN, Jacqueline J. Girrrl power and boyyy nature: the past, present, and paradisal future of consumer gender identity. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 18, n. 6/7, p. 345-355, 2000.

KASSARJIAN, H.H. How we spent our summer vacation: A preliminary report on the 1986 Consumer Behavior Odyssey. **ACR North American Advances**, 1987.

\_\_\_\_\_.; GOODSTEIN, R. C. The emergence of consumer research. **The SAGE handbook of marketing theory**, p. 59-73, 2010.

LAMAS, M. **El género: la construcción cultural de la diferencia sexual**. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, 2013.

LAQUEUR, T. **La construcción del sexo: cuerpo y género desde los griegos hasta Freud**. Ediciones cátedra, 1994.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. 2001. 117p.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. Tradução de Sônia M. S. Fuhrmann. Petrópolis/RJ: Vozes, 2007.

LEVY, S. J. Symbols for sale. **Harvard business review**, 1959.

LINK, B. G.; PHELAN, J. C. Conceptualizing stigma. **Annual review of Sociology**, v. 27, n. 1, p. 363-385, 2001.

LOPES, A. C. V. **Transexualidade: Reflexos da Redesignação Sexual**. Disponível em: <[http://www.ibdfam.org.br/\\_img/congressos/anais/229.pdf](http://www.ibdfam.org.br/_img/congressos/anais/229.pdf)> Acesso em: 30/09/2017.

LOURO, G. L. *Um corpo estranho. Ensaio sobre sexualidade e teoria queer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MACLARAN, P.; OTNES, C. C.; ZAYER, L. T. Gender, sexuality and consumption. In: **Routledge Handbook on Consumption**. Routledge, 2016. p. 292-302.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed.-São Paulo: Atlas, 2003.

MAUSS, M. **Sociologia e antropologia** Título original: Sociologie et anthropologie Tradução: Paulo Neves São Paulo: Cosac Naify, 536 p., 2003

MCCRACKEN, G. **Cultura & consumo**. Mauad Editora Ltda, 2010.

\_\_\_\_\_. **The long interview**. Sage, 1988.

MILLER, D. Consumo como cultura material. **Horizontes antropológicos**, v. 13, n. 28, p. 33-63, 2007.

\_\_\_\_\_. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Zahar, 2013.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MISKOLCI, R. A Teoria Queer e a Sociologia: o desafio de uma analítica da normalização. **Sociologias**, v. 11, n. 21, 2009.

MONTAGNER, P.; VIEGAS, E S; MENDONÇA, E. F.; BANDEIRA, L.M.; TAVARES, M. A; CARVALHO, P. S.; CORTES, S. C.; COLARES, T. L. V.; PORTO, V. **Diversidade e capacitação em escolas de governo: mesa-redonda de pesquisa-ação**. 2010.

MORGAN, G. Paradigmas, metáforas e resolução de quebra-cabeças na teoria das organizações. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 1, p. 58-71, 2005.

NOGUEIRA, C. **A análise do discurso**. Em L. Almeida e E. Fernandes (Edts), Métodos e técnicas de avaliação: novos contributos para a pratica e investigação. Braga: CEEP. 2001

NUDIVERSIS, **Cartilha Transexuais e Travestis**, 2015. Disponível em: <http://www.defensoria.rj.def.br/uploads/arquivos/2feb5fd2a9fc4608ad309cecd6b60c56.pdf>. Acesso em 01/10/2018.

OMS. **Coding disease and death**. 2018. Disponível em: <https://www.who.int/health-topics/international-classification-of-diseases>. Acesso em: 05/12/2018

OZANNE, J. L.; HILL, R. P.; WRIGHT, N. D. Juvenile delinquents' use of consumption as cultural resistance: Implications for juvenile reform programs and public policy. **Journal of Public Policy & Marketing**, p. 185-196, 1998.

PEREIRA, Severino Joaquim Nunes. **Da'invenção'da homossexualidade ao discurso das posses: uma análise interpretativa da identidade homossexual**. 2009. Tese de Doutorado.

PEREIRA, S. J. N; AYROSA, E. A. T. Between two worlds: an ethnographic study of gay consumer culture in Rio de Janeiro. **BAR-Brazilian Administration Review**, v. 9, n. 2, p. 211-228, 2012a.

\_\_\_\_\_.; \_\_\_\_\_. Corpos consumidos: cultura de consumo gay carioca. **Organizações & Sociedade**, v. 19, n. 61, 2012b.

\_\_\_\_\_.; \_\_\_\_\_.; OJIMA, S. Consumo entre gays: compreendendo a construção da identidade homossexual através do consumo. **Cadernos Ebape. br**, v. 4, n. 2, p. 1-16, 2006.

PISCITELLI, A. Re-criando a (categoria) mulher. **Textos didáticos**, v. 48, p. 7-42, 2002

RAGO, M. Descobrimo historicamente o gênero. **cadernos pagu**, 2013.

RITCHIE, J.; LEWIS, J. **Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers**. SAGE, 2003

ROCHA, A. R.; SCHOTT, C.; CASOTTI, L.. Socialization of the Black Female Consumer: Power and Discourses in Hair-Related Consumption. **ACR North American Advances**, 2016.

ROOK, D. W. The Ritual Dimension Of Consumer Behavior. **Journal of Consumer Research**, 12(3), 251–264. 1985.

ROSTER, C. A. Letting go: the process and meaning of dispossession in the lives of consumers. **ACR North American Advances**, 2001.

RUVIO, A. A.; BELK, R. W. A process view of transgenders' self-identity conflict. **The Routledge Companion to Identity and Consumption**, p. 141, 2013.

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 2, n. 2, 2009.

SALEIRO, S. P. Trans gêneros: uma abordagem sociológica da diversidade de gênero. 2013.

SANDIKCI, Ö.; GER, G. Stigma, Identity, and Consumption. **The Routledge Companion to Identity and Consumption**, 2012.

\_\_\_\_\_. Veiling in style: How does a stigmatized practice become fashionable? **Journal of Consumer Research**, v. 37, n. 1, p. 15-36, 2009.

SCARABOTO, D.; FISCHER, E. Frustrated fatshionistas: An institutional theory perspective on consumer quests for greater choice in mainstream markets. **Journal of Consumer Research**, v. 39, n. 6, p. 1234-1257, 2012.

SCHOUTEN, J. W. Personal Rites of Passage and the Reconstruction of Self, in **NA - Advances in Consumer Research** Volume 18, eds. Rebecca H. Holman and Michael R. Solomon, Provo, UT : Association for Consumer Research, p. 49-51. 1991a.

\_\_\_\_\_. Selves in transition: Symbolic consumption in personal rites of passage and identity reconstruction. **Journal of consumer research**, v. 17, n. 4, p. 412-425, 1991b.

SCHOUTEN, J.; MCALEXANDER J. H., Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers, **Journal of Consumer Research**, 22 (June), 43–61. 1995

SCOTT, J. W. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e realidade**; Porto Alegre, vol.20, nº 2, jul./dez. 1995, pp.71-99.

SHANKAR, A.; ELLIOTT, R.; FITCHETT, J. A. Identity, consumption and narratives of socialization. **Marketing Theory**, v. 9, n. 1, p. 75-94, 2009.

SHAW, Eric H.; JONES, DG Brian. A history of schools of marketing thought. **Marketing theory**, v. 5, n. 3, p. 239-281, 2005.

SIQUEIRA, M. V. S.; PRELORENTZOU, J. S. Violência Moral e Pessoas com Deficiência: Constrangimentos e Humilhações no Ambiente de Trabalho. In: Encontro de Estudos Organizacionais – EnEO , Belo Horizonte, MG, 2008.

SLATER, D. **Cultura do consumo & modernidade–Exame**. NBL Editora, 2001.

SMITH, N. C.; COOPER-MARTIN, E. Ethics and target marketing: The role of product harm and consumer vulnerability. **The Journal of Marketing**, p. 1-20, 1997.

SOUZA, E. M. A Teoria Queer e os Estudos Organizacionais: Revisando Conceitos sobre Identidade. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, n. 3, p. 308, 2017.

\_\_\_\_\_.; CARRIERI, A. P. A analítica queer e seu rompimento com a concepção binária de gênero. **Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)**, v. 11, n. 3, 2010.

STADTLER, Renata Maira Coraciara. A Marcha das Vadias: A Construção da Construção. **NEARI EM REVISTA**, v. 3, n. 3, 2017.

STOLLER, R. J. **Sex and gender: The development of masculinity and femininity**. Karnac Books, 1994.

STF. **STF reconhece a transgêneros possibilidade de alteração de registro civil sem mudança de sexo. 2018. Disponível em: <http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=371085>. Acesso em: 01/11/2018.**

THOMPSON, C. J. Interpreting consumers: a hermeneutical framework for deriving marketing insights from the texts of consumers' consumption stories. **Journal of marketing Research**, p. 438-455, 1997.

THOMPSON, C. J.; HAYTKO, D. L. Speaking of fashion: consumers' uses of fashion discourses and the appropriation of countervailing cultural meanings. **Journal of consumer research**, v. 24, n. 1, p. 15-42, 1997.

THOMPSON, C. J.; HIRSCHMAN, E. C. Understanding the socialized body: A poststructuralist analysis of consumers' self-conceptions, body images, and self-care practices. **Journal of Consumer Research**, v. 22, n. 2, p. 139-153, 1995.

THOMSEN, T. U.; SØRENSEN, E. B. The first four-wheeled status symbol: Pram consumption as a vehicle for the construction of motherhood identity. **Journal of Marketing Management**, v. 22, n. 9-10, p. 907-927, 2006.

TSAI, W. Gay advertising as negotiations: Representations of homosexual, bisexual and transgender people in mainstream commercials. In: **Proceedings of the Association for Consumer Research Gender, Marketing and Consumer Behavior Conference**. 2004.

TURNER, V. O processo ritual. Petrópolis. **Vozes**, 1974, 248p.

\_\_\_\_\_. Floresta de símbolos. **Niterói: EdUFF**, 2005. 488p.

VALENTIM, P. P.; FALCÃO, R. P. Q.; CAMPOS, R. D. O Corpo nos Estudos de Consumo: Uma revisão bibliográfica sobre o tema. **CBR-Consumer Behavior Review-ISSN 2526-7884**, v. 1, p. 32-48.

GENNEP, A. V. **Os ritos de passagem**. 2. ed., Trad. Mariano Ferreira. Petrópolis: Vozes, 2011.

VIEIRA, M. M. F. Por uma boa pesquisa (qualitativa) em Administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa em Administração: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2005

VOICE GROUP. Buying into motherhood? Problematic consumption and ambivalence in transitional phases. **Consumption, Markets and Culture**, v. 13, n. 4, p. 373-397, 2010.

WALLENDORF, M; ARNOULD, E.J. “We Gather Together”: Consumption Rituals of Thanksgiving Day. **Journal of Consumer Research**, 18, 13-31, 1991.

WHITTLE, S, TURNER, L., AL-ALAMI, M. **Engendered penalties: Transgender and transsexual people's experiences of inequality and discrimination**. Wetherby: Communities and Local Government Publications, 2007.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, p. 7-72, 2000.

## 7 ANEXOS

### 7.1 Termo de Confidencialidade

Eu, Míriam de Souza Ferreira, aluna do curso de Mestrado Acadêmico da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), estou desenvolvendo a pesquisa Consumo na Adequação de Gênero, sob a orientação do professor Doutor Severino Joaquim Nunes Pereira. Convido-a, a participar desta pesquisa que tem como objetivo compreender de que maneira ocorre o consumo de mulheres transexuais na liminaridade relativa às suas construções identitárias nas adequações de gênero.

Sua participação será realizada por meio de entrevista. Tal procedimento será aplicado de maneira oral, individual e previamente agendado. A entrevista será gravada em áudio, e qualquer dado que possa lhe identificar não será usado na análise dos dados. A sua participação é voluntária, estando a pesquisadora à disposição para qualquer esclarecimento, de modo que sua recusa em participar em qualquer momento da pesquisa, não trará qualquer penalidade ou prejuízo.

Após ler este termo de consentimento, e aceitar participar da pesquisa, solicito a sua assinatura em duas vias, sendo que uma delas permanecerá em seu poder. Qualquer informação adicional acerca desta pesquisa poderá ser obtida junto a pesquisadora pelo e-mail: miriam.sfo@gmail.com.

---

Míriam de Souza Ferreira  
Matrícula: 2017133603-3

Consentimento Pós-Informado:

Eu, \_\_\_\_\_, portador (a) do número de identidade \_\_\_\_\_, fui esclarecido (a) sobre a pesquisa: Consumo na Transição de Gênero, e concordo que meus dados sejam utilizados na realização da mesma.

Assinatura: \_\_\_\_\_.

E-mail: \_\_\_\_\_.

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

## 7.2 Roteiro de Entrevista

### INTRODUÇÃO

- Apresentar-se à entrevistada e esclarecer o tema da pesquisa: consumo durante a adequação de gênero;
- Ler o termo de confidencialidade, solicitar a assinatura da respondente e dar sua via.
- Comunicar à entrevistada que os dados da entrevista serão apresentados de maneira anônima;
- Pedir autorização da entrevistada para gravar a entrevista;
- Agradecer à participação da entrevistada.

#### Perguntas abertas:

1. **Conte-me um pouco sobre você, sua história (i. e. sua família, ocupação, hobbies onde mora etc...)**
2. **Me fala um pouco sobre como foi a sua infância? (brincadeiras, do que gostava)**
  - a. E a sua adolescência como foi?
  - b. E hoje quem é a \_\_\_\_\_? O que ela gosta de fazer?
  - c. Quando percebeu que era “diferente” das outras crianças/pessoas?
3. **Me conta um pouco dessa sua trajetória desde quem você era até quem você é hoje. (corpo, consumo, marcas, locais, pessoas)**
4. **E como foi esse processo em relação à sua família?**
5. **Qual sua relação de antes e depois com seu corpo?**
6. **Nessa transição tiveram coisas que foram importantes para você? Me fala um pouco sobre a história delas?**
  - a. Tem alguma coisa foi emblemática?
  - b. Você ainda tem essa coisa, poderia me mostrar e contar a história dela? (pedir para fotografar)
  - c. E quais coisas que você passou a consumir durante a transição e agora?
7. **Me fala sobre os objetos, coisas que ficaram para trás nesta sua mudança?**
8. **Você deixou de andar também com certas pessoas? E com quem passou a andar?**
9. **Você se via mulher antes? E agora? O que tu possui te ajudou ou ajuda nisso?**
10. **Você já sofreu alguma situação de preconceito? Me conta como foi?**
11. **Em relação ao mercado (lojas, bancos)**
  - a. como você é atendida nas lojas, salões de beleza, lugares que frequenta?
  - b. Existe preconceito nestes ambientes?
    - a. De que maneira você acha que o mercado poderia melhorar para mulheres trans?
12. **Como você acha que é a transição para as outras mulheres trans?**
13. **Onde e como você espera estar daqui há alguns anos?**

#### Fechamento:

14. **Gostaria de falar mais alguma coisa que talvez não tenha sido perguntado, mas que você considera relevante e que deve ser acrescentado?**

### 7.3 Registros fotográficos



**Figura 1:** Ato de Visibilidade Travestigênera.  
**Fonte:** Observação (29/01/2018), pela pesquisadora.



**Figura 2:** Tenda do Grupo Pela Vidda, que estava realizando testagem de HIV na Feira Colorida.  
**Fonte:** Observação (07/09/2018), pela pesquisadora.



**Figura 3:** Feira Colorida – Parque Madureira.  
**Fonte:** Observação (07/09/2018), pela pesquisadora.



**Figura 4:** Maquiagens utilizadas pela entrevistada Maria.  
**Fonte:** entrevista realizada em maio/2018, pela pesquisadora.



**Figura 5:** Brincos da que a entrevistada Luana relatou mais gostar.  
**Fonte:** entrevista realizada em abril/2018, pela pesquisadora.