

As Guei da Rua do Comércio: histórias de sexo e transformismo¹

Camila Pilla de AZEVEDO E SOUZA²

Aline MARTINS³

Andressa Costa PRATES⁴

Dieison MARCONI⁵

Marília DALENOGARE⁶

Josafá Lucas ROHDE⁷

Debora Cristina LOPEZ⁸

Karen Cristina KRAEMER Abreu⁹

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

O presente trabalho apresenta o processo de construção do documentário radiofônico “As Guei da Rua do Comércio”, elaborado sob orientação das professoras Debora Cristina Lopez e Karen Kraemer na disciplina de Laboratório de Radiojornalismo III do curso de Comunicação Social - habilitação Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria – campus Frederico Westphalen. Ao usar o rádio como um veículo disseminador de histórias, a docupeça ‘As Guei da Rua do Comércio’ cruza a trajetória de quatro homossexuais em seus pontos em comum: o transformismo, a homossexualidade e a prostituição. Assim, a Rua do Comércio torna-se, ao longo da narrativa, um ponto de encontro, o ambiente do flerte, da conquista dos clientes, do programa de cada noite. É onde transitam estes tipos sociais desadequados ao sistema conservador, mas que buscam encontrarem-se em si mesmos.

PALAVRAS-CHAVE: radiojornalismo; docudrama; transformismo; homossexualidade.

1 INTRODUÇÃO

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Programa laboratorial de áudio (avulso ou seriado).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: camilapilla@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: allinimartins@gmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: andressa.c.prates@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: dieisonmarconi@gmail.com.

⁶ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: mariliadalenogare@hotmail.com.

⁷ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: josafa.lr@gmail.com.

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: deboralopezfreire@gmail.com.

⁹ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: karen.kraemer@hotmail.com

A ideia para o documentário “As Guei da Rua do Comércio” nasceu a partir da constatação da existência de jovens que se prostituem durante a madrugada nas ruas centrais do município gaúcho de Frederico Westphalen, cidade esta que se analisada sob o prisma comportamental e cultural, oscila entre o conservadorismo e a entrada de novos tipos sociais, ideias e comportamentos que tentam modernizar uma comunidade interiorana. Uma comunidade religiosa, conservadora e que alimenta uma mentalidade fechada para o novo e com o que possa romper com o que está preconceituosamente instaurado. Em entrevista nos cedida, o professor e historiador Leonardo Botega ressalta que Frederico Westphalen, assim como outras cidades brasileiras (inclusive as de grande porte), está passando por um processo de modernização. No entanto, por ser pequena e interiorana e por isto mais conservadora, o embate frente ao diferente é maior. Neste caso, o diferente seria uma orientação sexual que não é heteronormativa e também o “desvio” de comportamento de homens que se travestem de mulher para se prostituirem. Assim, nos vimos impulsionados a investigar tal fato, procurando compreender quem eram tais meninos, quais motivações os levavam a tal prática e como eles lidavam com aquela realidade. O que a priori seria uma reportagem investigativa sobre suposta prostituição infantil acabou alcançando dimensões psicológicas, uma vez que as motivações de nossas fontes iam muito além de questões financeiras.

A prostituição, feminina ou masculina, por si só é pauta recorrente no jornalismo, o que chamou nossa atenção neste caso específico foram as forças que impulsionaram estes meninos às ruas. Enquanto o senso comum crê que o fator financeiro é a principal causa da prostituição, percebemos que esse grupo específico de jovens estava à procura do prazer. Por se tratarem de homossexuais em uma cidade pequena, no interior do Rio Grande do Sul, os gays da Rua do Comércio (como eles se autodenominam) descobriram na prostituição o meio mais fácil de encontrar parceiros sexuais. Detalhe: estes jovens não apenas precisam se prostituir para conquistar parceiros, como ainda precisam o fazer travestidos de mulher.

É importante para a compreensão do produto designar o que são transformistas e no que eles se diferenciam de outros tipos sociais que estão a bordo da diversidade sexual. Transformistas são homens que se “transformam” ou se montam em figuras femininas, procurando se aproximar o máximo do que é visualmente e fisicamente uma mulher, usando para isso roupas, maquiagens e adereços ditos femininos, porém sem o objetivo de humor ou fazer shows, como é o caso do *drag queen*, que transforma-se em mulher de forma exagerada, cômica, estilizada e por vezes andrógena.

Ao lado destes, estão os travestis e transexuais. A diferença entre ambos é tênue, porém a comunidade LGBT acentua que: travesti é aquele homem que se restringe a implantar prótese de silicone e outras mutações no corpo para se tornarem o mais próximo possível do que é uma mulher, mas ainda assim, mantém o órgão genital masculino. Já os transexuais, entre as tantas mutações no corpo feitas para se tornarem mulheres, fazem cirurgia para mudança de sexo. Por fim, há o *cross dressers* (ou CDs), homens que possuem o desejo ou fetiche de ser vestir de mulheres por algumas horas e em momentos específicos, sendo muitas vezes heterossexuais.

Diante de tantas especificidades, torna-se imperativo criar um espaço seguro de diálogo com as fontes. A preservação da identidade e qualquer traço que possa identificá-los nos impeliu a optar pelo formato de docudrama, onde se faz a reconstituição de fatos através da dramatização. O docudrama é encontrado tanto em mídia audiovisual quanto sonora. Como gênero, o docudrama se localiza na zona fronteira entre a ficção e o documentário. Sua origem e difusão remetem a escola inglesa de documentário das décadas de 30 e 40 do século XX, sendo explorado também pela indústria hollywoodiana, nos Estados Unidos. (ROSENTHAL 1999 apud DOS SANTOS 2008, p.6)

O docudrama sofreu influência direta dos documentários dramatizados (ou *dramadocs*) produzidos pela televisão inglesa na década de 1950, onde histórias reais eram encenadas de maneira dramática, mesclando dramatização e recursos convencionais do documentarismo. Nesse sentido o docudrama se diferencia por sua aproximação com o melodrama, procurando estimular no receptor a fruição através da simulação, onde a realidade histórica modula-se em faz-de-conta, enquanto que os *dramadocs* são, na verdade, documentários de representação social com a inserção de cenas dramatizadas. Em sua etimologia, docudrama:

[...] possui o prefixo “docu” com características do documentário de representação social e o radical “drama” pode referir-se ao melodrama, filmes com forte apelo emocional e foco no núcleo familiar, que estabelece a função dramática de uma narrativa de ficção. Em contraste aos documentários de representação social, estes tipos de filme utilizam uma sequência de eventos construída, com protagonistas fictícios; têm o objetivo de destacar situações e eventos atuais; o roteiro do filme poderá não seguir o formato da estrutura clássica da narrativa (ABREU, 2009, p. 30-31).

Assim, *dramadoc* e docudrama relacionam representação e realidade em sentidos opostos, enquanto o primeiro procura ser fiel a reconstituição dos fatos, valendo-se da encenação apenas para recriar momentos, o docudrama se permite mesclar situações reais e ficcionais.

Encontramos, então, no docudrama o gênero mais adequado para reconstruir a trama de histórias relatadas por nossas fontes. Através da dramatização de uma cena que se repete na rotina d’As Guei da Rua do Comércio’ introduzimos as diferentes experiências e vivências relatadas. E numa esquina escura de uma rua movimentada de Frederico Westphalen começa a nossa história...

2 OBJETIVO

O docudrama “As Guei da Rua do Comércio” tem como principal objetivo o entendimento da condição em que se encontram as fontes, enquanto homens que se travestem de mulheres prostituindo-se a procura de parceiros sexuais. Procuramos, assim, compreender como esses jovens conciliam vidas paralelas, onde durante o dia possuem emprego, vida social e a noite se transvestem em Gisele, Vitória, Kelly e Edward. O nome “As Guei da Rua do Comércio” se deve ao fato de ser a autodenominação das quatro personagens sociais, ou seja, uma escolha pessoal e natural das mesmas, uma vez que o ato de prostituição tem início na Rua do Comércio, a rua principal da cidade.

Através dos relatos captados objetivamos reconstruir as histórias de vida de nossas fontes, recuperando suas trajetórias desde a infância até as esquinas onde as encontramos. Com isso pretendemos despi-las dos estereótipos, apresentando-as aos ouvintes como pessoas em sua totalidade e unicidade. Buscamos identificar esses indivíduos em meio as relações sociais estabelecidas no espaço geográfico que compartilham, explorando os jogos que se criam entre os diferentes atores sociais, para enfim apresentá-las a sociedade frederiquense, retirando-as do ostracismo a que são subjugadas.

3 JUSTIFICATIVA

Além do próprio exercício de produção de conteúdo jornalístico em formato radiofônico, o docudrama se justifica na necessidade de dar voz a esses indivíduos marginalizados pela ‘tradicional família brasileira’ que, guiada pela ‘moral e os bons costumes’ condena o diferente ao ostracismo. Uma vez que esses jovens recorrem a

prostituição como forma de relacionamento afetivo, identificamos então uma dificuldade de interação social que precisa ser discutida. Dessa forma, acreditamos que a produção do docudrama “As Guei da Rua do Comércio” possa contribuir para compreensão da realidade de tais indivíduos. Em entrevista concedida, o jornalista, professor e pesquisador Fábio Silva, quanto ao transformismo dos personagens, ressalta que o fator orientador desse travestimento, que é um ponto comum entre todos os personagens, se dá por duas motivações - uma cultural e a outra histórica: temos uma cidade pequena, interiorana, altamente machista, em termos gerais o brasileiro é altamente machista. Por estarem em uma cidade de pequeno porte, o controle social e as estruturas de poder social exercidas sobre o sujeito acabam provocando distorções comportamentais muito mais amplas do que aquelas que nós vemos em cidades maiores, onde essa diversidade circula, transita, se manifesta com uma liberdade um pouco maior. Neste contexto houve um sujeito precursor, (o primeiro homossexual a se prostituir como transformista em Frederico Westphalen) um sujeito modelar ou exemplar por meio do qual os gays da rua do comércio pudessem manifestar alguns desejos que estavam dentro do seu imaginário, por meio daquela possibilidade performática que é se travestir. Nisso, Silva analisa o transformismo e a prostituição não como uma imposição, mas um caminho, e alguns sujeitos vão se adequar mais a estes modelos e outros não. Independente disso, por ser essa a única via para poder manifestar estes desejos da realização sexual, o sujeito que ora se traveste, ora não se traveste, não vê problema nenhum nisso e consegue se realizar. Já aquele outro que se traveste, mas não gosta deste recurso, ainda o faz pra poder exercer a sua sexualidade.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Em um primeiro momento a produção do docudrama exige a revisão bibliográfica sobre o próprio gênero, bem como de todas as questões que envolvem a produção jornalística em rádio, as especificidades da mídia, história do veículo e linguagem radiofônica. Também se faz necessária a revisão bibliográfica relacionada diretamente a pauta, questões de gênero e sexualidade, contexto histórico e social e noções básicas de psicanálise.

Para a captação dos materiais procedemos, então, uma série de entrevistas informais e focalizadas (GIL, 1999, p.119-120) em áudio e vídeo com as fontes. A aplicação das

entrevistas se dá de forma gradual a fim de criar um espaço seguro de confiança com as fontes, somente após uma série de contatos que são aplicados os questionários abertos elaborados pelo grupo, onde um pequeno roteiro de perguntas, organizados em temáticas, é colocado aos entrevistados. Por se tratar de um questionário aberto, as perguntas são feitas de forma aberta, para que os que os entrevistados possam discorrer amplamente sobre os temas.

Após a coleta de dados com as fontes (transformistas, comerciantes, profissionais da saúde, profissionais de segurança pública e pesquisadores) os materiais são organizados e analisados, servindo de base para construção do *script* da docupeça. Municiados da estrutura do programa, dá-se, então, a etapa final de gravação, sonorização e edição do produto final.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O docudrama “As Guei da Rua do Comércio” procura reproduzir através de diálogos entre as transformistas as histórias relatadas pelas fontes. Como cenário da ação principal tem-se uma esquina do centro de Frederico Westphalen, onde as transformistas se encontram para procurar (ou serem solicitadas) pelos clientes. Entre carros e pedestres, homens e mulheres, idas e vindas, as personagens vão travando conversas que introduzem os principais temas abordados: rotina, prostituição, sexualidade, família, preconceito. Cada tema é abordado a partir de uma história particular contada pelas fontes em conversas simuladas. Após uma breve apresentação dos personagens, a trama é iniciada com o encontro deles no local de prostituição, no começo da madrugada, onde se desenrolam os diálogos e são introduzidos os temas, encerrado com as personagens saindo juntas para um último encontro, para dar fim a mais uma noite de trabalho.

Segundo Ferraretto (2000 apud Kochhann e Löblein, 2008, p.5) existem três tipos de dramatizações, usaremos a peça radiofônica, “cujo enredo esgota-se em um único programa”. Os outros dois tipos seriam: a seriada, uma dramatização periódica, e a novelada, onde o enredo desenvolve-se por vários capítulos.

A linguagem radiofônica deve buscar aproximar o público, ao qual o produto é destinado, com a emissora ou programa, sendo clara, objetiva e compreensível. Uma vez que a docupeça foi realizada para veiculação na web rádio da Agência de Comunicação Da

Hora vinculada ao curso de Comunicação Social da UFSM campus Frederico Westphalen, tendo como público alvo jovens entre 18 e 24 anos de idade, optamos por uma linguagem coloquial de fácil acesso aos ouvintes. Para conferir veracidade ao documentário reproduz-se o vocabulário utilizado pelas fontes, incluindo erros, expressões vulgares, vocábulos próprios ao meio, neologismos e até o “pajubá”, espécie de dialeto comum entre homossexuais. Segundo Gomes (2007, p. 29) “Pode-se considerar que a linguagem radiofônica é composta de voz, música, efeitos sonoros e silêncio. Estes componentes atuam isoladamente, ou combinados, de acordo com a necessidade”. Assim sendo, os recursos sonoros complementam a caracterização dos personagens e ambiente, procurando a maior aproximação com a realidade possível. Ainda segundo a autora, “O drama representa o real e o cotidiano enriquecendo com a sonoplastia o argumento do texto” (GOMES, 2007, p.23).

O gênero documentário dramatizado é introduzido para envolver o ouvinte na história que será narrada.

No caso da produção ficcional radiofônica, as possibilidades de uma leitura do cotidiano são reforçadas pelo fato de esta ter como produto um texto ficcional de consumo imediato, que não pretende ter significação universal, e sim manter fortes laços com seu próprio tempo, com o momento mesmo de sua criação ou adaptação. (CALABRE, 1996, p. 106).

Procuraremos manter a realidade da vida de nossas personagens para que o cotidiano destas seja reproduzido e acompanhado pelos ouvintes. Por meio da ficção, baseada nos fatos narrados por elas, por meio das entrevistas a nós concedidas. Pois segundo Kochhann e Löblein, “Os signos da realidade devem estar presentes para dar verossimilhança, mas o imaginário deve ser elevado para dar aos personagens mais intensidade, mais amor, mais riqueza afetiva do que os comuns mortais” (2008, p.4).

O primeiro passo para chegar ao presente trabalho, foi a negociação com todos os transformistas. Houve recusa e perda de uma fonte. De início, Kelly, Gisele e Vitória aceitaram apenas conversar com dois integrantes do nosso grupo, por estes serem homossexuais. Dessa forma, visitas esporádicas a casa de Kelly passaram a ocorrer, havendo sempre a preocupação de até qual ponto eles aceitariam falar para um gravador ou falar diante de uma câmera sobre suas vidas, sobre prostituição, sobre o transformismo, sobre o porquê travestir-se de mulher, sobre clientes, a família, o preconceito, a discriminação, sobre suas intimidades, aspirações e desejos. A medida que nossos personagens sociais foram cedendo, outra integrante do grupo passou a fazer parte da

captação de áudio e outros materiais. Edward, nossa quarta fonte surgiu coincidentemente durante uma entrevista com Kelly e Gisele. Procuramos também apoio jurídico, para que dessa forma pudéssemos compreender em quais instâncias a prostituição é considerada crime. Além disso, recorremos aos profissionais de psicologia para poder ter acesso claro a visão das fontes quanto ao seu transformismo e insatisfação de alguns com sua sexualidade e seu corpo quanto materialização do gênero masculino e feminino. O Professor e historiador Leonardo Botega e o jornalista e pesquisador Fábio Silva nos cederam entrevista para que pudéssemos localizar nossos personagens em uma sociedade avessa ao seu comportamento, bem como, analisar seu próprio comportamento por um viés psicológico, o qual de certa forma é influenciado pelo meio em que as personagens vivem. Foi necessária também a captação de entrevistas com profissionais da saúde para salientar sobre os possíveis problemas de saúde física que a prostituição pode acarretar e também fontes que tenham visto e/ou ouvido falar sobre ‘As Guei da Rua do Comércio’. Neste caso, a fonte contatada foi a atendente de farmácia Veni Pinheiro. Depois do processo de apuração, todos os dados e informações foram divididos e organizados por temas, como prostituição, transformismo, preconceito, discriminação entre os pares e relações familiares, o que ajudou na roteirização do docupeça, na seleção das falas, na criação do script e na finalização do trabalho. É importante ressaltar que a dramatização foi encenada pelos próprios integrantes do grupo, incorporando a maneira de falar e se comportar das nossas personagens sociais, conforme orienta Ortiz e Marchamalo:

Na realização deste tipo de programas é fundamental o processo de montagem. Portanto, a gravação original será a base sobre a qual deve ser estruturado o programa. Convém recordar que a história deve ser apresentada com um tom coloquial e natural. Isso só se consegue deixando que o protagonista fale, permitindo-lhe que utilize sua própria linguagem, sem mais restrições que a imposta pela ordenada narração da história (2005, p. 124).

Na docupeça produzida não foram utilizados os áudios originais para fins de preservação das fontes, mas, quando da reencenação, foi então preservada a linguagem coloquial usada pelos personagens, reproduzindo erros, neologismos e termos vulgares comuns aos seus discursos.

6 CONSIDERAÇÕES

Gisele, Vitória, Kelly e Edward são meninos, que se vestem de mulher para conhecer homens. São filhos, irmãos, amigos, cidadãos que vagam pelas noites a procura de carinho, reconhecimento, aceitação. A complexidade de suas vidas extrapola as questões de sexo, gênero ou orientação sexual, nem eles sabem direito o que são, apenas sentem e vivem. Apresentá-los enquanto pessoas, apenas, com dúvidas, anseios, amores e rancores, retirou-lhes camadas de rótulos para agregar características humanas, demasiadamente humanas. Nas conversas recriadas estão cada um dos entes, dos papéis sociais, aceitos ou não. Entre o trágico e o cômico, de maneira demasiada informal, seus diálogos denunciam almas a procura de calma.

A partir do momento em que nos dispusemos a encarar a vida de quatro sujeitos sociais que tem um comportamento considerado desviante dentro de uma sociedade religiosa e conservadora, (homossexuais que se prostituem) e que também são desviantes dentro do que se entende por prostituição (fazem programa por prazer, e não por necessidade financeira), nos dispusemos também a tira-los do ostracismo a que são subjugados; compreender suas motivações, seus dramas psicológicos, suas insatisfações com o seus próprios corpos e a sexualidade, a relação com seus familiares, parceiros sexuais e amigos. Não cabe aqui uma conclusão determinista, mas sim dizer que conseguimos compreender seus dramas pessoais, e mais ainda, humanizar e naturalizar, por meio de uma docupeça, seu comportamento e suas identidades dentro uma município completamente avesso aos mesmos. Naturalizá-los no sentido de que os colocar como sujeitos iguais e diferentes, com orientações e escolhas que são cabíveis dentro de uma sociedade em que a diversidade existe sim, embora falte tato, sensibilidade, respeito e compreensão por parte daqueles que acreditam em fábula de sociedade homogenia, repleta de moral e bons e bons costumes. Era preciso tirar nossas personagens dos armários de forma sincera, delicada e verdadeira, para frisar que afora pensamentos arcaicos e preconceituosos, a normalidade está ali, entre a homossexualidade e a procura por sexo e afeto na rua.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Aida Penna Campos. **O docudrama brasileiro**: Cidade de Deus, Carandiru e Tropa de Elite. Tese. Chapel Hill: University of North Carolina (EUA), 2009.

CALABRE, Lia. **Na sintonia do tempo:** Uma leitura do cotidiano através da produção ficcional radifônica (1940-1946). Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1996.

FUENZALIDA, Valerio. **O docudrama televisivo.** In: Revista MATRIZES. Ano 2 – Nº 1, segundo semestre de 2008, p. 159-172. São Paulo: USP, 2008. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/ojs/index.php/matrizes/article/download/69/51>>. Acesso: 11/04/2012.

GIL, Antonio Carlos. Entrevista. In: _____ **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. Cap. 11, p.117-127.

GOMES, Ângela. **O Rádio e a publicidade:** modelos de negócio do rádio no Brasil. Dissertação de Mestrado – Universidade São Marcos, São Paulo, 2007. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/51108058/10/A-linguagem-radiofonica>. Acesso em: 19/05/2012.

JATENE, Íris de Araújo. **A fidelidade dos fatos no docudrama:** conjunções e disjunções em “Dalva e Herivelto – uma canção de amor”. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1352-1.pdf>>. Acesso: 11/04/2012.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

ORTIZ, Miguel Angel. MARCHAMALO, Jesus. **Técnicas de comunicação pelo rádio.** São Paulo: Loyola, 2005.

SANTOS, Alexandre Tadeu dos. **Proposta de Leitura de Docudramas:** Uma Análise do Quadro “Anjo da Guarda” do Fantástico. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais eletrônicos... Curitiba, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2133-1.pdf>>. Acesso: 11/04/2012.

_____. **O Docudrama na telenovela:** qualquer semelhança com fatos e pessoas reais terá sido mera coincidência? In: XXXI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Anais eletrônicos... Natal, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1726-1.pdf>. Acesso em: 11/04/2012.

STAIGER, Janet. **Docudrama.** In: MBC – The Museum of Broadcast Communications. Disponível em: <<http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=docudrama>>. Acesso: 11/04/2012.