

**Prostituição de Luxo: compreendendo as concepções discursivas sobre o trabalho de prostitutas de luxo na minissérie “O Negócio”**

**KÉSIA APARECIDA TEIXEIRA SILVA**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

kesia.atsilva@yahoo.com.br

**ISABEL CRISTINA DA SILVA ARANTES**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

isabel.admpuc@yahoo.com.br

## **Prostituição de Luxo: compreendendo as concepções discursivas sobre o trabalho de prostitutas de luxo na minissérie “O Negócio”**

### **RESUMO**

O presente estudo vislumbra compreender as concepções discursivas sobre o trabalho de prostitutas de luxo, instituídas na minissérie “O Negócio”, sob a ótica da Análise Crítica do Discurso (ACD), seguindo os postulados de Norman Fairclough. Em termos específicos, buscou-se: (i) interpretar as intertextualidades sobre o trabalho na prostituição de luxo presentes nos treze episódios da primeira temporada da minissérie; (ii) analisar as concepções ideológicas que perpassam o discurso empreendido sobre esse mercado de atuação; e (iii) apreender os sentidos subjetivos sobre a prostituição de luxo na contemporaneidade ilustrados na minissérie. Para tanto, analisaram-se minuciosamente os episódios da primeira temporada da minissérie, nas dimensões do texto, da prática discursiva e da prática social. Os resultados revelam que as concepções discursivas apresentadas por ora reforçam o contexto das prostitutas de luxo no Brasil, como também produz um discurso muito glamoroso sobre essa prática de trabalho, indo contra as ordens discursivas e ideologias dominantes construídas na sociedade acerca das práticas e formas de prostituição.

**Palavras-chaves:** Trabalho. Prostituição de luxo. Análise Crítica do Discurso.

### **1 ASPECTOS INTRODUTÓRIOS**

O trabalho é considerado o meio pelo qual o homem busca suprir suas necessidades, alcançar seus objetivos e se realizar. O resgate histórico do significado do trabalho remete a duas perspectivas contrárias que se apresentam. A primeira baseia-se na própria etimologia da palavra “trabalho” que tem sua origem no latim (1) “*labor*”, se referindo a dor, sofrimento e esforço; e (2) “*tripalium*”, instrumento de tortura (GODELIER, 1986). Já a segunda perspectiva diz respeito a uma concepção positiva sobre o trabalho que o relaciona à possibilidade de construção, de identidade e de auto-realização. Albornoz (1994) salienta que os motivos pelos quais as pessoas trabalham estão no próprio trabalho e não fora dele. Assim, o trabalho é visto como algo que possibilita o desenvolvimento humano.

A importância do trabalho para os seres humanos e para a sociedade estimula o seu estudo. Diante de um cenário de constantes transformações, o trabalho passou a ser investigado por diversas áreas do conhecimento, que buscam interpretar e compreender os impactos de sua transformação nas organizações e as consequências deste processo para o trabalhador e para a sociedade (ALBERTON; PICCININI, 2009). Entre esses estudos, encontram-se os que se referem ao sentido do trabalho na vida dos trabalhadores. Morin (2001) menciona que esta compreensão acerca do trabalho é um desafio importante para os atuais administradores, tendo em vista que as mudanças no mundo do trabalho e nas relações que o permeiam atingem as organizações diretamente.

Várias atividades já serviram como objeto de pesquisa contemplando o trabalho e seus sentidos. O presente estudo aborda o trabalho para uma profissão de pouca visibilidade na sociedade, que mesmo sendo uma das mais antigas na história, ainda luta para se consolidar como uma profissão: as prostitutas de luxo, pertencentes a uma categoria na prostituição conhecida como alto meretrício. Embora na clandestinidade, o sistema da prostituição configura-se como um sistema de trabalho. Segundo Ferreira Filho (2009, p. 15) incidem sobre esta atividade as piores qualificações, “porque é uma atividade das sombras, de um domínio ambíguo e perigoso, sistematicamente usado e explorado, mas ao mesmo tempo evitado, por ser degradante e até criminoso”. No entanto ao observar suas relações, verifica-se que a prostituição se realiza de maneira similar ao modo de organização do trabalho legal, das

empresas e das instituições, com suas regras e sua lógica. As relações entre a prostituição e os demais campos da sociedade “considerados como “dignos”, “honestos”, “legítimos” estabelece, em todo caso, mais que uma proximidade, um vínculo” (FERREIRA, 2009, p.15).

A prostituição de luxo tem como principal característica o fato de se voltar para um público sofisticado, com condições financeiras que tornam possível o pagamento de altos valores por um programa com uma prostituta. Neste sentido, observa-se que as prostitutas de luxo possuem uma dinâmica em seu trabalho que as difere das demais categorias de prostituição, marcadas pela pobreza, pelas péssimas condições de trabalho em boates ou até mesmo nas ruas, pelos baixos preços cobrados pelo programa, dentre outros.

Segundo Ribeiro (2011) a prostituição de luxo não se define simplesmente pelo preço dos programas sexuais, que variam entre R\$ 150,00 a R\$ 400,00 por hora, mas por uma rede de serviços vinculada a esse tipo de prostituição, tais como a divulgação das garotas por intermédio de “sites de acompanhantes”; casas especializadas para atender clientes das classes média-alta e alta; formas de organização (rede de prostituição); além de exigências a estética corporal, a discricção necessária e muitas vezes a necessidade de conhecimentos de etiqueta para serem acompanhantes em viagens e eventos sociais.

Nos últimos tempos, portanto, tem-se observado o crescimento da prostituição de luxo no Brasil. A mídia tem colaborado discursivamente para uma maior repercussão desse tipo de prostituição, seja por meio de reportagens, entrevistas, personagens de novela e até séries, como é o caso do seriado brasileiro "O Negócio", apresentado pelo canal HBO, que discursa sobre a trajetória profissional de três garotas de programa que se tornaram produtos de luxo no mercado de prostituição, se baseando inclusive em práticas da Administração. O pano de fundo da trama é instituir um discurso luxuoso para o mercado de prostituição, rompendo com a clássica concepção de garotas de programa, estereotipadas como vulgares, pornográficas e imorais.

Diante do exposto, objetiva-se compreender as concepções discursivas sobre o trabalho de prostitutas de luxo instituídas na minissérie “O Negócio” sob a ótica da Análise Crítica do Discurso (ACD), seguindo os postulados de Norman Fairclough. Tal compreensão perpassa por três objetivos específicos, a saber: (i) interpretar as intertextualidades sobre o trabalho na prostituição de luxo presentes nos treze episódios da primeira temporada da minissérie; (ii) analisar as concepções ideológicas que perpassam o discurso empreendido sobre esse mercado de atuação; e (iii) apreender os sentidos subjetivos sobre a prostituição de luxo na contemporaneidade ilustrados na minissérie. Para tecer a discussão, foram analisados os treze episódios da primeira temporada série "O Negócio" da HBO de televisão, que aborda especificamente a prostituição de luxo em São Paulo.

Em termos estruturais, este artigo apresenta um debate teórico sobre o trabalho e suas concepções discursivas, seguido de uma abordagem sobre o trabalho na prostituição de luxo. Posteriormente, apresenta-se a perspectiva teórico-metodológica da Análise Crítica do Discurso (ACD), seguida da descrição dos procedimentos metodológicos e análise dos resultados. Por último, tem-se as considerações finais e a bibliografia utilizada.

## **2 CONCEPÇÕES DISCURSIVAS E IDEOLÓGICAS SOBRE O TRABALHO**

Há quem diga que as discussões em torno do trabalho são coisa do passado. Mas defende-se aqui que debater, interpretar e investigar os diferentes modos de trabalho é uma atitude mais que atual, é uma ação necessária, haja vista as mudanças discursivas que esse construto sofreu ao longo da história da humanidade e sua importância na ordenação da vida social. Tem-se que o trabalho é uma das formas mais importantes de socialização do ser humano, e é por intermédio dele que o indivíduo estabelece suas relações sociais, busca atingir seus objetivos, suas necessidades e realizações.

Por ser um elemento fundamentalmente integrador da sociedade, o trabalho é a condição necessária ao desenvolvimento humano, é o elemento básico das relações sociais, denotado

como um símbolo de liberdade do homem para a transformação de sua natureza (ARVEY; RENZ; WATSON, 1998). É, pois, a atividade que direciona a vida e a noção de realidade, representando uma possibilidade de vínculos entre as pessoas (FREUD, 1974). Ademais, o trabalho é uma construção histórica dos sujeitos e de suas subjetividades individuais e coletivas. Por isso, o estudo do trabalho tem tomado dimensões expressivas, perfazendo discussões em diversos campos. Por exemplo, essa temática tem sido objeto de investigação de estudiosos de diversos campos da Filosofia, da Antropologia, da Sociologia, das Ciências Sociais, da Psicologia, da Administração, dentre outros campos e, por seu caráter polissêmico, o trabalho congrega uma infinidade de conceituações, atributos e significados. Para este estudo, focar-se-á na concepção ontológica do trabalho enquanto elemento constitutivo do ser humano e enquanto elemento que produz discursos, práticas e ideologias sociais.

No decorrer do tempo, a concepção discursiva e conceitual de trabalho sofre modificações. Na antiguidade, o conceito de trabalho esteve associado à expressão romana “*tripaliun*”, que representava um instrumento de tortura formado por três estacas pontiagudas, remetendo à ideia de castigo, conceito herdado do Império Romano que designava condenação. Posteriormente, veio à tona o conceito de labor, oriundo do latim, que designava dor, sofrimento, labuta e trabalho árduo (GODELIER, 1986). Atrelado ao conceito de labor estava o conceito de *laboren* trazendo uma nova conceituação para o trabalho, mais pautado na ideia de cultivo, crescimento, transformação (CARTA...1979).

Na antiguidade, o *labor* esteve associado à necessidade, à subsistência, e à manutenção da vida, conforme indica Hannah Arendt (2004) e, por esse motivo, é que também passou a ser sinônimo de trabalho. Ela diferencia trabalhar no sentido de penar, *ponein*, e trabalhar no sentido de criar, *ergazomai*. Essa distinção é necessária, pois trabalho e labor não devem ser considerados como sinônimos, conforme alertou Arendt (2008), pois o trabalho em termos conceituais representa muito mais que simplesmente o labor a ele associado. Ao se fazer essa distinção tem-se a possibilidade de avanços nessa discussão.

Por exemplo, as sociedades antigas consideravam o trabalho-labor (focado na subsistência – o trabalho enquanto *ponein*) indigno aos homens livres, sendo então uma atividade voltada para os escravos. Somente a partir do século XVI, através do protestantismo, foi que o trabalho tornou-se símbolo de dignidade humana e, posteriormente, no século XVIII, com a industrialização, passou-se a considerá-lo algo além de mera sobrevivência, mas também fonte de realização (CARMO, 1992) - o que Arendt denominou de trabalho-opus (o trabalho enquanto *ergazomai*).

Em termos conceituais e discursivos, na perspectiva teológica, o trabalho foi visto como “castigo de Deus”, uma vez que após o pecado a humanidade foi punida tendo que extrair seu sustento através do seu suor, atribuindo ao trabalho um sentido obrigatório, árduo, penoso, fatigante. Em seu longo percurso, o pensamento cristão discursou sobre o trabalho como um martírio, condição necessária para a salvação nos planos celestiais. Analogamente está implícita a concepção discursiva de trabalho como elemento punitivo e condição básica de sobrevivência e só no final da Idade Média que São Tomaz de Aquino concebe o trabalho como um ato moral, digno de honra e de respeito (ANTUNES, 2004).

Assim, por um verdadeiro contorcionismo teórico-discursivo, o trabalho deixa de ser considerado meramente um castigo ou punição e passa a ser também percebido como esforço físico ou intelectual, direcionado para a realização de objetivos (ALBORNOZ, 1994). A concepção positiva do trabalho vem à tona a partir do Renascimento, relacionando a atividade profissional à possibilidade de construção e de autorrealização. Desde então, os pensamentos filosóficos e sociológicos vêm cunhando concepções mais positivas para o trabalho. Destacadamente têm-se as contribuições de Karl Marx, com sua obra “*O Capital*”, que apresenta reflexões sobre os modos de produção do trabalho capitalista; Max Weber com a obra “*A Ética Protestante e o Espírito Capitalista*”, que instiga o debate sobre o trabalho, o homem

e a natureza; e Friedrich Hegel com a obra “*Filosofia do Direito*”, que ao estudar a sociedade civil e o Estado, atribui ao conceito de trabalho um sentido espiritual, econômico e filosófico, determinando-o como um elemento formador da consciência que permite o espírito conhecer a si mesmo.

Viegas (1989), fundamentada na concepção positiva, destaca que o trabalho representa a possibilidade de o homem crescer e realizar-se pessoalmente, ou seja, construir-se como ser, como sujeito de sua história. E Marx (2004) o concebe como o elemento integrador da vida social, pela centralidade que as atividades laborais ocupam na vida das pessoas, representando a própria autoconstrução do ser humano. Nessa dimensão, o trabalho ganha uma nova conotação, como algo importante que além de permitir sobrevivência, dignifica e humaniza as pessoas (CARTA... 1979).

Ressalta-se que Hannah Arendt buscou a compreensão marxista do trabalho para assim estabelecer suas prerrogativas essenciais acerca da positividade e da negatividade do trabalho e reafirmar sua centralidade na vida humana. Teoricamente ela contribui para a compreensão do trabalho à medida que problematiza suas dualidades e reforça que ele designa tanto o *trabalho-opus* do artesão e do artista que gera uma obra duradoura (privilégio), como o *trabalho-labor*, voltado para a subsistência, labuta e fadiga (castigo). Complementa Antunes (2004) que desde o mundo antigo o trabalho tem sido compreendido por meio de dualidades como expressão de vida e degradação, criação e infelicidade, felicidade social e servidão, atividade vital e escravidão, e ainda promove concomitantemente sentimentos de prazer e sofrimento (MORIN; TONELLI; PLIOPAS, 2007). Outrossim, sob a lente de Selligman-Silva (1990), o trabalho representa fonte de construção, satisfação, realização, riqueza, serviços úteis à sociedade humana, mas ao mesmo tempo pode significar sofrimento, escravidão, exploração, doença e até morte.

Para Dejours (1987), é necessário que o trabalho faça sentido para a própria pessoa, para seus semelhantes e para a sociedade como um todo. Segundo o autor, o sentido do trabalho possui uma formação com dois componentes: o conteúdo significativo em relação ao sujeito e o conteúdo significativo em relação ao objeto. Portanto, compreender o significado do trabalho envolve apreender um conjunto de sentidos que o sujeito dá a sua vida e as suas atividades práticas. Envolve labor e ação, como destacou Arendt (2008) e ainda a compreensão do contexto social em que esse trabalhador se insere. Nesse debate, alguns autores advogam que as mudanças no contexto do trabalho foram positivas no sentido de permitir maior autonomia para os trabalhadores e melhores condições para o exercício das atividades laborais. Outros, porém, salientam o surgimento de modos sutis de controle do trabalho humano e controle da subjetividade. Por exemplo, Gaulejac (2007) defende que essa lógica contemporânea de gestão do trabalho ultrapassa os moldes de controle disciplinar descrito por Foucault, formatando um “modelo gestor flexível que pretende seduzir o corpo e a alma, envolver a psique e orientá-la para a capitalização das empresas” (GAULEJAC, 2007, p. 110). Para o autor, o mecanismo de gestão que organiza o trabalho humano na contemporaneidade prescreve modelos de comportamento e condutas que formatam uma espécie de “cultura corporativa” que atua no sentido de mobilizar as subjetividades dos trabalhadores para desenvolver um “modelo ideal de trabalhador” adequado às exigências da nova ordem econômica. Um tipo de movimento que ultraja a subjetividade individual em prol da construção de uma subjetividade coletiva que supervaloriza um perfil de profissional polivalente, criativo, flexível, com capacidade de tomar decisões inteligentes para a manutenção da lógica de mercado instituída pelo capitalismo financeiro dos dias atuais. O fato é que o sentido e a dimensão do trabalho alteraram-se com esse formato de gestão do trabalho descrito por Gaulejac, e as consequências dessas mudanças foram sentidas nos diferentes campos profissionais, dentre esses o campo da prostituição, em que se opera o mercado da prostituição de luxo.

## 2.1 O trabalho na prostituição de luxo: o que os discursos podem revelar

A prostituição é vista como uma prática por meio da qual se oferece sexo em troca de dinheiro, sendo a prostituta aquela que vive a partir da prostituição. Costa, Silva e Nascimento (2009) referem-se à prostituição como a prática de comercializar serviços de natureza sexual como prazer, fantasias, sexo, carícias, etc. Gaspar (1984) apresenta a prostituta como sendo aquela que vende serviços sexuais em troca de uma quantia em dinheiro anteriormente combinada. Para Moreira e Monteiro (2009), a prostituta é aquela que oferece satisfação sexual em troca de remuneração.

Diversos estudos foram realizados tendo como sujeitos de pesquisa as prostitutas. A partir da leitura de textos como os de Leite (1992), Santos (2011), Bittencourt (2008), Guimarães (2007), é possível perceber que há um desejo social de querer moralizar as prostitutas, de querer torná-las vítimas, pobres sofredoras fruto de uma sociedade machista e capitalista. Em geral, os trabalhos querem oficializar o discurso de que a mulher prostituta no fundo não quer se prostituir, que está nessa vida apenas por falta de opções. Enquanto que na realidade existem mulheres, mesmo as de baixo meretrício, conforme relata Barreto (2011), que se prostituem por vontade própria, porque gostam, porque se realizam por meio dessa profissão. Nesses casos, observa-se que se trata de mulheres que conquistam uma boa fonte de renda e se mantêm num patamar econômico relativamente elevado, o que as possibilita manterem um bom padrão de vida e consumirem o que desejam.

Nessa perspectiva, Barreto (2014) afirma que as prostitutas podem ser felizes, podem estar felizes com sua profissão, podem gozar e curtir seus programas, fato que uma sociedade moralista resiste em aceitar, tentando pregar o contrário, ou seja, o papel da prostituta sofredora, flagelada, explorada e infeliz. Obviamente isso está atrelado às possibilidades e autonomia que cada uma delas consegue desenvolver. No que se refere à prostituição de luxo, foco desta pesquisa, percebe-se que o lugar social que essas mulheres ocupam as coloca em outro nível de discussão, como demonstrado na série "O Negócio".

Segundo Silva e Blanchette (2008), a prostituição de elite é considerada muito fechada e se caracteriza como aquela em que os clientes pagam preços exorbitantes por um programa. As prostitutas, na maioria das vezes, são modelos, atrizes, que acompanham e prestam serviços sexuais para homens de posses, incluindo deputados, jogadores de futebol, atores, enfim, celebridades em geral.

Oliveira (2008) relata que a categoria das prostitutas chamadas "prostitutas de luxo" é composta também por mulheres que captam seus clientes em boates, nas ruas da zona sul da cidade, em casas de massagem, por meio de anúncios em jornais, sites, por telefone ou ainda por outras formas. Trata-se de garotas de nível educacional superior, mais sofisticadas e com um guarda-roupa à altura das exigências. Apesar de serem prostitutas, elas não gostam de ser tratadas como mulheres vulgares. São geralmente indicadas por colegas ou por clientes conhecidos. Os encontros são geralmente marcados por telefone, evitando deixar mensagens de voz ou enviar mensagens escritas, a fim de permanecerem praticamente "sem rasto" (GUIMARÃES, 2008).

O cliente deste tipo de prostituição possui dinheiro, influência e não gosta de ser reconhecido como tal, esforçando-se ao máximo para não levantar a mínima suspeita. Por serem consideradas as prostitutas mais bem pagas, elas se esforçam para manter uma ética profissional que consiste em não pronunciar o nome do cliente, nem mesmo a uma colega. Também não usam os seus números de telefone pessoais, para minimizar os riscos que correm. Desta forma, passam ao lado do conhecimento das autoridades e de toda e qualquer estatística credível, podendo o negócio continuar a render por mais tempo.

Barreto (2014) aponta várias características das prostitutas de luxo. Segundo a autora, são garotas com excessivo cuidado com os cabelos, com a pele, com o corpo, com a higiene íntima, com o uso de preservativo, com a alimentação e com o uso de roupas de boa qualidade.

É grande a frequência em salões de beleza, em academias de ginástica, em clínicas para tratamentos estéticos e em lojas que vendem roupas de marcas caras. Isso porque sua aparência é o seu cartão de visita e quanto mais bonitas, bem vestidas e, principalmente, menos aparentarem serem profissionais do sexo, melhor será sua clientela, visto que um dos fatores que as caracterizam como acompanhantes de luxo é justamente não parecerem profissionais do sexo.

Outra característica apontada por Barreto (2014), refere-se a forma com que anunciam seu trabalho, apontado como sendo a divulgação em sites da internet. É comum sites destinados apenas a apresentar garotas de programa de alto luxo. Através desses sites as meninas postam fotos e informações pessoais para os clientes entrarem em contato e, assim, poderem marcar os programas. Nessas fotos, as meninas mostram seus corpos, contudo, a grande maioria esconde o rosto, para não se exporem e manterem o anonimato. Muitas delas escondem da família ou do(a) parceiro(a) que se prostituem, bem como não querem ser reconhecidas como garotas de programa.

Outra importante característica ainda apontada por Barreto (2014) é o fato de virem de famílias com bom poder aquisitivo, que puderam proporcioná-las o ingresso em boas escolas particulares, melhorando assim seus níveis de instrução. É comum que as acompanhantes tenham além do segundo grau concluído, a fluência em falar pelo menos dois idiomas. A clientela que procura esse tipo de serviço sexual é exigente, querem meninas bonitas, bem instruídas, elegantes, que saibam se portar e conversar, visto que elas não apenas são contratadas para o ato sexual, mas também para acompanhar os clientes em festas, jantares e viagens. Muitas delas são universitárias e se prostituem para pagar seus cursos na universidade. Há também aquelas que são formadas, mas que encontram na prostituição de luxo uma maneira de ganhar uma renda maior do que ganhariam atuando dentro de suas áreas de formação.

Santos (2011) acredita que a prostituição de luxo é um meio para as meninas ganharem uma boa quantia de dinheiro e, assim, poderem manter um alto padrão de consumo. Contudo, acredita-se que não seja apenas esse desejo em consumir que mantém essas meninas no mundo das acompanhantes de luxo. O desejo de comprar roupas caras, acessórios caros, de andarem em carros muitas vezes importados, de estarem semanalmente em salões de beleza e em clínicas de estética, de frequentarem festas e bares badalados, certamente caracteriza acentuadamente a vida dessas mulheres. Entretanto, existem condições e elementos subjetivos que permeiam essa prática e que dão sentido e significado a esse modo de trabalho. Para destrinchar tais concepções, há que se compreender a noção de discurso produzida por prostitutas em seu contexto.

### **3 APORTE TEÓRICO METODOLÓGICO: DEBATENDO A ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO**

Para se discutir a vertente teórica da Análise Crítica do Discurso é necessário, de antemão, compreender o que se denomina por Análise de Discurso (AD) ou Análise de discurso Francesa – corrente inaugurada em 1969 com a publicação de Michel Pêcheux intitulada “*Análise Automática do Discurso*”. Trata-se de uma orientação teórico-metodológica instituída no campo da linguística a partir de múltiplas abordagens. Entretanto, as comumente utilizadas estão adstritas em quatro correntes orientadas por leituras marxistas da realidade social. Ressalta-se que a primeira corrente denominada como *Análise de Discurso* foi desenvolvida por Pêcheux (1990) ao fundar a Escola Francesa de Análise do Discurso. Já a segunda corrente, concebida como *Análise Foucaultiana*, desenvolveu-se também a partir dos estudos de Michel Foucault, que rompe com o rigor e com a abordagem puramente estrutural desenvolvida por Pêcheux (1990), e lança-se para uma trajetória que considera a existência de outros fatores associados à agência humana (FOUCAULT, 1996).

A terceira corrente é conhecida como *Análise de Discurso Bakhtiniana*, desenvolvida por Mikhail Bakhtin. Diferentemente das anteriores, essa se fundamenta em uma leitura marxista menos ortodoxa, ao trabalhar com conceitos operacionalmente mais maleáveis para compreender as relações e efeitos de sentido no discurso (BARROS, 1997). Complementarmente, a quarta corrente é denominada como *Análise Crítica do Discurso* (ACD), desenvolvida a partir dos estudos de Norman Fairclough (1991). Essa corrente nasce na fronteira entre a Linguística, a Linguística Crítica e a Teoria Social e parte do pressuposto de que a realidade está envolvida em processos hegemônicos e ideológicos e que o discurso é uma prática social. Por essa orientação, a ACD orienta o estudo aqui desenvolvido.

Para a ACD, o conceito de discurso está intimamente relacionado às práticas sociais e discursivas enquanto dimensões de uma perspectiva dialética historicamente posicionada, pois é no discurso que se concentram as questões atinentes à língua, à história e ao sujeito em sua constituição social (FAIRCLOUGH, 2003). O referido autor orienta que a inexistência de fórmulas para empreender a ACD dificulta sua categorização. Dessa forma, torna-se impossível definir claramente qual o campo e o foco de aplicabilidade dessa abordagem, pois ela pode ser utilizada nos mais diversos contextos, inclusive por ser um recorte multidisciplinar. Entretanto, é possível considerar que suas bases são comuns às outras tradições, ou seja, fundamentada em leituras marxistas da realidade social, esta última, que é construída coletivamente pela intersubjetividade manifesta e oculta nas relações estabelecidas entre as pessoas e o mundo que as cercam.

É importante destacar que a ACD trabalha com o conceito de discurso distribuído em três dimensões, a saber: (1) texto, (2) práticas discursivas e (3) prática social. Mais detalhadamente Fairclough (1991) argumenta que a prática textual concentra-se na descrição, a prática discursiva na interpretação e a prática social no domínio explicativo dos fenômenos em análise. Portanto, há que se considerar que um ponto central da ACD é relacionar textos e práticas sociais, para abstrair os sentidos subjetivos e intersubjetivos da linguagem dos sujeitos, por meio da interdiscursividade e da intertextualidade dos aspectos subentendidos do discurso, ou seja, dos aspectos não ditos, tal como destaca Fairclough (1991). Ainda conforme ele, a análise da intertextualidade favorece a compreensão das vozes e da linguagem que representa os grupos e as identidades sociais.

Tem-se que a linguagem é parte irredutível da vida social, dialeticamente relacionada a outros elementos sociais, como a própria prática (FAIRCLOUGH, 2003). Portanto, o discurso é uma prática social que, articulado à linguagem, produz significados. Isso porque a orientação teórico-metodológica da ADC defende que a linguagem não é uma prática puramente individual, ela é também coletiva, pois na linguagem as pessoas se apropriam de discursos de outrem e transformam tais discursos em práticas sociais (RESENDE; RAMALHO, 2001). Por essas especificidades, a orientação metodológica da ACD permite uma análise em profundidade dos elementos subjetivos e intersubjetivos dos sujeitos, bem como as dissonâncias semânticas entre a linguagem e a prática social dos mesmos.

A prática discursiva enquanto dimensão analítica é composta de fatores discursivos relacionados à produção (quem e o que produz e para quem); à distribuição (via quais mecanismos, a forma de organização); ao consumo (por quem e como é consumido); ao contexto em que se localizam os argumentos discursivos; com que força e coerência os enunciados são veiculados e a intertextualidade argumentativa do discurso. Por outro lado, a prática social se refere aos aspectos ideológicos de sentido, pressuposições e metáforas e ao quadro ideológico que preconiza as relações macroestruturais econômicas, sociais, políticas, culturais e ideológicas (RESENDE; RAMALHO, 2011). Na prática social o discurso se apresenta como ação, representação e identificação. A ação corresponde aos gêneros discursivos que constituem sentido prático, a representação consiste no discurso produzido e a identificação representa os estilos de linguagem verbal e não verbal. Ressalta-se que o discurso



é o elemento mediador entre o texto per se e seu contexto social (eventos sociais, práticas sociais, estruturas sociais). Assim, “gêneros, discursos e estilos podem ser “mesclados”, articulados e texturizados juntos de formas particulares” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 37). E são esses fatores que compõem e estruturam o texto.

Têm-se complementarmente outros aspectos que contribuem na análise do discurso. Destacam-se os gêneros discursivos - que colaboram no entendimento das estratégias de organização do discurso; os estilos discursivos - que tratam sumariamente da identidade discursiva e; as modalidades discursivas - que dizem respeito ao comprometimento e avaliação dos enunciadores. O gênero consiste, no entendimento de Fairclough (1991), na moldura do discurso e de seus argumentos. Dessa forma, a organização e os recursos textuais são aspectos relacionados ao gênero, ou seja, esse último diz respeito à estrutura organizativa dos argumentos ou narrativas no texto e os recursos conectivos que são utilizados para promover sentido ao discurso (FAIRCLOUGH, 2003). O estilo discursivo pode ser conceituado como a denominação dada a determinado gênero discursivo, ou seja, enquanto o gênero configura como a organização e estrutura dos argumentos discursivos, os estilos consistem na nomenclatura dessas características. Já as modalidades discursivas têm a função de fazer uma identificação contextual do discurso, referindo-se à maneira pela qual o autor se compromete com aquilo que é verdadeiro e necessário, desejável e indesejável, bom ou ruim. Segundo Fairclough (1991) a modalidade está contextualizada historicamente e pode sofrer transformações em função das relações de sentido envolvidas. As mudanças de modalidade podem estar contidas em pequenas mudanças de vocabulário, de reposicionamentos e intensidade de uma mesma mensagem, mas objetivando efeitos de sentido extremamente distintos. Assim, a finalidade desse conceito se configura como um elemento orientador para identificar como estruturas e argumentos discursivos idênticos possuem efeitos de sentido diferentes ou também como argumentos e estruturadas díspares podem caminhar para o mesmo efeito de sentido. Nesse ínterim, a orientação epistemológica teórico-metodológica ACD, permite questionar o conhecimento apreendido como representação mental, abrindo espaço para compreendê-lo como uma prática social, na qual a linguagem cumpre papel principal, pois ela é o meio pelo qual os indivíduos expressam a sua forma de estar no mundo.

#### **4 PERCURSO METODOLÓGICO**

A pesquisa realizada orientou-se epistemologicamente pela vertente teórico-metodológica da Análise Crítica do Discurso, uma vez que essa perspectiva permitiu dar visibilidade às concepções discursivas do trabalho (como prática discursiva e social, ordem de discurso, ideologias e hegemonias) na prostituição de luxo instituídas na minissérie "O Negócio" da HBO de televisão. Em termos de categorização metodológica, trata-se de um estudo qualitativo-descritivo, haja vista que buscou descrever as concepções discursivas e as nuances presentes na cotidianidade do trabalho de prostitutas de luxo. Trata-se também de uma análise fílmica, uma vez que realizou-se a decomposição e a reconstrução do discurso dos episódios da minissérie, analisando-os dentro de uma perspectiva crítica, extraíndo elementos como: trilha sonora, figurino, produção cinematográfica, imagens, dentre outros elementos que permitiram compreender as concepções discursivas presentes no mundo da prostituição de luxo.

Para tanto, assistiu-se sistematicamente aos treze episódios da 1ª temporada da série e foram transcritos alguns trechos discursivos da trama, selecionados pelo conteúdo de seu discurso. Para a análise do discurso dos episódios adotou-se as categorias analíticas propostas pela ACD, seguindo as orientações de Fairclough (2003) que consiste em uma análise de três elementos, a saber: texto, prática discursiva e prática social.

Na concepção textual analisou-se o contexto de produção do discurso, o estilo de linguagem e a concepção ideológica. Na dimensão da prática discursiva, analisou-se a voz por trás do discurso, bem como para quem ele se destina, a força dos enunciados e as

intertextualidades argumentativas do discurso. Já a prática social orientou a apreensão dos aspectos ideológicos que criam sentidos subjetivos que permitem compreender o fenômeno em análise, qual seja, a prostituição de luxo. Considerou-se o discurso enquanto ação, levantando as formações discursivas, os estilos de linguagem verbal e não-verbal e o contexto em que se apresenta cada discurso.

## **5 CONCEPÇÕES DISCURSIVAS SOBRE O TRABALHO NA PROSTITUIÇÃO DE LUXO DA MINISSÉRIE “O NEGÓCIO”**

A minissérie “O Negócio” do canal HBO de televisão narra a trajetória profissional de três garotas de programas da sociedade paulista, instituindo um glamoroso discurso sobre esse campo de atuação. O enredo mostra como Karin, Luna e Magali se juntaram para mudar radicalmente suas vidas profissionais na cidade brasileira que concentra 60% de todos os milionários do país (BOXPOP, 2013). A primeira temporada da minissérie ilustra como elas identificaram um potencial mercado para lucrar com a profissão mais antiga do mundo: prostituição. Trata-se de mulheres com formação universitária, que aproveitaram de suas belezas e conhecimentos para aprimorarem seu negócio com a aplicação de teorias do campo da administração, especialmente as correntes de marketing. Teóricos como Philip Kotler, Frederick Winslow Taylor e Theodore Levitt, inspiraram essas profissionais do sexo a construir seu *business plan*. Assim, a trama se passa em um contexto de estagnação financeira e crise econômica do país e ilustra como que as três garotas de programa, se valendo das estratégias de marketing e de conhecimentos da gestão, se tornaram mulheres de negócios em fase de crise.

Para dar visibilidade às concepções discursivas sobre o trabalho de prostitutas de luxo instituídas na minissérie, primeiro debate-se sobre a ideologia histórico-discursiva desse modo de trabalho e o discurso social da trama. Em seguida, abordam-se as intertextualidades e as interdiscursividades do enredo explicitadas nos sentidos subjetivos do trabalho na prostituição de luxo.

### **5.1 A ideologia histórico-discursiva do trabalho na prostituição de luxo: O que o discurso da minissérie pode revelar?**

Os treze episódios lançados na primeira temporada da minissérie instituem um discurso “glamoroso” sobre o trabalho na prostituição de luxo. Desde a abertura da minissérie, até a produção cinematográfica, o elenco, as músicas, os figurinos, entre outros, observa-se que tudo foi estabelecido de forma luxuosa, para chamar a atenção dos telespectadores para um mundo simbólico, majestoso e envolvente. Por meio de um conjunto integrado de ideologias discursivas, a trama traz um “novo discurso” sobre prostituição como ramo de negócio.

A concepção histórico-discursiva do trabalho na prostituição indica como ao longo da história da humanidade essa prática foi velada nas mais diversas sociedades, entretanto, nunca deixou de representar fonte de renda, ou seja, ramo de trabalho e de negócios. Tanto que as casas de prostituição sempre movimentaram parcela significativa da economia brasileira e sempre funcionaram sob a seguinte lógica: o cafetão como o gestor do processo e a prostituta como a trabalhadora que vende sua força de trabalho. A minissérie começa indicando que essa lógica é passível de mudança, e que as trabalhadoras (prostitutas), podem se tornar mulheres de negócio. Isso é evidenciado no primeiro episódio, quando Karin resolve conseguir seus próprios clientes e não trabalhar mais para Ariel (um famoso *booker*, para quem Karin rendia bons ganhos). Ela apresenta suas angústias e revoltas de ser subordinada a um *booker* e o texto reforça que ela sempre teve problemas com todos para quem ela trabalhou. Numa das falas dela, ela expressa claramente essa visão: “*ficam lá sentados, esperando os clientes aparecerem e ganham em cima da gente... (...) eu vou arranjar os meus clientes sozinha. Nunca mais booker nenhum* (Karin, Ep 01)”. As interlocuções “*ficam lá sentados, esperando...*” e “*ganham em cima*

da gente”, indicam a prática social dos cafetões e a forma como se apropriam dos corpos das garotas para benefício próprio, refletindo, em grande medida a realidade social das casas de prostituição no Brasil. Entretanto, a minissérie ilustra uma dinâmica diferente, demonstrando que as garotas podem se autogerirem e conseguirem seus próprios clientes sem o auxílio de um booker (cafetão). Essa argumentação é reforçada na expressão: “*nunca mais booker nenhum*”.

Curioso é perceber que Karin resolve se arriscar num empreendimento próprio justamente em uma fase de crise econômica, e é nesse intervalo da trama que a minissérie traz novas interlocuções sobre o trabalho na prostituição, evidenciadas em alguns trechos do enredo.

Aliás, para o seu negócio, essa crise é uma ótima oportunidade. Você trabalha com entretenimento (Cliente – Ep 01).

Quanto pior fica a realidade, mais as pessoas precisam de fantasias (Cliente – Ep 01).

Sempre vai ter alguém disposto a pagar R\$600,00 reais pra ter uma noite com você (Cliente – Ep 01).

Essas falas dos clientes da Karin reforçam uma perspectiva positiva do trabalho na prostituição, o que vai contra à ideologia hegemônica socialmente construída sobre esse modo de trabalho na sociedade. Vários estudos encontrados na literatura apresentam a prostituição como um trabalho-labor, indigno aos cidadãos de bem. Silva e Blanchette (2008) relatam que a prostituição no Brasil pode ser compreendida por dois eixos tradicionais. O primeiro entende que se trata de um fenômeno semicriminoso. Nesse sentido, a prostituição é vista como uma questão de ordem pública, trazendo à cena as autoridades instituídas do Estado que tem como dever fiscalizar a prostituição, sendo a polícia e os médicos chamados a desempenharem esse papel. Já o segundo eixo aborda a prostituição a partir de valores morais. De acordo com os referidos autores (2008. p. 02), “as diversas igrejas do Brasil veem a prostituta como pecadora, enquanto outros agentes morais não religiosos a situam como mulher vulnerável e até escravizada”. Todavia, a minissérie repassa um discurso da prostituição como um trabalho-opus (ARENDR, 2004). Várias passagens reforçam essa perspectiva, evidenciada nas formações discursivas “entretenimento”, “fantasias”, “oportunidade”, “negócio”, dentre outras expressões linguísticas e corporais. As protagonistas demonstram, por meio de discursos verbais e não-verbais, a satisfação em fazer parte desse contexto da prostituição. Ademais, a trama traz uma aproximação do mundo da prostituição com o mundo dos negócios. E essa aproximação apresenta novas concepções discursivas para esse trabalho, como se pode observar nos trechos listados.

Não é porque é a profissão mais antiga do mundo que precisa ser a mais atrasada também, é só a gente saber se posicionar no lugar certo, na hora certa. A gente precisa seduzir o cliente antes dele pensar em sequer sair com uma garota de programa (Karin – Ep 01).

Odeio concorrência com o mercado informal (Karin – Ep 02).

A gente pode ir onde nenhuma garota de programa jamais sonhou em ir (Luna – Ep 02).

O marketing está em todos os lugares, menos em um Luna, na nossa profissão. (...) marketing na prostituição, por que não? (Karin – Ep 02).

Aqui no Brasil, nós ainda temos os melhores produtos (garotas) (Cliente – Ep 03).

Quando um homem está sozinho num hotel, ou ele lê a bíblia, ou contrata o serviço de uma profissional (Luna – Ep 04).

Como se pode observar, a minissérie traz uma linguagem empresarial para o mundo da prostituição, e enfatiza isso quando Karin e Luna se unem em sociedade para abrirem seu próprio negócio: “A Oceano Azul”, denominada de empresa de entretenimento e qualidade de vida. Percebe-se todo um conjunto de formações discursivas que atuam no sentido de apresentar a prostituição como um empreendimento de sucesso, pautado em estratégias de *business*, como explicitado nos trechos “se posicionar no lugar certo, na hora certa”, “ir onde nenhuma garota de programa jamais sonhou”, “concorrência com o mercado informal”, “serviço de uma profissional”, “marketing na prostituição”, “melhores produtos”. Nessa analogia, a prostituição se apresenta como um grande empreendimento e as garotas como produtos de luxo. Grande parte da minissérie é organizada para dar ênfase às estratégias de negócio no campo da prostituição, isso desde a escolha textual do enredo, até o título da minissérie e de cada episódio. Por exemplo, o episódio 1 é denominado de “*Visão*”. Em termos de uma análise social do discurso, a expressão “visão”, ilustra uma orientação para o mercado, nos mesmos postulados da concepção de “visão” no campo da Administração Estratégica. No episódio 2 “*Venda casada*”, o discurso recai sobre a lógica da estratégia, como mecanismo para atrair e manter clientes e formar parcerias interorganizacionais, e essa lógica é apresentada na parceria que a Oceano Azul faz com uma empresa de alugueis de fraque para vender os programas. No episódio 3 – denominado de “*Overbooking*”, é ilustrado outras estratégias de marketing que as garotas Karin e Luna estabelecem para ampliar os negócios. Nesse estágio, elas fazem parceria com empresas de aviação aérea para distribuir os cartões da Oceano Azul para clientes vítimas de *overbooking*. Por meio desse acordo, as garotas Karin e Luna começaram a vender mais programa do que o esperado, engajando outras garotas nessa dinâmica, mas sem vínculos quaisquer com a empresa, com exceção de Magali, que passa a ser a nova sócia.

O episódio 4 “*Focus Group*” aproxima ainda mais a dinâmica da prostituição de luxo do mundo dos negócios, pois neste capítulo as sócias Karin e Luna optam por desenvolver técnicas de pesquisa nesse campo. Elas pagam uma pesquisa de grupo de foco para mapear o comportamento dos consumidores de sexo. Destaca-se que essa técnica metodológica é comumente utilizada nas pesquisas em Administração, que objetivam identificar preferência de público-alvo e gerar maiores conhecimentos sobre os clientes. Até o episódio 5 “*Tudo sobre Karin*” e o episódio 9 “*Luna*”, que conta a história de como elas viraram garotas de programa, apresenta a lógica dos negócios, indicando que elas optaram por esse trabalho em função dos benefícios financeiros e possibilidades de ascensão na carreira. Essa realidade apresentada na minissérie destoa do que comumente se ouve falar sobre essas garotas, pois muitas delas optam por esse trabalho por falta de opção, por necessidade de subsistência, falta de estrutura familiar, pouca escolaridade, como revela o estudo realizado por Silva (2012). O episódio 6, denominado de “*Compra por Impulso*”, ilustra um processo de crise na estratégia de venda de programas sexuais da Oceano Azul. Tal processo foi desencadeado pela briga de mercado travada entre Karin e Ariel (seu antigo booker), que ameaçado pelo sucesso que a Oceano Azul apresentava, denunciou a empresa à justiça. Com isso, Karin foi acusada de rufianismo e o enredo ilustra como a empresa foi obrigada a rever suas estratégias de marketing para se reposicionar no mercado, como demonstrado nos episódios 7 “*Turnaround*” e 8 “*Reposicionamento*”.

No discurso apresentado no episódio 10 “*Share of Heart*”, aparece a mudança de foco estratégico visualizada na ação que Karin assume ao tornar a Oceano Azul uma empresa exclusiva e de alto padrão. Nessa ação as garotas se recusam a fazer programas nos horários desejados pelos clientes, com o propósito de engrandecer a imagem da empresa e, por consequência, o preço dos programas. A produção discursiva apresentada nesse episódio destoa das práticas sociais vigentes no campo da prostituição, no qual os clientes é que determinam seus horários e disponibilidades para o consumo de serviço sexual, bem como as condições.

Já no episódio 11 “*Brand Equity*”, a minissérie apresenta o esforço estratégico da Oceano Azul de fortalecer sua marca no mercado. Algumas cenas do episódio ilustram essa

perspectiva teórica discutida por Kotler e Keller (2006) de valor adicional atribuída a algum produto ou serviço. Este valor influencia na forma como o consumidor pensa, sente e age em relação à marca. Assim, são adotadas várias ordens de discursos e expressões que remetem à tentativa de valorização da marca da Oceano Azul, dentre outras práticas, como o momento em que Karin, em parceria com Luna e Magali, decidem patrocinar o maior evento do mercado de sexo pago. Nesse estágio, a minissérie ilustra os conflitos organizacionais entre sócios-proprietários, pois apresenta uma cena em que Karin lança sua ideia de patrocinar o evento e Luna e Magali discordam, até o momento em que elas conseguem chegar a um consenso. Em vários momentos da produção discursiva as protagonistas assumem a linguagem gerencial, tanto verbal como não-verbal, pois além de se comunicarem como empresárias, elas também se vestiam como tal, frequentando os mesmos espaços sociais que a comunidade empresarial paulista. De modo que toda a produção cinematográfica é organizada para produzir esses efeitos de sentido.

No episódio 12 “*Fidelização*”, as teorias de Marketing aparecem com grande força, pois a Oceano Azul começa a implementar estratégias de fidelização de clientes, adotando várias ações que reforçavam a ideologia discursiva de qualidade superior do serviço prestado. As estratégias de fidelização trouxeram repercussões positivas para a empresa e foram ilustradas com uma produção discursiva muito próxima à realidade do mercado empresarial. E a trama finaliza a 1ª temporada com o episódio 13 “*Share of Wallet*”, em que a minissérie apresenta novos conceitos do mundo dos negócios como, por exemplo, agregação de valor. Para enfatizar isso, a trama ilustra as garotas estabelecendo ações de atendimento ao cliente nos finais de semana. Como forma de conseguirem público suficiente e demonstrar valor agregado, elas adotam uma prática discursiva que envolve gerir toda a cadeia, desde o cliente até suas esposas e familiares e começam a ofertar cursos para as esposas dos clientes, para que esses tenham tempo disponível para fazer programas também aos finais de semana.

Tanto as prostitutas que atuam no baixo meretrício, quanto as prostitutas de luxo, em algum momento de suas carreiras, percebem que as possibilidades de crescimento e de ganhos maiores é cada vez mais próximo. Isso é mostrado na minissérie, uma vez que sem perspectivas de crescimento na carreira, Karin, Luna e Magali têm uma visão: “*se por trás de todos os produtos existe uma estratégia de marketing, por que não aplicar essas mesmas técnicas à profissão mais antiga do mundo?*” (Karin, Episódio 13). Desta forma, Karin, Luna e Magali são prostitutas de luxo, mas estão prestes a se tornar mulheres de negócio, aplicando as teorias da Administração, tão discutidas e utilizadas no mercado formal. Para isso, a minissérie adota toda uma produção discursiva que caminha no sentido de distribuir um “novo” discurso sobre a prática da prostituição de luxo no Brasil.

## **5.2 Sentidos Subjetivos sobre o trabalho na prostituição de luxo**

A minissérie reforça o discurso da centralidade do trabalho na vida humana, refletida na presença intertextual do conceito já debatido por teóricos como Morin (2001), Arendt (2004) e Antunes (2004). Essa prática discursiva é evidente ao se analisar a vida das três garotas e o quanto o fato de serem prostitutas afeta os diversos outros espaços sociais dos quais participam. Por exemplo, Luna não revela aos pais que é prostituta e por isso leva sempre um amigo, que finge ser seu namorado, para jantar com os pais e, assim, evitar alguma desconfiança.

"Você precisa ir comigo novamente visitar meus pais. Por favor, você é minha única saída para reforçar a menina comportada e estudiosa que fica aqui" (Luna, episódio 2).

Observa-se certa ironia no trecho discursivo em que ela se diz "menina comportada", demonstrando a necessidade de não revelar sua verdadeira identidade aos pais. Observa-se ser

este um comportamento bastante comum na prostituição, uma vez que a família não é informada sobre o trabalho desempenhado pelas prostitutas, como aponta o estudo empreendido por Silva e Capelle (2013). A própria expressão linguística “reforçar” emite efeitos de sentido para manter uma concepção ideológica que remete ao papel social de uma jovem estudante e trabalhadora e não à mulher promíscua que trabalha na prostituição. Notou-se que não se trata de manter o sigilo apenas com os familiares. No quarto Episódio, Karin acaba sendo contratada por um antigo namorado para participar de uma festa de despedida de solteiro. Ela se assusta muito ao ver o rapaz e recusa-se a fazer o programa com ele.

Essa necessidade de manter a profissão em sigilo, interfere principalmente na forma com que as garotas divulgam seus serviços e na escolha dos locais em que se prostituem. Em um trecho discursivo entre Karin e Luna evidencia-se tal preocupação.

"Eu vou ficar sem booker mesmo. Ir para boate, não dá. Eu prefiro escolher meus clientes a ser escolhida por eles. E tem o risco de algum conhecido ver a gente por lá também, né. Prefiro não, não agora (Karin, Episódio 2).

"Internet você já viu, é arriscar demais. Ainda mais eu, meus pais, meus irmãos, não podem ver isso nunca (Luna, Episódio 2)

Essa produção discursiva de Karin e Luna demonstra que trabalhar fora de boates acaba sendo uma escolha mais segura em termos de sigilo, pois o fato de não estarem disponíveis no local onde a prostituição acontece, facilita a não evidenciação de sua identidade profissional. O mesmo acontece com a divulgação pela Internet, que torna possível que elas sejam visualizadas no site pela família e por amigos. Barreto (2014) menciona que através dos sites as meninas postam fotos e informações pessoais para os clientes entrarem em contato e, assim, poderem marcar os programas. Nessas fotos elas mostram seus corpos, contudo, a grande maioria esconde o rosto, para não se exporem e manterem o anonimato. De acordo com esta autora, muitas delas escondem da família ou do parceiro que se prostituem, bem como não querem ser reconhecidas como garotas de programa, conforme observado na trama.

Na prostituição de luxo, mais que nos demais tipos de prostituição, o aspecto financeiro tem uma dimensão considerável no que se refere ao sentido que essas profissionais atribuem ao trabalho que desempenham. O fato de lidarem com clientes com maior poder aquisitivo, faz com que elas busquem cada vez mais ampliar sua renda, por meio do aumento de clientes potenciais. Santos (2011) acredita que a prostituição de luxo é um meio para as meninas ganharem uma boa quantia de dinheiro e assim poderem manter um alto padrão de consumo. Essa conotação teórica é ilustrada na trama, pois em vários momentos é mostrado o quanto elas aumentaram seu poder de compra.

De acordo com Santos (2004), o cliente deste tipo de prostituição possui dinheiro, influência e não gosta de ser reconhecido como tal, esforçando-se ao máximo por não levantar a mínima suspeita. O que implica uma prática discursiva e social, por parte das prostitutas, adequada ao atendimento dessa necessidade. São consideradas as prostitutas mais bem pagas e esforçam-se por manter uma ética profissional que consiste em não pronunciar o nome do cliente, nem mesmo a uma colega. A minissérie deixa isso claro, uma vez que os clientes da Oceano Azul encaixam-se perfeitamente à descrição dada, sendo, na maioria das vezes, homens de negócio, políticos, celebridades que buscam se manter totalmente sigilosos em relação aos serviços que contratam. Principalmente a Karin, demonstra esse cuidado em relação aos clientes, pois em vários trechos ele assume discursos comuns aos dos empresários, políticos e celebridades, comportando-se como alguém do mesmo meio social de seus clientes. Para reforçar essa prática social, a trama mostra que Karin tem o perfume de cada um dos seus principais clientes, somente para borrifar assim que o programa é finalizado e o mesmo voltará para casa, sem deixar quaisquer vestígios. São vários os esforços e as estratégias adotadas pelas

meninas para que as esposas dos clientes não desconfiem do programa realizado, como demonstrado em um dos trechos:

"Vem aqui, deixa eu passar o perfume e molhe seu cabelo, porque você chegou aqui de gel" (Karin, Episódio 1).

Nota-se que existe um cuidado muito próximo com o cliente. No trecho "você chegou aqui de gel", Karin pretende garantir que o cliente chegue em casa e não tenha nenhum problema com a esposa que o estará esperando. Esse tratamento fideliza os clientes que não vêm no programa uma ameaça ao seu casamento. Essa prática social ilustrada chega a ser surreal se comparada com a realidade, uma vez que é comum o consumo de bebidas por parte dos clientes que consomem sexo, principalmente os frequentadores de boates.

Um aspecto que merece destaque é o ato sexual com os clientes. Contrário ao que é apresentado no trabalho de Silva (2012), na minissérie as prostitutas são apresentadas como mulheres que sentem prazer no ato sexual com seus clientes. Não é evidenciado cenas que demonstrem repúdio em relação a eles ou mesmo tristeza ou nojo durante o ato sexual. Considera-se que, neste aspecto, a minissérie busca glamorizar até o ato sexual, enquanto é sabido que especificamente este momento do trabalho não parece ser tão tranquilo e prazeroso como é retratado na trama. Nesse sentido, Barreto (2011) corrobora com o que é apresentado na minissérie, ao afirmar que na realidade existem mulheres, mesmo as de baixo meretrício, que se prostituem por vontade própria, porque gostam, porque se realizam através dessa profissão. Nessa perspectiva, Barreto (2014) afirma que as prostitutas podem ser felizes, podem estar felizes com sua profissão, podem gozar e curtir seus programas. É bem isso que a trama vende em termos de discurso sobre a prostituição de luxo, desconstruindo concepções hegemônicas e ideológicas socialmente construídas em torno dessa prática de trabalho.

Por mais que a prostituição de luxo ofereça algumas oportunidades melhores em termos financeiros para suas trabalhadoras, a minissérie demonstra que o preconceito social ainda perdura em relação às garotas que atuam na prostituição. No episódio "*Focus Group*" realizado, algumas falas são carregadas de discriminação.

"Eu saio sempre com garota de programa, mas eu me considero fiel. Ah, sair com puta não é trair, né, gente" (Cliente, Episódio 6).

"Melhor coisa é comer puta! Cara, você pode brochar a qualquer hora que elas não falam nada. Elas podem achar seu pau pequeno que elas falam que é o maior que elas já viram. E outra, oh, puta sempre goza, não tem jeito, elas gritam e te fazem sentir o Super Homem" (Cliente, Episódio 6).

Os discursos acima demonstram que a percepção masculina em relação às prostitutas volta-se para aspectos que as desmerecem enquanto ser humano e mulher. No momento em que o cliente afirma que "sair com puta não é trair", evidencia-se a noção de que a relação é tão desprovida de sentimento que não trata-se de uma traição. É algo meramente carnal que não afeta o emocional masculino. O outro trecho em que o cliente menciona que quando se está com uma prostituta, o homem pode brochar, encontram-se elementos que apontam para o descaso com a relação e com o momento, ou seja, com a prostituta que configura apenas uma relação comercial, o homem pode ter um baixo desempenho sexual sem enfrentar os constrangimentos que enfrentaria na relação com a esposa. Nesses termos, percebe-se uma produção de sentidos subjetivos que remetem à discriminação do papel social da prostituta, enfatizando os desafios do ofício. Até o modo de falar sobre o ato sexual "comer puta" é pejorativo e vulgarizado, como a própria construção acerca da profissão.

Os sentidos subjetivos apreendidos nos capítulos da minissérie demonstram que a prostituição de luxo é uma possibilidade mais atraente para aquelas que desejam entrar no ramo,

mas que apesar de uma boa renda, existem algumas dificuldades, principalmente quando se está buscando uma maior autonomia profissional, como era o caso de Karin, Luna e Magali.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prostituição tem sido investigada por diversas áreas do conhecimento e em diferentes perspectivas. Ao se analisar os estudos realizados, notou-se que a prostituição de luxo se mostrava uma categoria ainda pouco investigada, apesar de seu vertiginoso crescimento nas últimas décadas. Desta forma, o presente estudo objetivou compreender as concepções discursivas sobre o trabalho de prostitutas de luxo instituídas na minissérie “O Negócio” sob a ótica da Análise Crítica do Discurso.

No estudo realizado apareceram algumas formações discursivas tais como diversão, entretenimento, fantasias, dentre outras interlocuções que atribuem um discurso luxuoso sobre o trabalho de prostitutas de luxo. A trama apresenta a prática da prostituição como sendo um empreendimento tendencioso ao sucesso. De forma geral, os treze episódios da 1ª temporada revelam aspectos positivos do trabalho das prostitutas de luxo, que as diferencia das demais categorias de prostituição, principalmente aquelas existentes no baixo meretrício. Apesar da invisibilidade dessa profissão na sociedade, o discurso da minissérie tende a destacar a onipresença da prostituição nos diversos espaços sociais, levando o telespectador a enxergar a prostituta como um indivíduo inserido na dinâmica social.

Por meio de histórias fascinantes de três mulheres com perfis muito diferentes a minissérie apresenta a trajetória de prostitutas de luxo que deixaram de ser meros produtos disponíveis para consumo em ambientes de prostituição, para assumir o papel de mulheres de negócios no mercado de sexo, o que as coloca em uma posição de destaque no submundo da prostituição. Ademais, as concepções discursivas apresentadas por ora reforçam o contexto das prostitutas de luxo no Brasil, como os episódios em que elas escondem suas identidades profissionais e quando ficam reféns de situações de preconceito e discriminação. Por outro lado, parte significativa do enredo, produz um discurso muito glamoroso sobre essa prática de trabalho, indo contra as ordens discursivas e ideologias dominantes construídas na sociedade acerca das práticas e formas de prostituição.

## REFERÊNCIAS

- ALBORNOZ, S. **O que é trabalho?** São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ANTUNES, R.A **dialética do trabalho**: Escritos de Marx e Engels. São Paulo: Expressão Popular, 2004.
- ARENDT, H. **A condição humana**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- ARVEY, R. D.; RENZ, G. L.; WATSON, T. W. Emotionality and job performance: implication for personnel selection. In: FERRIS, G. R. (ed.). **Research in personnel and humanresources management**. Greenwich: JAI, Vol. 16, 1998.
- BARRETO, D. R. D. **“Eu não esqueço, eu faço que esqueço”**: um estudo acerca das narrativas de história de vida de prostitutas pobres. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – Universidade Federal do Ceará, Sobral, 2011.
- BITTENCOURT, G. H. F. **Da pornografia**: os diários de Bruna, Marise e Gabriela. As prostitutas letradas. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2008.
- BOXPOP... Disponível em <http://boxpop.com.br/o-negocio-o-sexo-e-a-cidade-94a7adf7fa23>. Acesso em 12 de março de 2017.
- CARTA Encíclica do sumo pontífice João Paulo II sobre o Trabalho Humano. **Laborem Exercens**. 90º aniversário da RerumNovarum. Edições Paulinas, 1979.
- COSTA, D. B.; SILVA, E. F.; NASCIMENTO, J. U. **O trabalho das profissionais do sexo em Campina Grande**: a batalha da vida. Disponível



em:<[http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais\\_XVENABRAPSO/141.%20o%20trabalho%20das%20profissionais%20do%20sexo%20em%20campina%20grande.pdf](http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/141.%20o%20trabalho%20das%20profissionais%20do%20sexo%20em%20campina%20grande.pdf)>. Acesso em: 24 mar. 2012.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse: textual analysis for social research**. Londres: Routledge, 1991.

\_\_\_\_\_. **Discurso e mudança social**. MAGALHÃES, I. (Coordenação, tradução, revisão e prefácio). Brasília: Universidade de Brasília, 2003.

FOUCAULT, M. **A ordem do Discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

FREUD, S. Formulações sobre os dois princípios do funcionamento mental [1911]. In: **Edição standard brasileira das Obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. vol. XIV. Rio de Janeiro: Editora Imago, 1974.

GASPAR, M. D. **Garotas de programa: prostituição em Copacabana e identidade social**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1984.

GAULEJAC, V. **Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social**. Tradução: Ivo Storniolo, SP: Ideias & Letras, p. 338, 2007.

GUIMARAES, R. M. **Prostituição: patologia, trabalho, prazer? O discurso de mulheres prostitutas**. 2007. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2007.

LEITE, G. S. **Eu, mulher da vida**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1992.

MARX, K. Trabalho produtivo e trabalho improdutivo. In: ANTUNES, Ricardo (Org.). **A dialética do trabalho: Escritos de Marx e Engels**. São Paulo: p. 155-172, 2004.

MOREIRA, I. C. C. C.; MONTEIRO, C. F. S. Vivência da entrevista fenomenológica com prostitutas: relato de experiência. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, v. 62, p. 789-792, 2009.

MORIN, E., TONELLI, M. J., PLIOPAS, A. L. O trabalho e seus sentidos. **Psicologia & Sociedade**, Porto Alegre, v. 19, n. especial, 2007.

OLIVEIRA, M. Q. **Prostituição e trabalho no baixo meretrício de Belo Horizonte: o trabalho da vida nada fácil**. 2008. 179 p. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

SANTOS, V. G. **Prostitutas mães e a educação de seus filhos: corpo, cena e discurso no Centro de Fortaleza – CE**. 2011. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.

SELIGMANN-SILVA, E. Saúde mental e trabalho. In: TUNDIS, S. A.; COSTA, N. R. (Orgs.). **Cidadania e loucura: políticas de saúde mental no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, p. 217-288, 1990.

SILVA, K. A. T. A luz vermelha no fim do túnel: sentidos subjetivos do trabalho na prostituição. **Dissertação de Mestrado** do Programa de Pós-graduação em Administração (PPGA – UFLA), 2012.