



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO CONSUMO
CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIAS DO CONSUMO

MADIANO HENRIQUE ALEXANDRE DOS SANTOS

**HOMENS TRANS E O CONSUMO DE PRODUTOS PARA SUA TRANSIÇÃO E
AFIRMAÇÃO NA SOCIEDADE**

Recife

2025

MADIANO HENRIQUE ALEXANDRE DOS SANTOS

**HOMENS TRANS E O CONSUMO DE PRODUTOS PARA SUA TRANSIÇÃO E
AFIRMAÇÃO NA SOCIEDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de bacharelado em ciências do consumo da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de e bacharel em ciências do consumo.

Orientador: Profa. Dr. Raquel de Aragão Uchoa Fernandes

Recife

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE
Bibliotecário(a): Lorena Teles – CRB-4 1774

S237h Santos, Madiano Henrique Alexandre dos.
Homens trans e o consumo de produtos para sua transição e afirmação na sociedade / Madiano Henrique Alexandre dos Santos. – Recife, 2025.
64 f.; il.

Orientador(a): Raquel de Aragão Uchoa Fernandes.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em Ciências do Consumo, Recife, BRPE, 2025.

Inclui referências.

1. Consumidores homossexuais - Aspectos sociais. 2. Pessoas transgênero. 3. Levantamento de mercado. 4. Empreendedorismo 5. Comportamento do consumidor. I. Fernandes, Raquel de Aragão Uchoa, orient. II. Título

CDD 640

MADIANO HENRIQUE ALEXANDRE DOS SANTOS

**HOMENS TRANS E O CONSUMO DE PRODUTOS PARA SUA TRANSIÇÃO E
AFIRMAÇÃO NA SOCIEDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de bacharelado em ciências do consumo da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em ciências do consumo.

Aprovado em: 12/03/2025

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Raquel de Aragão Uchoa Fernandes (Orientadora)

Universidade Federal Rural de Pernambuco

Profa. Dra. Gabriela Araújo Ferraz Oliveira (Examinador Interno)

Universidade Federal Rural de Pernambuco

Doutorando Márcio Rubens de Oliveira (Examinador Externo)

Universidade Federal de Pernambuco

DEDICATÓRIA

A todos os homens trans que assim como eu tiveram a coragem de conquistar o seu lugar na sociedade.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar meus agradecimentos, primeiramente a Deus e a todas as energias universais que me conduziram até aqui com determinação para conclusão deste trabalho.

A todas as pessoas transgêneros que vieram antes de mim e lutaram para eu chegasse até aqui

A minha mãe Josita e em especial minha noiva Helena que me apoiaram incondicionalmente, para que eu pudesse viver e realizar este sonho.

À Universidade Federal Rural de Pernambuco e seus funcionários pela oportunidade de aprender e desfrutar desta experiência acadêmica.

A Prof. Dr. Raquel Fernandes pela orientação, dedicação e conselhos assertivos que facilitaram e nortearam este trabalho.

E a todas as pessoas com quem convivi ao longo desses anos de curso, que me incentivaram e que certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.

“Não se acovardem. Ser o que somos não tem preço. Viver uma mentira nos enlouquece” -
João W Nery.

RESUMO

Este trabalho buscou compreender a relação dos homens trans e o consumo de produtos que são confeccionados com o objetivo de ser um método paliativo na busca de uma imagem que se adeque ao seu eu verdadeiro e o quanto esses produtos vão influenciar para a afirmação da sua identidade perante a sociedade. São apresentados relatos de histórias e os principais acontecimentos que vão do século passado até os dias atuais que norteiam a trajetória de homens trans no Brasil e no mundo. Trazendo através da observação em redes sociais o surgimento de lojas com produtos para homens trans. Oportunidade da construção de um novo mercado voltado para esta população invisibilizada, que conta com políticas públicas precárias, mas que resulta na construção de uma relação entre o homem trans empreendedor e homem trans consumidor diante dos problemas e conflitos que serão apresentados.

Palavras-chave: Consumidor; Produtos; homens trans; Empreendedorismo.

ABSTRACT

This study sought to understand the relationship between trans men and the consumption of products that are manufactured with the aim of being a palliative method in the search for an image that suits their true selves and how much these products will influence the affirmation of their identity before society. Stories and major events from the last century to the present day that guide the trajectory of trans men in Brazil and the world are presented. Through observation on social networks, stores with products for trans men are emerging. An opportunity to build a new market aimed at this invisible population, which has precarious public policies, but which results in the construction of a relationship between the trans entrepreneur and the trans consumer in the face of the problems and conflicts that will be presented.

Keywords: Consumer; Products; trans men; Entrepreneurship.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ralph Kerwineo _____	18
Figura 2: Lourival Sá _____	212
Figura 3: João W Nery _____	22
Figura 4: Live Ações Empreendedoras idealizadas por Homens Trans _____	29
Figura 5: Gael _____	30
Figura 6: David _____	31
Figura 7: Stevan Queiroz _____	32
Figura 8: Slogans de lojas _____	33
Figura 9: Um homem trans utilizando um Binder _____	36
Figura 10: Homem trans utilizando fitas _____	37
Figura 11: Nick Cruz _____	38
Figura 12: Packers produzidos por encomenda _____	40
Figura 13: Packers à venda _____	41
Figura 14: Vértebra Fixa _____	42
Figura 15: Vértebra articula _____	43
Figura 16: Cinta reforçada _____	44
Figura 17: Demonstração de como utilizar o pump _____	45
Figura 18: Minoxidil Kirkland _____	46
Figura 19: Post da loja Di Macedo _____	48
Figura 20: Propaganda mais recente da loja Di Macedo _____	49
Figura 21: Propaganda no facebook da loja Transtore _____	49
Figura 22: Propaganda da loja Transtore no Facebook _____	50
Figura 23: Propaganda da loja Gael Shopping trans _____	50
Figura 24: Propaganda da loja Gael Shopping Trans _____	51
Figura 25: Feedbacks de clientes na página Gael Shopping Trans _____	52
Figura 26: Avaliação de clientes, na página Gael Shopping Trans _____	53
Figura 27: Post no perfil pessoal do Gael _____	55
Figura 28: Post na página Ftm Store _____	56
Figura 29: Post no perfil pessoal do Gael _____	57
Figura 30: Feedback na página Gael Shopping Trans _____	58
Figura 31: Feedback na página Gael Shopping Trans _____	58

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

LGBT	Lésbicas, Gays, Bissexuais e Travestis
FTM	Female to Male
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
SUS	Sistema Único de Saúde
IMOL	Instituto de Medicina e Odontologia Legal

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 A HISTÓRIA DE LUTA DOS HOMENS TRANS NA SOCIEDADE	17
3 HOMENS TRANS E A OPORTUNIDADE DE EMPREENDER	27
4 OS PRINCIPAIS PRODUTOS COMERCIALIZADOS.....	35
5 AS RELAÇÕES ENTRE A LOJA E O CONSUMIDOR.....	48
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60

1 INTRODUÇÃO

Eu, como cientista do consumo e homem trans, através da minha trajetória me despertou a vontade de realizar este trabalho, pois os produtos pesquisados foram de extrema importância para que eu pudesse me afirmar enquanto homem na sociedade, do ponto de vista estético.

Em 2015, ingressei no processo transexualizador pelo SUS no espaço trans localizado no hospital das clínicas em Recife, PE. O espaço estava no início, pois tinha começado em 2014, pois antes os procedimentos só funcionavam de forma experimental e a partir da regulamentação no SUS, o espaço iniciou com a terapia hormonal, assistência psicológica e cirurgias tanto para homens como para mulheres trans.

Pela portaria, Nº 2.803, instituída em 19 de Novembro de 2013, o tempo de espera e acompanhamento para cirurgia é de 2 anos mas devido à alta demanda e a falta de profissionais, aguardei por 7 anos até chegar a minha vez para realizar a mamoplastia masculinizadora, pois mesmo iniciando a terapia hormonal em 2015, os seios era um grande marcador em meu corpo e para sair de casa era necessário a utilização do Binder, produto que conheci pela internet através de interações em grupos voltados para homens trans nas redes sociais e também contatos com outros homens trans que faziam parte do espaço trans.

A ideia deste tema, surgiu através de uma experiência que tive há alguns anos atrás, quando fiz a compra de um Binder, que mesmo feito sob medida, chegou errado, ficando folgado e assim o produto não cumpria o objetivo proposto de uso, porém quando fiz a reclamação para a loja que havia comprado, ela não soube me orientar e não conseguiu apresentar uma solução para resolver o problema e assim tive que eu mesmo costurar o Binder, pois uma das questões seria a não exposição da utilização deste produto.

Na época realizei pesquisas e não consegui encontrar nada que abordasse este tema e por isso considerei de extrema importância abordar o tema e trazer a realidade das dificuldades da relação de quem compra e quem vende, mas também de como isso interfere na autoestima e bem-estar de um homem trans, pois as peças que são confeccionadas e vendidas são essenciais para um homem trans diante da ansiedade em mudar a realidade de como se vê para transformar no físico que sente.

Então a partir de 2020, comecei a observar as interações e postagens dessas lojas nas redes sociais e assim comecei a escrever minhas análises e coletar informações que foram encontradas ao longo deste período na internet.

Nos dias atuais, houve um grande crescimento nas vendas de produtos que são confeccionados e comercializados para o público de homens trans, produtos que tem o objetivo de auxiliar na sua transição de gênero, que busca proporcionar conforto e satisfação de uma forma mais acessível, para que esses homens muitas vezes tomados pela depressão e outras condições relacionadas aos conflitos da sua identidade e o seu corpo possam dá início a sua transição afim de contribuir com a sua autoafirmação de gênero em uma sociedade fundamentada em parâmetros heteronormativos gerando assim uma maior conformação entre quem se é e a forma como se apresenta, com efeito sobre diminuição na ansiedade, além de proporcionar um bem-estar ao seu corpo.

A partir da pesquisa exploratória realizada para este trabalho identifiquei, que as pesquisas encontradas no âmbito acadêmico, como a produção de estudos a respeito da população transgênero no brasil são bem escassas e os poucos estudos que estão disponíveis, em sua grande maioria são ligados estreitamente a saúde, a violência e seus desdobramentos.

Consideramos que ainda que haja em uma sociedade como a brasileira correlação entre a existência e presença de corpos trans e as mais diversas expressões de violência contra estes corpos, perpassando os campos psicológico, verbal, físico, econômico, sexual, familiar e laboral, com agravamento do contexto de exclusão e estigma, a concentração de estudos neste campo, deixam outros em descoberto. Por isso se faz importante e necessário estudar a população transgênero para além de seus estigmas, mas em suas especificidades comportamentais na nossa sociedade.

A transgeneridade é um fenômeno extremamente amplo, podendo apresentar uma imensa variedade de manifestações. O termo transgênero também vem sendo utilizado para classificar pessoas que, de alguma forma, não se reconhecem e/ou não podem ser socialmente reconhecidas nem como “homem”, nem como “mulher”, pois a sua identidade de gênero não se enquadra em nenhuma das duas categorias disponíveis. Desta forma, transgênero refere-se a todo tipo de pessoa envolvida em comportamentos e/ou atividades que transgridem as normas de conduta impostas pelo dispositivo binário de gênero.

Pessoas transgêneros, podem explicitar o desejo de modificações corporais ou não, através da hormonização por testosterona e de uma ou mais intervenções cirúrgicas, além de se

valerem em larga medida de outros recursos sociais (roupas e calçados masculinos, faixas torácicas – a fim de dissimular o volume dos seios – e próteses penianas de uso público). Este estudo se volta para este universo, o de consumo de produtos que incidem sobre o contexto da transição ou de meios para afirmação da identidade na sociedade.

Buscam também frequentemente o reconhecimento jurídico do sexo e do nome masculinos e têm se tornado mais visível na cena pública brasileira, em função do processo transexualizador no Sistema Único de Saúde (SUS) e em alguns planos de rede particulares, que favorece o acesso a modificações corporais de alta complexidade¹. Tais indivíduos já se expressavam de forma diferenciada antes da existência do processo transexualizador, distinguindo-se de maneira mais ou menos sutil da identidade lésbica. A busca do acesso às modificações corporais tem tido o efeito de produzir uma identidade social radicalmente distinta para além das paredes hospitalares: a de homem(trans).

O modo como as identidades trans são conhecidas hoje em nossa sociedade passou por uma captura colonizadora médica patologizante, a partir do final do século XIX. Nossa construção de gênero culturalizou-se como sendo intimamente ligada à existência da disforia de gênero² e da realização de modificações corporais através de tecnologias médicas (hormônios e cirurgias) e outras criadas por nós (coletes, Packers³). Hoje, a despatologização das identidades trans⁴ já é uma realidade no mundo, e boa parte da própria comunidade trans compreende que identificar-se enquanto trans não se deve necessariamente à disforia de gênero e a modificações corporais, nem ao desejo de ser igual a “homens cis”. Alguns trans sequer desejam injetar testosterona ou fazer cirurgias.

A visibilidade trans tem se ampliado e assim tem alcançado novos espaços. Desde 2004 é celebrado o Dia da Visibilidade Trans, que acontece no dia 29 de janeiro. Dia importante para

¹ O Processo Transexualizador foi instituído em 2008. A Portaria 2803/2013 ampliou o programa, incorporando os homens trans e as travestis.

² Disforia de gênero é um sentimento de desconforto que uma pessoa pode ter com o seu sexo anatômico. É diagnosticada quando a pessoa apresenta angústia psicológica ou comprometimento funcional. Sintomas Ansiedade, Depressão, Irritabilidade, Sensação de não se sentir confortável no próprio corpo.

³ Prótese peniana que pode ser utilizada para várias funções como urinar, sexo

⁴ A despatologização das identidades trans e travestis é um movimento que visa a destigmatizar as identidades de gênero e sexualidade. O Conselho Federal de Psicologia (CFP) iniciou uma campanha de comunicação em 2014 para apoiar a luta pela despatologização. Se propõe a: Respeitar a autonomia das pessoas para definir e viver o seu gênero; Garantir que cada pessoa possa construir a sua identidade de gênero de forma única; Desconstruir as práticas classificatórias e discriminatórias sobre corpos e sociabilidades; Dar visibilidade a diversas vozes sobre as experiências culturais, políticas e subjetivas de gênero e sexualidade.

que se possa lembrar que essas pessoas existem e querem a chance de viver em sua plenitude com dignidade. Há uma sensação que estamos caminhando para frente, mas a realidade continua ainda de muita luta para enfrentar as barreiras que são impostas pela nossa sociedade.

Neste sentido, buscando adensar as reflexões neste campo, este trabalho se volta para as relações de consumo que incidem sobre o universo da transição e de afirmação de identidade deste grupo, que segundo pesquisa realizada em 2021, pela Faculdade de Medicina de Botucatu da Universidade Estadual Paulista (FMB/Unesp) corresponde a 2% da população brasileira. Através de pesquisas realizadas na internet ficou notável que existe uma grande dificuldade em encontrar produtos acessíveis no mercado para esse público. Salvo felizes exceções.

Os produtos para homens trans surgiram da necessidade que esses homens tinham diante das grandes dificuldades de acesso ao tratamento e com a ânsia de começar a transição, para se adequar o máximo possível com o gênero que se identifica, esses grandes obstáculos já levaram muitos homens trans ao suicídio e a forma encontrada de amenizar essas dores foi a criação de produtos que procuram atenuar e descaracterizar as características secundárias femininas, que são por muitas vezes motivos de estigmas e apontamentos na sociedade. Também é uma forma de evitar que sejam cometidas loucuras com sua própria saúde que é o uso indiscriminado de hormônios sem orientação e prescrição médica.⁵E assim a partir de 2014 foram surgindo algumas lojas focadas em fornecer, produtos para suprir as demandas dos homens trans.

Algumas dessas lojas são: Binder fita, oxetrans, Binder store, Di Macedo, Binder trans, packer up, transtores Packers ftm brazil, loja trans ftm e gael shopping trans. Estão localizadas em vários lugares do Brasil, porém sua comercialização se dá nas plataformas digitais, como sites, redes sociais e afins.

Os produtos mais comuns que são comercializados por estas lojas para os homens trans são: Binder, uma faixa ou colete de compressão com material elástico usados exclusivamente para comprimir as mamas com o intuito de disfarçar deixando o tórax em um molde masculinizado. Minoxidil, Produto utilizado de forma tópica para estimular o crescimento de pelos faciais e tratamento contra calvície e queda de cabelos e outros problemas como falta e fraqueza dos pelos. Pump, ferramenta que utiliza o vácuo para aumentar o tamanho e espessura do clitóris. Packer, que é uma prótese peniana feita de silicone que tem várias funções.

⁵ Pode ocorrer parada cardiorrespiratória, derrame, desenvolver hipertensão, inchaços. Para os homens trans, há risco por não controlar outros fatores que podem ser agravados ao utilizar a testosterona, como obesidade, hipertensão, diabetes, ou se a pessoa for tabagista.

Neste trabalho de conclusão de curso em ciências do consumo irei abordar vários conceitos que norteiam a importância da pesquisa deste tema, trazendo os reflexos da realidade e as consequências que muitas vezes podem ser trágicas, devido a todos os padrões que são impostos pela nossa sociedade.

As literaturas disponibilizadas para a produção deste trabalho, são bem escassas mesmo quando se trata apenas do tema geral sobre homens transgêneros. Quando a pesquisa vai mais a fundo em uma busca específica ao tema que será abordado não foram encontrados autores que tenham feitos escritos sobre o assunto, então desta maneira foi buscado autores que de alguma forma tenham mencionado em suas teorias, a problemática de gênero e seus desdobramentos na sociedade principalmente no que diz respeito a questão de identidade. Com isso foi realizado alguns comparativos e paralelos de como o consumo de produtos que são comercializadas visando o público de homens trans, seria importante para sua trajetória identitária perante a sociedade.

Portanto, o referencial teórico é de extrema importância para composição do pensamento em interpretar os conceitos que temos hoje em relação a identidade, ao corpo e ao gênero. Conceitos impostos pela sociedade que vão impactar diretamente na condição de vida e nas escolhas dos homens trans.

Na primeira parte, irei abordar acontecimentos que foram relatados de como a luta por existir dos homens trans surgiu, apesar das poucas informações de não saber ao certo o seu início, os relatos da época nos norteiam de quando surgiu as primeiras histórias e de como ao longo dos anos, os homens trans apesar da invisibilidade que permanece até os dias de hoje, foram sendo protagonistas das suas próprias histórias trazendo luz para o olhar de outras pessoas e assim começaram os eventos mais marcantes e importantes até aqui.

No capítulo seguinte, trago as primeiras lojas idealizadas para o público de homens, de como surgiu esta ideia e as dificuldades enfrentadas para construção destas lojas. De como a falta de políticas públicas, aflorou o lado empreendedor destes homens trans que foram observados, trazendo relatos e falas importantes da coragem, vontade de ajudar o próximo e assim também ter a sua renda, já que o mercado de trabalho é muito difícil para esta população.

Depois do homem trans empreendedor e suas lojas, trago as informações dos produtos que são mais vendidos, apresentando as suas características, formas de usos, pois o uso indevido pode trazer consequências a saúde e os preços que são comercializados atualmente.

Depois, apresento os perfis destas lojas através das propagandas e dos feedbacks dos seus clientes, fator importante para compreender a relação entre o consumidor e as lojas, dos problemas e desafios que se dão ao decorrer destas trajetórias e de como isso contribui para que os homens trans possam iniciar sua transição e assim se afirmar na nossa sociedade.

Por fim, é feita uma reflexão de como a luta e a construção desta população marginalizada na sociedade, abriu as portas para um novo mercado e a observação traz como objetivo trazer a importância destes produtos, de como através das dificuldades e necessidades básicas é possível se fortalecer, para ter uma renda e ajudar os seus.

2 A HISTÓRIA DE LUTA DOS HOMENS TRANS NA SOCIEDADE

Não se sabe exatamente quando se iniciou a história de pessoas transgêneras, seja no Brasil ou no mundo. Há uma noção de que os homens trans sempre existiram, mesmo que se apresentando configurações, representações e/ou experiências no molde diferente das definições atuais. As diferentes formas de expressão variam de acordo ao devido a todo contexto e limitações de cada época, onde as pessoas não tinham noção nenhuma sobre gêneros, pois apenas se conhecia sobre ser homem ou mulher. E por isso essas pessoas foram invisibilizadas na história.

No livro chamado “True Sex” (“O Verdadeiro Sexo”) da historiadora americana Emily Skidmore (2017) traz relatos de histórias de homens trans no século XX, com ênfase nos EUA. Em relato apresentado pela autora, em 1914, Ralph Kerwineo, homem trans de Milwaukee, teve um caso com outra mulher fora de seu casamento; sua esposa, então, denunciou-o para as autoridades, dizendo que seu marido não era um homem biológico. Kerwineo foi preso por conduta desordenada e libertado depois de algum tempo. O juiz do caso, contudo, o avisou que ele deveria se vestir como uma mulher enquanto estivesse em Milwaukee, se não quisesse ter problemas.

O caso de Ralph, nascido como Cora Anderson, despertou o interesse de toda a nação; em seu novo livro, “True Sex: Trans men at the turn of the twentieth century (O Verdadeiro Sexo: homens trans na virada do século)”, a historiadora e professora Emily Skidmore (2017) identifica uma gama surpreendente de respostas que os norte-americanos tiveram diante do escândalo. E todos compartilharam da mesma opinião, dizendo que “Ralph Kerwineo era um desviante, alguém detentor de uma patologia, e um ser terrível que se aproveitou de outra mulher”.

Em outros artigos, a autora menciona que ele ainda teria sido mencionado como “menina-homem”. Mas que os jornais da época estavam empenhados em entrevistar ex-chefes de Kerwineo, para saber como era a sua vida como um homem. Se sua trajetória como homem fosse respeitável, então sua incursão na masculinidade era entendida como algo até que aceitável. (Skidmore, 2017)

Figura 1: Ralph Kerwineo



Fonte: Historical archive, 2025.

No ano de 1933, em um seminário a respeito da feminilidade, Freud declarava, com completa segurança que “quando a gente encontra uma pessoa, a primeira distinção que fazemos é se ela é homem ou mulher. E estamos acostumados a fazer tal distinção com absoluta certeza” (FREUD, 1933, p. 114). Por isso, que derrubar esses conceitos já tão enraizados, na nossa sociedade, sempre foi muito difícil, principalmente quando falamos do século passado.

Para Peres e Toledo (2011), é necessário compreender que a definição de transgêneros se apresenta sempre em construção e permanentemente deverão ser aprovadas e reconhecidas pelas pessoas que experimentam situar-se nestas conformidades.

Na década de 60 o autor Erving Goffman (1963) já trazia em seu livro o processo que acontecia com todos aqueles que de alguma forma era diferente do padrão imposto e que deveria ser seguido por toda sociedade.

Enquanto o estranho está à nossa frente, podem surgir evidências de que ele tem um atributo que o torna diferente de outros que se encontram numa categoria em que pudesse ser incluído, sendo até, de uma espécie menos desejável – num caso extremo, uma pessoa completamente má, perigosa ou fraca. Assim, deixamos de considerá-lo criatura comum e total, reduzindo-o a uma pessoa estragada e diminuída. Tal característica é um estigma, especialmente quando o seu efeito de descrédito é muito grande – algumas vezes também é considerado um defeito, uma fraqueza, uma desvantagem – e constitui uma discrepância específica entre a identidade social virtual e real. (Goffman, 1963, P.12).

E assim aconteceu nas trajetórias de pessoas trans que por saberem do seu estigma, preferiam seguir sua vida de forma invisível, salvo quando exposto decorrente de algum fato que acabe por vir à tona o seu gênero.

Segundo Santos (2012), o conceito de estigma está relacionado a uma pessoa ou a um grupo que carrega algum “sinal” que o distingue de forma pejorativa, rebaixando-o na escala social, no entanto, para esse sistema de graduação não é suficiente um predicado de diferenciação, mas sim um código de símbolos relacionais que sentencia o que é ou não admissível como “natural”, como “normal”, conseqüentemente, como “aceitável” ou não.

Simone Ávila (1970) destaca que as autobiografias e a produção de visibilidade pelos homens trans iniciaram ainda na década de 1970 com a publicação do livro “Emergence: A Transexual Autobiography” (1977), do ítalo-americano Mario Martino.

Lou Sullivan lançou, em 1986, o FTM Internacional Group, nos Estados Unidos. A aparição de Sullivan na mídia televisiva mobilizou homens trans de diferentes lugares, em especial, por dar sentido a uma experiência sobre a qual muitos não conheciam – nem se reconheciam.

Sobre a realidade brasileira, se considerando século XX existem poucos históricos a respeito do assunto. Durante a pesquisa exploratória foram encontrados relatos de notícias de jornais que continham histórias como: mulheres que incorporaram a identidade masculina no intuito de trabalharem e circularem livremente na sociedade; ou para repelir homens, já que não os desejavam; ou para casar-se com outra mulher e passarem para a sociedade a imagem de um casal heterossexual; ou simplesmente mulheres mais masculinas. Outras notícias deixam mais evidentes características semelhantes aos “estereótipos normativos” transmasculinos mais contemporâneos, ficando difícil não reconhecer nelas uma experiência de vida trans. (PALHANO E TENÓRIO, 2022)

No final do século XX e início do XXI, havia um processo conhecido como *stealth*⁶, nome importado do exterior, em que pessoas trans realizavam sua transição de gênero corporal e nos documentos, e depois se exilavam em outro município onde não conheciam quase ninguém para viver uma vida nova como se fosse uma pessoa cisgênera, sem que soubessem de

⁶ O nome fazia referência aos aviões *stealths*, que eram aviões furtivos, virtualmente invisíveis, criados durante os anos 1970, feitos especialmente para não serem detectados por radares.

sua história de vida anterior. Assim viviam muitos homens trans até a primeira década dos anos 2000, socialmente inexistentes, invisíveis e isolados. (PALHANO E TENÓRIO, 2022).

As notícias nos jornais a respeito de homens trans ou trans masculinos, a existência de menções na literatura popular ou clássica, na música e nos jornais foram muito poucas para que houvesse o reconhecimento da sociedade brasileira à existência dos homens trans. Inclusive, tenhamos consciência de que a maior parte do Brasil durante o século XX não era alfabetizada.

O heterossexismo pode ser entendido ainda como um processo ideológico que contesta, macula e marginaliza qualquer maneira não heterossexual de identidade, comportamento ou relacionamento. Esse sistema ideológico gera benefícios para indivíduos que seguem as regras heterossexuais e estigmatiza e isola aquelas que não as seguem (HEREK, 1992 apud SOUZA; PEREIRA, 2013).

Em quase todos os textos jornalísticos da primeira metade do século XX, as pessoas trans eram retratadas de modo sensacionalista, com títulos chamativos intencionalmente escritos para atrair atenção ao polêmico acontecimento da “mudança de sexo”, ou do reconhecimento público da existência de “mulheres” que “se passavam por homens” ou “queriam viver como homens” (e vice-versa) na sociedade. As denominações “transexual”, “homem trans” ou “mulher trans” não existiam no Brasil, e as pessoas trans eram frequentemente denominadas nos jornais impressos como “homem-mulher”, “mulher-homem”, “homem que virou mulher” e “mulher que virou homem”. (PALHANO E TENÓRIO, 2022).

Há uma amarração, uma costura, no sentido de que o corpo reflete o sexo, e o gênero só pode ser entendido, só adquire vida, quando referido a essa relação. As performatividades de gênero que se articulam foram dessa amarração são postas às margens, analisadas como identidades transtornadas, anormais, psicóticas, aberrações da natureza, coisas esquisitas (BENTO, 2012, p. 2657).

Neste período, a população LGBT era qualificada como “anormal”, “amoral”, “anômala”, “mórbida” e “doente mental”, além de sofrer com a perseguição da sociedade e da polícia. Esta última chegava a fechar bares e boates de público LGBT e a aprisionar no sistema penal ou em delegacias pessoas trans por viverem no gênero de acordo com suas identificações.

Apesar da diferenciação entre sexo, como fator biológico, e gênero, como perspectiva social ou designação cultural dessa prática, vindo a ser uma etapa rumo ao entendimento de como nos constituímos culturalmente como homem/masculino e mulher/feminino (BUTLER, 1990), a

progressão ainda não é satisfatória no ponto de vista de muitos teóricos. Uma das mais proeminentes censuras quanto ao conceito de gênero relacionado a uma construção social é ter o sexo biológico como ponto de apoio desta construção, não permitindo diversidade para algum outro tipo de opção, distinção ou oposição por parte dos indivíduos (LANZ, 2014).

No entanto, homens trans existiram em todo o Brasil todo este tempo, mesmo sem se anunciarem trans, usarem testosterona ou feito cirurgias. É possível conversar com idosos hoje em dia e alguns deles falarão da existência de “pessoas do sexo feminino” que adotaram comportamento e aparência mais dentro do estereótipo do gênero masculino nas décadas passadas, muitas vezes sendo considerados como lésbicas muito masculinas.

Na atualidade, existem homens trans idosos em todo o país que não passaram por esse processo de assunção social de uma identidade trans, nem foram capturados pela patologização psiquiátrica e não utilizaram tecnologias de modificação corporal. Às vezes esse deslocamento de gênero sem a anunciação de uma identidade trans ocorreu de forma pública, às vezes de forma secreta.

Como exemplo deste tipo de situação, temos o Lourival Bezerra de Sá, de Campo Grande (MS), que viveu como homem por mais de 40 anos, entre parentes e vizinhos que apenas descobriram que ele se tratava de um homem trans após sua morte, em outubro de 2018. O caso foi bastante noticiado na mídia, inclusive no programa televisivo Fantástico, da Rede Globo. O corpo de Lourival apenas foi sepultado meses após o óbito, quando, através de autorização da justiça, seus documentos foram oficializados com o nome masculino (MARTINELLI, 2019).

Além disso, exames feitos no Imol mostram que lesões foram constatadas na região descrita pela cuidadora. Apesar dos problemas de saúde, ele não gostava de frequentar médicos. Além disso, também evitava usar shorts e camisetas.

Figura 2: Lourival Sá



Fonte: Reprodução/Tv Globo

O carioca João W. Nery, atualmente conhecido como o homem transexual brasileiro a ter passado por cirurgias e terapia hormonal há mais tempo, ainda na década de 1970, lança o livro “Erro de Pessoa: Joana ou João?” que é autobiográfico. O livro do João é centrado em suas vivências íntimas de gênero. Ele leva o leitor para dentro de seu mundo expondo com detalhes cada etapa da vida de um homem transexual daquele tempo: viver uma vida dupla com uma identidade de “mulher” e outra de “homem”, a rejeição e posterior aceitação de seus familiares, seus casamentos, a “criação clandestina” de um registro civil com seu nome masculino e as consequentes perdas de seu histórico escolar e suas profissões de psicólogo e professor universitário (NERY, 1984).

O João contribuiu muito na luta pelos direitos das pessoas trans e por isso era visto como uma espécie de pai, pois acolhia muitos meninos que ao iniciar sua transição foram abandonados pela sua família e há muitas histórias que no segundo momento através dos seus livros conseguia através das suas histórias trazer o conhecimento e a sensibilidade necessária para convencer os pais e as famílias a acolher aquela pessoa que escolheu transicionar. O João faleceu em 2018, deixando um legado rico de perseverança, resiliência e coragem para viver a vida da forma que você quiser, sem ter vergonha de ser o que se é.

Figura 3: João W Nery



Fonte: Apoie e Aponte

Nos anos 2000, existem alguns documentários produzidos sobre homens trans que na época eram os únicos registros audiovisuais com depoimentos nossos. Alguns dos primeiros foram “O corpo conforme” (Lukas Berredo/emigrante e Laurent Lampert), “Eu sou homem” (Alexandre Peixe/SP, Régis Vascon/SP e Nei/SP), “Entre lugares: a invisibilidade do homem trans” (com Leonardo Tenório/PE e Luciano Palhano/PE), “Eu te desafio a me amar” (Marcelo Caetano/DF), “Olhe para mim de novo” (Sillvyo Lucio/CE).

Depois, diversos outros documentários foram produzidos. Leo Moreira Sá (SP) fazia um trabalho dentro do teatro problematizando questões de gênero e visibilizando sua transmascu-
linidade através da peça Lou & Léo, que viajou vários estados. (PALHANO E TENÓRIO, 2022)

Nos espaços acadêmicos, o primeiro artigo ‘HOMENS TRANS’: 'Homens trans': novos matizes na aquarela das masculinidades? sobre homens trans no Brasil foi publicado pelo homem trans, professor e assistente social carioca Guilherme Almeida (ALMEIDA, 2012). Podemos destacar, além do Guilherme Almeida, o André Lucas Guerreiro (PR), Edu Cavadinha (DF), Benjamin Neves (RJ), Leonardo Peçanha (RJ), Victor Augusto (MG) e Leonardo Tenório (PE) como homens trans pensando as transmascu-
linidades dentro da ciência no início dos anos 2010. Muitos outros homens trans e transmasculinos foram surgindo na esfera da produção de conhecimento ao longo dos últimos anos, número que continua a se atualizar.

No início dos anos 2010, não era fácil listar características comuns entre os homens trans além do desejo da mastectomia e do uso da testosterona. As pessoas não sabiam que nós existíamos, nem mesmo as mulheres trans e travestis, muitas vezes nem as próprias ativistas. A sociabilidade entre nós mesmos era tão rara que conseguir reunir um número de três homens trans era algo que só conseguíamos uma vez ao ano. Não conhecíamos nem uns aos outros. Não havia repertório simbólico para explicar ou expressar nossa subjetividade. Muitos de nós vivíamos sufocados e éramos completamente invisíveis.

A denominação mais comum alcançada por certa classe média de homens trans que tinham acesso à internet, pesquisas científicas e médicos era o “FTM”, sigla da expressão em inglês “female-to-male”, que significa “transexual de fêmea para macho”. “FTM” era utilizado em sites voltados para o público trans na Europa, nas Américas e na Ásia. Entretanto, “FTM” é uma expressão que não agrada ao politicamente correto da desconstrução da cisnormatividade. No Brasil, com o tempo, a denominação FTM caiu em desuso e passaram a prevalecer em nossa linguagem as denominações “homem trans/transsexual” ou “transhomem”. (PALHANO E TENÓRIO, 2022)

A maior parte das informações na internet sobre homens trans estava em inglês, muita coisa dos EUA, Canadá, Europa, Austrália, mas também havia sites (e ativismo) em espanhol de países da América Latina como México, Chile, Argentina e Colômbia. Até hoje utilizamos as palavras em inglês “packer” (objeto para fazer volume na região genital) e “binder” (colete compressor para ocultar as mamas), herança da “cultura FTM” importada do exterior. (PALHANO E TENÓRIO, 2022)

Em nosso país, na internet aos poucos fomos criando blogs, sites e fóruns. Havia informações produzidas por homens trans nos blogs Transhomem Brasil e FTM Brasil, no site também de nome FTM Brasil, num grupo de e-mails do Yahoo (FTM Brasil) e algumas comunidades no Orkut de homens e mulheres transexuais (“Disforia de Gênero”, “F64.0” e “Transexuais MTF e FTM”). No Orkut e no Facebook, foram criados por nós grupos exclusivos de homens trans. No Facebook, o primeiro e principal grupo foi criado por Vincent Masaki (MG) e Pietro Augusto (PR). (PALHANO E TENÓRIO, 2022)

Além dos textos, sites e blogs, grande parte da popularização das histórias de vida dos homens trans é devida aos videologs de homens trans no YouTube, fenômeno que ocorreu no mundo todo. Fora do Brasil, a quantidade de vídeos produzidos por homens trans sempre foi muito maior. Para trazermos mais detalhes e informações precisas sobre o impacto e conteúdo

dos videologs, seria necessária uma pesquisa maior. O pesquisador e professor trans Benjamin Neves (2015), em sua dissertação, exemplifica como estas produções audiovisuais no YouTube funcionam como uma potente ferramenta de apoio entre os próprios pares, a partir do contato com o até então youtuber Victor Summers (BA), que inclusive teve um canal também com Miguel Marques (BA). (PALHANO E TENÓRIO, 2022)

Neste ponto, podemos destacar que a estratégia dos homens trans de assumirem a liderança na produção de discursos sobre si mesmos, se colocarem no lugar de formadores de opinião sobre a identidade social dos homens trans foi bastante eficiente. Isto foi um catalizador da geração de empatia e alteridade para nossas questões psíquicas e sociais.

Dessa maneira, trato a identidade sob o ponto de vista de Stuart Hall (2011), que diz respeito a um “eu” performativo, em que a identidade é estratégica ou, ainda, como “um conjunto de marcas sociais que posicionam um sujeito em um determinado mundo social” que não se baseia em uma “substância reificada de marcas sociais estáticas” (HEILBORN, 1996).

E assim mesmo com muitas dificuldades foi se abrindo mais portas, pois cada oportunidade que foi dada de fala, sempre acaba despertando a curiosidade das pessoas que por muitas vezes são disfarçados com a alegação de interesse no assunto, mas ainda sim uma forma de levar informações verídicas pois são contadas pelos seus protagonistas e assim levanta o debate e reflexões dos mais variados assuntos como as demandas desta população que por muitas vezes não tem seus direitos assegurados, nem com o básico que é garantido pela nossa constituição e assim essas informações são passadas para mais pessoas através de entrevistas em programas de TV, novelas que abordam o assunto e conseqüentemente abre espaços para que esse assunto possa ser amplificado, com a ocupação de corpos trans em todas as esferas da nossa sociedade, ocupando e tendo representatividade em todos os espaços.

O gênero está associado às diferenciações sexuais, mas não forçosamente as diferenças fisiológicas como são percebidas pelo meio social. As heterogeneidades sexuais são tidas como físicas, enquanto as heterogeneidades de gênero são construídas socialmente. O gênero tem origem no modo como a sociedade distingue o processo que modela “um macho em um homem e uma fêmea em uma mulher”. (STREY et al, 2009, p.182).

Esta maneira de compreender os processos de produção do corpo e dos gêneros encontra-se mais especificamente com o conceito de performatividade proposto por Judith Butler (2000, p. 154), que deve ser compreendido “[...] não como um ato singular ou deliberado, mas ao invés disso, como a prática reiterativa e citacional pela qual o discurso produz os efeitos que ele

nomeia”, uma vez que o gênero é feito e refeito por meio de uma reiteração performativa de normas regulatórias, que se dá através de uma operação linguística, pela qual os discursos produzem os efeitos do que nomeiam. Assim para Nádia Perez Pino (2007) muitos transexuais reivindicam vidas habitáveis, mas essas só existem na medida em que concordam com as categorias de reconhecimento imposto pelas normas sociais, que dizem o que é humano e o que não é, para essa autora não só a performance de gênero constrói e dá significado ao corpo, mas também outras transformações corporais, como as físicas, tornam suas identidades reconhecidas.

3 HOMENS TRANS E A OPORTUNIDADE DE EMPREENDER

A internet foi a principal plataforma para troca de experiências e informações, que serviu como ferramenta de sociabilização dos homens trans, empoderamento, criação de redes de apoio e sensibilização da sociedade cisgênera. Estes espaços virtuais serviam para suprir a demanda de informações sobre as cirurgias, o uso de testosterona e de tecnologias para ocultar as mamas, técnicas para criar um volume na região genital, urinar em pé, uso e compra de próteses penianas, o contato e endereço dos poucos serviços de saúde ou advogados que atendiam transexuais, além de compartilhar fotos de mudanças físicas decorrentes da terapia hormonal e das cirurgias realizadas.

Logo após o surgimento dos grupos virtuais exclusivos de homens trans, houve um período de estranhamento. As conversas dos homens trans giravam apenas em torno de testosterona, pack, Binder e mastectomia. Quase nenhum dos homens trans falava de suas relações sociais precárias ou das situações em que sofriam preconceito, e alguns não se identificavam com narrativas daquela época nos espaços virtuais. Isso mudou com o tempo. Após o surgimento do movimento transmasculino organizado, ainda que pequeno, aos poucos os assuntos da internet tornaram-se mais politizados. Pois saiam do âmbito de querer, para fazer acontecer buscando efetivar mudanças nos direitos básicos dessa população, que por anos viveu desconhecida e esquecida da sociedade.

De acordo com Monro (2005), “toda a sociedade demonstra-se fundamentada em função do sexo e do gênero”. Isto explica a noção de ser pelo gênero que os indivíduos constroem as posições que exercem nas instituições da sociedade onde se enquadram e, por isso, “além de ser exclusivamente um predicado dos indivíduos, ele é fomentador de todo âmbito social onde estes indivíduos se mobilizam” (AMÂNCIO, 2003).

Com estes avanços, os homens trans ficaram mais visíveis na sociedade, ganhando espaço em vários lugares, com suas histórias divulgadas, seja na ficção ou em entrevistas em várias plataformas no cenário nacional e assim foi encorajando outras pessoas a ocupar o seu lugar dentro da sociedade, da forma que melhor se identificasse.

E todas estas evoluções, abriu espaço para um novo mercado, que tem como objetivo suprir as necessidades dos homens trans que também são consumidores, se deu a criação de lojas

e marcas com produtos voltados com a função de que seus anseios sejam atenuados através do uso de tecnologias que visam deixar o homem trans mais próximo da estética desejada.

Esse modelo de negócio teve início em meados de 2011, porém a maioria das lojas existentes eram estrangeiras e com isso o custo ficava muito alto, devido ao frete, impostos, o câmbio da moeda, tudo isso influenciava para que o total da compra ficasse bem caro e assim inacessível para a maioria dos homens trans. Pois a grande parcela dos homens trans, são de renda baixa, devido as poucas oportunidades de estudos e empregos.

E depois em 2014, o empreendedorismo entre homens trans começou a desabrochar, pois além da necessidade de poder ganhar dinheiro, também tinha a oportunidade de ajudar outros homens trans. No youtube, havia homens trans que ensinavam a fazer o Binder, por exemplo, porém os materiais eram difíceis de achar e para produzir também não era tão fácil, então foram se dando conta que havia uma demanda deste público, não só para o Binder, como para outros produtos e assim foram surgindo as primeiras lojas.

Através de pesquisas na internet e nas redes sociais, é mais fácil encontrar homens trans que resolveram empreender como uma forma de sustento, devido as poucas oportunidades que existem no mercado de trabalho e uma forma de ajudar a minimizar os impactos do desconforto que acontece com a imagem distorcida que um homem trans tem quando se reconhece e assim inicia a transição e por isso esses homens trans empreendedores.

Importante salientar que esses homens trans que se tornaram empreendedores de suas lojas, acabam sendo uma pessoa de confiança, já que eles ajudam, compartilham suas experiências e assim fornece opções de atenuar a imagem que não reconhece. Como a maioria dessas pessoas não gostam de se expor, as redes sociais é uma grande ferramenta, como uma forma de preservar o empreendedor e os seus clientes.

Vale salientar que a maioria destas lojas são online, pois além do constrangimento que seria adentrar as mesmas, os consumidores são espalhados em todo o Brasil. Há também uma preocupação na descrição da caixa a ser entregue, todas as medidas são tomadas para manter a descrição e evitar o constrangimento do comprador.

André Rattes, pós-graduado em gerência de projetos, ressalta que a abertura e o surgimento de nichos de mercado aumentam a capacidade de emprego para a população. Esse fator, aliado à inclusão social de pessoas que são, muitas vezes, colocadas à margem pela sociedade, é positivo por levar pluralidade ao comércio. Ele argumenta que a presença de pessoas LGBTQIA +,

a frente de negócios direcionados a grupos específicos, contribui para gerar identificação com o público. (Costa, 2022).

Isso gera representatividade e identificação com a marca, com o produto, com o serviço oferecido e gera um maior engajamento. As pessoas se sentem representadas na figura daquela pessoa que vai compreender melhor quais são as suas necessidades, visto que ela vive ou viveu as mesmas experiências. (Rattes,2023).

Houve uma live muito importante sobre este assunto, que ocorreu na época da pandemia em 16/06/2020, que foi possível conhecer a trajetória de dois desses homens empreendedores que idealizaram suas lojas. A live que tinha como tema Ações Empreendedoras idealizadas por Homens Trans, foi intermediado pelo Léo Elek com os convidados Gael, que foi proprietário do Gael shopping trans e o David, proprietário da FTM Store. A trajetória empreendedora dos dois se coincidem em vários aspectos. Pois enquanto donos de lojas que escolheram como o seu público-alvo, os homens trans.

Figura 4: Live Ações Empreendedoras idealizadas por Homens Trans



Ações Empreendedoras idealizadas por Homens Trans



Transmasculini...
467 inscritos

Inscrever-se

14



Compartilhar



Fonte: Canal Transmasculinidades Em Ação. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=K9lws9uAnCE>

O Gael, homem trans, residente da cidade de Uberaba, MG. Em meados de 2012 começou a produzir binder, para uso pessoal pois não conseguia encontrar binders para o seu corpo,

que na época era 150kg, só encontrava binders para o seu corpo fora do Brasil o que era muito caro, pois não estava trabalhando, girava algo em torno de 500 reais, e ainda sim quando conseguiu comprar verificou que a qualidade não era satisfatória pois sua durabilidade era curta.

A partir da socialização com outros homens trans, percebeu que havia outros que passavam pela mesma situação e não tinham a possibilidade de comprar devido aos custos e até a dificuldade de encontrar o produto. E assim se iniciou sua carreira como empreendedor, criando a sua loja que sempre funcionou de forma virtual, através da rede social Facebook, com o seu público-alvo sendo o homem trans gordo. O Gael ao decorrer do tempo também foi colocando outros produtos, como camisas personalizadas com temas da diversidade, como mostrado na foto abaixo:

Figura 5: Gael



Fonte: Redes sociais/Facebook

O David, é proprietário da FTM Store, residente da cidade de Curitiba, PR. Ele fábrica Packers (próteses penianas). Iniciou o seu empreendimento em 2015, em um ramo inédito no Brasil até então, a produção de Packers, o interesse surgiu após uma necessidade própria que

tinha desde a infância. O seu objetivo é de sempre se aprimorar, usando produtos de alta qualidade, trazendo designs inovadores, tornando o produto cada vez mais realista. Em 2016, começou a gravar vídeos no perfil da sua loja, no facebook, explicando as funcionalidades do seu produto e assim fazendo a divulgação.

Figura 6: David



Fonte: Redes sociais/Facebook

Por ser algo diferente no mercado, não enfrentaram dificuldades para montar a loja e se estabilizar. Apenas a falta de informação em relação as burocracias para formalizar a loja, foram um pouco mais complexas, porém com auxílio de pessoas de confiança foi possível fazer tudo da forma correta.

Stevan Queiroz, atualmente com 30 anos, residente na cidade de Campinas, SP. Fundador e administrador da maior loja para homens trans em funcionamento, chamada Transtore. Sua trajetória começou em meados de 2014, durante sua transição de gênero, o mesmo que era formado em técnico em mecatrônica e em gestão empresarial, sentia desconfortos e não conseguia encontrar soluções adequadas para se sentir, de fato, bem consigo mesmo. Um ano se passou e em 2015 ele resolveu produzir o próprio packer. De 2015 a 2016, o Stevan foi desenvolvendo o produto até chegar ao resultado que esperava.

Nessa época, ele havia acabado de fazer a mastectomia (cirurgia de retirada dos seios) e percebeu em grupos de WhatsApp que participava sobre o tema, que outras pessoas também tinham as mesmas necessidades que as suas. Foi então que surgiu a ideia de vender os produtos

que fabricava de maneira artesanal a um grupo de amigos e conhecidos. Hoje, sua loja, a Trans-tore Binders, é referência no Brasil na venda de produtos para melhorar o conforto, segurança e autoestima de pessoas trans e do público LBTQIA+ de maneira geral.

Eu tive muita dificuldade em encontrar formas de me sentir bem com meu próprio corpo. Eu chegava a passar fita isolante no peito para escondê-lo, e não encontrava uma forma confortável de deixar um volume realístico na cueca. Isso atormentava meus dias, me sentia mal ao sair de casa e me sentia impedido de nadar, por exemplo. E por ter essas dificuldades, fiquei sempre procurando maneiras de encontrar soluções. A ideia era uma prótese que deixasse um volume pequeno e realístico, com material que imitasse a pele humana. Agora, consigo finalmente usar sunga, nadar em público e me sinto mais confortável e mais seguro ao sair de casa. (QUEIROZ, 2022).

Figura 7: Stevan Queiroz



Fonte: Redes sociais, Facebook.

O Stevan, também é autor do livro, a vida de um transgênero, lançado em julho de 2018, que conta a sua história, com seus dilemas e descobertas até chegar na sua transição. Além de ter participado de alguns programas de TV, contando um pouco da sua trajetória.

Segundo Gael e David, umas das maiores motivações para criação dessas lojas foi que através dos seus produtos comercializados impactava diretamente na autoestima dos homens trans, conseguindo atenuar a disforia de gênero, que é tão latente no início da transição. Algo relatado pelos próprios homens trans que passam feedbacks, com elogios sugestões e reclamações e tanto o Gael como David, gostam de ter este retorno sobre os seus serviços.

Mas como todo negócio também existem suas dificuldades, as mais relatadas são, a de lidar com a ansiedade dos consumidores, conseguir atender a grande expectativa do consumidor e a falta de compreensão que existe por parte dos clientes a um eventual atraso na entrega dos produtos e de outros imprevistos.

De acordo com Gael e David, existe uma grande demanda de pedidos, a carga horária de trabalho era extensa e quase sem horário de descanso, isso ao longo dos anos foi gerando impactos tanto na vida pessoal quase inexistente, com danos à saúde mental e física desses empreendedores. Isso adveio da absorção das emoções dos consumidores, da ausência de um período de férias e tudo isso com uma alimentação totalmente desregrada.

Além de lidar com situações de clientes que não possuem condições de pagar pelo produto e por ser pessoas que também já passaram pela mesma situação, acabam por ter um olhar diferenciado e até mesmo de ajuda. Os proprietários das lojas, em sua grande maioria são unidos, algumas lojas se interligam e fazem parcerias de divulgação dos produtos.

Porém na pandemia, houve uma diminuição de representantes nos estados, redução na produção pela dificuldade de encontrar a matéria prima, já que havia muitas lojas fechadas. O atendimento dessas lojas, costumam ser feitos via chat, seja no facebook, instagram e o WhatsApp, de forma personalizada para cada cliente. Os produtos são enviados com embalagens discretas, sem o nome da loja, para evitar possíveis constrangimentos. Pessoas que moram fora do país também podem realizar a compra.

Caso haja algum problema com os produtos, existe a política de troca para eventuais defeitos. Tentam acertar da melhor maneira, fazendo um acordo para que o cliente não seja lesado.

Mas grande parte destas lojas são informais o que dificulta a execução de uma política de troca e cancelamento, já que praticamente não existe e não é previamente passada ao consumidor. As lojas observadas são as que estão nas fotos abaixo:

Figura 8: Slogans de lojas



Fonte: Compilação do autor⁷.

Essas lojas foram escolhidas e observadas, por serem mais expressivas nas redes sociais, pois estão neste mercado há muitos anos, apesar da falta de estrutura inicial com o passar dos anos conseguiram construir uma trajetória sólida, se tornando referência no mercado e servindo de inspiração para as lojas que vieram depois.

⁷ Montagem a partir de imagens coletadas nos perfis das lojas, no Facebook.

4 OS PRINCIPAIS PRODUTOS COMERCIALIZADOS

Cada indivíduo possui uma percepção do seu próprio corpo e de como pode se sentir melhor com ele mesmo, a partir disso, com o tempo e as tecnologias avançando, cada vez mais homens trans saindo da invisibilidade foram tendo a percepção que existe uma grande demanda com interesse em comprar, os produtos e acessórios criados para dar mais conforto ao homem trans e pessoas transmasculinas, usados de acordo com suas necessidades. Vale lembrar que as necessidades não são iguais para todos os homens trans e transmasculinos.

“Mesmo quando um indivíduo tem sentimentos e crenças bastante anormais é provável que ele tenha preocupações normais e utilize estratégias bem normais ao tentar esconder essas anormalidades de outras pessoas”. (Goffman, 1963, P.142). O corpo, portanto, aparece diretamente conectado a aspectos diversos da subjetividade e da identidade e ocupa local privilegiado nas relações e representações, como desdobramento da própria reflexividade dos sujeitos.

Ademais, os corpos também fazem parte de relações de poder, que tratam de discipliná-los e controlá-los, como pode ser percebido nos escritos de Judith Butler (2000; 2003; 2004) e Foucault (1999). Essas relações são construções discursivas que ajudam a criar regulações, regras e hierarquias. Portanto, o corpo, como resultado da citada subjetividade, e assim como ela, é um processo em constante devir.

Segundo Anthony Giddens: “Como o eu, o corpo não pode mais ser tomado como uma entidade fisiológica fixa, mas está profundamente envolvido na reflexividade da modernidade. O corpo era tido como um aspecto da natureza, governado de maneira fundamental por processos apenas marginalmente sujeitos à intervenção do homem. O corpo era ‘dado’, o assento muitas vezes inconveniente e inadequado do eu. Com a crescente invasão do corpo pelos sistemas abstratos isso é alterado. O corpo, como o eu, torna-se o lugar da interação, apropriação e reapropriação, ligando processos reflexivamente organizados a conhecimento especializado sistematicamente ordenado.” (GIDDENS, 2002, p.200-201).

Cada vez mais, tem surgido diferentes produtos que visam trazer melhorias ao indivíduo, neste trabalho iremos destacar os quatro principais, que são os mais conhecidos e procurados por esse público específico.

Pois ficar sem camisa na praia, usar uma sunga na piscina, se reconhecer ao olhar no espelho parecem ser algo corriqueiro para homens cisgênero, ou seja, que se identificam com o

seu gênero de nascença. Mas para um homem trans a realidade pode ser bem diferente, principalmente por ter que enfrentar olhares tortos e preconceituosos de boa parte da sociedade conservadora.

Os produtos pesquisados que serão apresentados são: Binder, Packer, Minoxidil e Pump.

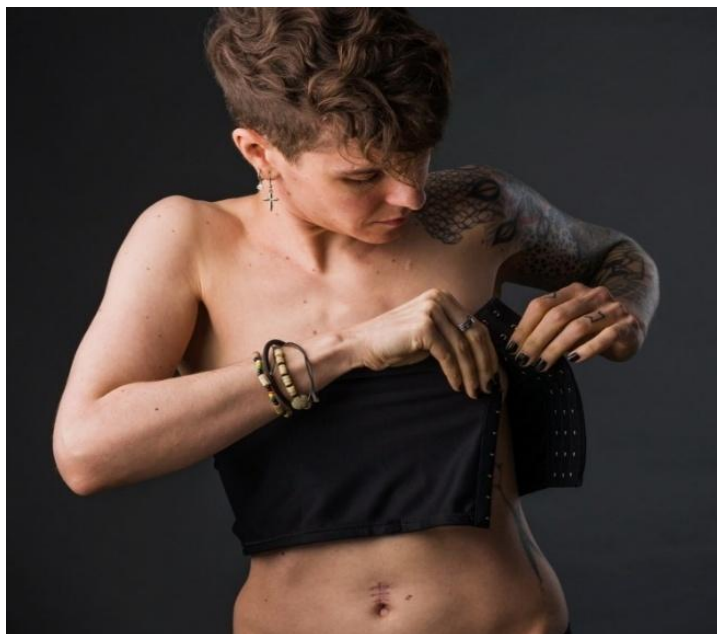
- Binder

O binder se estabelece como um recurso simples e de baixo custo para construção da masculinidade. Tal dispositivo, consiste em uma faixa ou um colete de tecido elástico que tem como objetivo comprimir as mamas, disfarçando o volume e deixando o tórax com o molde mais retilíneo.

Os binders não só atende ao público trans, mas também à homens cis que sofre com a ginecomastia e atende a um público pequeno de mulheres lésbicas. Muitas vezes os pais de homens trans, efetuam essa compra para o público mais jovem ou de menor. A faixa etária vai de 16 à 30 anos. O preço varia dos R\$ 40,00 aos R\$ 150,00 reais a depender da loja.

Geralmente, o binder é utilizado da seguinte forma: Para disfarçar o peito, é inserida a mão dentro do “binder”, puxando o tecido do peito para fora, em direção às axilas, dispersa o volume e torna os seios mais planos. Caso tenha um peitoral maior, ajustar o tecido para cima ou para baixo, depois de puxá-lo para fora, pode resultar em resultados melhores.

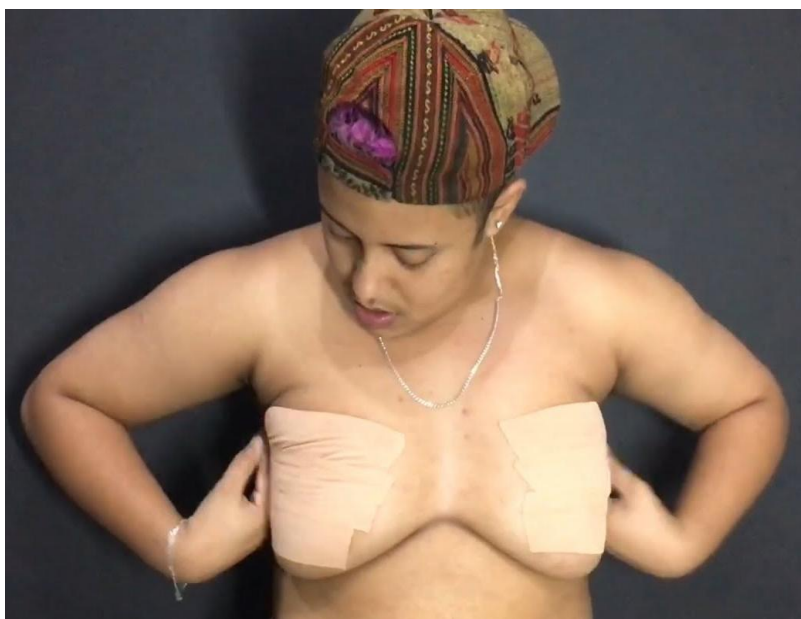
Figura 9: Um homem trans utilizando um Binder



Fonte: iStock

Hoje em dia, muitos homens trans também utilizam ataduras, panos ou top tamanho P visando o mesmo objetivo de comprimir os seios. As faixas têm o seu preço em torno dos R\$ 40,00 reais a depender da espessura da faixa.

Figura 10: Homem trans utilizando fitas



Fonte: Canal Transtore Packers, disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Oigv0vgedL0>

Existe também uma outra possibilidade além dos binders, que são as faixas que parecem ataduras, são uma fita colante que é colocada sobre os seios, mas recomendada para os homens trans ou pessoas não binárias que tem um seio pequeno, pois seu incômodo é menor que o Binder.

Também tivemos, uma demonstração pública desta realidade através do participante Nick Cruz do reality estrela da casa, exibido no globo em 2024. O primeiro homem trans a entrar em um reality no Brasil, que falou abertamente sobre o tema e usava as fitas no seu cotidiano na casa, como mostra a foto abaixo.

Figura 11: Nick Cruz



Fonte: reality estrela da casa, Globo.

Apesar de ter poucas pesquisas a respeito do assunto, através de relatos foi possível ter o conhecimento ainda que não cientificamente comprovado, que o binder usado de forma errada pode afetar em um futuro resultado cirúrgico e causar danos leves e graves à saúde das mamas e em órgãos que se encontram na região do tórax. Ainda podendo causar danos em pequenos vasos e lesão tecidual, colapso pulmonar, problemas de coluna, diminuição da elasticidade da pele, baixo fluxo sanguíneo, dentre outros efeitos.

Na matéria realizada pelo jornal Folha de Pernambuco, pesquisadores do Hospital das Clínicas da UFPE, realizaram um estudo em 2021 no ambulatório LGBT do Recife e identificaram que as queixas de desconforto respiratório e dores na região do tórax, são maiores em homens transexuais, que fazem o uso do Binder. O estudo “Uso de binder e queixas respiratórias em homens transexuais” (Melo, 2022). Este foi publicado na revista fisioterapia em movimento.

Mais da metade dos entrevistados pela pesquisa (53,3%) fazem uso da faixa. As principais queixas relatadas foram dores na região e dificuldade de respirar. “Outros estudos

apontaram também hematomas e escoriações de pele, podendo causar até problemas de coluna. Contudo, o sofrimento psíquico deles é tão grande que eles suportam todos os desconfortos físicos”. (Santos, 2022).

Washington é um dos autores da pesquisa e explica que “a intensidade da compressão e o tempo de uso podem acarretar dificuldades na respiração, devido à restrição na mobilidade da caixa torácica”. Para evitar complicações com o uso do binder, o indicado é usar do tamanho exato do tórax da pessoa e que não cause desconforto ao ponto de gerar sequelas. E ainda afirma que:

É importante a celeridade do tratamento pois, além dos problemas físicos que o binder pode provocar, tem o lado psicológico destes homens. Para a maior parte, este procedimento de mastectomia é o procedimento mais importante para se sentirem confortáveis. O uso do binder é o procedimento mais importante enquanto a cirurgia não acontece. (SANTOS, 2022).

Outro estudo realizado pelos pesquisadores Sousa e Iriart com dez homens trans em Salvador abordando o tema do direito à saúde também tiveram como resultado “Quando esses métodos estéticos não clínicos são utilizados de maneira inadequada podem acarretar danos futuros à saúde, como: hematomas na pele, falta de ar, dores na região do tórax, possibilidade de dano a coluna vertebral e displasia da mama” (Sousa e Iriart, 2018, Pag. 16).

O binder e outros tipos de faixas têm consequências físicas para os homens trans. Muitos ficam com hematomas na pele, além de falta de ar, possibilidade de fratura da coluna e displasia da mama.

Uns dos seus entrevistados na pesquisa, trouxeram falas da realidade de vários dilemas que os homens trans passam na sociedade como o Ian que disse que,

A gente chama os seios de invasores. Porque é uma coisa que não faz parte da gente, a gente não vê como parte da gente. (...) tem coisas que é engessada, como a figura do homem esteticamente. Então, mesmo que a sociedade aceitasse um homem com... seios, pra gente não seria a figura ideal. Então, essa é uma, uma vontade, eu digo a você, com 99% de certeza, de todo homem trans” (Ian, branco heterossexual, 25 anos).

O Tom fala das pressões que sofre para realizar a mamoplastia masculinizadora que, por vezes, são mais incisivas que sua própria vontade:

Hoje, eu acordo e durmo atormentado com a questão da mastectomia. Porque, teoricamente, é uma coisa que, se a sociedade fosse mente aberta, nem precisava fazer isso, é um dinheiro que você gasta, claro, vou me sentir bastante realizado quando eu fizer a mastectomia, mas, se você parar pra analisar, um dinheiro que eu não precisaria tirar, caso a sociedade te visse com outros olhos” (Tom, negro heterossexual, 20 anos).

E o Raí alerta que:

Os caras usam, muitas vezes, sem saber como utilizar. Existe um jeito certo de você colocar e existe um limite máximo de compressão. Tem caras que botam, que machuca, que fica sem ar, pode quebrar a costela, fraturar a costela e... ter vários outros problemas, respiratório, de coluna, postura, justamente por isso, e compromete também a cirurgia” (Raí, branco heterossexual, 21 anos).

Todos esses elementos mostram como é importante uma política pública efetiva para esta população, pois o SUS oferece a cirurgia de mastectomia, porém só existem cinco hospitais no Brasil que realizam, com imensas filas de espera. Também existe a possibilidade de fazer na rede particular, porém os valores são muito alto girando em torno dos 15 mil reais e as duas formas na sua grande maioria se tornam inacessíveis, na realidade de uma população que vive marginalizada, muitas vezes sem estudo e trabalho.

- PCKER

É uma prótese peniana feita em silicone ou cyber skin imitando a textura e cor da pele. O packer geralmente tem três funções básicas: Auxiliar no sexo; facilitar nas necessidades fisiológicas, especificamente auxiliando a urinar em pé e fazer volume genital. Essas próteses são vendidas com todas estas funções ou com uma única.

Muitos homens trans veem no packer uma solução para situações de risco, que podem acontecer exigindo assim cuidados e estratégias, como o uso de “volume” na região genital. Pois ao produzir a ideia de que possui um pênis, diminui a possibilidade de ser lido como homem trans – ou como um não homem – em situações de perigo, como assaltos. Casos de violências ocorridos tanto em contextos privados quanto públicos, com destaque para o ambiente familiar, escolar e de militância são comuns.

Do mesmo modo que os homens trans demandam assistência quanto ao uso dos hormônios e das práticas cirúrgicas, eles necessitam que se produzam informações que garantam a assistência quanto ao uso de próteses, bem como novas tecnologias na produção de próteses de modo a diminuir os efeitos nocivos do seu uso.

Figura 12: Packers produzidos por encomenda



Fonte: Redes sociais, Facebook.

Na comercialização dos Packers, para agradar a mais consumidores, são vendidos vários tipos de Packers. E por isso é importante que primeiro se escolha o tamanho, que geralmente são de 6,5 cm e chega até 20 cm, dependendo muito da finalidade do uso e do gosto pessoal de cada um. Também é possível escolher a cor da prótese com intuito de que a prótese tenha o mesmo tom de pele do consumidor. Como mostrado na foto que foi retirada de uma loja que produz e vende os Packers à escolha do cliente e geralmente quanto maior a prótese, mas caro fica o valor.

Figura 13: Packers à venda



Fonte: Transtore, 2025.

Além disso, também tem os acessórios que são importantes para usar a prótese forma plena. Como as vértebras, que tem a função de sustentar e dá movimentação a prótese. Neste caso, existem dois tipos que são:

Figura 14: Vértebra Fixa



Fonte: Transtore, 2025.

É uma peça que se destaca por proporcionar características extremamente realistas ao packer, imitando com precisão a sensação de um pênis ereto.

Ao ser inserida, a sensação ao apertar se assemelha a um pênis com um nervo rígido, oferecendo uma experiência tátil autêntica. A Vértebra permite ao packer movimentar-se livremente, retornando à posição ereta de forma natural e silenciosa após ser solto.

Geralmente, é fabricada com dois tipos de materiais, um mais rígido e outro mais macio na base, para garantir o conforto ao estar em contato direto com o corpo. Alguns modelos já incluem a Vértebra, enquanto outros dão a opção de adicioná-la.

Figura 15: Vértebra articulada



Fonte: Transtore, 2025.

É uma solução projetada para elevar a capacidade do packer, com o objetivo de oferecer praticidade ao dia a dia do consumidor. Pois pode ser usada diariamente com a funcionalidade de volume, mesmo com a vértebra articulada inserida internamente. O design permite movimentos livres, tornando ideal para uso diário e em momentos íntimos. E seu interior oco também facilita a passagem do fluxo de urina, permitindo urinar com o packer mesmo com a vértebra inserida.

Os valores das vertebbras compradas separadamente é da articula sendo a mais barato no valor de R\$ 17,00 pois é de tamanho único e a fixa varia de R\$ 60,00 à R\$ 120,00 reais a depender do tamanho da vertebra, que possui vários tamanhos diferentes. O packer não é uma prótese permanente, é colocado somente na hora do uso e retirada após o uso de qualquer função. Deve ser usado com atenção a higienização pelo contato direto com genital.

Hoje em dia, existem várias pessoas que confeccionam que na maioria das vezes são os proprietários das lojas e cada vez mais estão se aperfeiçoando, com modelos mais realistas. Existem vários vídeos na internet principalmente no Youtube de homens trans mais experientes contando o seu relato e ensinando como usar o packer, pois requer tempo e paciência, para se adaptar a prótese.

Figura 16: Cinta reforçada



Fonte: Transtore, 2025.

Além da prótese e das vertebrae também são comercializados dois acessórios adaptados aos Packers que são as cintas geralmente são usadas para sustentar o packer em todas as suas funções no valor em torno de R\$ 45,00 reais a depender do material. E também tem as cuecas que adaptadas para facilitar o uso da prótese no dia a dia que são vendidas a partir do valor de R\$45,00. Todos estes acessórios estão disponíveis para facilitar a adaptação da prótese ao corpo.

- PUMP

O pump é um objeto usado por homens trans para aumento do clitóris. Dessa forma, o órgão se assemelha a um pênis. Mas alguns homens trans usam o objeto também como masturbador. O pump é parecido com uma seringa, mas com uma abertura maior na ponta capaz de envolver o clitóris. O uso é parecido com a bomba peniana, usada por homens cis para aumentar o pênis, pois faz pressão e seu uso é chamado de “pumping”.

Através da pressão do objeto contra o clitóris, o vácuo faz com que o órgão fique maior. Os homens trans seguram o pump no genital por alguns segundos, até sentir desconforto. Uma válvula na outra extremidade do pump permite ao usuário que regule a intensidade do uso. Além do comprimento, o pump também altera a espessura do clitóris.

O uso do pump é indicado também para homens que queiram realizar a cirurgia de transgenitalização. Para isso, assim como para realizar a mastectomia, a fila é grande e nesse tempo o uso do pump é o processo de preparação.

Em geral, os homens trans que fazem uso do pump conseguem um bom resultado junto com o tratamento hormonal. Em alguns casos é possível a penetração no sexo. Não existe um tempo médio de duração do uso do pump, mas o usual é aguardar um minuto de intervalo entre cada sucção. É indicado que cada pessoa perceba os limites de seu corpo e suspenda o uso em caso de lesões. É preciso tomar alguns cuidados para que o objeto não pressione o órgão em excesso e acabe causando dor. O processo correto de colocação é como mostrado na foto abaixo.

Figura 17: Demonstração de como utilizar o pump



Fonte: Transtore, 2025.

Todos os Pumps, independente da sua espessura, tem o mesmo comprimento. Comprimento total: 4 a 5cm. A única diferença entre um modelo e outro, é a espessura.

Algumas lojas que comercializam o pump, oferecem uma tabela de tamanhos para que o consumidor consiga escolher a mais adequada:

P - 1,8 cm diâmetro interno: Para clitóris até 0,9cm de espessura

Caso você seja um homem trans e está fazendo terapia hormonal o tamanho P atende geralmente Pré-T e até 4 meses de Terapia hormonal.

M - 2,8 cm diâmetro interno: Para clitóris de 0,5cm a 1,5cm de espessura

Caso você seja um homem trans e está fazendo terapia hormonal o tamanho M atende geralmente quem está a mais de 4 meses em terapia hormonal.

G – 3,5 cm diâmetro interno: Para clitóris de 1,5cm ou mais de espessura

E aconselham que caso o homem trans, esteja fazendo terapia hormonal o tamanho G atende geralmente quem está acima de 2 anos em Terapia hormonal e uso anterior com pump. Pois é o tempo que o clitóris irá se desenvolver com o uso contínuo dos hormônios.

Pouco encontrado no Brasil, o pump pode ser comprado pela internet. Cada uma custa em torno de R\$ 60 reais e estão disponíveis em tamanhos diferentes. Além disso, alguns homens fabricam em casa o seu próprio pump com uma seringa. O improvisado consiste em cortar a ponta da seringa, deixando a abertura maior. Depois, encapar a extremidade com alguma fita para que não machuque a pele.

- MINOXIDIL

Figura 18: Minoxidil Kirkland



Fonte: Dr Minoxidil, 2025.

O Minoxidil Kirkland é um dos mais vendidos do mercado, conhecido pela sua eficiência trazendo bons resultados é um exemplo de uma marca reconhecida no mercado e com selo da ANVISA. Além de ser encontrando desta forma industrializada, o consumidor também pode se preferir manipular o Minoxidil 5% numa farmácia de sua confiança.

Produto utilizado de forma tópica para estimular o crescimento de pelos faciais e tratamento contra calvície e queda de cabelos e outros problemas como falta e fraqueza dos pelos. O Minoxidil é uma substância vasodilatadora, ou seja, auxilia no processo de dilatação dos vasos sanguíneos dos folículos capilares aumentando a oxigenação no local aplicado e tendo como consequência o crescimento saudável do pelo.

Para que o Minoxidil tenha um resultado efetivo é necessária uma dedicação, pois é necessário está com a pele limpa e passar o produto todos os dias, após meses de uso contínuo é possível verificar os resultados.

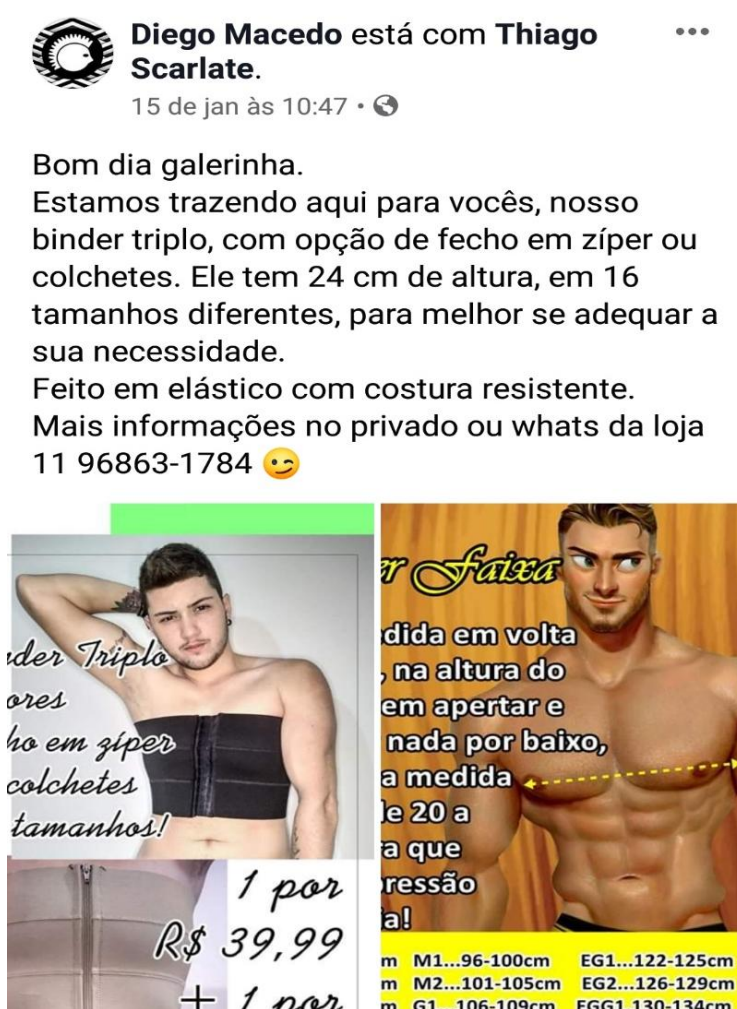
A oferta na internet é grande, por isso a escolha do produto deve ser feita com bastante cautela, pois há relatos da venda de Minoxidil que não compostos da sua substância pura e desta forma pode trazer efeitos nocivos a pele, por isso é muito importante manipular ou procurar marcas confiáveis que estão no mercado e que possuem o selo da Anvisa.

5 AS RELAÇÕES ENTRE A LOJA E O CONSUMIDOR

Vamos começar apresentando a forma de propaganda utilizada pelas lojas pesquisadas como forma de atrair o seu consumidor por meio das redes sociais, pois muitas destas lojas estão inseridas nas comunidades de pessoas trans, trazendo assim maior visibilidade e consequentemente muitos consumidores.

A propaganda realizada pelas lojas, é de fundamental importância, pois assim conseguem instigar a vontade do consumidor para realizar a compra, apresentando assim as informações e inovações dos produtos visando no conforto das peças e na segurança da compra.

Figura 19: Post da loja Di Macedo



Diego Macedo está com Thiago Scarlate.

15 de jan às 10:47 • 🌐

Bom dia galerinha.
 Estamos trazendo aqui para vocês, nosso binder triplo, com opção de fecho em zíper ou colchetes. Ele tem 24 cm de altura, em 16 tamanhos diferentes, para melhor se adequar a sua necessidade.
 Feito em elástico com costura resistente.
 Mais informações no privado ou whats da loja 11 96863-1784 😊

*Bonder Triplo
 cores
 fecho em zíper
 colchetes
 tamanhos!*

*1 por
 R\$ 39,99
 + 1 por*

*Medida em volta
 , na altura do
 em apertar e
 nada por baixo,
 a medida
 e 20 a
 a que
 pressão
 a!*

m	M1...96-100cm	EG1...122-125cm
m	M2...101-105cm	EG2...126-129cm
m	G1...106-109cm	EGG1.130-134cm

Fonte: Redes sociais, Facebook.

Com o passar dos anos as propagandas foram atualizando trazendo também perfis que não estão enquadrados nos padrões estabelecido pela sociedade como é possível observar nesta propaganda da loja Di Macedo, mais recente.

Figura 20: Propaganda mais recente da loja Di Macedo



Fonte: Redes sociais, Facebook.

Na propaganda vista acima da loja Di Macedo, Diego Macedo (proprietário da loja) mostra o seu principal produto que é o Binder e neste post é possível verificar as principais informações do produto, transmitindo a qualidade de seus materiais, os tamanhos e os preços.

Em outra loja, Transtore como demonstrado na foto abaixo que também tem no Binder o seu principal produto, traz outro tipo de linguagem que seria uma forma mais divertida e sanando as principais dúvidas que é o tempo de entrega e como fica no corpo, pois é feito sob medida. Isso mostra um olhar mais humanizando mostrando que se importa com os anseios e ansiedades dos seus clientes.

Figura 21: Propaganda no facebook da loja Transtore

Transtore Binders ...
 21 de jan às 13:19 • 🌐

Pensou em Binder, pensou Transtore! 😍👉

·
 Pensamos em todos os detalhes para garantir que seu binder dê o resultado ideal na roupa!

·
 Feito na sua medida e chega suuuuper rápido!!
 É quase comprou chegou aqui hahah,
 agilizamos seu pedido porque sabemos a importância de chegar o quanto antes!

·
 Já deu uma olhada nos modelos de binder disponível no site? .
www.transtore.com.br

·
 Qualquer dúvida pode chamar inbox!

·
 Modelo: @thienz.o

Fonte: Redes sociais, Facebook.

Figura 22: Propaganda da loja Transtore no Facebook




Fonte: Redes sociais, Facebook.

Nesta propaganda do Pump, por seu um produto mais difícil de ser encontrado nas lojas, tem uma propaganda mais simples e menos elaborada, pois a concorrência é bem menor, por isso é possível observar a diferença nas abordagens e linguagens nestas duas últimas propagandas mostradas acima que faz parte da mesma loja.

As propagandas da loja do Gael, que são mostradas logo abaixo apresentam uma outra forma de abordagem e linguagem com o seu público. Trazendo uma forma mais direta e transparente para se conectar com o seu cliente de maneira mais íntima, pois traz suas dificuldades e o seu esforço para manter uma boa qualidade dos seus produtos com um preço justo.

Figura 23: Propaganda da loja Gael Shopping trans

 **B Gael Martins** ▶ Venda de **Minoxidil para homens trans** ...
8 de jul de 2019 às 10:43 • 🌐

Bom dia querido amigo e cliente do Gordel! ❤️
Sai da frente que tô passando com minha publi
u.u

Apesar de tudo estar sofrendo ajuste de preços
hoje em dia, eu tô tentando manter os mesmos
valores na loja por mais tempo possível, pra
ajudar vocês. Não tá fácil pra ninguém, né
amigos? Tá tudo baratinho. Aqui a tabela:

Binder faixa: 40,00 ou TRÊS por 100,00
Binder Colete: 70,00 ou DOIS por 120,00
Minoxidil 30g: 40,00
Minoxidil 60g: 60,00
Minoxidil 100g: 80,00
Samba canção: 34,90
Cueca personalizada para packer: 39,90
Cinta reforçada para packer: 27,00

+ Diversos produtos 🍷

Fonte: Redes sociais, Facebook.

Figura 24: Propaganda da loja Gael Shopping Trans

 **Gael Shopping Trans** ...
15 de jan de 2019 às 09:56 • 🌐

Realize o sonho de ter barba! Use o produto
correto e dentro dos padrões que a ANVISA
estabelece.

O uso do minoxidil gera muitas dúvidas,
então não vamos fazer textão. Estamos
disponíveis para conversar e tirar todas as
dúvidas no privado ou WhatsApp. 34 9
91661151

Minoxidil 30g



R\$ 40,00

Minoxidil 100g



R\$ 80,00

Produto próprio para a pele do rosto
Data de produção e validade contidos no frasco

 **34 9 9166-1151**

Fonte: Redes sociais, Facebook.

Nas pesquisas e análises realizadas via internet, dos posts em redes sociais ao longo de mais de três anos, foi possível observar a relação das lojas com os seus clientes e todos os problemas que possam acontecer diante dos obstáculos que acabam aparecendo, exigindo muitas vezes a compreensão, paciência do consumidor aliado ao jogo de cintura dos funcionários da loja para lidar e resolver os problemas eventuais de uma compra.

Por isso é importante apresentar alguns trechos de relatos, retirados de perfis de lojas na rede social Facebook, que obtiveram bastante relevância nesta pesquisa, que mostra a realidade e o contexto de cada personagem inserido nesta comercialização.

Quando surgiram as primeiras lojas, as principais reclamações eram referentes a entrega, pois como ainda não tinha as várias possibilidades que temos hoje, sempre dava algum problema pela entrega via correios e isso ainda ficava muito mais difícil quando chegava algo errado principalmente na questão do tamanho dos produtos então além do consumidor pagar o frete ainda tinha que pagar o frete da devolução, ou seja ficava muito caro além dos prazos que quase não era cumpridos na data estimada de entrega e assim surgiram muitas reclamações. Exemplos de algumas reclamações realizadas por meio das páginas no Facebook.

Figura 25: Feedbacks de clientes na página Gael Shopping Trans

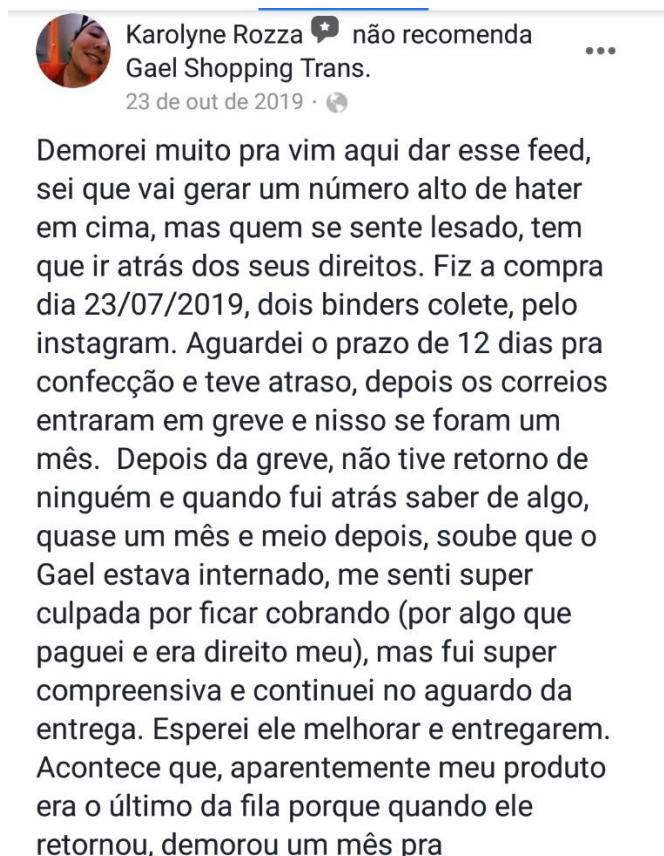


Figura 25: respostas dos feedbacks



Fonte: Redes sociais, Facebook.

Figura 26: Avaliação de clientes, na página Gael Shopping Trans



despacharem a entrega dos dois binders que comprei, e adivinha? O correio fez lambança, segundo Gael, porque segundo Os Correios, foi o despachante que colocou o CEP errado (eu liguei para os correios e informei o código de rastreio) e detalhe que tudo isso, eu quem ia atrás de resposta, eu quem ficava enchendo o saco mesmo pedindo alguma explicação. Nas últimas semanas, desisti do produto, pedi meu dinheiro de volta e me disseram que não poderiam devolver porque já tinham mandado confeccionar novamente os produtos já que os outros foram extraviados e não poderiam perder o que foi investido, me afirmaram que na segunda-feira iam despachar sem falta, e eu disse que se não fosse, ia abrir uma ação no procon, afinal já são quase 4 meses nessa transação. Resultado? Não enviaram. Pediram número da conta pra depósito, mas também não me respondem mais, só visualizam e ficam

il Loja Sobre Avaliações Fotos Vídeos

respondem mais, só visualizam e ficam online porque os stories estão lá sendo postados e eu to vendo a hora me bloquearem e eu sair perdendo. Não duvido do caráter de ninguém, isso aqui é uma transação comercial, e eu não posso sair perdendo. Muitos receberam e fico feliz por eles, mas eu não, infelizmente, porque a expectativa era alta demais.



4 comentários



Fonte: Redes sociais, Facebook.

Nesta imagem, mostra dois relatos de consumidores que realizaram a compra dos produtos da loja Gael shopping trans, porém passados quase 3 meses não receberam os produtos e não houve ressarcimento, segundo os autores dos relatos e assim evidenciando como tudo funcionava de maneira improvisada e assim ia desgastando a relação da loja junto ao consumidor,

gerando uma insegurança se a realizar a compra, receberia o seu produto. Pois fica claro que a loja respondeu, mas não apresentou nenhuma solução para o problema do cliente.

Neste relato abaixo mostra que não só o cliente ficava frustrado mas também os proprietários da loja que tinham que lidar com esses problemas que por muitas vezes não era de sua responsabilidade, mas como responsável pela compra era necessário arcar com tamanhas consequências. E por tamanha ansiedade os clientes por muitas vezes não conseguem compreender que a loja depende de outros serviços para que a compra seja entregue.

Figura 27: Post no perfil pessoal do Gael



Fonte: Redes sociais, Facebook.

Devido a tantos problemas relacionados a entrega, foi pensado um método voltado para diminuição dos custos de frete, que dependendo do lugar é muito caro. E assim recrutaram alguns homens trans de vários estados do brasil para serem uma espécie de revendedores, recebendo todos os pedidos daquela cidade e depois realizando a entrega dos produtos ao cliente, que geralmente era marcado no lugar que não ficasse distantes para ambos.

Existia uma data limite para determinada remessa a ser enviada, mas os empreendedores das lojas muitas vezes mandavam produtos a mais, caso alguém se interessasse já tinha a pronta entrega. Esse método perdurou por alguns anos, mas quando chegou a pandemia acabou não sendo mais possível realizá-lo devido ao distanciamento social imposto pelo coronavírus.

Na época deste relato em 2020, a forma mais tradicional e mais barata para realização do frete era os Correios apesar de ter outras empresas em sua maioria eram caras e assim encarecia o produto. Mas com a pandemia, onde o comércio virtual se fortaleceu mais, trazendo assim mais empresas a oferecer o serviço de logística mais rápido e assim deixando o mercado mais competitivo e conseqüentemente mais barato.

Figura 28: Post na página Ftm Store



Fonte: Redes sociais, Facebook.

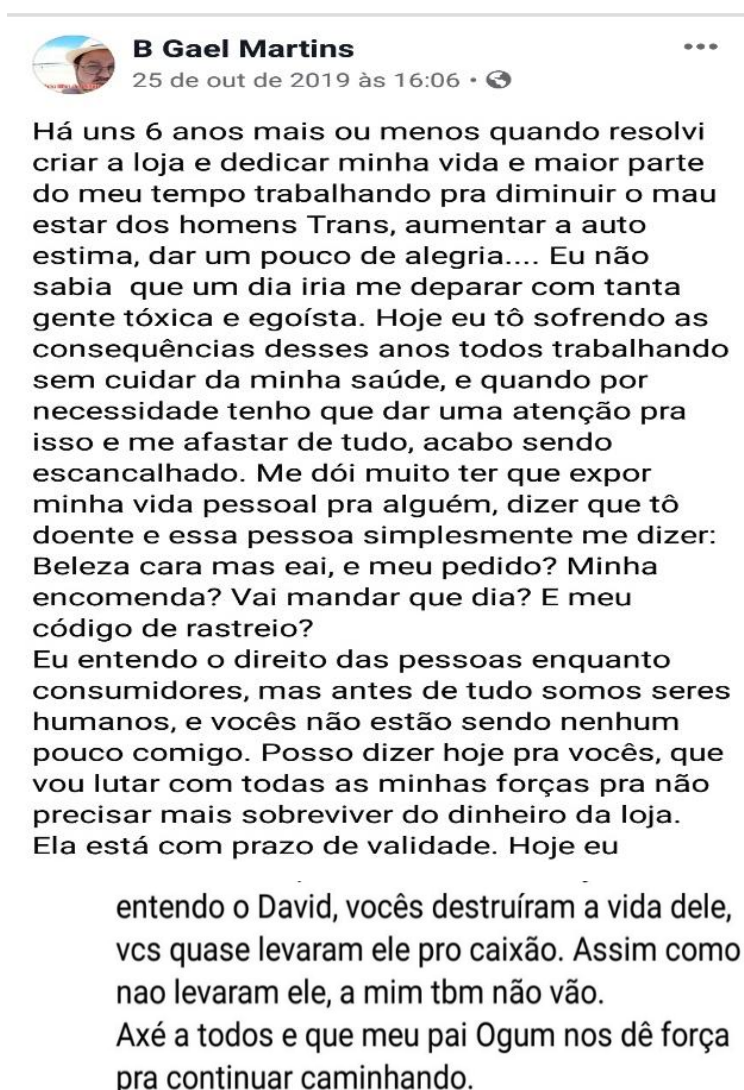
As reclamações referentes a qualidade dos produtos são poucas, tendo em vista que a qualidade apresentada pelos produtos destas lojas em sua grande maioria é de forma satisfatória. Até porque muitos clientes entendem que há anos tudo estava em descoberta e em fase de aprendizagem e que com o tempo foi adquirir experiências e assim proporcionar produtos melhores.

Realizei uma pesquisa aprofundada no reclame aqui, uma ferramenta muito utilizada nos tempos atuais para realizar reclamação de determinada loja. Através dos relatos presentes no site é possível notar um amadorismo e despreparo para lidar com os problemas pós-vendas, é possível verificar que há respostas por partes das lojas, porém com muito atraso e a resolução do problema quase nunca acontece. E todas as lojas que foram pesquisadas não tem verificação que seria o selo de confiança.

Também vemos através dos desabafos o lado negativo de está empreendendo neste setor, pois há uma grande pressão ao lidar com expectativas de pessoas que muitas vezes estão passando por momentos de tristeza e descoberta, colocando nos produtos oferecidos uma “salvação” para o que estão sentindo e passando com os seus corpos.

O que também acaba adoecendo como vemos no relato abaixo, aqueles que procuram de alguma forma ajudar, trazendo danos para sua saúde física e mental. Devido a essas dificuldades que acabaram trazendo malefícios para a saúde, o Gael acabou fechando a loja em 2023 e assim buscando novos caminhos profissionais.

Figura 29: Post no perfil pessoal do Gael



O David proprietário de uma loja de Packers artesanais, uma das primeira aqui no brasil, que foi citado na última parte do desabafo, por problemas de saúde também acabou fechando sua loja para empreender em outro ramo.

Figura 30: Feedback na página Gael Shopping Trans



Fonte: Redes sociais, Facebook.

Figura 31: Feedback na página Gael Shopping Trans



Fonte: Redes sociais, Facebook.

Através de pesquisas na internet, foi possível verificar as avaliações dos consumidores, que fazem elogios, sugestões e críticas através de comentários em redes sociais e avaliações que são disponibilizadas pelo google.

Como vemos alguns exemplos acima, clientes que ficaram satisfeitos com suas compras, dando também o seu testemunho da importância dessas lojas que com seus produtos contribuíram de forma fundamental para a autoafirmação na sociedade e bem-estar dos seus corpos. Com clientes não só do Brasil, mas de alguns países também.

A comunicação da loja com o seu público é fundamental para estabelecer uma relação de confiança e afeto, pois muitas vezes os clientes não se importam com o preço que em comparação nas lojas, a diferença é muito pequena, mas o que conta mesmo é o afeto e o acolhimento que o atendimento vai trazer para aquele indivíduo, em se sentir pertencente ao um espaço, já que geralmente está se redescobrando com um desejo de se encaixar na sociedade e a loja faz esta ponte de conexão.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vemos que ainda falta muito caminho a percorrer, muitas coisas para se desconstruir para que toda a população trans, mais especificamente os homens trans tenham uma vida digna com seus direitos básicos assegurados. É notório que o comércio voltado para os homens trans abriu muitas oportunidades de empreendedorismo e como uma maneira de sanar temporariamente a disforia de gênero, causada pela falta de investimento público em várias áreas, principalmente na saúde.

O fato é que esses produtos acabam compondo um sistema de consumo, que fica na lacuna deixada pelas políticas públicas precárias na grande maioria dos lugares do Brasil, pois o processo de transição demanda de vários profissionais de saúde e a grande demanda faz com que os poucos estados que possuem o serviço, não deem conta do mínimo, que seria o acolhimento e acompanhamento destas pessoas e apenas cinco estados brasileiros fazem o procedimento que é visto como fundamental, a cirurgia para retirada das mamas e os homens trans que não fazem parte destes estados e não podem se locomover para ir até lá, devido aos custos com transporte e estadia, acabam optando por consumir os produtos que são vendidos para de alguma forma suavizar, a disforia de gênero que sente e que por muitas vezes o impede socializar com outras pessoas.

Pois existem vários desdobramentos que ainda são desconhecidos e que ainda precisam ser mais explorados pela comunidade acadêmica, pois os homens trans ainda são experimentados, como por exemplo na utilização dos hormônios que não são feitos especificamente para pessoas trans, muito pelo contrário na bula desses medicamentos há a informação que não é recomendada a utilização e não se tem informações até o momento de quais são as consequências da utilização destes medicamentos em uso contínuo, já que serão utilizados por toda vida e com o desespero de iniciar a transição o mais rápido possível, faz com que nós trans não tenha a mínima noção das consequências futuras.

As lojas pioneiras no Brasil que são a real Packers do David, encerrou suas atividades em 2018 para seguir em outro ramo e a do Gael shopping trans encerrou suas atividades em 2023. Mas as lojas Di Macedo roupas e acessórios e Transtore seguem firmes com um destaque maior para a transtore que hoje em dia é referência no brasil, pois trouxeram muitas tecnologias aos seus serviços além da variedade de seus produtos, com preços acessíveis. Possuem um Instagram ativo com postagens criativas e bem elaboradas, fazem promoções e estão disponíveis: No site, no APP, WhatsApp, Shoppe e mercado livre. E é bem avaliada em todas

as plataformas, com isso mostraram que com o tempo somado a experiências conseguiram evoluir e oferecer um serviço de qualidade e conquistar a confiança dos seus clientes.

Assim acompanhamos a importância do consumidor saber os seus direitos e deveres, a fim de estabelecer um equilíbrio para que ambas as partes não saiam no prejuízo e possam assim fazer negociações com preço justo e com garantias que os seus direitos serão cumpridos.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Cora. Arquivo Histórico. 1 fotografia. Disponível em: https://archive.wislgbthistory.com/people/peo-k/kerwineo_ralph.htm. Acesso em 24 jun. 2024.
- ARAÚJO, Erika; THEOPHILO, Glauca. Transgêneros: ainda incompreendidos? **Revista do-ciência e cibercultura**. Rio de Janeiro v. 3 n.1 p. 81 Jan/Abr. 2019. Acesso em: 15 mar. 2023.
- BAUMAN, Z. **Vida líquida**. (2009). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.
- Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa. Departamento de Apoio à Gestão Participativa. Transexualidade e travestilidade na saúde / Ministério da Saúde, Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa, Departamento de Apoio à Gestão Participativa. – Brasília: Ministério da Saúde, 2015.
- COSTA, Gessika. Mercado para pessoas trans ganha força e é aposta de novas marcas. **Terra**, 2022. Disponível em: https://www.terra.com.br/nos/mercado-para-pessoas-trans-ganha-forca-e-e-aposta-de-novas-marcas,e98da506c90150d87985229a4ea4d0f5z0ea-fskb.html?utm_source=clipboard. Acesso em: 25 nov. 2023.
- FTM STORES. Informações sobre produtos comercializados através da loja. Facebook: FTM stores, 2015. Disponível em: <https://www.facebook.com/ftmstorepackers>. Acesso em: 08 jun.2020.
- GOFFMAN, Erving. **Estigma**: Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.
- MACEDO, Diego. Informações sobre venda de produtos. 2013. Facebook: Di Macedo. Disponível em: <https://www.facebook.com/dimacedoo> Acesso em: 08 jun.2020.
- MARTINS, Gael. Respostas sobre problemas com os produtos. 2019. Facebook: B Gael Martins. Disponível em: <https://www.facebook.com/BernardoGaelBinders>. Acesso em: 15 jun.2022
- MELO, Aline. Uso inadequado do Binder pode comprometer a saúde de homens trans, alerta estudo do HC-UFPE. **Folha de Pernambuco**, 2022. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/noticias/uso-inadequado-do-binder-pode-comprometer-a-saude-de-homens-trans/223312/>. Acesso em: 23 fev. 2025.
- PALHANO, Luciano; TENÓRIO, Leonardo. Relatos históricos das transmasculinidades no Brasil. **Revista estudos transviades**, v. 3, n. 5, p. 66-79, jun. de 2022. Disponível em: <https://revistaestudostransviades.wordpress.com/wp-content/uploads/2022/06/revista-estudos-transviades-v.3-n.-5-3.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2023.
- PIMENTEL, Adelma; CASTRO, Ewerton; MIRANDA, Davi. Compreensão fenomenológica existencial da identidade de homens trans. **Estudos Contemporâneos da Subjetividade. Revista de Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 2, p. 229 – 239. 2018. Disponível em: <http://www.periodicshumanas.uff.br/ecos/article/view/2855>. Acesso em: 25 set. 2022.

PINHEIRO, Raquel. 2024. 1 fotografia. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/entretenimento/tv-e-novelas/estrela-da-casa/noticia/2024/08/estrela-da-casa-entenda-o-que-sao-as-fitas-pretas-no-peitoral-de-nick-cruz.ghtml>. Acesso em: 10 nov. 2024.

REDE TRANS. **Saúde do homem trans e pessoas transmasculinas**. [S. l.], [2019?].

REZENDE, Graziela. **O pintor Lourival Bezerra de Sá viveu em Ituverava (SP) na década de 1970**. 1 fotografia. Disponível em: <https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/noticia/2019/03/13/justica-determina-enterro-de-mulher-que-se-identificava-como-homem-corpo-esta-ha-158-dias-no-imol-em-ms.ghtml>. Acesso em: 5 jan. 2024.

SERRANO, Jéssica Leite; CAMINHA, Iraquitã de Oliveira; GOMES, Isabelle Sena. Homens trans e atividade física: a construção do corpo masculino. **Movimento**, [S. l.], v. 25, p. e25007, 2019. DOI: 10.22456/1982-8918.83494. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/83494>. Acesso em: 10 ago. 2022.

SKIDMORE, Emily. **True Sex: The Lives of Trans Men at the Turn of the Twentieth Century**. New York: NYU Press, 2023.

SOUSA, Diogo; IRIART, Jorge. "Viver dignamente": necessidades e demandas de saúde de homens trans em Salvador, Bahia, Brasil. **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 34, n.10, p. 2-11, nov. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-311X00036318>. Disponível em: <https://cadernos.ensp.fiocruz.br/ojs/index.php/csp/article/view/6793/14677>. Acesso em: 14 nov. 2024.

TRANSTORE. **Transtore**, 2025. Disponível em: <https://www.transtore.com.br/index.php?route=common/home> Acesso em: 08 jun.2020

VASCONCELOS, Caê. **João W. Nery**. 1 fotografia. Disponível em: <https://ponte.org/pioneiro-trans-a-trajetoria-de-joao-w-nerly/>. Acesso em: 20 jan. 2024.

WITTMANN, Isabel. O Corpo Nasce de uma Identidade: reflexões sobre a construção do corpo em experiências transgênero. **cadernos de campo**, vol. 28, n.2, São Paulo, 2019.