

Turismo sexual: Carnaval, os prazeres da carne

Sex tourism: Carnival, the body pleasure

Nicole Kira Marques (MARQUES, N. K.)* e
Lorena Angélica Mancini (MANCINI, L. A.)**

RESUMO - O trabalho em questão vem explorar sobre um assunto bastante polêmico e pouco divulgado na mídia, o turismo sexual. Este segmento turístico vem crescendo de maneira significativa no Brasil e no mundo, acontecendo muitas vezes de forma clandestina. O foco do trabalho é analisar de forma qualitativa o turismo sexual no carnaval brasileiro de 2013, especificamente em três cidades, sendo elas o Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. O instrumento utilizado para se levantar os dados foi uma entrevista semiestruturada com garotas de programa das cidades citadas anteriormente, para verificar com as mesmas o fluxo e o perfil destes turistas que procuram por seus serviços nas épocas carnavalescas. Mediante as análises foi possível verificar que este segmento necessita de mais estudos qualitativos para realmente se entender a dimensão real do problema, visto que analisar o fenômeno apenas no carnaval é muito restrito para um problema que tem tomado proporções alarmantes.

Palavras chave: Turismo Sexual; Carnaval; Prostituição.

ABSTRACT - The work in question explores a subject quite polemic and poorly publicized in the media, the sex tourism. This tourism segment is growing significantly in Brazil and all over the world, occurring very often clandestinely. The focus of this paper is to analyze in a qualitative form the sex tourism in Brazilian Carnival, specifically in three cities which are Rio de Janeiro, Salvador and São Paulo. The instrument employed to collect the data was a semistructured interview with escort girls of the mentioned cities to check with them the flow and profile of these tourists looking for their services during the Carnival. By this analysis was verified that this segment needs more qualitative studies to really understand the true dimension of the problem, since analyzing the phenomenon only during the Carnival is very restricted to a problem that has been taking alarming proportions.

Key words: Sex Tourism; Carnival; Prostitution.

* Formação: Graduação em Turismo (Bacharelado) pela Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR), campus FECEA. Atividade profissional: Secretária na Student Travel Bureau (STB). Endereço físico para correspondência: Rua Haiti 331, Apartamento 15B. CEP: 12235-070 – São José dos Campos – São Paulo (Brasil). E-mail: nicole_0806@hotmail.com

** Formação: Graduação em Turismo e Hotelaria (Bacharelado) pela Universidade do Norte do Paraná (UNOPAR); Especialização em Turismo, Políticas Públicas e Desenvolvimento Local pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas); Especialização em Metodologia da Ação Docente com Ênfase no Ensino Superior, pela Faculdade Paranaense (FACCAR); Mestrado em Turismo pela Universidade do Itajaí (UNIVALI). Atividade profissional: Professora Assistente na Faculdade Estadual de Ciências Econômicas de Apucarana. Endereço físico para correspondência: Rua Monteiro Lobato, 895. CEP 86600-000 - Rolândia - Paraná (Brasil). E-mail: lo_mancini@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

O turismo encontra-se em constante processo de consolidação, como uma atividade contemporânea que faz com que sua prática seja relevante ao crescimento e desenvolvimento da sociedade como um todo, através da geração de lucros e empregos, do estímulo à valorização da cultura, das parcerias geradas entre o poder público e a iniciativa privada dentre outros benefícios.

As motivações para a prática desta atividade são as mais variadas, há alguns que procuram se envolver com a natureza, conhecer novas culturas, cuidar da saúde, desenvolver novos negócios, participar de eventos dos mais variados segmentos dentre outras. O importante é que a partir de todas estas, busca-se proporcionar ao turista uma melhor qualidade de vida. Entretanto há um segmento atrelado ao turismo, em que os turistas buscam satisfazer basicamente necessidades sexuais, caracterizando assim o que se denomina pelo senso comum como turismo sexual.

Totalmente atrelada ao turismo sexual tem-se a prostituição que segundo Guimarães e Merchán-Hamann (2005) é uma atividade milenar que passou por vários processos de transformações, indo da profanação até a legalização como uma profissão no Brasil. Na presente pesquisa se une o estudo sobre turismo sexual e a prostituição com o carnaval brasileiro, festa esta que representa a identidade do país, e que segundo Felliciano (2009) também é a “festa da carne, da orgia, do sexo fácil [...] prostituição”.

Considera-se que este artigo se torna importante por ser um dos poucos destinados a abordar sobre o turismo sexual na época do Carnaval, festa esta que segundo o autor acima citado divulga o sexo e a orgia. Isso, pois se verificou que no meio acadêmico, não são muitos os estudos publicados, que se destinam à discussão deste assunto, e também no âmbito social, pois de acordo com Felix e Panzon (2013) o turismo sexual é um problema que ocorre no Brasil e que contribuiu para o aumento de várias atividades ilícitas, entre estas o abuso sexual, a violência, o uso de drogas, as doenças sexualmente transmissíveis e outras.

Posto isso, apresenta-se como objeto central deste estudo analisar de forma qualitativa a opinião de personagens que atuam no turismo sexual no Brasil, ao considerar não somente aspectos estatísticos deste problema. Assim, o principal objeto

de estudo se pauta sobre o turismo sexual durante o carnaval das cidades do Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.

Visto que a prostituição envolve tanto heterossexuais quanto homossexuais, sem contar as pessoas comuns em busca de aventuras amorosas não necessariamente ligadas à prostituição, a presente pesquisa teve como delimitação do seu objeto de estudo a análise da relação entre turistas homens e garotas de programas locais.

2 CONTEXTUALIZANDO O TURISMO SEXUAL

O Brasil é um país com grande potencial turístico, entretanto este potencial ainda não é utilizado como deveria (FREITAS, 2013). Mas sem o devido planejamento pode acarretar uma série de prejuízos tanto para a população de um determinado local quanto para o próprio espaço onde está inserido. Neste aspecto, uma modalidade que vem ganhado destaque no Brasil é a do turismo sexual. É pertinente mencionar que existem autores que discordam que esta modalidade seja considerada como um segmento, evidenciando isso Feijó e Calazans (2002) opinam que:

O turismo sexual, filão bastardo do segmento de turismo, é ignorado pela maioria dos autores que estudam segmentação de mercado em turismo, embora citem em alguns trechos seus atrativos, a simples idéia que esse segmento exista, causa sensações desagradáveis em todos os membros do mercado internacional do turismo.

Em contrapartida, Bem (2005, p. 20) escreve que o “turismo sexual não poderia ser contemplado de forma isolada do próprio turismo. A intimidade de ligação entre ambos está vinculada ao modelo, historicamente constituído, de desenvolvimento da atividade”.

Considerando estas afirmações, é possível explicar que existem divergências quando o assunto é o do turismo sexual. Alguns autores não o classificam como modalidade, enquanto outros afirmam que ele está sim ligado ao desenvolvimento da atividade turística, porém todos concordam que ele existe e que deve ser analisado. Mas o que seria este turismo sexual?

Os autores Fabris e Sonaglio (2010, p. 138) comentam que:

O turismo sexual se apresenta como a viagem turística que inclui, no pacote, além do transporte, da hospedagem, da alimentação, o sexo com a população nativa do destino. Pode estar contratado no pacote de viagem, pode ser contratado no destino turístico, não obstante entendemos que pode, também, ocorrer na casualidade dos relacionamentos fugazes, nos “amores de verão” [...] É uma atividade marginal do turismo, que parece nascer da pobreza e da submissão sociocultural.

Na citação acima os autores apontam um cenário onde o turismo sexual pode se utilizar de todo o *trade* turístico de uma localidade para acontecer, pois o turista além de praticar relações sexuais com “profissionais de sexo”, também estará utilizando de todo um arcabouço turístico. Além disso, como já dito este segmento de turismo pode, muitas vezes, ser associado ao aumento de atividades ilícitas que se fazem presentes em países emergentes como: prostituição, pedofilia, abusos sexuais entre vários outros.

Identifica-se que um dos alvos utilizados para a prática do turismo sexual são as crianças e os adolescentes, que vivendo na miséria, possuindo uma família mal estruturada e não tendo acesso à educação começam a se prostituir (VALLE, 2013). De acordo com o Centro de Referência, Estudos e Ações sobre Crianças e Adolescentes na América Latina e Caribe¹ (*apud* LEAL, 1999, p. 13) esta exploração acontece envolvendo "agências de viagens e guias de turismo, hotéis, bares, lanchonetes, restaurantes e barracas de praia, garçons e porteiros, postos de gasolina, caminhoneiros e taxistas, prostíbulos e casas de massagem, além da tradicional cafetinagem".

De forma geral as conceituações sobre turismo sexual trazem que este é a movimentação de pessoas para praticarem atividades sexuais remuneradas em locais turísticos, neles usufruindo-se de todas as suas infraestruturas e contando muitas vezes com a parceria dos que trabalham diretamente com os serviços oferecidos por esta modalidade.

Independente de serem motivados pelo sexo ou este se caracterizar como motivação secundária, Felix e Panzon (2013) apontam que esta modalidade contribui para o aumento de problemas sociais. Nesse sentido os autores mencionam que o turismo sexual contribui para:

[...] o aumento do número de casos de DST's, com o tráfico de entorpecentes e de seres humanos, violência, estupro, pedofilia, assédio sexual e outras

¹ Centro de Referência, Estudos e Ações Sobre Crianças e Adolescentes – CECRIA & GABINETE DO DEPUTADO ANTÔNIO JOSÉ - CAFU - PT/DF. **Exploração Sexual e Maus Tratos de Crianças e Adolescentes - Mapeamento Geográfico do Distrito Federal e Entorno**. Brasília: CECRIA, 1996.

atividades ilícitas, que marginalizam principalmente nossa população menos favorecida, tornando-as vulneráveis as atrocidades destes que vem ao nosso estado, usando, humilhando e iludindo nosso povo com dinheiro “fácil”, se disfarçando de turistas. (FELIX; PANZON, 2013, s./p.).

Dessa forma, é possível considerar que a prostituição está interligada ao turismo sexual, pois para o mesmo acontecer é necessário que pessoas se prostituam para então assim, satisfazer as necessidades dos turistas. Com tudo o que foi comentado até este momento, considera-se ser imprescindível que se trate sobre a prostituição na história do Brasil e do mundo.

2.2 A PROSTITUIÇÃO NA HISTÓRIA DO BRASIL E DO MUNDO

Como visto a prostituição constitui-se em uma prática milenar (GUIMARÃES; MERCHÁN-HAMANN, 2005). Segundo o Guia da Cidade do Rio de Janeiro (2012, s./p.) “historicamente, as viagens e a prostituição têm sido muitas vezes associadas”.

De acordo com Braga (2010, s./p.) a prostituição “é a atividade que consiste em oferecer satisfação sexual em troca de remuneração”. Por sua vez, para Roberts² (*apud* PEREIRA, 2008) a prostituição era uma profissão respeitada na antiguidade, entretanto com o passar dos anos começou a ser considerada como uma ameaça. Ainda de acordo com o autor, Atenas foi a cidade onde se iniciou a exploração das mulheres como escravas, pois Sólon³ ao perceber os lucros da prostituição criou os bordéis, e estes eram todos administrados pelo Estado. Em Roma a prostituição também era bem vista, e na época da prostituição religiosa eles adoravam a deusa Vênus que era considerada a protetora das prostitutas (ROBERTS *apud* PEREIRA, 2008)⁴. Após a queda do Império Romano, a prostituição começou a ser reprimida e “na França, o rei Carlos Magno,

² ROBERTS, N. **As Prostitutas na História**. Rio de Janeiro: Ed. Rosa dos Ventos, 1999.

³ Sólon foi um poeta, aristocrata e estadista de Atenas, sendo mais conhecido como legislador e poeta lírico. Nasceu em berço nobre, tendo sua família empobrecida posteriormente, forçando-o ainda jovem a dedicar-se ao comércio, profissão considerada menor e vil entre a sociedade grega clássica. Atinge enorme prestígio ao liderar os atenienses em batalhas. Por meio de sua eleição como arconte, em 594 Ac (título dado ao nobre da assembleia de Atenas, algo semelhante a um magistrado), Sólon recebe da população de Atenas poder absoluto baseado na sua alegada capacidade de dirimir as questões e pendências de modo sábio e satisfatório. É a Sólon que se deve a noção de democracia. (SANTIAGO, 2014).

⁴ ROBERTS, N. **As Prostitutas na História**. Rio de Janeiro: Ed. Rosa dos Ventos, 1999.

decretou no ano de 801 severas penalidades, que poderiam chegar à pena de morte, às mulheres que se prostituíam” (MUSEU DO SEXO, 2013).

Tratando de forma breve sobre a prostituição em outras épocas, é possível citar o século XVI que segundo Ceccarelli (2008, p. 3): “Em consequência da ação conjunta das igrejas católica e protestante, a prostituição caiu na clandestinidade”. Ainda de acordo com o autor, a Revolução Industrial estimulou as mulheres que estavam à procura de condições melhores de vida, para que começassem a se prostituir. Também menciona que em 1921 a Liga das Nações iniciou o processo para debater sobre o tráfico de mulheres e crianças, e em 1946 a Organização das Nações Unidas tomou medidas como forma de acabar com a prostituição. Ainda, observa que na década de 80 devido ao alto índice de doenças sexualmente transmissíveis, houve intervenções diretas na prostituição.

Segundo Margareth Rago⁵ (*apud* PEREIRA, 2008, p. 4): “Nos últimos 40 anos [...] o sexo está deixando de ser patológico, de estigmatizar o que pode e o que não pode. A revolução sexual transformou os costumes. Mas a sociedade ainda é conservadora e há forte preconceito contra essas mulheres”.

Referente à situação da prostituição no Brasil, Ceccarelli (2008, p. 4) contribui discorrendo que no país “a prostituição adulta é legal”. Complementando isso, tem-se que no ano de 2002 foi incluída na Classificação Brasileira de Ocupações⁶ sobre o código 5198, a categoria de profissionais do sexo. Além disso, de acordo com Nanô (2013) em 2013 o deputado Jean Wyllys⁷ formalizou um pedido para a legalização das casas de prostituição e a garantia de leis trabalhistas e um lugar seguro para as prostitutas trabalharem, entretanto até o presente momento o projeto ainda não foi acatado.

O turismo sexual está vinculado à prostituição, pois se reflete que não haveria o turismo sexual se não houvesse pessoas que vendessem o seu corpo para os turistas.

⁵ RAGO, M. **Os Prazeres da Noite**: prostituição e códigos da sexualidade feminina em São Paulo (1890-1930). São Paulo: Paz e Terra, 2008.

⁶ Classificação Brasileira de Ocupações é o documento que reconhece, nomeia e codifica os títulos e descreve as características das ocupações do mercado de trabalho brasileiro. (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2014)

⁷ Jornalista e linguista, é deputado federal pelo PSOL-RJ e integrante da frente parlamentar em defesa dos direitos LGBT. (CARTA CAPITAL, 2012, s./p.).

Assim considera-se pertinente afirmar que o turismo sexual no Brasil está alinhado à prostituição.

3 O TURISMO SEXUAL NO BRASIL

Bignami (2002) menciona que em termos de atratividade para o turismo a imagem do Brasil no exterior se qualifica em diferentes categorias entre elas ganha destaque por ser o Lugar do Sexo Fácil tendo como principal símbolo a mulher brasileira e o País do Carnaval. A autora coloca ainda que esta imagem que o estrangeiro possui do país, foi construída devido à forma como o próprio turismo é divulgado. Acredita-se que esta imagem seja um dos motivos pelos quais o Brasil possa ter se tornado um dos destinos escolhidos pelos turistas com interesses sexuais.

De acordo com o *site* Rede Evangélica Nacional de Ação Social (RENAS, 2012) o Brasil se tornou um destino de turismo sexual entre as décadas de 1980 e 1990 e isso aconteceu devido à saturação do mercado sexual asiático, fazendo com que as pessoas voltassem seus olhos para o país, que atualmente é considerado um dos destinos preferidos dos turistas sexuais. A propósito, Rebouças (2013) acrescenta que “o Brasil é um dos principais destinos do turismo sexual, ao lado de países como Marrocos, Camboja, Colômbia, Costa Rica, China, Cuba, Peru e Tailândia”.

Com esta afirmação, verifica-se que os países que são destinos desta modalidade de turismo são em grande parte, considerados em desenvolvimento ou subdesenvolvidos e que como dito anteriormente sofrem pelas práticas de atividades ilícitas, sendo possível afirmar a prostituição feminina como uma destas.

Complementando o que o turista com interesse sexual procura Guimarães⁸ (*apud* SILVA, 2009) menciona que no Brasil estes turistas além de procurarem prostitutas buscam também por garotas que sirvam de acompanhantes, tanto para satisfazer suas necessidades sexuais quanto para servir de guias para mostrar os atrativos turísticos, dentre outros.

Um fator que facilitou muito a entrada do Brasil na rota do turismo sexual segundo Dias Filho (2004, p. 376) foi:

⁸ GUIMARÃES, M. J. B. “Empresário procura mulher jovem, morena, bonita, liberal...” *explorando os anúncios de estrangeiros*. Salvador: EDUFBA, 2002.

A falta de planejamento adequado para disciplinar o fluxo turístico para o Brasil, aliado a pobreza instalada nas principais regiões de atração turística, como o Nordeste, por exemplo, também serviram de campo para a atuação dos aliciadores de mulheres que puderam se instalar, receber os turistas estrangeiros que vinham atraídos pela propaganda oficial e propiciar-lhes o que antes era buscado no Caribe e no Pacífico: *sea, sun and sex*.

O autor ainda coloca que o principal destino dos turistas sexuais é o litoral brasileiro. É possível imaginar o porquê das praias chamarem tanto a atenção destes turistas, pois além de ser divulgada toda a beleza natural dos lugares em si, a imagem da mulher seminua está vinculada com esta propaganda. O turismo como já mencionado, é uma das atividades que mais movimenta pessoas, e nos últimos anos o número de turistas estrangeiros está crescendo de maneira significativa. A esse respeito, Leirner (2007) discorre que em janeiro de 2006 a entrada de estrangeiros no Brasil ficou próxima aos 65 mil. "Como não existem estatísticas sobre turistas sexuais no país, é impossível afirmar quem é quem nesses vãos". (LEINER, 2007, p. 1).

Em outras palavras, pode-se deduzir que com o crescimento do turismo no Brasil cresce também o turismo sexual, entretanto é difícil precisar em números exatos qual a incidência deste tipo de turistas.

Mesmo com a dificuldade dos números, alguns autores arriscam traçar o perfil do turista sexual. De acordo com o *site* RENAS (2012), a Organização Mundial do Turismo - OMT realizou uma pesquisa em 2005, na qual buscava apontar o perfil deste turista, ele geralmente "é de classe média, tem entre 20 e 40 anos de idade, viaja desacompanhado ou com outros homens. Italianos, portugueses, holandeses e norteamericanos lideram o ranking dos turistas sexuais". Acrescentando a isso Salles (2005) observa que:

O alemão, o suíço, o italiano e o espanhol vão ao Brasil com o claro intuito de conseguir sexo barato com as belas mulatas que vêm nos programas de TV ou nos eventos relativos ao Brasil aqui na Europa. Ao verem as mulatas rebolando suas bundas desnudas a um ritmo alucinante, as imaginam fazendo o mesmo movimento em suas camas o que para muitos é uma imagem para lá de excitante, talvez até mesmo a materialização de um sonho erótico.

De acordo com o Conselho Regional de Psicologia - SP (1997) o turismo sexual ganhou visibilidade apenas nos últimos anos, pois até então era "anestesiada" perante a sociedade brasileira, que não imaginava a gravidade do problema. Com isso foram organizadas várias campanhas com o intuito de liquidar o turismo sexual no país. Como

exemplo destas campanhas é possível citar, em 1994 a Campanha Nacional pelo Fim da Violência, Exploração e Turismo Sexual⁹ (CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA – SP, 1997). Em 2002, o atual Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) lançou a Campanha de Combate à Exploração do Turismo Sexual Infante Juvenil¹⁰, e em 2006 foi lançada a campanha “Turismo Sexual não é a nossa praia¹¹” em Alagoas (CASTRO, 2006). E de acordo com a Revista Exame (2010, s.p.) o governo federal estará promovendo “uma campanha para combater a exploração sexual de crianças e adolescentes na Copa do Mundo de 2014”.

Se baseando no exposto até então, acredita-se que a prática do turismo sexual no Brasil acontece também devido à imagem estereotipada que o país passa para os estrangeiros, e com esta imagem o turista cria uma expectativa e vem ao país para praticar estas atividades sexuais, pois toda a divulgação realizada leva a crer que o país seja realmente o país do sexo fácil.

Discorrendo sobre esta informação Moura (2013, p. 1) menciona que:

A imagem do Brasil é comumente associada à figura da mulher, em geral, como complemento de atrativos como praias paradisíacas, natureza exuberante e Carnaval. A mulher brasileira habita o imaginário do estrangeiro desde a época do descobrimento, e até hoje, o Brasil é visto como lugar de sexo fácil e barato.

Em complemento a esse assunto, Feijó e Calazans (2002) colocam que um trecho da Carta de Pero Vaz de Caminha no ano de 1500, já elogiava os atributos físicos das brasileiras chegando a dizer que as mulheres portuguesas se as vissem, sentir-se-iam envergonhadas por não possuir as mesmas características. Além das cartas e gravuras, pinturas mostraram a mulher brasileira nua e exótica, como exemplo cita-se outro

⁹ Campanha realizada em 1994, concentrando esforços de diversas entidades, com o intuito de combater o turismo sexual no país. (CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA SP, 2007).

¹⁰ Campanha realizada em 2002, pela EMBRATUR, com o intuito de combater a exploração sexual infante-juvenil, e esta campanha foi veiculada até o fim do carnaval de 2002 (FOLHA DA REGIÃO, 2002).

¹¹ Campanha realizada em 2006, com o apoio da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas (ABIH-AL) e do Maceió Convention & Visitors Bureau, o Ministério Público do Estado de Alagoas e o Fórum Estadual pela Erradicação do Trabalho Infantil e Proteção do Adolescente Trabalhador, com o intuito de combater o turismo sexual (CASTRO, 2006).

navegante que registrou sobre as brasileiras: Américo Vespúcio, que segundo Bueno¹² (*apud* FERREIRA L., 2011), visitou o Brasil um ano após o seu descobrimento e ao retornar para Lisboa em 1502, escreveu uma carta para Lorenzo de Medicí¹³, e o teor de sua carta era sobre a vida sexual dos indígenas e seus rituais antropofágicos. De acordo com Bignami¹⁴ (*apud* KAJIHARA, 2008, p. 30):

Até o início do século XX, as artes e os relatos de viajantes eram praticamente a totalidade de opiniões a respeito do Brasil. Mas foi a partir da era dos meios de comunicação em massa que a imagem do Brasil passou a ser difundida de modo significativo ao exterior.

Analisando estes dados, chega-se a conclusão de que os meios de comunicação em massa, como jornais, revistas, televisão, rádio entre outros foram grandes incentivadores para que a imagem do país fosse divulgada, por vezes, de forma errônea ou equivocada.

De acordo com Caetano¹⁵ (*apud* GOMES, 2010, p. 53) “o marketing turístico institucional da EMBRATUR utilizou seguidamente imagens de mulheres seminuas. As mulheres tornaram-se atrativos turísticos”. A propósito, Feijó e Calazans (2002, s./p.) acrescentam que a EMBRATUR “teria sido um dos responsáveis pela consolidação do Brasil como rota do Turismo Sexual, já na década de 80. Através da sua política de propaganda, associando a imagem da mulher nativa às paisagens naturais”.

De acordo com Kajihara (2008) a EMBRATUR depois de criar campanhas de combate ao turismo sexual, começou a não utilizar a imagem da mulher em seus materiais promocionais. Entretanto no ano de 1999, “foram encontrados alguns materiais autorizados pela entidade, que são posteriores a campanha, mas que ainda utilizam a imagem da mulher como forma de divulgação do país, porém, de modo mais sutil”. (KAJIHARA, 2008, p. 62).

¹² BUENO, E. **Náufragos, traficantes e degradados**: as primeiras expedições ao Brasil, 1500-1531. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

¹³ Conhecido como Lorenzo o Magnífico. Banqueiro e governante florentino nascido em Florença, cujo final de governo marcou o início do Renascimento florentino. (LOPES, 2009).

¹⁴ BIGNAMI, R. **A imagem do Brasil no turismo**. 2. Ed. São Paulo: Ed. Aleph, 2005.

¹⁵ CAETANO, R. A publicidade e a imagem do produto Brasil e da mulher brasileira como atrativo turístico. In: **Anais...** do CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, Porto Alegre. São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.

Portanto, é possível se dizer que a imagem da mulher como atrativo turístico por muito tempo foi divulgada pelos próprios órgãos de turismo do Brasil. As imagens remetiam à ideia do país do sol, do mar e da mulher seminua como produto.

Complementando isso, Franchi¹⁶ (*apud* GABRIELLI, 2006, p. 7) comenta que:

O turismo é uma atividade de exploração da subjetividade do ser humano, que, por sua vez, consente comprar um pacote turístico para usufruir ilusoriamente das imagens e sonhos que o turismo proporciona. Neste sentido, embora o turismo afete os diversos sentidos humanos, a sua principal linguagem é a imagem, e a partir dela, a publicidade torna-se uma importante ferramenta de persuasão.

Em síntese, analisa-se que estas formas de divulgação chamam a atenção dos turistas de maneira errônea, porque vendo as imagens eles podem ser levados a acreditar que o Brasil é um paraíso, que o brasileiro é feliz e que as mulheres com seus corpos e traços sensuais estão sempre à disposição, especialmente no Carnaval onde segundo Zaroni (2013) é “sinônimo de alegria diversão e também luxúria”.

4 O CARNAVAL COMO ATRATIVO AO TURISTA SEXUAL

O Carnaval brasileiro é uma das festas que mais atrai turistas de diversos lugares do mundo. As grandes cidades ficam repletas tanto de turistas estrangeiros quanto de brasileiros (GUIA DE VIAGENS DREAMGUIDES, 2014).

Tratando de forma sucinta, no *site* Significados (2013, s./p.) consta que o termo “carnaval vem do latim “carne vale” que significa dizer adeus a carne”. De acordo com Ferreira¹⁷ (*apud* FERREIRA; VILAS BOAS, 2009, p. 43) “a origem da festa carnavalesca está coberta de mistérios e controvérsias [...]. O certo é que só existem referências ao termo ‘Carnaval’ a partir do século XI, quando a Igreja decide instituir o período da Quaresma”, período de quarenta dias em que as pessoas fazem privações. Assim, conclui-se que o carnaval acaba sendo o contraponto, pois a própria palavra recomenda os “prazeres da carne”.

¹⁶ FRANCHI, A. C. P. O marketing e os efeitos receptivos no turismo. In: **Mídia, imagens do turismo: uma proposta de desenvolvimento teórico para as áreas de comunicação e turismo**. Organização Lurdes Dorta e Juan Droguett. São Paulo: Textonovo, 2004, p. 119 – 144.

¹⁷ FERREIRA, F. **O livro de ouro do Carnaval brasileiro**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004. 421 p.

Complementando isso, Zaroni (2013, p. 1) observa que o Carnaval “é uma celebração em que é permitido soltar as feras, liberar as fantasias e desejos sem medo”. Acrescenta que “as marchinhas ou músicas têm um cunho sexual e as pessoas são estimuladas o tempo todo a liberar o seu lado mais instintivo”. E ainda que no carnaval, o sexo casual é ainda mais tolerável (ZARONI, 2013, p. 11).

Sobre o carnaval, Bignami (2002, p. 118) coloca que:

O carnaval é associado também a liberação sexual, ou seja, mesmo por meio de uma manifestação cultural, o País é um atrativo turisticamente pela sensualidade. O carnaval é muitas vezes comparado à *loucura*, à *ilusão*, a um *vulcão em erupção*, a um *louco espetáculo*, aos *dias mais doidos de todo o ano*, ao *total frenesi* [...] O carnaval transmite ao estrangeiro a idéia de 96 horas de total loucura, onde se pode fingir de tudo, inclusive fingir de esquecer e se dar ao mais completo ritual de luxúria e sensualidade.

Em outras palavras, na época do Carnaval tudo o que é “proibido” se torna liberado, ninguém é de ninguém, e o clima sexual está em plena erupção. Segundo Feijó e Calazans (2002) “o Carnaval brasileiro tornou-se sinônimo de mulher nua, ajudando em muito a divulgação do País, como um dos melhores paraísos sexuais do mundo”.

Ainda de acordo com Feijó e Calazans (2002, s. p.):

O Carnaval passa a ser o primeiro contato do estrangeiro com o Brasil, os incentivando a virem ao País em busca de sexo. Turistas sexuais vem a primeira vez atrás das imagens que ele vê na TV, filmes, internet e nos relatos de turistas que já estiveram aqui e aproveitaram o acesso ao sexo fácil, o carnaval se transforma em ponto de referência.

Dessa forma, pode-se concluir que a imagem e as informações dadas, são fatores fundamentais para a divulgação de um país. O carnaval sendo uma festa popular mundialmente conhecida, com o passar dos anos foi perdendo toda sua real essência. Complementando isso, Feijó e Calazans (2002) analisam que a festa virou algo comercial, pois em qualquer época do ano são realizadas as micaretas, o que acaba reforçando a ideia de que o Brasil seja o país do Carnaval.

Não é difícil de acreditar que o aumento do turismo sexual nesta época seja tão grande, pois algumas ideias referentes ao carnaval podem estar vinculadas à do sexo fácil. Muitas fotos e vídeos que divulgam a festa evidenciam a imagem da mulher seminua, da sensualidade que ela possui. Ao se pesquisar imagens do carnaval brasileiro na internet, grande número de imagens que são disponibilizadas aos internautas são

imagens de mulheres seminuas. Para complementar esta informação, Martins¹⁸ (*apud* FEIJÓ; CALAZANS, 2002, s. p.) comenta que:

Escolas do Grupo Especial levarão para a avenida um time de gatas que promete fazer a alegria da galera masculina. Nada de plumas, paetês ou fantasias muito trabalhadas. O lema para elas é quanto menos roupa melhor. Afinal, todo desfile de Carnaval que se preze é mais do que um bom motivo para que as musas da estação mostrem o resultado de seus implantes de silicone ou lipoaspirações mais recentes.

Em geral, pode-se supor que todas estas divulgações mostrando o corpo da mulher seminua no carnaval mexem com a libido do homem que procura um destino para satisfazer essencialmente vontades sexuais, aliado a isso, o sentido do carnaval já remete a liberação, o que leva o turista a crer que o ponto alto desta grande festa brasileira seja o sexo.

Ainda para favorecer a modalidade do turismo sexual no país, segundo uma reportagem realizada pelo Fantástico¹⁹ (*apud* BARRETO, 2011), algumas agências de viagens no exterior vendem pacotes sexuais, oferecendo o Brasil como um paraíso sexual. Na reportagem, um produtor do Fantástico se apresenta como um turista a uma agência na Alemanha, que vende roteiros sexuais para o Brasil. O produtor compra este pacote para os dias de carnaval e fica hospedado na pousada Bamboo localizada na praia de Boa Viagem, em Pernambuco. Segundo informações, o lugar é ponto de encontro e um lugar para se divertir na noite. No sábado de carnaval, o produtor ao contratar os serviços de uma garota de programa, pôde perceber que estas mulheres cobravam mais por seus programas dentro da pousada. Logo após a reportagem, os repórteres foram para a prefeitura de Pernambuco para conversar sobre o funcionamento da mesma, e descobriram que esta não possuía licenciamento para funcionar como tal.

Em síntese, pode-se considerar que o Carnaval seja um atrativo e um convite bastante chamativo aos turistas que vêm ao país em busca do sexo, pois as informações sobre o carnaval brasileiro, a imagem da mulher seminua acaba prevalecendo. É bastante preocupante que uma festa popular brasileira tão alegre e que representa o país, seja o cenário da prática desta modalidade de turismo.

¹⁸ MARTINS, O. **Só tem Popozuda!** Diário Popular. 23 de Fevereiro de 2001.

¹⁹ Programa exibido aos domingos, pela emissora Rede Globo.

5 TURISMO SEXUAL X CARNAVAL

A fim de verificar com maior amplitude sobre o turismo sexual no carnaval brasileiro, foi realizada pesquisa bibliográfica, documental e levantamento de dados. O instrumento de pesquisa utilizado para a realização do levantamento foram entrevistas semiestruturadas, onde foi possível obter informações mais amplas sobre o tema. O objetivo principal das entrevistas além de comprovar que o turismo sexual se amplia na época do carnaval, foi o de buscar compreender este fenômeno, o que gera este aumento, e buscar saber o que as garotas estavam pensando sobre a divulgação da imagem do próprio país.

Para o presente trabalho, buscou-se entrar em contato com 10 garotas de programa, sendo 6 da cidade do Rio de Janeiro, 2 de Salvador e 3 da cidade de São Paulo. A procura pelas garotas se deu através de *sites* de acompanhantes das três cidades em questão, e a escolha foi de forma aleatória. O contato com as garotas foi realizado alguns através de *e-mail* e outros por telefone no mês de Julho de 2013. Para não identificação das entrevistadas utilizou-se de siglas.

As perguntas buscaram atingir um objetivo pré-estabelecido, seguindo um roteiro que variou de acordo com cada entrevistada. Este tipo de entrevista proporcionou uma maior liberdade de respostas às garotas de programa, fazendo com que elas respondessem baseadas em suas experiências e vivências, assim fornecendo subsídios para que o pesquisador pudesse expandir a análise.

A partir dos dados coletados verificou-se que a busca pelo turismo sexual tem se ampliado no Brasil, e mostraram haver uma tendência deste aumento no carnaval brasileiro, as entrevistas vieram para comprovar que realmente estava existindo o aumento da procura pelo turismo sexual.

Para que houvesse uma análise mais consistente sobre o tema abordado, realizou-se um cruzamento das informações bibliográficas com as informações coletadas nas entrevistas, para assim buscar comprovar se havia crescimento na procura pelo turismo sexual na época das festas carnavalescas e analisar a opinião das "profissionais do sexo" sobre o tema.

O carnaval como já explanado, é a festa que mais atrai turistas para o Brasil. Analisando dados do carnaval de 2013, de acordo com Ferreira J. (2013) o Rio de

Janeiro recebeu 1.212 milhões de turistas, e destes 33% eram estrangeiros. Em Salvador o número foi menor, de acordo com o *site* Bahia Notícias (2013, s./p.) em 2013 a cidade “recebeu quase 530 mil turistas”. No *site* ainda verificou-se que destes turistas 12% eram de estrangeiros, e que 56% destes 530 mil turistas, eram compostos pelo público masculino. Já em São Paulo não foram encontrados dados concretos, entretanto a organização do evento esperava cerca de 600 mil turistas (NEUMAN, 2013).

A partir destas informações foi possível notar que na época do Carnaval há uma circulação muito grande de turistas do próprio país e do estrangeiro. Com este aumento de turistas vindos de vários lugares do Brasil e do mundo, acreditou-se ser possível supor que entre estes, alguns estavam motivados também pela prática de sexo remunerado.

Para verificar a veracidade desta afirmação, o primeiro tópico a ser alcançado nas entrevistas, foi saber se as garotas percebiam o aumento na procura de seus serviços na época do Carnaval. Esta questão se apresentou como uma das principais, pois buscou diretamente saber sobre o fluxo de clientes turistas das entrevistadas durante o período do carnaval. Analisando de forma geral as respostas obtidas, verificou-se que enquanto a maioria afirmou que havia este aumento, outras entrevistadas disseram que não sentiam esta diferença, citando vários motivos: por se trabalhar bem o ano todo e na época do carnaval este fluxo se manter alto; por São Paulo não ser o estado mais procurado para se curtir os dias de carnaval; ou até mesmo o fato de a própria garota não agradar visualmente ao turista, o que fica evidenciado na fala de ED²⁰ do Rio de Janeiro, que disse que por ela ser uma mulher “sarada”, ela não agradava muito aos homens mais velhos, sendo o seu público maior o de garotada.

A entrevistada ainda comentou que mesmo não agradando visualmente a alguns turistas, ainda assim disse que “sempre tem esse aumento, porque [...] 80% do meu atendimento são de pessoas de fora”. A entrevistada AN²¹ de Salvador ainda ressaltou que havia o aumento, pois há “turistas pra lá e pra cá”. E a de São Paulo EV²² falou que “há muita procura”. Outra paulista foi SO²³, dizendo que na época do Carnaval ela

²⁰ Entrevista cedida por ED no dia 27 de Julho de 2013, por telefone.

²¹ Entrevista cedida por AN no dia 24 de Julho, por telefone.

²² Entrevista cedida por EV no dia 26 de Julho, por e-mail.

atendia mais estrangeiros, vindos da Europa. Assim, de forma geral verificou-se com as respostas existir um aumento significativo do segmento no período do carnaval.

Mesmo o Carnaval sendo uma festa com tanta divulgação do corpo, qual seria a necessidade de se realizar o sexo pago? De acordo com o *site* Zero Hora (2010, s./p.) “uma pesquisa publicada em 2005 constatou que o número de homens que pagam por sexo dobrou em uma década”. Partindo disso, é complexo afirmar as reais intenções de quem paga por sexo em uma festa onde a liberação sexual é permitida.

Abordando sobre o perfil destes clientes turistas que normalmente as procuravam no carnaval, as entrevistadas disseram quase exatamente o que os autores expuseram e apontaram as nacionalidades que foram mencionadas pelo autor Salles (2005) e pelo *site* Renas (2012) anteriormente. Segundo DU²⁴ do Rio de Janeiro “os estrangeiros são de vários lugares. Americanos, europeus, coreanos, japoneses já teve até indianos e árabes poucos, mas já teve. Todos maiores de 30 anos [...]”. A paulista AM²⁵ disse que atendia brasileiros, mas que atendia bastante estrangeiros também, e em relação a idade a mesma comentou que “no geral é muito difícil um velho me procurar, geralmente é de 30 a 45 anos. A baiana AN, falou que atendia mais os “gringos”, de países como Alemanha, Itália, Espanha, Nigéria.

Quanto à idade foi complicado traçar um panorama, visto que, em sua maioria as entrevistadas foram um pouco vagas dizendo que o fluxo de turistas variava muito de acordo com a faixa etária. Porém apoiando-se em todos os dados, foi possível perceber que, na verdade, este público se enquadrava em uma faixa etária bastante ampla, variando entre 20 a 45 anos.

Quanto à nacionalidade, constatou-se serem estes turistas sexuais oriundos de vários lugares do mundo, podendo-se afirmar que isto acontece porque o carnaval é uma festa divulgada mundialmente e esta divulgação está ligada a imagem de mulheres seminuas, então os turistas ao descobrirem o quê a festa proporciona se sentem instigados a vir praticar o turismo sexual no país e também porque a prática de sexo parece estar ligada ao “espírito de carnaval” no Brasil.

²³ Entrevista cedida por SO no dia 27 de Julho de 2013, por telefone.

²⁴ Entrevista cedida por DU no dia 28 de Julho de 2013, por *e-mail*.

²⁵ Entrevista cedida por AM no dia 27 de Julho, por telefone.

Como visto em tópicos anteriores, a imagem que se passa do Brasil para o estrangeiro é quase sempre estereotipada, fazendo com que a mulher brasileira seja pouco valorizada. De acordo com Chrysostomo (2004) “a mulher brasileira vem tendo sua imagem desrespeitada no exterior em razão da nudez do carnaval. [...] No mundo inteiro, desfilar nu em público é atentado violento ao pudor. No Brasil é arte”. E o autor ainda comenta que o Carnaval é o grande impulsor do turismo sexual no país.

Seguindo a linha de argumentação exposta pelo autor, considera-se ser possível afirmar que o carnaval é um grande incentivador dos turistas que procuram lugares com a intenção de praticar o sexo remunerado, visto que a maior parte da imagem que divulga o carnaval brasileiro é a de mulheres com corpos nus e esculturais.

Quando questionadas sobre a imagem que o Brasil passava para o estrangeiro, se favorecia ou não o mercado sexual, houve uma padronização de respostas das entrevistadas afirmando que este seja um dos principais enfoques para a divulgação do turismo sexual no Brasil.

Considerou-se ter ficado evidenciado que a imagem divulgada do país foi e continua sendo papel fundamental para o aumento da busca pelo turismo sexual. Pôde-se perceber que ainda perpetua entre os brasileiros e principalmente estrangeiros a ideia do país do sexo fácil, da mulher vulgar que está à disposição, da “mulher produto”. Expõe isso Caetano (2004, p. 13) quando escreve que:

[...] o Brasil como produto apresenta a mulher brasileira (matéria-prima) como atrativo. E este atrativo [...] faz com que o Brasil receba uma significativa demanda de turistas estrangeiros em busca do seu expressivo atrativo materializado na mulher brasileira.

Novamente se entra na questão da imagem estereotipada da mulher brasileira. No ano de 2003, a editora carioca Solcat Ltda, lançou um guia turístico para os turistas estrangeiros, o Rio for Parties (Rio para Festeiros), escrito em inglês pelo brasileiro Cristiano Nogueira (NAME, 2009). Ainda de acordo com o autor, este guia “viola a dignidade humana e expõe o brasileiro à situação vexatória, além de estimular o turismo sexual combatido pelas atuais estratégias governamentais no setor” (NAME, 2009, s./p.). No ano de 2009, de acordo com o *site* Consultor Jurídico (2009) a EMBRATUR entrou com uma ação contra o guia, pois esta chamava as brasileiras de máquina de

fazer sexo e mencionando que o carnaval são “festas ao ar livre com atividades de semi-orgia”.

Ao ter conhecimento sobre a ação que a EMBRATUR entrou contra o guia, a editora Solcat Ltda se defendeu argumentando que o mesmo recebeu vários prêmios e que a “EMBRATUR é que vulgarizou a imagem da brasileira, por 25 anos, ao divulgar pôsteres com mulheres ‘gostosudas’ de biquíni segurando frutas tropicais perto do rosto. Usaram esses pôsteres até a década de 90” (NOGUEIRA, 2009).

A partir disso, considerou-se ser possível afirmar que a imagem do Brasil desde muito tempo esteve vinculada com a vulgarização da mulher, pois como visto a própria EMBRATUR tendo conhecimento de que a mulher brasileira apresenta características que despertam a atenção dos estrangeiros, utilizou a imagem dela como um atrativo turístico, inserindo na mente dos turistas essa imagem errônea e estereotipada. Em relação ao guia os gestores da EMBRATUR acabaram tomando uma postura contraditória, visto que se utilizou a imagem da mulher por longos anos, e mesmo após realizar campanhas contra o turismo sexual, foi utilizada novamente em 2002 só que de maneira mais sutil²⁶. Observa-se que este guia foi lançado em 2003 e apenas depois de seis anos é que resolveram se preocupar com a imagem vulgarizada que estava sendo divulgada da mulher carioca? A partir desses fatos e reflexões, algumas indagações surgem sobre o assunto: Será que os responsáveis pela divulgação feita pela EMBRATUR realmente acreditavam que desassociar a imagem do Brasil com a mulher “gostosuda” seria um processo rápido? Existe uma verdadeira preocupação com o rumo que o turismo sexual está tomando, ou estas preocupações são apenas de fachada? Será que esta divulgação não contribuiu para que algumas mulheres brasileiras incorporassem o papel da mulher vulgar, fácil, despudorada? São perguntas muitas vezes sem respostas e que levam as pessoas se perguntarem até onde o turismo sexual é mascarado e permitido no Brasil.

Retomando as informações que foram dadas nas entrevistas, a entrevistada ED ao ter conhecimento que a principal discussão do trabalho era sobre o turismo sexual, mencionou sobre turistas que foram ao Rio de Janeiro em Junho de 2013 para participar da Jornada Mundial da Juventude e que acabaram procurando por ela, a mesma diz que atendeu brasileiros de outros estados e argentinos.

²⁶ Informação obtida com a análise das campanhas de divulgação utilizada pela EMBRATUR nos anos de 1977, 1978, 1988 e 1999-2002.

Outro grande evento que ocorreu em Junho de 2013 em que se destacou o turismo sexual foi a Copa das Confederações, onde os jogadores espanhóis causaram um grande tumulto no hotel em que estavam hospedados, ao tentarem entrar nos quartos com garotas de programas (ALMEIDA; FREITAS; LEITE, 2013, p. 1).

Analisando isso, torna-se possível afirmar que os próximos megaeventos que o Brasil sediará irão fazer com que o aumento do índice de turistas a procura do sexo aumente de maneira significativa. As expectativas para o turismo sexual durante os eventos que estão programados também são altas. Várias garotas de programas do Brasil irão para as principais cidades sede para ganhar um dinheiro extra na época da Copa do Mundo (WSCOM, 2013).

Como visto, mesmo havendo a colaboração de alguns não se pode deixar de citar aqueles que lutam para que esta modalidade turística seja banida. Como exemplos das várias instituições que lutam contra esta modalidade de turismo, têm-se a Revista Marie Claire (2007), que lançou um anúncio e uma campanha com a ideia de fazer as autoridades brasileiras traçarem um plano de ação, aumentar a punição para abusadores, encorajar as denúncias, entre outras medidas para conter o problema. Outras que lutaram contra este segmento foram as integrantes do Movimento Feminista (FEMEN) que no aeroporto Tom Jobim no Rio de Janeiro na sexta feira que antecedeu o carnaval de 2013, se despiram em um protesto contra o turismo sexual no Brasil (TERRA, 2013). Apesar de parecer contraditório o protesto nu, Inna Shevchenko²⁷ (*apud* FELITTI, 2011) explicou dizendo que elas protestam nuas para chamar atenção, pois se elas estivessem vestidas ninguém olharia.

Pautando-se nos dados obtidos na pesquisa considera-se ser possível afirmar que a procura pelo turismo sexual aumenta consideravelmente na época do Carnaval, pois, em princípio, a própria festa incita para que haja uma maior liberação sexual e é exatamente isso que é divulgado aos turistas, que nesta época tudo é permitido, que haverá mulheres disponíveis para praticar sexo e que essa disponibilidade é algo comum. Outro fator verificado, é que mesmo sendo uma modalidade turística marginal, há muitos que contribuem para o desenvolvimento da mesma, pois se percebe que gera muito dinheiro para os envolvidos, entretanto o que aparenta é que ninguém se preocupa

²⁷ Fundadora do Grupo FEMEN na Ucrânia.

com os impactos negativos que esta prática traz para a localidade onde acontece e até mesmo para o país de forma geral.

O carnaval em seu início no Brasil uniu vários aspectos culturais da nação brasileira, tornando-se assim a maior festa nacional (PINTO, 2014). Esclareça-se que não cabe fazer este tipo de análise no presente trabalho, entretanto observa-se que a festa foi alterada em seu valor cultural, porque como já exposto anteriormente pelos autores Feijó e Calazans (2002) em qualquer época do ano são realizadas as micaretas que atraem mais e mais turistas sexuais para o país. Contudo, o entendimento que se tem sobre o significado do carnaval seria o de se entregar aos prazeres da carne, seria a liberação de tudo, inclusive a sexual.

Com isso, pode-se afirmar que mesmo sendo o carnaval uma festa cultural, com suas danças, folguedos, fantasias, maracatus e tantas outras manifestações, a liberação carnal encontra-se presente nos pensamentos das pessoas. Exatamente esta festa que possui ligação com sexo que é considerada a identidade do país? Será que não é coincidência demais um país que divulga as mulheres como sendo fáceis, “máquinas de fazer sexo” entre outros adjetivos pejorativos ter como identidade uma festa de liberação sexual?

Na realidade a principal discussão perante os dados analisados era analisar o turismo sexual no carnaval, confirmando-se que esta modalidade de turismo aumenta na época da maior festa brasileira, e que o clima carnavalesco contribui para que isso aconteça. Entretanto verificou-se que qualquer análise sobre este fenômeno que se atrela ao turismo toma grandes proporções e que seria muito simplista para este estudo limitar-se apenas ao carnaval, visto que questões como as expostas neste trabalho não podem ser deixadas de lado, pois podem prejudicar ainda mais a imagem e o futuro do país. Portanto foi necessária ampliar a análise, visto que o turismo sexual se torna mais intenso na época do carnaval, porém os dados estudados sobre o fenômeno em geral mostraram que seus índices se ampliam em qualquer época ou evento do ano.

Considera-se ser alarmante que essa modalidade que se insere no turismo não seja banida como deveria ser, porque não adianta nada se criar campanhas contra o turismo sexual se não houver a devida fiscalização para bani-la. Torna-se difícil combater o turismo sexual, sendo que o governo já considera as mulheres que se prostituem como profissionais do sexo, pois como apontado anteriormente neste

trabalho elas estão na Classificação Brasileira de Ocupações. Quanto às casas de prostituição, essas existem de longa data e funcionam na ilegalidade, entretanto segundo Nanô (2013) o principal intuito do deputado Jean Wyllys ao realizar o pedido para a legalização das mesmas é sanar a marginalização da profissão e a exploração infantil. Dessa forma, pode-se indagar que talvez esta legalização não seja de todo ruim, pois com ela poderia haver a minimização da exploração tanto das crianças e adolescentes quanto das próprias garotas de programa pelos cafetões. Entretanto esse combate é questionável, pois as casas de prostituição continuam a ser irregulares e nelas ocorre exploração, e se houvesse a legalização isso acabaria?

Novamente surgem perguntas de difíceis respostas, tais como: será que o lucro desta atividade é tanto que compensa investir em cursos para que estas mulheres se aperfeiçoem para atender aos estrangeiros? Será que o governo e outros órgãos não vêem que o turismo sexual prejudica a imagem do país? Será que o número de mulheres se prostituindo e todos os problemas causados por esta prática não devem ser considerados? Então será que isso não é mais importante do que o lucro advindo desta atividade?

Pôde-se verificar que pelo fato de o Brasil ser subdesenvolvido e a prostituição ser uma atividade comum, algumas garotas com o intuito de ganhar dinheiro acabam dando o devido consentimento para serem prostituídas. Sobre esta parcela de garotas em específico, Blanchette e Silva (2005, p. 251) apontam que são “agentes ativas na construção de seus destinos”. Baseando-se no exposto pelos autores, verifica-se que nem todas elas são vítimas, mas que optam por este caminho. Existem ainda aquelas mulheres que, segundo Rubin e Azevedo (2006) na atualidade que se prostituem não por necessitarem do dinheiro, mas por quererem “consumir grifes e bebidas caras, circular pelo mundo do glamour”. Posto isso, fica claro que se aprofundar neste foco traria novas margens de discussão, novas análises e novos discursos, que fugiriam ao que foi proposto para o presente trabalho.

Baseando-se em todas as informações obtidas, acredita-se que este hábito não será extinto tão facilmente, pois a imagem veiculada do país poderá estar incutida na mente tanto dos brasileiros quanto dos estrangeiros. Enquanto o governo e a iniciativa privada não subsidiarem melhores condições de qualidade de vida e de realmente

combater este segmento, haverá a prostituição de forma descontrolada e consequentemente o turismo sexual com os vários problemas sociais a ele inerentes.

Por isso chega-se a conclusão de que, não haverá o combate necessário e eficaz para se aniquilar o turismo sexual enquanto a sociedade, as empresas do *trade* turístico como hotéis, restaurantes, agências entre outros e até mesmo o governo ignorarem os malefícios que tal prática acarreta na sociedade e manterem o foco sempre no lucro que este segmento possa estar trazendo, e enquanto não houver fiscalização e penalização para tais tipos de turistas e todos os envolvidos que colaboram para este tipo de turismo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verifica-se que o turismo sexual é uma realidade no Brasil e a tendência deste segmento é a de se intensificar gradativamente. O que era uma atividade que tinha aumento considerável ligado a grandes aglomerações de turistas, onde o melhor exemplo é o carnaval, passou a ter índices relevantes em qualquer época e evento do ano, até mesmo acoplando-se nos eventos de cunho religioso e esportivo. É uma realidade incorporada de forma deturpada no turismo brasileiro, pois o Brasil apesar de possuir vários atrativos naturais e culturais, ainda assim atrai turistas com o intuito de apenas estabelecer relações sexuais com as mulheres brasileiras.

Pode-se afirmar a partir da pesquisa realizada para este trabalho que o Brasil se tornou rota dos turistas sexuais por vários motivos, no entanto o principal foi devido à divulgação completamente estereotipada e vulgarizada da mulher brasileira. Verifica-se que desde Pero Vaz de Caminha a mulher era conhecida e comentada pelos seus atributos físicos e o que deveria ser mudado com o passar dos anos, foi-se intensificando cada vez mais. Que existem revistas, músicas, *sites* de acompanhantes, vídeos na internet que mostram as mulheres brasileiras sensuais e vulgares, propagandas televisivas, novelas e os *folders* turísticos que por muito tempo divulgaram o país estampando a mulher seminua. Além disso, os turistas ao chegarem ao país contam com o auxílio de pessoas envolvidas do *trade* turístico para encontrar os melhores lugares e as “melhores mulheres”.

Outro ponto detectado na pesquisa é que o turismo sexual é um fator que está agregado aos problemas já existentes na sociedade brasileira. Como é o caso da prostituição, entretanto com a presença do turista, esta procura é maximizada. Ademais, o número de garotas e crianças se prostituindo está a aumentar e pode-se dizer que isso acontece devido ao crescimento exacerbado da procura por estes serviços.

Pode-se concluir que o turismo sexual está crescendo gradativamente, ainda mais nos grandes eventos como o carnaval. O mercado sexual se tornou lucrativo tanto para os agenciadores quanto para as próprias garotas de programa, sendo muito divulgado tanto quanto uma modalidade considerada saudável, como a do turismo de sol e praia, de eventos entre outros.

Percebendo isso, pode-se dizer que falta planejamento no país, pois não adianta criar várias campanhas contra o turismo sexual ou contra a prostituição, se na prática este combate não existe, se não há fiscalização eficiente e punições para os que facilitam e praticam este tipo de atividade. É pertinente dizer que faltam profissionais qualificados no mercado para trabalhar o planejamento e o monitoramento da atividade turística como, por exemplo, os turismólogos, mas cabe ponderar que estes não seriam a solução total do problema, pois é necessário haver conscientização e colaboração de todas as demais partes envolvidas.

É utopia pensar que a prostituição irá acabar, então o que se poderia fazer? O governo deveria propiciar uma qualidade de vida e empregos à população; fiscalizar as condições de trabalho destas profissionais; proporcionar programas de saúde para evitar tanto as Doenças Sexualmente Transmissíveis (DST's) quanto as gravidezes indesejadas e o principal, criar programas efetivos contra a exploração de menores e a pedofilia. Aspectos muito amplos, de problemas sociais e políticos, que remetem a discussões infundáveis que fogem ao foco do estudo proposto.

A conclusão que se chega com este trabalho, é que o turismo sexual no Brasil não se extinguirá, pois não se pode proibir uma mulher adulta de comercializar seu corpo, porque conforme exposto no decorrer do estudo a prostituição é legalizada no país e as casas de prostituição estão em processo de regularização. Não se tem como negar que enquanto a prostituição for consentida, haverá garotas de programa e consequentemente turistas a procura do sexo. Acredita-se que o que poderia ser feito para tentar acabar ou diminuir a procura por este segmento, seria um processo de

mudança da imagem do país no estrangeiro e colocar em prática as várias campanhas que foram desenvolvidas para o combate desta atividade, além da conscientização das pessoas quanto à dimensão desse problema.

7 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, P. I.; FREITAS, B.; LEITE, J. R. **Jogadores Espanhóis são barrados com prostitutas em hotel e causam confusão**. 2013. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/25/jogadores-espanhois-sao-barrados-com-prostitutas-em-hotel-e-causam-confusao.htm>>. Acesso em: 22/08/2013.

BAHIA NOTÍCIAS. **Carnaval atraiu quase 530 mil turistas a Salvador em 2013**. 2013. Disponível em: <<http://www.bahianoticias.com.br/principal/noticia/136596-carnaval-atraiu-quase-530-mil-turistas-a-salvador-em-2013.html>>. Acesso em: 23/08/2013.

BARRETO, F. **Agências na Europa vendem Brasil como paraíso sexual**. 2011. Disponível em: <<http://www.globalgarbage.org/turmapontocom/2011/07/08/agencias-na-europa-vendem-brasil-como-paraíso-sexual/>>. Acesso em: 24/06/2013.

BEM, A. S. do. **A Dialética do Turismo Sexual**. Campinas - São Paulo: Papyrus, 2005.

BIGNAMI, R. **A Imagem do Brasil no Turismo: Construção, desafios e vantagem competitiva**. São Paulo: Aleph, 2002.

BLANCHETTE, T; SILVA, A. P. da. **“Nossa Senhora da Help”: sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana**. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n25/26529.pdf>>. Acesso em: 11/10/2013.

BRAGA, M. R. **Como entender a prostituição nos dias atuais?** 2010. Disponível em: <http://www.bonde.com.br/?id_bonde=1-27--22-20100512>. Acesso em: 28/05/2013.

CAETANO, R. **A publicidade e a imagem do produto Brasil e da mulher brasileira como atrativo turístico**. 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/165377778968172229752717149601241297537.pdf>>. Acesso em: 01/07/2013.

CARTA CAPITAL. **Jean Wyllys**. 2012. Disponível em <<http://www.cartacapital.com.br/colunistas/Jean-Wyllys>>. Acesso em: 03/07/2013.

CASTRO, F. **Campanha combate turismo sexual em Alagoas**. 2006. Disponível em: <http://www.mp.al.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=178:campanha-combate-turismo-sexual-em-alagoas&catid=12:noticias-direitos-humanos&Itemid=6>. Acesso em: 01/08/2013.

CECCARELLI, P. R. **Prostituição – Corpo como mercadoria**. 2008. Disponível em: <<http://ceccarelli.psc.br/pt/wp-content/uploads/artigos/portugues/doc/prostituicao.pdf>>. Acesso em: 28/05/2013.

CHRYSTOSTOMO, E. **Desrespeito lá fora, despudor aqui dentro**. 2004. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/desrespeito_la_fora_despudor_aqui_dentro>. Acesso em: 22/08/2013.

CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA SP. **Turismo sexual atinge crianças**. 1997. Disponível em: <http://www.crpsp.org.br/portal/comunicacao/jornal_crp/103/frames/fr_comportamento.aspx>. Acesso em: 01/07/2013.

CONSULTOR JURÍDICO. **AGU processa revista por ofensa a brasileiras**. 2009. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2009-jan-10/agu_entra_acao_revista_chama_brasileira_maquina_sexo>. Acesso em: 06/08/2013.

DIAS FILHO, A. J. **O Turismo Sexual no Brasil**. 2004. Disponível em: <http://dspace.usc.es/bitstream/10347/4587/1/pg_375-388_semata16.pdf>. Acesso em: 17/06/2013.

FABRIS, C.; SONAGLIO, K. E. **Turismo**: Reflexões e desafios de um fenômeno contemporâneo. São Paulo: Giz Editorial, 2010.

FEIJÓ, F. C.; CALAZANS, F. M. de A. **A Imagem Internacional do Turismo Sexual no Brasil**: O “prostiturismo” no marketing turístico. 2002. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_anais/2002_NP3FEIJO.pdf>. Acesso em: 21/05/2013

FELITTI, C. **Feministas ucranianas usam a nudez para protestar**. 2011. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/serafina/1066469-feministas-ucranianas-usam-a-nudez-para-protestar.shtml>. Acesso em: 25/03/2013.

FELIX, E.; PANZON, C. **“Turismo Sexual”**: Criminosos Disfarçados de Turistas. 2013. Disponível em: <<http://www.marechalnoticias.com.br/colunas/erivan-felix/turismo-sexual-criminosos-disfarcados-de-turistas/>>. Acesso em: 17/06/2013.

FELLICIANO, R. **Carnaval**. 2009. Disponível em: <<http://rosefelliciano.webnode.com/news/carnaval/>>. Acesso em: 21/03/2013.

FERREIRA, J. **Carnaval do Rio gera receita de 848 milhões de dólares**. 2013. Disponível em: <<http://www.epochtimes.com.br/carnaval-do-rio-gera-receita-de-848-milhoes-de-dolares/>>. Acesso em: 22/08/2013.

FERREIRA, L. R. **Discurso, Estereótipo e Imaginário: A Comunicação e o Turismo Sexual na Convergência das Mídias**. 2011. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1198/pdf_54>. Acesso em: 27/05/2013.

FERREIRA, T. P.; VILAS BOAS, V. **Carnaval de Tibagi: “Um centenário de Alegria”**. 2009. 155 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Faculdade Estadual de Ciências Econômicas de Apucarana, Apucarana, 2009.

FOLHA DA REGIÃO. **Embratur lança nova campanha contra turismo sexual**. 2002. Disponível em: <<http://www.folhadaregiao.com.br/Materia.php?id=12835>>. Acesso em: 01/08/2013.

FREITAS, E de. **Turismo no Brasil**. 2013 Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/brasil/o-turismo-no-brasil.htm>>. Acesso em: 21/03/2013.

GABRIELLI, C. P. **Das “Vergonhas” Descritas por Caminha, ao Turismo Sexual: O uso de imagens femininas atreladas ao desenvolvimento turístico do Brasil**. 2006. Disponível em: <http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/dissertacao_cassiana_panissa.pdf>. Acesso em: 22/06/2013.

GOMES, M. S. **A (des)(re)construção do Brasil como um Paraíso da Mulata**. 2010. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/turismocultural/8.03_Mariana_Selister.pdf>. Acesso em: 23/06/2013.

GUIA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. **Turismo Sexual**. 2012. Disponível em: <http://www.maisrio.com.br/artigo/292_turismo-sexual.htm>. Acesso em: 28/05/2013.

GUIA DE VIAGEM DREAMGUIDES. **Carnaval no Brasil 2014**. 2014. Disponível em: <dreamguides.edreams.pt/brasil/carnaval-no-brasil>. Acesso em: 23/01/2014.

GUIMARÃES, K.; MERCHÁN-HAMANN, E. **Comercializando fantasias: a representação social da prostituição, dilemas da profissão e a construção da cidadania**. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v13n3/a04v13n3.pdf>>. Acesso em: 11/07/2013.

KAJIHARA, K. A. **A Imagem do Brasil no Exterior: Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até os dias atuais**. 2008. Disponível em: <http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosfatos/espaco_academico/premio_mtur/downloads/premio_FGV/Graduaxo-1x_Lugar-A_Imagem_do_Brasil_no_Exterior.pdf>. Acesso em: 23/06/2013.

LEAL, M. L. P. **A Exploração Sexual Comercial de Meninos, Meninas e Adolescentes na América Latina e Caribe (Relatório Final – Brasil)**. 1999. Disponível em:

<<http://www.comitenacional.org.br/files/biblioteca/88NURRB8AOESKV83TFUN.pdf>>
. Acesso em: 10/04/2013.

LEIRNER, C. **Brasil terra do sexo fácil e barato. Até quando?** 2007. Disponível em:
<<http://revistamarieclaire.globo.com/Marieclaire/0,6993,EML1503174-1740-1,00.html>>. Acesso em: 30/06/2013.

LOPES, J. R. **Os Médici: a grande família.** 2009. Disponível em:
<guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/medici-grande-familia-485434.shtml>. Acesso em: 21/03/2013.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Classificação Brasileira de Ocupações.** Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/home.jsf>>. Acesso em: 03/07/2013.

MOURA, A. K. C. **Reflexões sobre a Imagem do Brasil no Exterior: o uso da mulher como atrativo turístico.** 2013. Disponível em:
<<http://itaporanga.net/genero/1/GT09/02.pdf>>. Acesso em: 23/06/2013.

MUSEU DO SEXO. **Prostituição: do Sagrado ao Profano.** 2013. Disponível em:
<http://www.museudosexo.com.br/2_home.asp>. Acesso em: 16/06/2013.

NAME, L. dos P. M. **Rio for Partiers.** 2009. Disponível em:
<<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/drops/10.029/1809>>. Acesso em: 21/08/2013.

NANÔ, F. **Deputado quer aprovar até a Copa projeto de lei que regulariza a prostituição no Brasil.** 2013. Disponível em:
<<http://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2013/01/15/deputado-quer-aprovar-ate-a-copa-do-mundo-projeto-de-lei-que-regulariza-a-prostituicao-no-brasil.htm>>. Acesso em: 05/10/2013.

NEUMAN, C. **Com R\$ 34 milhões, SP é a 2ª capital que mais gasta com Carnaval e bate Salvador.** 2013. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/02/08/com-r-34-milhoes-sp-e-a-2-capital-que-mais-gasta-com-carnaval-e-bate-salvador.htm#comentarios>>. Acesso em: 02/08/2013.

NOGUEIRA, C. **RIO FOR PARTIES: Esclarecimento caso EMBRATUR.** 2009. Disponível em: <<http://rioforpartiers.com/caso-AGU-desembargadora.html>>. Acesso em: 22/08/2013.

PEREIRA, P. **Sociedade – As prostitutas na História.** 2008. Disponível em:
<<http://leiturasdahistoria.uol.com.br/ESLH/Edicoes/15/artigo119600-1.asp>>. Acesso em: 28/05/2013.

PINTO, T. **História do Carnaval e suas origens.** 2014. Disponível em:
<www.brasilecola.com/carnaval/historia-do-carnaval.html>. Acesso em: 01/02/2014.

REBOUÇAS, F. **Turismo Sexual**. 2013. Disponível em:
<<http://www.infoescola.com/sociedade/turismo-sexual/>>. Acesso em: 20/06/2013.

RENAS. REDE EVANGÉLICA NACIONAL DE AÇÃO SOCIAL. **O turismo sexual no Brasil**. 2012. Disponível em: <<http://renas.org.br/2012/01/23/o-turismo-sexual-no-brasil/>>. Acesso em: 13/04/2013.

REVISTA EXAME. **Brasil prepara planos contra o Turismo Sexual na Copa**. 2010. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/brasil-prepara-planos-turismo-sexual-copa-601400>>. Acesso em: 01/08/2013.

REVISTA MARIE CLAIRE. **Brasil contra o turismo sexual**. 2007. Disponível em:
<<http://www.novasb.com.br/noticia/brasil-contra-o-turismo-sexual/>>. Acesso em: 02/10/2013.

RUBIN, D.; AZEVEDO, S. **Bruna Surfistinha**: Por que tantas meninas de classe média estão virando garotas de programa. Revista Época. 2006. Disponível em:
<<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDR72991-6014,00.html>>. Acesso em: 03/07/2013

SALLES, U. **Turismo Sexual e a imagem do Brasil no exterior**. 2005. Disponível em:
<<http://www.recantodasletras.com.br/cronicas/91215>>. Acesso em: 22/06/2013.

SANTIAGO, E. **Sólon**. 2014. Disponível em:
<<http://www.infoescola.com/biografias/solon/>>. Acesso em: 20/03/2013.

SIGNICADOS. **Significado de Carnaval**. 2013. Disponível em:
<<http://www.significados.com.br/carnaval/>>. Acesso em: 01/07/2013.

SILVA, T. A. **A Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes no Turismo**: Uma análise da atuação da rede de enfrentamento em Porto Seguro. 2009. Disponível em:
<http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao_tatiana.pdf>. Acesso em: 20/06/2013.

TERRA. **Ativistas do Femen protestam contra turismo sexual no Carnaval**. 2013. Disponível em: <<http://diversao.terra.com.br/carnaval/rio-de-janeiro/ativistas-do-femen-protestam-contra-turismo-sexual-no-carnaval,925ead6265abc310VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 06/08/2013.

VALLE, L. **A noite é, sim, uma criança! Infelizmente!** 2013. Disponível em:
<<http://www.pagina20.net/especial/a-noite-e-sim-uma-crianca-infelizmente/>>. Acesso em: 21/03/2013.

ZARONI, J. **Ninguém é de ninguém: códigos de sedução no Carnaval.** 2013. Disponível em: <http://www.ehow.com.br/ninguem-ninguem-codigos-seducacao-carnaval-slide-show_23744/#pg=1>. Acesso em: 01/07/2013.

ZERO HORA. **Os motivos que levam os homens a pagarem por sexo.** 2010. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/noticia/2010/01/os-motivos-que-levam-os-homens-a-pagarem-por-sexo-2784062.html>>. Acesso em: 03/09/2013.

WSCOM. **Copa do Mundo incentiva migração de prostitutas para São Paulo em 2014.** 2013. Disponível em: <<http://www.wscom.com.br/esportes/futebol/COPA+INCENTIVA+A+PROSTITUICA+O-144664>>. Acesso em: 23/08/2013.

Recebido em: 21-09-2013.

Aprovado em: 21-10-2013.