

Turismo Underground: Sexo e Lazer na Cidade de São Paulo

Flávio Bezerra da Silva¹

Resumo

No decorrer da última década do século XX, observou-se aumento expressivo no fluxo de turistas à cidade de São Paulo. Turismo voltado aos diversos segmentos que a metrópole oferece, desde o cultural e o de compras, até o de eventos empresariais e de negócios. Entretanto, ao observar a cidade empiricamente, nota-se a existência de equipamentos que dão suporte a um novo tipo de turismo, que se propõe chamar de “*underground*”: Boates, cinemas pornôns, clínicas de massagem, clubes de swing, clubes sadomasoquistas, motéis, *privés*, saunas GLS e *sex-shops*. É a partir desse fenômeno que esta pesquisa busca analisar esse tão pouco explorado tipo de lazer e turismo, cuja característica fundante na formação de sua identidade é a clandestinidade e o anonimato, proporcionado pela dimensão de uma metrópole como São Paulo.

Palavras-chave: Turismo. Sexualidade. São Paulo.

Introdução

A cidade de São Paulo obteve, na última década do século XX, expressivo aumento no fluxo de turistas, principalmente voltado ao turismo de negócios, concomitante ao número de empresas transnacionais territorializadas na metrópole.

Empiricamente, percebe-se a existência de diferentes tipos de turismo na cidade, desde o já mencionado turismo de negócios, passando pelo de compras, pelo cultural, educacional, feiras e congressos, dentre outros. Como exemplo tem-se a rua 25 de março como sinônimo do turismo de compras, juntamente com os *shoppings centers*; o centro antigo com seus equipamentos culturais, como a Sala São Paulo e a Pinacoteca do Estado; a avenida Paulista e suas inúmeras salas de cinema; o Palácio das Convenções do Anhembi, marco da dinamização de feiras e eventos, dentre outros.

Entretanto, ao observar a cidade atentamente, percebe-se a existência de outros equipamentos dando suporte a um tipo de turismo, que se apresenta de forma oculta,

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana da Universidade de São Paulo, sob orientação do Prof^o Dr. Eduardo Yázigi.

anônima, porém com fluxo crescente de pessoas apropriando-se do mesmo: boates, cinemas pornôs, clínicas de massagem, clubes de swing, clubes sadomasoquistas, motéis, *privés*, saunas GLS e *sex-shops*. Tal turismo será chamado de *underground* e refere-se ao consumo e lazer a partir das práticas sexuais.

Observa-se uma lacuna referente a estudos sobre o turismo e sexualidade. Na abordagem de tal temática, a associação ao turismo sexual e à pedofilia é constante. Qualquer lazer que vá de encontro aos preceitos morais da sociedade contemporânea é visto com descrédito, contrário à proposta desta pesquisa, que considera o sexo intrinsecamente ligado ao consumo e ao lazer, categorias importantes na dinâmica turística da cidade de São Paulo.

Assim, a presente pesquisa tem por objetivo analisar o que será comumente chamado de turismo *underground* na cidade de São Paulo, como ele se efetiva e exerce sua territorialidade, a espacialização do comércio e serviços voltados para atender tal demanda e, sobretudo, a relação existente entre essas múltiplas territorialidades e o espaço urbano da metrópole paulistana.

Em função desta pesquisa estar em desenvolvimento, por ora, serão abarcados a formação do turismo *underground*, o processo identitário do potencial turista e a demanda originada a partir dos equipamentos especializados na cidade.

O Turista e a Identidade *Underground*

Antes da definição do que se propõe chamar de turismo *underground*, é importante definir o significado de turismo, que, segundo a OMTⁱ – Organização Mundial do Turismo – “compreende as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadias em lugares diferentes do seu local de residência, por não mais que um ano consecutivo, com propósitos de lazer, descanso ou outros”.

Fazendo uma correlação com a temática da pesquisa, pode-se definir o turismo *underground* como o deslocamento de indivíduos ou grupos, além de sua morada, por tempo superior a 24 horas e inferior a 365 dias, no qual uma de suas características seja o consumo e o lazer a partir da sexualidade.

O turismo *underground* não é explícito, aproveita a dimensão da cidade para se apresentar de forma oculta, secreta e clandestina. É no anonimato que o turista constrói a sua identidade, preservando sua moralidade.

Apesar do senso comum ditar que o “povo brasileiro” tem em sua essência a liberdade de expressão, sendo passivo com o que pode ser chamado de “liberal”, tendo o carnaval e a exposição de corpos nus como ícones dessa ideologia, na realidade, os preceitos morais continuam incorporados à sociedade contemporânea.

Existe um tabu quando se fala em sexo, é incomum uma referência livre em relação ao tema. Como exemplo, pode-se citar Almeida (2007, p. 153) que numa pesquisa sobre práticas sexuais, originada no PESB (Pesquisa Social Brasileira), classificou o Brasil de conservador. Segundo essa pesquisa, ao opinar sobre o homossexualismo masculino e feminino, 89% da população é contra o primeiro e 88% contra o segundo; 61% é contra o homem fazer sexo oral na companheira e 60% é contra a mulher fazer sexo oral no companheiro.

Dessa forma, pressupõe-se imaginar a existência de pessoas que se chocam ao verem casais homossexuais de mãos dadas na Avenida Paulista ou no *Shopping* Frei Caneca, apelidado carinhosamente de “Gay Caneca”; ou mesmo quando descobrem algum conhecido (a) trabalhando na indústria do sexo da cidade de São Paulo. Entretanto, estão ocorrendo transformações sociais e culturais na sociedade contemporânea que colocam em xeque esse suposto conservadorismo.

Alguns autores, dentre eles Maffesoli (2006), Giddens (1993), Featherstone (1995), Harvey (2005), tratam das transformações socioculturais ocorridas a partir da década de 1970, chamada de “pós-modernidade”, “pós-modernismo” ou simplesmente “pós-moderno”, no qual sustentam o argumento de que estão ocorrendo mudanças significativas na sociedade contemporânea. Mudanças de ordem econômica, política e, sobretudo, cultural.

Este fenômeno está intimamente ligado ao descontentamento da sociedade em relação à cultura moralista ocidental. Iniciou-se com o movimento de contracultura dos anos 1960, culminando com uma série de eventos que demonstraram a insatisfação e o desencanto com a cultura vigente, americanizada.

Pode-se colocar como marco desse novo movimento a revolução sexual, iniciada nos anos 1960, o surgimento da pílula anticoncepcional e o movimento feminista. A pílula rompe a relação sexo-reprodução, tornando o sexo-prazer como referência.

O paradoxo é que o subproduto dessa manifestação social e cultural surge a partir dos anos 1980, com a exacerbação da individualidade, do consumo, do culto ao corpo e

do hedonismo. É a partir da concepção desses valores que o *underground* se materializa. A busca do prazer se torna a essência de uma sociedade consumista.

Lipovetsky (2005) classifica de sociedade pós-moralista estas novas relações sociais e culturais, pautadas numa construção identitária de uma sociedade que consagra os direitos individuais, que repudia a retórica do dever rígido. Nas palavras do autor,

“Em poucas décadas, passamos de uma civilização do dever a uma cultura da felicidade subjetiva, do lazer e do sexo. É a cultura do *self-love* que nos comanda, em vez do antigo sistema de repressão e de planejamento calculado dos costumes. (...) A época atual derrubou a hierarquia moralista das finalidades e, uma vez que o prazer em boa medida se tornou um conceito independente de regras morais, a noção de felicidade subjetiva passou a irrigar em profundidade a cultura cotidiana. (LIPOVETSKY, 2005, p. 28)

Krippendorf (2001), fazendo uma discussão acerca do excesso de produção de bens materiais e conseqüente saturação desse modelo, indica a formação de uma nova geração, que ele chama de “primeira geração do bem-estar material”, ou seja, a sociedade industrial, pautada na produção exacerbada, acaba por adquirir um número crescente de produtos, de bens de primeira necessidade além de “todo o supérfluo que contribui para tornar a vida mais agradável” (KRIPPENDORF, 2001, p. 114). Dessa forma, “uma vez suspeitas as principais necessidades materiais, é perfeitamente concebível que o nosso interesse se volte para os bens imateriais”.

Como “bens imateriais”, o autor coloca os indivíduos em busca de outros prazeres além da ascensão profissional: os prazeres pessoais. No caso do turismo, essa mudança reflete diretamente o indivíduo consumidor – o turista – que acaba por construir uma nova identidade, gerada a partir da busca do prazer.

Stuart Hall (2006) traz uma concepção de identidade que ajuda a compreender esse novo tipo de turista, flexível em sua essência. Para o autor, “o sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades”. (HALL, 2006, p. 12). Por essa abordagem, o turista assume identidades diferentes em diferentes momentos, ou seja, ele pode apropriar-se de vários tipos de turismo simultaneamente. Como exemplo, tem-se um executivo hospedado na cidade para um evento de negócios e, nos momentos de ócio, busca o *underground*, seja na contratação de uma prostituta ou na ida a uma sauna GLS;

ou mesmo um casal que viaja para o turismo cultural e, após tal consumo, vai a um clube de troca de casais. Daí pressupõe-se que o deslocamento à cidade não é necessariamente exclusivo para o turismo *underground*, podendo ser aos diversos segmentos turísticos que a cidade oferece.

São Paulo – Pólo do Turismo *Underground*

Após a definição do turismo *underground* e sua identidade, partiu-se para a classificação de quais equipamentos turísticos fariam parte do espaço turístico da cidade de São Paulo. Nesse primeiro momento, atentou-se para os equipamentos turísticos citados por Boullón (2002, p. 50), em especial os relacionados aos meios de hospedagem e entretenimento.

Dessa classificação, surgiu a primeira lista de equipamentos voltados para o turismo *underground*: Boates, cinemas pornôis, clínicas de massagem, clubes de *swing*, clubes sadomasoquistas, motéis, *privés*, saunas GLS e *sex-shops*. Optou-se pelos equipamentos relacionados à temática sexual, sendo essa a razão para a não citação de hotéis, flats ou mesmo bares temáticos. Acredita-se que esses equipamentos dão suporte a todos os segmentos do turismo na cidade de São Paulo, não especificamente a algum tipo em especial, oposto aqueles, que podem ser utilizados tanto pelos habitantes da cidade, quanto pelos turistas *undergrounds*.

Após pesquisas de campo e buscas em sites na internet, foram catalogados, num primeiro momento, 883 equipamentos com temática sexual. Será apresentado o número parcial de equipamentos e suas respectivas funcionalidades:

- a) 221 boates: são “estabelecimentos comerciais que funcionam de noite e, em geral, consta de bar, restaurante, pista de dança e palco para apresentações de atrações artísticas” (AURÉLIO, 2002, p. 309). São geralmente locais freqüentados por prostitutas, ocorrendo a interação com os turistas/clientes. Algumas boates funcionam somente como casa de shows, com dançarinas se revezando em palcos, não sendo permitidas as práticas sexuais nesses ambientes, outras, além dessa similaridade, permitem as práticas sexuais em suas dependências.

- b) 200 *sex-shops*: são estabelecimentos comerciais que vendem produtos eróticos. Algumas casas estão se especializando na venda de roupas sensuais.
- c) 168 *privés*: são casas ou apartamentos onde se concentram um grupo de prostitutas para atender seus clientes. Tem como característica a discricção e funcionam geralmente durante o dia.
- d) 148 clínicas de massagem: são ambientes que tem como característica a oferta de massagens sensuais e de relaxamento, feitas por mulheres.
- e) 70 motéis: ambiente com características de hotel, porém adentra-se com automóveis. A alta rotatividade é uma característica e geralmente são sinônimos de local para práticas sexuais. Tem-se atualmente inúmeros motéis, com suítes específicas para determinadas práticas sexuais. Como exemplo, pode-se citar motéis com suítes equipadas com jaulas e camas elásticas, voltadas para adeptos do sadomasoquismo; e, outras com camas com proporções maiores às convencionais, de modo a agrupar inúmeros casais ou grupos de pessoas adeptas do *swing*.
- f) 21 cinemas pornô: locais onde são exibidos filmes eróticos. São divididos por tipos de freqüência e práticas sexuais: existem cinemas com territorialidades distintas, divididas em GLS, prostituição feminina, travestis e, mais recentemente, casais adeptos do *swing*.
- g) 20 saunas GLS: são ambientes masculinos, tendo como característica o contato para possíveis práticas sexuais homossexuais em suas dependências. São também freqüentados por prostitutas,
- h) 14 Clubes de *swing*: são similares às boates, com bares, pistas de dança etc, porém, a prática predominante é o *voyerismo* e a troca de casais.

- i) 3 clubes sadomasoquistas: espaços reservados às práticas BDSM – *Bondage*, Dominação, Sadismo e Masoquismo – sendo um “conjunto de comportamentos e necessidades sexuais entre parceiros adultos, comumente denominados sadomasoquismo ou SM, e que tem como adeptos pessoas de todas as opções sexuais”. (SHAKTI, 2008, p. 20)

Uma vez definidos e localizados os equipamentos, observou-se a distribuição espacial de alguns deles de forma heterogênea, estando localizados em diversas regiões da cidade de São Paulo, caso dos *sex-shops*, dos *privés*, das boates e dos motéis. Em relação aos clubes sadomasoquistas, foram encontrados somente 3, nos bairros do Tatuapé, de Santana e de Pinheiros. Para o restante, percebeu-se uma relativa concentração em bairros ou regiões da cidade, estando os cinemas pornô na região central, majoritariamente; as clínicas de massagem, em sua maior parte, na região do quadrante sudoeste; os clubes de swing, dos 14 localizados, 10 estão no bairro de Moema; e, das 19 saunas GLS encontradas, 12 estão na região central e o restante divididos entre os bairros da Vila Mariana e de Pinheiros. Importante ressaltar que tais números são parciais, visto a dimensão da cidade de São Paulo e pela efemeridade de alguns equipamentos.

Considerações Finais

A pesquisa apresentada refere-se à dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo, encontrando-se em desenvolvimento, portanto, as considerações são parciais.

As transformações sociais e culturais ocorridas a partir da década de 1960, contraditórias à moralidade vigente, tendo o sexo e o hedonismo como símbolos contestatórios, foram a base para o surgimento de uma identidade *underground*. Juntamente a esse movimento cultural, surgem as tecnologias da informação, matrizes de novas mudanças.

Tem-se dois momentos relacionados a esse processo: primeiro, a apropriação dos meios de comunicação pela propaganda e pelo marketing, constroem/moldam um sujeito individualista e extremamente consumista; e, segundo, pelo surgimento do computador e da internet, que a partir de interações virtuais, acaba por aproximar indivíduos com

identidades semelhantes, porém espacialmente separados. A junção das tecnologias da informação, do consumismo desenfreado e do hedonismo são os sustentáculos da formação da identidade *underground*. O sexo-prazer se consolida na sociedade consumista e o turismo *underground* surge como produto dessa dinâmica. O número de equipamentos *undergrounds* especializados na cidade de São Paulo reflete esse momento.

Tais equipamentos estão aparentemente localizados em toda a cidade, porém, com um olhar mais crítico, percebe-se a concentração sistemática em determinadas regiões, em aparente simetria junto a outros equipamentos que dão suporte ao turismo da cidade, como hotéis, flats, restaurantes, bares, etc.

Enfim, longe de esgotar o tema, visto a pesquisa estar em desenvolvimento, chega-se a conclusão, parcial, de que o turismo *underground* é uma realidade na cidade de São Paulo.

Bibliografia

- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2006.
- BACAL, Sarah. **Lazer e o Universo dos possíveis**. São Paulo: Editora Aleph, 2003.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FLOCKER, Michel. **Manual do hedonismo**: dominando a esquecida arte do prazer. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2007.
- FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade**: a vontade do saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.
- GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: Sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.
- GUIMARÃES, André Sathler. **E-turismo**: internet e negócios do turismo. São Paulo: Centage learnig, 2008.
- HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**. Do fim dos territórios à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2004.
- HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma mudança sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Editora Aleph, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Barueri, SP: Editora Manole, 2005.

_____. **A sociedade pós-moralista**: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos. Barueri, SP: Editora Manole, 2005.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2006.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo. São Paulo: Edusp, 2004.

SPOSITO, Eliseu Savério. **Geografia e filosofia**: contribuição para o ensino do pensamento geográfico. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

URRY, John. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1996.

YÁZIGI, Eduardo. **Civilização urbana**: planejamento e turismo, Editora Contexto, São Paulo, 2003.

ⁱ <http://www.world-tourism.org/facts/eng/methodological.htm#2> – Acesso em 05/04/2009