

**Homens também fazem isso? – Um estudo sobre uma nova faceta do turismo sexual - Praia de Pipa/RN**

**Tiago Cantalice<sup>1</sup>**

**Resumo**

O presente artigo tem o objetivo de apresentar e problematizar a emergência do fenômeno da prostituição heterossexual masculina e o *turismo sexual* feminino, que vem ocorrendo na Praia de Pipa – RN. Com isso, um objetivo implícito que impulsiona a realização desse estudo é o questionamento do que está solidificado no senso comum quanto a quem cabe realizar essas práticas e uma re-análise do que e como a academia vem trabalhando tais temas, já que o contexto em questão rompe com a sobreposição de feminilidade-prostituição e masculinidade-turismo sexual, assim como quebra com a relação determinista entre prostituição e recompensas monetárias imediatas, estando inserido num formato de mercado de sexo, em que intercursos sexuais são retribuídos com bens materiais e simbólicos. Destaca-se ainda a atmosfera de romance que envolve tais relacionamentos.

**Palavras-chave:** Turismo sexual, prostituição, *caça-gringas*, masculinidade, mercado transacional de sexo.

**Introdução**

No ano de 2006, tendo já concluído meu curso de graduação em Turismo pela UFRN e sem perspectivas de trabalho, resolvi arriscar tudo e abrir um negócio próprio com um amigo, na Praia de Pipa. Esse pequeno empreendimento era um restaurante de cozinha regional, que funcionaria próximo a uma das praias mais freqüentadas do distrito, a Praia do Amor.

Pipa é um distrito do município de Tibau do Sul, distante cerca de 90 km de Natal. Trata-se de um antigo vilarejo de pescadores que, na década de 1970, foi “descoberta” por surfistas, atraídos por suas belas praias e por um mar de ondas fortes. Seguindo esses desbravadores, vieram levadas de *hippies* e ecoturistas, que viajavam para lá sem a intermediação de agências de viagens, motivados por seu clima bucólico e pelo contato com uma forma de vida mais simples e em harmonia com a natureza.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo pela UFRN e mestre em Antropologia pelo PPGA/UFPE. Professor da Faculdade Joaquim Nabuco e da FACOTTUR. E-mail: [tiagocantalice@yahoo.com.br](mailto:tiagocantalice@yahoo.com.br).

Dessa forma, freqüentada no início por surfistas, *hippies* e mochileiros, a praia ganhava ares de contracultura e boêmia, a partir disso a vila de pescadores assumia um tom e uma aura de permissividade e liberalidade tanto sexual quanto no que diz respeito ao uso de psicoativos, principalmente da maconha.

Atualmente, pode-se dizer que Pipa classifica-se como um destino massificado, dado ao fluxo de viajantes que recebe, e à infra-estrutura turística que possui, composta por um amplo leque de opções de meios de hospedagem, entretenimento e por um complexo gastronômico<sup>2</sup> influenciado pelas e especializado nas mais diversas e renomadas cozinhas internacionais. Embora isso não signifique dizer que a praia tenha perdido seu “charme rústico” – que, na verdade, não passa de um simulacro criado e recriado pela arquitetura paisagística presente na maioria dos prédios comerciais, na busca incessante de apresentarem-se como representantes de um estilo arquitetônico tradicional, em harmonia com a paisagem natural<sup>3</sup> – e sua mística permissiva, que ainda prestam-se como chamarizes, conservando antigos e atraindo novos freqüentadores. Primeiro foram brasileiros, mas a fama da praia se espalhou e atingiu a Europa, que hoje é sua grande emissora de visitantes.

As casas de muitos moradores *nativos*, bem como as dos primeiros veranistas da cidade vizinha, Goianinha, deram lugar a pousadas, hotéis, *resorts*, restaurantes, bares e outra ampla gama de serviços prestados aos turistas, que fez com que as atividades tradicionais de pesca, agricultura e produção de farinha caíssem paulatinamente no ostracismo. E foi assim, já inserida no circuito de turismo internacional, que fui à Pipa pela primeira vez. Dez anos depois, quando abri o restaurante, a praia já era o segundo destino turístico do Rio Grande do Norte, ficando atrás apenas da capital, Natal.

Negócios à parte, foi nesse contexto que convivi mais proximamente com o cotidiano do local e das pessoas (moradores e visitantes). Durante os oito meses que vivi por lá, na esperança de me beneficiar também desse intenso fluxo turístico, um fenômeno me chamou a atenção, percebi que muitos dos meus amigos pipenses freqüentemente relacionavam-se com mulheres estrangeiras, que aportavam nesse *paraíso turístico*. Eles, vonluntária e abertamente,

---

<sup>2</sup> Um evento que reflete a variedade da culinária dos restaurantes da praia é o Festival Gastronômico de Pipa, que ocorre desde 2004, sempre no mês de outubro, e movimenta um grande fluxo de visitantes.

<sup>3</sup> Não obstante, várias espécies da flora local entraram em processo de extinção devido ao uso de sua madeira como elemento decorativo desses empreendimentos que se vendem como ambientalmente responsáveis.

relatavam-me algumas de suas experiências afetivo-sexuais. Alguns deles explicitavam motivações que iam muito além desse fator hedonístico (MAFFESOLI, 2001), deixando claras as razões estéticas, materiais e simbólicas que tornavam esses relacionamentos, na maior parte das vezes, fugazes, mais vantajosos que o engajamento em um relacionamento extensivo com uma mulher local.

Esse fenômeno me remeteu a um outro tipo de relacionamento mais visível e conhecido em contextos turísticos, a relação entre o homem estrangeiro e a mulher brasileira. No entanto, essa versão é geralmente enquadrada sob o rótulo de *turismo sexual*, sendo que o mesmo não era atribuído ao caso de Pipa, talvez porque ao homem seja legítimo experienciar diversas parcerias afetivo-sexuais, tendo se tornado senso comum afirmar que ele possui uma permanente disponibilidade ao sexo.

Dessa forma, impulsionado pela necessidade de relativização dos papéis de gênero a serem assumidos nas atividades referentes ao mercado de sexo e ao turismo sexual (ainda muitas vezes ligadas de maneira determinista à mulher e ao homem, respectivamente)<sup>4</sup> e desconfiando das reais intenções das campanhas nacionais e estaduais de combate a esse tipo de turismo, cabe aqui problematizar essa nova configuração dos relacionamentos binacionais em contextos turísticos, quando os homens brasileiros são os que passam a preencher esse papel de sujeitos desejados, bem como os imaginários que contornam de novos significados esta atividade. Quais as efetivas mudanças ocorridas no resultado dessa equação quando a ordem dos fatores é alterada?

### **Turismo e Mercado de Sexo: uma relação ambígua**

Sabe-se que o fenômeno chamado de *turismo sexual* não se restringe apenas a Pipa. Com a emergência desse fenômeno, houve uma mudança radical no contexto da política brasileira em relação ao turismo. Guiados pela idéia de vulnerabilidade das mulheres e por um imaginário que conserva o estigma brasileiro de colonizado, órgãos públicos ligados à atividade turística, prefeituras, governos e presidência da República passaram a caracterizar o turismo sexual como invasivo, desrespeitoso aos valores da Nação e não-lucrativo, e o turista sexual, personificado na figura do estrangeiro, como *persona non-grata*.

---

<sup>4</sup> Para um relato histórico de como a viagem foi construída como uma atividade masculina ver: ENLOE (1989).

A ex-ministra do Turismo, Marta Suplicy<sup>5</sup> afirmou em certa entrevista: “*Combaterei com todas as minhas forças o turismo sexual e todas as formas de exploração. Esse tipo de turista não queremos aqui, e de preferência, queremos preso atrás das grades.*” Entretanto, apesar de já assumida a *mea-culpa*, pelo governo Lula, e o *marketing* turístico feito no exterior - que sempre recebeu maior atenção do que o doméstico - ter mudado de configuração, até meados da década de 1980, a Embratur vinculava, como chamariz do turismo internacional, imagens de paisagens naturais acompanhadas de mulheres seminuas<sup>6</sup>, transmitindo uma idéia de *carnavalidade* e erotismo, que seriam inerentes ao ‘*brazilian way of life*’.

Todavia, esse tipo de marketing, apesar de abandonado pelas campanhas publicitárias federais e por boa parte dos governos estaduais e municipais, continua a ser praticado pelas agências de viagens e turismo, tanto no que tange às agências de receptivo (localizada no destino da viagem) quanto de emissivo (ou seja, que se encontram no local de residência do turista), e presenciamos que essas imagens continuam a circular pela *web*.

Destarte, já há alguns anos, vem ocorrendo uma série de campanhas de combate ao turismo sexual em nível nacional e local, que trazem *slogans* explícitos quanto à criminalização (ilegal, pois não consta na legislação brasileira<sup>7</sup>) do turista que se acredita viajar por motivações sexuais, à vigilância constante da população (cabendo a ela denunciar os casos) e à vitimização das *profissionais do sexo*, tidas como exploradas, nunca como profissionais.

É válido questionar, então, se medidas combativas também serão realizadas em relação a essa nova faceta do *turismo sexual*, já que os panfletos, cartazes e *outdoors* que circulam condenando esse tipo de turismo, estampam sempre imagens de homens como sendo os *exploradores*. Então, perguntamo-nos, vitimizar-se-á também aos homens que, de certo modo, se prostituem? Ou lhes será naturalizado o poder de agência, dando-lhes maior

---

<sup>5</sup> Ver o site: <http://oglobo.globo.com/pais/mat/> . Acessado em 23/03/2007.

<sup>6</sup> Ver artigo de João dos Santos Filho (2005), intitulado “Por que a ação da Embratur se torna preocupante para a formulação de políticas internas em turismo?”, no qual classifica a ênfase dada ao turismo internacional como reveladora de uma “dependência de um tipo de forma colonialista” e afirma que: “A *idéia de vender uma imagem de fetiche sobre o Brasil para os estrangeiros faz a Embratur desenvolver e priorizar uma publicidade focada para a mulher brasileira e sua beleza estética, como podemos perceber nos estampados dos posters da Embratur, de 1966 até 1986 [...]*” (:4). Outro trabalho muito importante para o entendimento desta construção da imagem do Brasil é a dissertação de Louise Prado Alfonso (2006).

<sup>7</sup> Ver os artigos 227, 228, 229, 230 e 231 do Código Penal Brasileiro, que tratam do lenocínio e do tráfico de pessoas. <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Decreto-Lei/Del2848.htm+c%C3%B3digo+penal+brasileiro>.

autonomia frente às estruturas sociais do que o conferido às mulheres? Ou será que esses estandartes da moral crêem que aquele que é prostituído não é o corpo vendido e sim o corpo penetrado?

### **Dando um *banho de carinho***<sup>8</sup>

O foco dado ao conteúdo utilitarista do chamado *sexo fácil* como via para a realização de fantasias proibidas no seio familiar - ou num círculo de relacionamentos bem mais amplo, como a própria nação - e para a conquista de interesses materiais, presente na maioria das análises sobre a temática, deixa à margem a idéia dessas práticas sexuais como meios de construção de relacionamentos afetivos e incorporação de um status mais elevado para os parceiros. Marta (doutoranda em Letras e professora de português, 31, espanhola), por exemplo, que empreendeu um breve relacionamento com um jovem pipense afirma que “*sempre é chique dizer: ‘Estive no Brasil e estive com um brasileiro’.*”, o que aponta para uma aquisição de status também por parte da estrangeira que estabelece um relacionamento com um brasileiro.

Pondo, assim, em cheque a relação determinista entre prostituição e recompensas monetárias imediatas, temos que, cada vez mais,

[...] pesquisas contestam a adequação da idéia de prostituição, concebida em termos de serviços sexuais remunerados, indiscriminados e emocionalmente neutros, para pensar no conjunto de relações que surgem desses encontros sexuais entre turistas (homens ou mulheres) e locais. [...] algumas abordagens têm procurado conceitualizar o turismo sexual confrontando a associação linear, que se tornou habitual nos estudos sobre o tema, entre turismo sexual e prostituição. Nessa linha de pensamento [...] o turismo sexual é conceitualizado como experiência de viagem na qual a prestação de serviços sexuais da população local, em troca de retribuições monetárias e não monetárias, é um elemento crucial para a fruição da viagem. (PISCITELLI, 2001: 591)

Grande parte desses relacionamentos é permeada pelo interesse financeiro, mas o que se procurará inferir aqui, à luz de Max Weber (1992), é que não apenas as relações de teor utilitário movem as interações cotidianas. Para esses homens, a relação com turistas é vista, muitas vezes, como mera atribuidora de status, assim, privilegiam e mantêm, quase exclusivamente, interações afetivo-sexuais com estrangeiras. Eles são conhecidos localmente

---

<sup>8</sup> Fala de um interlocutor em referência ao tratamento que disponibiliza às gringas com quem se relaciona, deixando claro que esse é um comportamento raro entre os homens dos países de origem delas e, assim, reforçando sua distinção em relação a eles, a partir da noção da hiper-sexualização do homem brasileiro.

como *caça-gringas*<sup>9</sup>. Durante entrevista, Ângelo, conhecido como Pessoa, definiu o *caça-gringa* como sendo o:

*Loverboy* [...], é os prostituto da Pipa, né *brother*? Usa o corpo pra poder ganhar as gringas, pra poder que elas... Assim porque muitos têm isso na cabeça, de ir lá pra fora. É no interesse a maioria das vezes, tá ligado? Pelo que eu escuto, o cara não fica porque gosta, tá ligado *brother*? O cara fica pra se dar de bem, aí termina gostando se for uma gata, se não for eles continuam na mesma, só querendo arrastar, arrastar, arrastar. [E trocando de mulher direto?] É, sempre. Tem uns e outros aí, tipo Jorge e outros aí que toda semana é uma gringa diferente *véio*. (Pessoa, 31, pintor).

Na praia de Pipa, esse fenômeno ocorre com grande frequência. Já são vários os casos de *caça-gringas* que se relacionaram com turistas estrangeiras, na sua maior parte, européias, e que, visando atingir o *Velho Continente*, apoiados na aparente estabilidade financeira dessas mulheres, fazem companhia a elas em seu regresso, às vezes estabilizando-se por lá, como mostra a fala de um interlocutor:

Bebeto já foi, já morou em Portugal... Rapaz, tem muitos aí. Tem outros que já foi pra Itália. Tem um que tá morando na Noruega agora, tá ligado? Conheceu uma norueguesa, ficou dono de um bar que se chama *Zion*, tá ligado? O bicho num mora aqui mais não, mora na Noruega. Teve uma sorte da porra. Pegou uma doida bombadona e pegou o beco pra lá. [Mas a maioria está lá ou tão aqui?] Eu conheço um, que é professor de capoeira, Totó, tá ligado? Que ele, logo quando chegou aqui, o bicho arrasava os corações mesmo das doidas, *véio*. E ele conheceu uma, se casou, tá morando lá, tá ligado? Já vai fazer um ano. Agora tá com um projeto grande de capoeira, o bicho aparece na televisão, tudo. Então, ele é a figura verídica, que eu vi pessoalmente como tudo surgiu e o bicho tá lá agora. Totó. (Gabriel, 24, escultor)

Isso cria no imaginário social uma idéia de que tais relacionamentos são veredas ideais para se ter acesso ao capital financeiro e cultural que as *gringas* acumulam - haja vista que elas são, geralmente, universitárias ou possuem terceiro grau completo, dominam mais de uma língua, pertencem a uma cultura completamente distinta e possuem renda estável -, e que, de outra forma, os *caça-gringas* não teriam acesso, já que possuem uma baixa escolaridade, pouco acesso à informação, instabilidade nos empregos e advêm de classes menos abastadas.

Nessas interações binacionais, o sexo e outros elementos afetivos são trocados por presentes, jantares, bebidas, pequenas viagens, entre outros, enquadrando esse fenômeno no que Kamala Kempadoo chama de “mercado transacional de sexo” (2004).

---

<sup>9</sup> Trata-se, assim, de uma categoria êmica formada por *nativos* e *locais*, esse último termo refere-se aos adventícios radicados em Pipa por mais de 5 (cinco) anos.

Essa modalidade de turismo, na qual “*as viajantes são mulheres dos países ricos, geralmente brancas, procurando serviços sexuais de jovens ‘nativos’ das nações pobres*”, ocorre em muitos outros países, como os do Caribe e do norte da África<sup>10</sup> (PISCITELLI, 2000: 8). Vê-se aqui, a repetição da motivação dessas relações sexuais. Assim como os homens dos países ricos, essas mulheres estão à procura de momentos experienciais ímpares e, assim como qualquer outro turista, buscam mudar de rotina de vida num período de 15 a 30 dias, e isso, muitas vezes, inclui novas experiências afetivo-sexuais. Segundo um interlocutor, entrevistado em julho de 2007,

Lá (nos seus países de origem) as pessoas são muito fechadas [...] vai do trabalho pra casa... são muito capitalistas. Só querem ter dinheiro. É do trabalho pra casa. A maioria dos brasileiros aqui, num tem essa vida assim não! [...] Eles procuram praticar um esporte, alguma coisa... Aí aparece... e o que elas ‘vê’? Geralmente o esporte não faz o cara ficar gordo. Num faz, nunca faz. Faz o cara ficar sarado, com mais saúde. Aí quando elas vêm pro lado do litoral, vai pra praia, que vê o cara sarado, essas coisas... Aí o cara diz porra... Ficam empolgadas! (Toni, 29, caseiro)

De acordo com esse discurso, essas mulheres buscam, nos homens locais, estilos de masculinidade não mais encontrados em seus lugares de origem. Elas estão à procura de homens que sejam viris, disponíveis para o sexo, demonstrem desejá-las e que, a um só tempo, também sejam sensíveis, carinhosos, românticos e dependentes – este último fator certamente diminui o grau da negociação de poderes dentro da relação, que, em outros momentos, foi força motriz de parte das exigências feministas pela igualdade de gênero.

### **Táticas de sedução**

Dessa maneira, os *caça-gringas*, para satisfazer e até superar as expectativas criadas pelas estrangeiras, forjam este tipo masculinidade híbrida, na qual se misturam traços tradicionalmente ligados ao masculino e ao feminino.

Adeptos do que Mirian Goldenberg & Marcelo Ramos (2002) chamam de “ideologia do *body building*”, os *caça-gringas* engajam-se em práticas de produção corporal baseadas no bronzeamento e nos músculos, marcas diacríticas que facilitam as interações com as *gringas* e transmitem uma idéia, como afirmam esses autores, de saúde e beleza, aparentando certa

---

<sup>10</sup> Uma autora que vem se destacando no debate sobre o turismo sexual na região do Caribe é Kamala Kempadoo. Para maiores informações sobre as diversas configurações do mercado de sexo ver: KEMPADOO, 2004.

*naturalidade* por fazerem parte de atividades cotidianas, como exigências do próprio trabalho ou de atividades esportivas típicas do *ethos* praieiro (*surf*, *cooper*, *frescobol*, etc). Dessa forma, cobertos pelos músculos e pelo bronze, os corpos dos *caça-gringas* estão protegidos por signos distintivos, que dão a eles um valor peculiar, tanto em relação a outros nativos quanto aos estrangeiros. Assim, a maneira mais adequada deles se vestirem é despindo-se.

Certa noite, por exemplo, minha companheira e eu estávamos andando pela rua central, quando vimos alguns amigos meus, naturais da Pipa, sentados na calçada do *Iá Batata*, então resolvemos ficar por ali e conversar um pouco. Enquanto a turma bebia um vinho, vi Renan se aproximar. Ele era o único entre nós que fazia sucesso com *gringas*, sendo seu histórico já bastante extenso: “*Já fiquei com argentina, uruguaia, espanhola, portuguesa... Não, portuguesa é muito cabeluda [falando dos pêlos pubianos]. Mas holandesa, sueca, inglesa, norueguesa... Acho que aqui na Pipa, dessas mulheres eu só não fiquei com japonesa.*” (*risadas*). Após ter papeado um pouco conosco, Renan partiu em direção ao *Tribus*, um dos principais bares da praia, onde se encontravam vários turistas e muitas estrangeiras. No meio do caminho, percebeu que estava com uma roupa inapropriada, então se vestiu melhor tirando a camisa. Isto é, com o dorso à mostra, ele parecia estar mais condizente com seu objetivo: atrair os olhares femininos.

Em Pipa, a não adequação aos padrões apolíneos de corpo, atualmente vigentes, impede a participação de outros homens nesse mercado transacional de sexo. Recorro novamente a Goldenberg & Ramos (2002) para esclarecer minha afirmação: “*O corpo é um valor que identifica o indivíduo com determinado grupo e, simultaneamente, o distingue de outros. [...] O corpo como as roupas, surge como um símbolo que consagra e torna visível as diferenças entre os grupos sociais.*” (:38)

Sabendo-se que esses homens estão cientes do que atrai as *gringas* e que se apropriam de essencializações estratégicas, reforçando estereótipos e utilizando-os positivamente para facilitar a conquista, bem como corporificando o exotismo - reproduzindo uma estratégia já utilizada pelas garotas de programa, mas não evidenciada na maioria dos estudos referentes ao tema -, abrem-se possibilidades de agência, que consiste na capacidade de influenciar os poderes exercidos pelos outros (GIDDENS, 1993), nesse caso, os poderes exercidos pelas *gringas* no âmbito da relação do casal.

A partir disso, podemos interpretar o comportamento desses homens através da noção de “*performance cínica*” (GOFFMAN, 1985), pois eles conscientemente performatizam um



*ethos* masculino local em resposta aos anseios de suas parceiras. Astuciosamente, os *caça-gringas* elaboram táticas (DE CERTEAU, 2007), que lhes conferem certas vantagens nesse jogo de sedução, revelando, nos termos De Certeauianos, a engenhosidade do fraco sobre o forte.

Em espanhol há uma palavra que é *camelar*, significa que usa táticas mais carinhosas, adula, diz coisas bonitas para conseguir um objetivo. Eles sabem disso. E cá, onde todas [nós] arrastamos uma desgraça do amor, é bom receber essas atenções, embora saibamos que é só bocas. Claro! E nós sabemos. Claro que quem não saber é porque se auto-engana. Eu, quando sai de Pipa, chorei ao me despedir do Bento. Mas sabia tudo conscientemente. (Marta, doutoranda em Letras e professora de português, 31, espanhola)

O relato de Marta explicita que turistas, como ela, têm consciência de que o discurso romântico adotado pelos *caça-gringas* é uma performance premeditada para facilitar a conquista, mas que mesmo assim é eficaz diante dessa “*doçura que perdeu o homem europeu*”, como ela mesma diz. Ao mesmo tempo, ele traz outros elementos que renovam a reflexão sobre o *turismo sexual*, como o imbricamento entre sexo e romance, que tem sido subestimado e pouco problematizado em grande parte dos trabalhos referentes a esses fluxos sexuais. A atmosfera de romance é reforçada exatamente devido à sua ausência em outras esferas dos relacionamentos cotidianos, com destaque para as interações afetivas com os homens europeus. Assim, os relacionamentos afetivo-sexuais estabelecidos em contexto de viagens de turismo, na maioria das vezes, são vivenciados e dignificados em sua intensidade e fugacidade e não em seu caráter extensivo e duradouro.<sup>11</sup> Isso lhes confere um caráter ambíguo, imbricando, nos termos de Anthony Giddens (1993), elementos do amor romântico e do amor confluyente, sendo que o “*amor confluyente é um amor ativo, contingente, e por isso entra em choque com as categorias ‘para sempre’ e ‘único’ da idéia do amor romântico.*” (: 72).

### Considerações finais

Por fim, tendo em vista que esses encontros afetivo-sexuais entre viajantes e população local se apresentam cada vez mais como *triviais*, isto é, constituindo-se como mais

---

<sup>11</sup> Para uma interpretação fílmica desse fenômeno, ver: “Em direção ao sul”, uma co-produção franco-canadense, de 2005, que relata as experiências afetivo-sexuais de três mulheres (uma canadense, uma americana e uma inglesa) no Haiti, no início da década de 1990.

um elemento de fruição dessas viagens<sup>12</sup>, como também do cotidiano da comunidade receptora, acreditamos na pertinência de uma reformulação conceitual do que se entende por *turismo sexual*. Compartilhamos, por hora, da noção ampliada do fenômeno, lançada por Fernando Ribeiro e Octávio Sacramento (2006), os quais afirmam que

[...] o turismo sexual diz respeito à circulação de pessoas em tempo de lazer que tem por base, ainda que não exclusivamente, motivações que se prendem com a expectativa de concretizar relacionamentos amorosos e/ou sexuais, de natureza comercial ou não, com outras pessoas que se encontram nos destinos turísticos. (RIBEIRO E SACRAMENTO, 2006: 162)

Dessa forma, as bases pelas quais as campanhas de combate ao *turismo sexual* se assentam seriam desestabilizadas, pois se desejarem realmente punir qualquer espécie de *turismo sexual*<sup>13</sup>, como os porta-vozes da moral andam propagando, estarão decretando o fim de boa parte do fluxo turístico de seus locais de atuação, pois, pelo que parece, o sexo é um elemento inerente ao turismo<sup>14</sup>.

### Referências

ALFONSO, Louise Prado. **EMBRATUR: formadora de imagens da nação brasileira**. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), 2006.

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do Cotidiano: Artes de fazer**. 13ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

---

<sup>12</sup> Bento, um dos interlocutores, em sua fala, concorda com o que acabamos de afirmar: “Em todo lugar é assim, quando você sai de férias, você vai pra outro país, lógico que você tem a tendência a mais ou menos o que... aproveitar a praia, curtir a balada e procurar alguém, né. Isso é normal pra todo mundo, isso é do ser humano mesmo.” (24 fotógrafo).

<sup>13</sup> Uma iniciativa coerente e legítima é realizada pela ONG *Resposta* (Responsabilidade Posta em Prática) que combate, desde 2003, a exploração sexual infanto-juvenil no turismo, como afirma Liliane, 29, coordenadora de setor de estudos da Resposta, e que condena iniciativas, como a da Prefeitura do Natal, as quais desvirtuam o foco do combate, pois desejam, ilegalmente, barrar e intimidar a vinda de quaisquer turistas que viajam motivados por expectativas de estabelecer interações sexuais com a população local, sendo dada grande ênfase aos homens estrangeiros.

<sup>14</sup> Outra autora que defende a impossibilidade de separação do turismo sexual de qualquer outro tipo de turismo é Laura Agustín, para mais informações ver: *Sex at the margins: migration, labour markets and the rescue industry*. (AUGUSTÍN, 2007).

ENLOE, Cynthia. *Bananas, beaches and bases: making feminist sense of international politics*. University of Califórina Press, 1989.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade: sexualidade, amor & erotismo nas sociedades modernas**. São Paulo: Editora Unesp, 1993.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

GOLDENBERG, Mirian; RAMOS, Marcelo Silva. *A civilização das formas: o corpo como valor*. In.: **Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Org.: Mirian Goldenberg. Rio de Janeiro: Record, 2002, 19-40.

KEMPADOO, Kamala. **Sexing the Caribbean: gender, race, and sexual labor**. New York and London: Routledge, 2004.

MAFFESOLI, Michel. **Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

PISCITELLI, A. *Trechos de um diário de campo: mundos contemporâneos, gênero, desigualdades*. In: **Seminário A questão social em 500 anos, Mesa Redonda: Desigualdade de gênero (na história, no trabalho e nas lutas sociais)**. Rio de Janeiro: Escola de Serviço Social da UFRJ, 2000.

\_\_\_\_\_. *Gringos nos trópicos: gênero e nacionalidade no marco do turismo sexual em Fortaleza*. In: **Migrações Internacionais, contribuições para políticas**. Org.: Mary Garcia Castro. Brasília: Comissão Nacional de População e Desenvolvimento, v. 1, p. 589-613, 2001.

RIBEIRO, F. B. e SACRAMENTO, O. *Sexo, amor e interesse entre gringos e garotas em Natal*. In: **Cronos: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRN**. V. 7, nº 1. Natal: EDUFRN, 2006.

SANTOS FILHO, João dos. **Ontologia do Turismo: Estudos de suas causas primeiras**. Caxias do Sul: Educs, 2005.

WEBER, M. *Comunidades étnicas: la raza*. In.: **Economia y sociedad: esbozo de sociologia comprensiva**. Fondo de Cultura Econômica: México, 1992.