

Sexo, amor e interesse entre *gringos* e *garotas* em Natal¹

Fernando Bessa Ribeiro – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
 Octávio Sacramento – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal

RESUMO

Este artigo analisa as relações sociais que os turistas europeus estabelecem com as garotas de programa da cidade de Natal. Tentando escapar aos discursos vulgares, enunciados nomeadamente pela mídia e pelo senso comum, procura-se mostrar a densa teia de racionalidades e interações que envolvem estes actores sociais. Em concreto, turistas e locais envolvem-se em complexos jogos de poder, implicando a manipulação de recursos, com destaque para o dinheiro, o corpo, a performance sexual e as emoções, que nos ajudam a desconstruir as imagens “a preto e branco”, nas quais o turista é sistematicamente apresentado como o predador que apenas procura satisfação sexual e, por outro lado, a mulher jovem local vista como vítima, sem capacidade de agência sobre o seu corpo e a sua sexualidade.

Palavras-chave: Gênero. Sexualidade. Afectos. Interesse. Turismo.

ABSTRACT

This article analyzes the social relationships established between the European tourists and the garotas de programa (local name given to some sex workers) in Natal. Avoiding the common speech, used explicitly by the media and by the common sense, we quest to reveal the dense net of rationalities and interactions on which are involved these social players. In reality, tourists and insiders involved themselves in complex games of power, implying the resources manoeuvring, with particular

evidence for the money, the body, sexual performance and emotions, which helps us to broken-up the “black and white” images on which tourists are systematically represented as the predator, looking for sexual satisfaction and, on the other side, the local young ladies as the victims, with no agency of their bodies or sexualities.

Keywords: Gender. Sexuality. Friendships. Interest. Tourism.

INTRODUÇÃO

A expansão do turismo de massas, muito intensa a partir dos anos 60, com a consolidação do Estado-Providência (SANTOS, 1993) nos países europeus centrais (BOISSEVAIN, 1996; DEBIÉ, 1995; D'EPINAY, 1991) – mais tardia no caso português (ARROTEIA, 1994) – e, por outro, o próprio desenvolvimento do capitalismo na procura e invenção de novos mercados e produtos (RIBEIRO; PORTELA, 2002), conduziram à incorporação sucessiva de novos destinos na geografia mundial das rotas turísticas. Um dos mais recentes é o do Nordeste brasileiro, em boa medida impulsionado pela redução dos custos das viagens de avião intercontinentais proporcionada pelos avanços tecnológicos e organizativos no sector dos transportes aéreos (URRY, 1990). Nesta vasta região, o Estado do Rio Grande do Norte ocupa uma posição consolidada como um dos principais destinos turísticos, cabendo aqui um especial realce para a sua capital. De facto, depois de Fortaleza e de Salvador, Natal é a cidade com maior número de visitantes estrangeiros no Nordeste brasileiro. Com um crescimento verdadeiramente impressionante nos últimos cinco anos,

¹ Uma versão preliminar e sucinta deste artigo foi apresentada pelos autores ao 3º Congresso da Associação Portuguesa de Antropologia realizado em Lisboa, em abril de 2006, no painel temático “Corpos, dinheiro e afectos”, organizado por Fernando Bessa Ribeiro e Manuel Carlos Silva (Universidade do Minho).

os voos *charters* internacionais passaram de cinco em 2002 para 17 por semana em 2004, contribuindo assim para que o número total de turistas atingisse os 1.700.000 (24.84% superior a 2002), com um aumento vertiginoso dos provenientes do estrangeiro (282.000, 92.2% superior a 2002).²

Deste vasto fluxo turístico passaram a fazer parte indivíduos de classes e grupos sociais até então apenas marginalmente envolvidos, como os jovens e adultos pertencentes aos meios populares, de origem operária ou trabalhando em actividades mal remuneradas do comércio e dos serviços. Por outro lado, as profundas alterações sociológicas no domínio da família experimentadas pelas sociedades europeias nas últimas décadas (BERRY-BRAZELTON, 1989; SINGLY, 1993; SARACENO; NALDINI, 2003) têm vindo a repercutir-se significativamente na configuração da procura turística, fazendo com que entre os turistas se assista a uma presença crescente daqueles que escapam ao padrão dito tradicional, assente no “papá, mamã e filhos”. Tal é particularmente evidente nos turistas jovens do sexo masculino que afluem ao Nordeste brasileiro, muitos deles solteiros ou transitoriamente sem parceira/o sexual, cujas deslocações são frequentemente motivadas por um conjunto de representações e expectativas ancoradas em imagens de erotismo e de acesso fácil à fruição sexual. Considerando que na economia do turismo, as *commodities* não possuem apenas valor de uso e de troca mas também um “valor-signo”, relacionado com a quantidade e a qualidade da experiência que oferecem, elas são fortemente determinadas pelas imagens, publicidade e consumismo que caracterizam as sociedades modernas (BAU-DRILLARD, 1981). Por outras palavras, a procura de sexo por parte dos turistas, que parece constituir uma motivação presente em numerosos europeus que visitam o nordeste brasileiro (PISCITELLI, 2004) e, em particular, a cidade de Natal, não escapa a esta mercantilização. Não sendo um fenómeno

2 Dados disponibilizados pela Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Norte.

desconhecido noutras paragens, muito em particular no sudeste asiático (COHEN, 1982; TRUONG, 1989; HITCHCOCK *et al.*, 1993; LEHENY, 1995; HALL, 1996; SEABROOK, 1996), o chamado “turismo sexual”³ foi, ainda que não necessariamente de modo intencional, impulsionado pelas entidades públicas ligadas à promoção turística no Brasil, pelo menos desde os anos 60, através da publicitação da imagem da mulata com *bunda* generosa. Hoje em dia trata-se de uma realidade social incontornável e de grande impacto em Natal, quer do ponto de vista económico quer do ponto de vista do imaginário colectivo e das representações dos actores sociais locais e dos turistas que visitam a cidade, suscitando a atenção dos *media* e das forças políticas do Estado.

Entre os turistas e as mulheres locais estabeleceu-se um intrincado jogo de relações sociais em torno da sexualidade, do género e das emoções que exige uma reflexão sociológica densa e um conhecimento empírico aprofundado. Neste exercício é fundamental assumir-se que a sexualidade humana, apesar de estar associada, em determinados momentos, à procriação, se orienta para a procura doutras satisfações. Longe de existir apenas um único modo de a fruir, encontramos formas muito diversas de relacionamento sexual que se concretizam em diferentes contextos sociais, incluindo os que se prendem com o sexo mercantil e o turismo. Torna-se, portanto, pertinente trabalhar sobre este interpelador campo social. Partindo de perspectivas sócio-antropológicas e explorando os elementos etnográficos que recolhemos durante o trabalho de campo realizado no

3 Sem procurar adiantar uma definição detalhada, poder-se-á dizer 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. É de relevar, como adverte Oppermann (1999), que, no âmbito do turismo sexual, a prostituição representa apenas uma pequena fatia. Para uma maior clarificação do conceito de turismo sexual ver, entre outros, Truong (1990), Oppermann (1998, 1999), Kempadoo (1999), Cliff e Carter (2000), Bauer e McKercher (2003).

Verão de 2005 na cidade de Natal,⁴ procuraremos reflectir sobre as relações sociais que os turistas, conhecidos localmente como *gringos*, estabelecem com as *garotas de programa*⁵. Tentando escapar aos discursos vulgares, enunciados nomeadamente pelos *media* e pelo senso comum, é nosso objectivo central interpretar a densa teia de motivações, racionalidades e interações que envolvem estes actores sociais. Se é certo que não deixa de estar marcada pelas relações de poder entre os de fora e os locais – que nos remete para a problemática das desigualdades, incluindo aquelas que se fundam no género, que marcam os intercâmbios entre o Norte e o Sul –, a compreensão cabal desta teia densa de relações sociais exige que se tomem em consideração outros aspectos. Em concreto, turistas e locais envolvem-se em complexos jogos de poder, implicando a manipulação de recursos, com destaque para o dinheiro, o corpo, a *performance* sexual e as emoções, que nos ajudam a desconstruir as imagens monolíticas, nas quais o turista é sistematicamente apresentado como o predador que apenas procura satisfação sexual e, por outro lado, a mulher jovem local vista como vítima, desprovida de *self-ownership* sobre o seu corpo e a sua sexualidade.⁶

4 Considerando o carácter quase exploratório da pesquisa já efectuada, a prosseguir nos próximos três anos, o texto apresentado deve ser visto como parte de um *research work in progress*.

5 *Gringo*, como notam Silva e Blanchette (2005), é um termo que no Brasil se aplica a qualquer estrangeiro, não tendo necessariamente uma conotação pejorativa. A designação *garotas de programa*, por sua vez, é usada nos discursos sociais para fazer referência a mulheres que se prostituem ou que são tidas como sexualmente promíscuas (GASPAR, 1985).

6 Em termos filosóficos, turismo sexual e sexo mercantil interpelam o princípio do chamado *self-ownership*, amplamente discutido pelos filósofos libertários (VAN PARIJS, 1995; VALLENTYNE; STEINER, 2000a, 2000b). Trata-se da discussão sobre os limites do direito de cada um dispor do seu próprio corpo, incluindo o da utilização para satisfação do prazer físico e emocional de outros, homens, mulheres ou transgéneros, em troca de remuneração mercantil. Mas não só, esta articulação entre turistas e sexo mercantil compreende outros aspectos, como o tipo de envolvimento emocional e a questão do poder no contexto das relações de género.

UM LUGAR DIONISIÁCO E ECONOMICAMENTE DINÂMICO: A PRAIA DE PONTA NEGRA

Um dos principais cenários turísticos de Natal e com maior presença de *garotas de programa* é a praia de Ponta Negra, situada no extremo sudoeste da cidade. É aqui, melhor dito, no *calçadão*, nas esplanadas, nos bares e nas discotecas que *gringos* e *garotas* constroem relações sociais nas quais o corpo, a sexualidade e o dinheiro aparecem como elementos estruturantes. Constituindo hoje um espaço-chave na “cidade do prazer” (LOPES JÚNIOR, 2000), a praia é dominada pelo “morro do careca”, uma encosta belíssima debruçada sobre o mar, com uma faixa de areia interrompendo a vegetação.⁷ Ao longo dos cerca de dois quilómetros da estreita língua de areia que dá corpo à praia erguem-se hotéis, pousadas, aparthotéis, restaurantes e bares. Em plena praia posicionam-se pequenos espaços de apoio aos veraneantes, oferecendo esteiras, guarda-sóis e serviço de bar. Os prédios altos, que dão um ar americanizado à cidade, situam-se precisamente por detrás da primeira linha de praia. A presença italiana faz-se notar através dos inúmeros anúncios escritos na língua de Leonardo da Vinci, nomeadamente identificando *ristorantes*, *pizzerias* e outros negócios ligados ao turismo. Embora muito diferente em termos paisagísticos e a uma escala mais reduzida, os prédios que ficam na encosta da praia fazem lembrar alguns dos piores exercícios urbanísticos do Algarve e da costa andaluza espanhola.⁸

7 Por detrás da praia localiza-se a pequena vila de Ponta Negra. Durante séculos os seus habitantes viveram praticamente de costas voltadas para a praia, cultivando as suas terras férteis. Com o turismo e a expansão da cidade, a vila está hoje mergulhada num acelerado processo de gentrificação, com numerosas residências e propriedades adquiridas quer por europeus quer por natalenses que aí decidiram fixar residência, realizando obras de ampliação e de melhoramento das habitações.

8 Avançando pela estrada marginal, construída nos anos 90 do século passado, numa zona de paisagem protegida, que liga a zona de Ponta Negra ao velho forte construído pelos portugueses no século XVI, sente-se o carácter predador do turismo, com a ocupação de um litoral dunar muito sensível por um sem fim de hotéis e empreendimentos turísticos literalmente em cima do mar.

Esta praia, presença obrigatória em todos os catálogos e brochuras de promoção turística editados pelo governo estadual e pelo município local, era nos anos 60 e 70 do século passado um *point* de “alternativos”: jovens das classes mais privilegiadas de Natal, muitos deles politicamente engajados nas lutas estudantis contra a ditadura militar, que encontravam neste espaço paradisíaco, distante da cidade e com acesso precário, as condições suficientes para experiências sociais mal toleradas pela ordem político-moral dominante, incluindo aquelas ligadas ao sexo e ao consumo de estupefacientes. A expansão da cidade e, em especial, o desenvolvimento do turismo, empurrou os alternativos para praias mais distantes, primeiro Pirangi e Cotovelo, mais tarde Pipa, actualmente a praia mais cosmopolita do Rio Grande do Norte. Muitos destes “alternativos” falam hoje com saudade deste tempo em que a praia não estava bordejada pela urbanização avassaladora, da praia como um lugar idílico, onde se acampava e se faziam fogueiras. Relevando o seu sentimento de perda, um deles afirmou que *onde a civilização chega acaba com tudo*.

Nesta praia tudo parece girar em torno do sexo mercantil, ao ponto de os habitantes locais até já a terem (re)baptizado com o nome de *Putá Negra*.⁹ Quer dizer, nesta economia do prazer todas as demais actividades, como o transporte de passageiros em táxis, o comércio e serviços prestados pelas barracas do areal, a venda ambulante dos mais variados produtos (tabaco, CD e DVD, roupa, quinquilharia, fruta, *fastfood*), as lojas de artesanato, os estupefacientes, os bares e as discotecas da avenida marginal, sempre repletas de trabalhadoras sexuais, os próprios agentes policiais, vivem das dinâmicas económicas geradas, directa ou indirectamente, pelas trocas sexuais de carácter mercantil. Todos os actores sociais envolvidos parecem saber com precisão o lugar ocupado nesta divisão social do trabalho do prazer. De forma recorrente cooperam entre si para

dinamizar os consumos por parte dos turistas. É assim que temos, entre outros exemplos, os taxistas a colaborar com as *garotas*, transportando-as de suas casas para a praia, ao início da noite, encarregando-se também do seu transporte aos motéis e hotéis para as “transacções” com os turistas. Ao mesmo tempo disponibilizam a estes contactos de *garotas* anotados nos seus *books* – agendas ou pequenos cadernos de registo de contactos telefónicos –, aconselhando-os mesmo, por vezes, na escolha da parceira. Além dos taxistas, a mediação entre as *garotas* e os turistas pode envolver vários outros intervenientes, como por exemplo o comerciante da barraca e algum dos seus empregados.

O uso social da praia varia consideravelmente do dia para a noite. Marcada pela auto-exclusão quase geral dos natalenses das classes sociais mais privilegiadas, durante o período diurno a praia é frequentada não só pelos turistas em busca de sexo mas também por outros tipos, nomeadamente o “familiar” e o de proveniência interna. Nada falta para o conforto de um tempo bem passado. Os barraqueiros alugam cadeiras e toldos, servem bebidas e refeições¹⁰, os vendedores ambulantes percorrem a praia sem cessar, num vai-e-vem aparentemente ininterrupto, vendendo de tudo um pouco: roupa, gelados, CD e DVD, cremes solares, camarão, amêndoa de caju, bebidas, frutas, crepes. Os produtos mais pesados, como as bebidas, são transportados em carrinhos de mão apresentados de uma forma impecável, alguns com belas pinturas. Relevando o engenho dos seus proprietários e um certo sentido de negócio, os carrinhos de venda de CD e DVD fazem-se anunciar através de equipamento sonoro simples, com base na aplicação de um auto-rádio alimentado por uma pequena bateria e dois altifalantes de qua-

9 Numa notícia saída no jornal “Tribuna do Norte” (FRANCISCO, 2004), Ponta Negra era qualificada como uma “praia de apelos sexuais”.

10 Um dos pratos mais populares é a *paçoca*: carne seca moída acompanhada de molho vinagrete e feijão. Foi uma invenção dos mercadores sertanejos que viajavam desde o sertão nordestino para as cidades do litoral, mormente para Recife, para aí venderem e comprarem mercadorias. Durante estas longas e fatigantes viagens tinham na “carne-sol” moída no pilão e misturada com farinha o seu principal alimento.

lidade modesta parecendo quase sempre ligados na sua máxima potência.¹¹

Durante o dia, muitos turistas aproveitam para recuperar da noite agitada, geralmente marcada por actividade sexual intensa e o consumo em grande quantidade de bebidas alcoólicas, não deixando, todavia, de conviver com as *garotas de programa*, ora continuando a relação social já estabelecida, ora aproveitando para estabelecer novos contactos. Estes são realizados quase sempre por iniciativa das jovens nativas, algumas provenientes de outros Estados brasileiros, como Paraíba, Ceará, Pernambuco – os mais próximos –, Maranhão, Pará e Amazonas – os mais distantes. Por norma, a exposição para o turista e a interpelação que se segue é feita de forma mais ou menos subtil: através da postura corporal, do olhar, do sorriso, da solicitação de um cigarro. Como nota Piscitelli (2006), estas “[...] aproximações adquirem características de uma paquera [...] remetendo a padrões tradicionais de cortejo”.

Assim que a noite se impõe, o areal esvazia-se em favor do calçadão e dos estabelecimentos de restauração e de diversão alinhados ao longo da avenida que bordeja a praia. Aos restaurantes e bares fixos juntam-se cerca de meia dúzia de barracas móveis, montadas ao início da noite em pleno passeio mesmo em frente das duas discotecas da praia. Pertencendo ao mesmo proprietário, de nacionalidade italiana, estas discotecas funcionam em regime alternado, em virtude do movimento não justificar outra solução. Turistas e *garotas* vão chegando, uns a pé, como é o caso dos visitantes cujos hotéis se localizam na própria avenida da praia ou nas artérias adjacentes, outros transportados por táxis que estacionam na avenida, preparados para as *corridas* em

direcção aos motéis ou aos hotéis onde eles se alojam. Para além destes actores sociais, marcam também presença agentes da Polícia Militar, quer em posição fixa, quer circulando em viatura automóvel. Se bem que exerçam um papel dissuasor da criminalidade, não deixam de ir retirando alguns benefícios desta economia do prazer, extorquindo aos turistas que se deslocam em carros alugados pequenas quantias monetárias em troca do perdão de multas relativas a infracções reais ou imaginárias por eles cometidas, ao mesmo tempo que tentam obter das *garotas de programa* alguns serviços sexuais gratuitos.

A noite começa invariavelmente por algum bar ou restaurante, não raro com música ao vivo. Daí segue-se para as barracas em frente das discotecas acima referidas, ou talvez para um destino mais afastado, nomeadamente para a avenida que faz a ligação da praia ao centro da cidade, onde também existe animação nocturna. Depois de mais algumas cervejas, caipirinhas ou outras bebidas alcoólicas, a diversão continua sobretudo na discoteca da avenida da praia de serviço nessa noite, para onde converge a grande maioria das *garotas de programa* e dos turistas de Ponta Negra. Diga-se, aliás, como um dos nossos informantes relevou, que *é raro pegar na discoteca alguma mulher que não seja de programa*. Segundo o respectivo proprietário, em cada noite podem passar por lá cerca de 300 mulheres à procura de *programas* com *gringos*. É neste espaço que as interacções entre turistas e *garotas* atingem um nível elevado de erotismo e sedução, de que resulta a combinação de numerosos consumos sexuais de carácter mercantil. Tratam-se de interacções definidas por um jogo de sedução no qual o discurso, os gestos e o uso do corpo desempenham funções importantes. Podendo prolongar-se por várias horas, os actores envolvidos dão-se a conhecer, aferindo as expectativas de ambos, nomeadamente em termos de duração do possível relacionamento, preferências sexuais e recursos financeiros a mobilizar por parte do turista.

11 Não sendo relevante para a presente discussão, esta situação revela o papel social decisivo desempenhado actualmente pelas actividades informais no Brasil. Incapazes de gerar emprego formal, as políticas neoliberais empurraram milhões de brasileiros para o campo da economia informal, única forma de garantir a sobrevivência e o acesso ao consumo mercantil. Ainda que muito variável, os comerciantes informais podem conseguir por mês rendimentos entre dois a três salários mínimos (cerca de 750 a 1000 reais).

BUSCANDO AVENTURA, SEXO E ROMANCE: OS GRINGOS

Os turistas que frequentam a praia de Ponta Negra à procura de aventuras sexuais evidenciam uma considerável diversidade no que diz respeito aos seus países de origem, idades, profissões, motivações, perfis de masculinidade e estrato social, entre outros aspectos. Não há, portanto, um turista típico no quadro do chamado turismo sexual, como por vezes se sugere, quando se diz que os turistas que vêm à procura de sexo são indivíduos sexualmente perturbados.¹² O seu comportamento deverá ser interpretado sobretudo por referência a condicionalismos de ordem sociológica.

Embora seja inadequado falar-se de um perfil-tipo de turista sexual, existem determinados elementos caracterizadores que sobressaem. Temos assim o predomínio de turistas de nacionalidade espanhola e italiana, com destaque para esta, na sua maioria jovens adultos (entre os 30 e os 40 anos), normalmente viajando em grupo (3 a 6 elementos). Ainda que se encontrem as mais diversas posições de classe, há uma certa preponderância dos indivíduos das classes populares (trabalhadores fabris) e, sobretudo, dos diversos segmentos das classes médias urbanas (empregados do comércio e dos serviços, funcionários públicos, profissionais técnicos). São, de um modo geral, homens insatisfeitos com as relações de género nos seus contextos de origem, quase sempre motivados pelas representações sociais dominantes sobre a sexualidade da “mulher brasileira”, em boa medida amplificadas pelos discursos mediáticos de impacto global e pelas narrativas dos amigos e conhecidos que se envolveram em experiências sexuais com brasileiras em viagens turísticas ao Brasil.

Os turistas com quem falámos tendem a estabelecer uma diferenciação bastante vincada entre as mulheres brasileiras e as europeias. Referem-se às brasileiras como mulheres sexualmente *mais quentes e*

mais afectuosas. Considerando que não dão tanto valor à aparência do homem como na Europa, classificam-nas como *mais simples*, no sentido de estarem disponíveis para um relacionamento menos atado à fase do enamoramento em favor de uma interacção sexual mais imediata e intensa, ainda que daqui não se possa afirmar, como veremos, que a dimensão afectiva não esteja presente. Alguns deles, num registo de certo modo paradoxal, destacam também que as *garotas de programa* têm um grande interesse pelo dinheiro. Em contraponto, dizem que as europeias são *mais frias, mais conservadoras, mais ativas, mais snobes*, sublinhando, sobretudo os italianos, que elas ligam muito à aparência e à capacidade económica do homem. Apesar desta avaliação desfavorável à mulher europeia, também constatada por Piscitelli (2006) entre os turistas que visitam Fortaleza, são muitos os que admitem preferir casar com uma mulher do seu país em detrimento de uma brasileira, por razões que certamente se prendem com aspectos relacionados com a afinidade cultural e, eventualmente, com os estereótipos da mulher brasileira como sexualmente libertina e promíscua. Como dizia um italiano, solteiro, técnico administrativo no porto de Nápoles, com 31 anos, “*a brasileira é boa para transar, a italiana é boa para casar!*”

A maior dificuldade de acesso às mulheres que os turistas gostariam de conquistar nos seus contextos de origem, seja por motivos económicos, de *status* ou de apresentação do eu, e o relativo constrangimento em conviver com uma feminilidade ocidental que continua a colocar algumas limitações às preferências e valores predominantes da masculinidade são dois elementos centrais a considerar para compreender o fenómeno do turismo sexual (O’CONNELL-DAVIDSON, 1995). A estes dois elementos junta-se um terceiro, especialmente válido para os turistas mais velhos, relacionado com as expectativas de revivalismo de experiências de homosociabilidade da juventude, ou seja, a procura de recriação dos laços e das vivências masculinas que antecedem a rotina e as responsabilidades da vida adulta (KRUISE-MOUNTBURTON, 1995).

12 O’Connell-Davidson (1995), referindo-se aos turistas ingleses que procuram sexo comercial na Tailândia, adverte que não existe nada de verdadeiramente particular ou distintivo nos seus comportamentos, desejos e sexualidade.

Deste modo, para os grupos de *gringos* que visitam Ponta Negra, o turismo parece assumir-se como uma experiência de liminaridade, de ruptura face às restrições sociais da vida quotidiana (O'GRADY, 1981) e de (re)constituição de um espírito de *communitas masculina* (TURNER, 1974), caracterizado pela liberdade face às normas sociais quotidianas – situação social anti-estrutural (TURNER, 1974) –, pela festa e transgressão (BATAILLE, 1962) e pelos excessos dionisíacos (BENEDICT, 1950). No entender de Bauer e McKercher (2003, p. xiv), “a liminalidade, ou seja, a deslocação temporária do turista da sua vida quotidiana, explica porque é que turismo, amor, sexo e romance se encontram tão interligados”.

O turismo sexual constitui, assim, uma expressão extrema da ruptura com a previsibilidade e os constrangimentos quotidianos que o turismo de massas ambiciona (MACCANNELL, 1976; JAFARI, 1987; SANTANA, 1997; DELGADO, 2004). Como nota Franklin (2003, p. 255), “viajar proporciona anonimato e evasão face ao controlo, ao dever e à obrigação [...] e também a liberdade para a fantasia, imaginação e aventura”. Com efeito, de um modo geral, os turistas que visitam Ponta Negra, em virtude da distância que os separa dos seus contextos de origem, parecem não manifestar qualquer tipo de preocupação ou constrangimento pelo facto de serem vistos na companhia de *garotas de programa*. É precisamente num ambiente de anonimato, aventura e fantasia, decorrente de uma experiência de transição espacial e social, que os turistas de Ponta Negra enveredam por um estilo de vida dionisíaco, o que nos permite incluí-los no tipo “hedonístico”, proposto por Cohen (1979) para designar os turistas que procuram, essencialmente, a diversão e o prazer como forma de ruptura com o quotidiano laboral. A sua estadia em Ponta Negra é marcada pelas constantes saídas em grupo para os bares e discotecas à procura das mulheres locais e pelo consumo desregrado de álcool e, não raro, de estupefacientes. Neste contexto de excessos tem lugar um estreitamento dos laços homossociais entre os membros do grupo,

perante os quais se procura (re)afirmar os atributos de masculinidade (muito em particular os que dizem respeito à capacidade de conquista sexual) e, assim, sentir de novo o poder e o orgulho viril que a vida quotidiana, eventualmente, atenuou. Desta forma, como destaca Kruhse-MountBurton (1995, p. 197), “o turismo sexual tem subjacente um potencial de rejuvenescimento [...] o sentimento pessoal de conquista e poder que proporciona pode constituir uma compensação para um indivíduo que, na sua vida quotidiana, é incapaz de manifestar qualquer tipo de autoridade efectiva”.

As conquistas sexuais que os turistas tanto procuram exercitar, na maior parte dos casos, como veremos, não resultam, no essencial, da sua competência de sedução. São, pelo contrário, um derivado da ilusão que as *garotas de programa* criam como estratégia comercial subjacente à sua actividade. Na construção desta ilusão, elas preocupam-se não só com as questões mais directamente vinculadas à esfera da sexualidade, como também com vários outros aspectos que remetem para o domínio da afectividade. Isto porque muitos dos turistas não procuram apenas gratificação sexual mas também intimidade, envolvimento e conforto emocional. Só assim se compreende o facto de muitos deles desenvolverem relações de longa duração com uma única mulher que, em muitos casos, retomam nos períodos de férias seguintes. A valorização dos afectos e das emoções por parte de muitos turistas constitui um traço identitário não enquadrável naquelas que são as expectativas sociais dominantes do que é ser homem, assumindo-se, conseqüentemente como uma manifestação subordinada de masculinidade (CONNELL, 1995).

Impõe-se, portanto, questionar alguns discursos teóricos, mediáticos e do senso comum que, de forma linear e acrítica, tendem a referir-se ao fenómeno do turismo sexual como um contexto no qual os homens poriam de lado as emoções e dariam livre curso à sexualidade, procurando, assim, concretizar as suas fantasias sexuais e afirmar a sua virilidade. Os turistas não olham todos, nem tampouco exclu-

sivamente, para as *garotas de programa* como simples objectos de satisfação sexual. Amiúde são eles próprios alvo de manipulação, de acordo com os interesses económicos daquelas. É precisamente tendo em conta este tipo de interesses que elas parecem não denotar grande preferência pelos portugueses. Dizem que os portugueses são *cafussú* (*querem comer – ter relações sexuais – de graça*), que *fodem bem, mas pagam mal*. De igual modo, parecem não nutrir grande simpatia pelo brasileiro, associando-lhe uma imagem de *pé rapado* (sem capacidade económica) e de machista.

FAZENDO INTIMIDADES E ASPIRANDO A UMA OUTRA VIDA: AS MOTIVAÇÕES E OS PROJECTOS DAS GAROTAS DE PROGRAMA

Mais ou menos conscientes de que a uma grande parte dos turistas não lhes interessa apenas o sexo pelo sexo, mas também romance e emoção, as *garotas de programa* constroem um simulacro (BAU-DRILLARD, 1991) no qual se apresentam como completamente rendidas à capacidade de sedução e de conquista dos indivíduos que com elas interagem. O beijar na boca constitui um dos principais componentes do simulacro da sua rendição emocional, que deve ser entendido no contexto de uma representação do relacionamento como estando dentro da norma e do socialmente reconhecido como o namoro e o sexo monetariamente desinteressados, partilhada por ambos, *gringos* e *garotas*.¹³ Neste processo estratégico de criação de uma “ilusão de ‘normalidade’” (PISCITELLI, 2006), elas encenam uma realidade em função daquilo que julgam ser as expectativas dos *gringos*, manipulando assim as suas impressões e fazendo-lhes acreditar na genuinidade da cena. Idêntica situação é constatada por Oliveira no seu estudo sobre a prostituição de rua na cidade do Por-

to (Portugal), levando-a mesmo a referir-se às trabalhadoras sexuais como “vendedoras de ilusões”: o cliente “[...] pensa que está a fazer amor com uma mulher, mas está a fazer sexo sozinho. A ilusão é-lhe presenteada a troco de dinheiro” (2004, p. 177).

As *garotas de programa* parecem ser especialmente entendidas nesta arte de sedução manipulatória. Não são, portanto, de estranhar as inúmeras construções acerca da competência emocional, erótica e sexual da mulher brasileira que emergem nos discursos dos turistas com quem falámos e em muitos outros que partilham as suas experiências no ciberespaço, contribuindo, como amplamente o demonstra Piscitelli (2005), para a disseminação de uma imagem (racializada) da mulher sul-americana altamente valorizada no mercado erótico, a que não é alheia a própria alteração da geografia internacional do turismo sexual. Muitos dos turistas julgam mesmo como genuínas as atitudes e emoções das *garotas de programa*, não tendo efectiva consciência de que elas estão apenas a desempenhar o seu “papel”, o que nos permite dizer que o turista não compra apenas serviços sexuais, como também (e sobretudo) uma ilusão de conquista, ou melhor, um simulacro no qual ele parece sentir-se inebriado de poder, de competência viril e crê ser um autêntico *Don Juan*. A este propósito, O’Connell-Davidson (1995, p. 45) refere o seguinte: “[...] todos os turistas sexuais que entrevistei comentam o facto de que, na Tailândia, vivem como ‘reis’ ou *playboys*”. Esta é uma situação favorável à concretização dos interesses comerciais e/ou dos projectos de vida da *garota de programa*, permitindo-lhe conquistar e fidelizar clientela e, não raro, estabelecer um relacionamento amoroso com um ou outro turista que a ajudará economicamente e que, mais tarde, poderá até permitir-lhe a realização do sonho da maioria das jovens que fazem *programas* em Ponta Negra: casar com um *gringo*, ser *bancada* (sustentada) por ele e, eventualmente, ir para a Europa. Debatendo a articulação entre a prostituição orientada para turistas na Tailândia e o fenómeno dos casamentos transnacionais entre nativas e estrangeiros, Cohen (2003) mostra a frequente

13 Comportamento totalmente diferente têm as trabalhadoras sexuais que exercem a actividade na zona raiana de Portugal e Espanha, as quais, por norma, recusam beijar os seus clientes, como uma forma de demarcação da fronteira entre a esfera profissional e a pessoal (RIBEIRO *et al.*, 2005). Algo que foi também observado por Manita e Oliveira (2002) e Handman e Mossuz-Lavau (2005).

evolução e continuidade de uma relação comercial para uma relação matrimonial, destacando que não há uma fronteira nítida entre a prostituição e o casamento, mas sim uma grande ambiguidade, ao ponto de se poder considerar o matrimónio com um estrangeiro como a consequência última do exercício do sexo comercial.

Nestes casos de relacionamento amoroso, aquilo que começou por ser uma relação meramente prostitucional – prestação de serviços sexuais a troco de dinheiro – evolui para uma relação de um certo envolvimento afectivo, sendo que a vertente mercantil associada à sexualidade começa gradualmente a tornar-se menos explícita. No entanto, esta vertente mercantil não desaparece, assumindo, geralmente, configurações que fazem lembrar as obrigações que sustentam o tradicional contrato matrimonial patriarcal, segundo o qual é obrigação do marido *bancar* a sua esposa.¹⁴ Entra-se então aqui num contexto de “prostituição difusa”, a que surge associada uma “[...] ilusão de ‘normalidade’ que possibilita aos visitantes não necessariamente se perceberem como clientes” (PISCITELLI, 2006).

Os benefícios que a *garota de programa* retira de uma situação em que é *bancada* pelo *gringo* podem incluir a *mesada* mensal,¹⁵ a aquisição de móveis para a casa, o pagamento da renda de casa, presentes diversos, ajudas pontuais à família dela ou aos filhos, entre outros. São benefícios extremamente significativos atendendo a que a generalidade delas provem das camadas sociais mais desfavorecidas. É precisamente tendo em conta estes benefícios, bem como o facto de a maioria das *garotas de programa* ter um rendimento bastante considerável para a realidade

brasileira,¹⁶ que parece pertinente admitir que o trabalho sexual lhes permite um relativo *empowerment* económico e social, abrindo-lhes a porta para uma estilização da vida semelhante à fruída pelas classes mais privilegiadas.¹⁷

Face a isto, e na esteira do que é referido por Oppermann (1998, 1999) e Cohen (1982, 2003), é forçoso sublinhar que o turismo sexual não se circunscreve necessariamente à prostituição. Podendo esta existir (e normalmente está presente) em contextos turísticos, a fruição da sexualidade em tempo de férias não tem de estar estritamente a ela associada. Nas situações em que as *garotas de programa* são bancadas por um gringo não há uma mercantilização directa e imediata da sexualidade, isto é, não há de facto prostituição, entendida aqui numa acepção restrita: a disponibilização do corpo em troca de remuneração material (designadamente monetária) e, pelo lado da procura, a compra de serviços sexuais a troco de dinheiro, em regra e prioritariamente, para satisfação ou prazer sexual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A praia de Ponta Negra faz parte das rotas turísticas globais, começando já a destacar-se como um destino do chamado turismo sexual. Enquanto espaço de acolhimento deste tipo de turismo, à semelhança do que acontece em muitos outros destinos, nela se exprimem e articulam de modo muito próprio as motivações, os interesses e os desejos dos turistas e das mulheres locais. Em lugar das visões a “preto-e-branco”, incapazes de captar a densidade das relações sociais que envolvem turistas e *garotas*, impõe-se considerar que uns e outras estabelecem relações sociais permeadas por complexos jogos de

14 No nordeste brasileiro é ainda bastante frequente o homem *bancar* a mulher, tendo como contrapartida o seu trabalho em casa e o acesso, em princípio em regime de exclusividade, aos seus serviços sexuais.

15 Uma *garota de programa* que entrevistámos confidenciou-nos receber do seu *namorado* italiano uma quantia mensal na ordem dos três salários mínimos (cerca de 1000 reais, quantia equivalente a cerca de 300 euros) para abandonar a prostituição. No entanto, sem ele saber, continua a fazer *programas*, suspendendo a actividade somente quando o recebe de visita em Natal.

16 Com *programas* por noite raramente inferiores a 150 reais, os ganhos mensais podem ser superiores a 4.000 reais (cerca de 1.500 euros).

17 Ao colocar em causa a “ordem natural das coisas”, esta ascensão social de mulheres jovens, pobres e maioritariamente mestiças, poderá estar na origem do desconforto que as camadas sociais privilegiadas de Natal manifestam relativamente à prostituição em Ponta Negra, ao ponto de se auto-excluírem desse local.

poder. Enquanto que os turistas mobilizam sobretudo os seus recursos económicos, as *garotas* colocam em campo os seus atributos físicos e recursos eróticos. Se bem que as suas interacções sejam atravessadas por poderes assimétricos, à partida favorecendo os *gringos*, as jovens locais são muitas vezes capazes de inverter as posições, através do uso eficiente dos seus recursos, nomeadamente sexuais, aproveitando criativamente em seu próprio benefício as emoções e os desejos mais profundos dos seus parceiros vindos do outro lado do Atlântico. Deste modo, à semelhança de Oppermann (1999), questionamo-nos sobre quem explora quem na relação turista-*garota de programa* e encaramos com sérias reservas os discursos mais comuns que tendem a apresentar as trabalhadoras sexuais como a parte exclusiva e sistematicamente explorada. Quer dizer, a alegada supremacia económica dos turistas, em contraste com a debilidade económica da generalidade das mulheres locais com quem eles sexualmente se relacionam, presente também noutros contextos de trabalho sexual (BARRY, 1979; HEYL, 1979; HART, 1998), não significa, por si só, uma capitalização automática de poder, nem pode ser vista como o único factor determinante na configuração dos processos relacionais entre estes actores sociais. Como argumenta Foucault (1992), o poder não está estruturalmente atribuído *ad eternum* aos indivíduos em concreto, mas depende, em boa medida, de contingências várias presentes nos contextos em que ocorrem as suas interacções. Daqui decorre que os turistas, como tentámos mostrar através da mobilização dos elementos etnográficos recolhidos, não serão sempre os dominantes, nem aqueles que sempre “ganham”. Admite-se, portanto, a possibilidade de as mulheres locais deterem algum nível de autonomia, nomeadamente na esfera sexual, que lhes permite desafiar a desigualdade estrutural de género e os estereótipos dominantes que organizam a condição feminina.

Ao invés do sugerido pelos discursos do senso comum e outros, não é possível qualificar os turistas como indivíduos sexualmente pervertidos, vinculados a práticas de envolvimento sexual marcadas pela

violência e o completo descomprometimento afectivo. Como os discursos e as observações etnográficas registadas o testemunham, o relacionamento sexual pode ser atravessado por afectos de grande intensidade que, não raro, continuam para além do tempo rigorosamente fixado da permanência do turista na cidade. Já as *garotas* guiam-se por desejos e projectos que não se esgotam na simples obtenção de um rendimento monetário em troca da disponibilização de serviços sexuais. Assim, aproveitando a receptividade de muitos turistas, empenham-se em estabelecer com eles relações de namoro, nas quais a componente mercantil acaba por se esbater de forma significativa. Guiadas pelo sonho da vida na Europa, algumas acabam por o conseguir, através de um envolvimento mais duradouro que pode incluir o casamento com o *gringo* e a emigração para o seu respectivo país. Este tipo de situações implica, desde logo, que se olhe para o turismo sexual como um *continuum* (PISCITELLI, 2006), entre um pólo em que ele é coincidente com a prostituição e o pólo oposto em que o relacionamento sexual entre o turista e a *garota de programa* tem subjacente um maior envolvimento emocional e, mais importante ainda, não está monetariamente quantificado, pelo menos de forma directa e imediata. Existe, portanto, uma considerável heterogeneidade nas relações que se estabelecem entre os *gringos* e as *garotas*, bem como nos interesses que lhes são subjacentes.

REFERÊNCIAS

- ARROTEIA, Jorge. *O turismo em Portugal: subsídios para o seu conhecimento*. Aveiro: Universidade de Aveiro, 1994.
- BARRY, Kathleen. *Female sexual slavery*. New Jersey: Avon Books, 1979.
- BATAILLE, Georges. *Death and sensuality: a study of eroticism and the taboo*. Nova Iorque: Walker and Co, 1962.
- BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1981.
- _____. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

- BAUER, Thomas; MCKERCHER, Bob (Org.). **Sex and tourism: journeys of romance, love and lust**. Nova Iorque: Haworth Press, 2003.
- BENEDICT, Ruth. **Padrões de cultura**. Lisboa: Livros do Brasil, 1950.
- BERRY-BRAZELTON, T. **La famille en crise**. Paris: Stock, 1989.
- BOISSEVAIN, Jeremy. **Coping with tourists: european reactions to mass tourism**. Oxford: Bergham, 1996. v. 1.
- CLIFT, S.; CARTER, S. (Org.). **Tourism and sex: culture, commerce and coercion**. Londres: Pinter, 2000.
- COHEN, Erik. Rethinking the sociology of tourism. **Annals of tourism research**, p. 18-35, Mar. 1979.
- _____. Thai girls and farang men: the edge of ambiguity. **Annals of tourism research**, v. 9, p. 403-428, 1982.
- _____. Transnacional marriage in Thailand: the dynamics of extreme heterogamy. In: BAUER, Thomas; MCKERCHER, Bob (Org.). **Sex and tourism: journeys of romance, love and lust**. Nova Iorque: Haworth Press, 2003. p. 57-84.
- CONNELL, Robert. **Masculinities: knowledge, power and social change**. Berkeley: University of California Press, 1995.
- DEBIÉ, Franck. **Géographie économique et humaine**. Paris: PUF, 1995.
- DELGADO, Ángel. Aproximación conceptual al fenómeno turístico en la actualidad. **Gazeta de Antropología**, v. 20, p. 20-17, 2004.
- D'EPINAY, Christian Lalive. **Loisir: dynamique et différenciation sociales**. **Sociétés**, v. 32, p. 163-171, 1991.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1992.
- FRANCISCO, Paulo. Ponta Negra: uma praia de apelos sexuais. **Tribuna do Norte**, Natal, 25 abr. 2004.
- FRANKLIN, Adrian. **Tourism: an introduction**. Londres: Sage, 2003.
- GASPAR, Maria Dulce. **Garotas de programa: prostituição em Copacabana e identidade social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- HALL, C.M. Political effects of tourism in the pacific. In: HALL, C.; PAGE, S. **Tourism in the pacific: Issues and Cases**. Londres: Thomson, 1996, p. 81-90.
- HANDMAN, Marie-Élisabeth; MOSSUZ-LAVAU, Janine (Org.). **La prostitution à Paris**. Paris: Éditions de la Martinière, 2005.
- HART, Angie. **Buying and selling power: anthropological reflections on prostitution in Spain**, Oxford: Westview Press, 1998.
- HEYL, Barbara. Prostitution: an extreme case of sex stratification. In: ADLER, Freda; SIMON, Rita (Org.). **The criminology of women**. Boston: Houghton, 1979. p. 196-210.
- HITCHCOCK, M. *et al.* **Tourism in South-East Asia**. Londres: Routledge, 1993.
- JAFARI, J. Tourism models: the sociocultural aspects. **Tourism management**, p. 151-159, jun. 1987.
- KEMPADOO, Kamala. **Sun, sex and gold: tourism and sex work in the Caribbean**. Lanham: Rowamn and Littlefield, 1999.
- KRUHSE-MOUNTBURTON, Suzy. Sex tourism and traditional Australian male identity. In: LANFANT, Marie-Françoise *et al.* (Org.). **International tourism: identity and change**. Londres: Sage, 1995.
- LEHENY, D. A political economy of Asian sex tourism. **Annals of tourism research**, v. 22, n. 2, p. 367-384, 1995.
- LOPES JUNIOR, Edmilson. **A construção da cidade do prazer**. Natal: EDUFERN, 2000.
- MACCANNELL, D. **The tourist: a new theory of the leisure class**. Nova Iorque: Schocken, 1976.
- MANITA, Celina; OLIVEIRA, Alexandra. **Estudo de caracterização da prostituição de rua no Porto e Matosinhos**. Porto: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres, 2002.
- O'CONNELL-DAVIDSON, Julia. British sex tourists in Thailand. In: MAYNARD, M.; PURVIS, J. (Org.). **(Hetero)sexual politics**. Londres: Taylor & Francis, 1995.
- O'GRADY, R. **Third world stopover: the tourism debate**. Genebra: World Council of Churches, 1981.

- OLIVEIRA, Alexandra. **As vendedoras de ilusões: estudo sobre prostituição, alterne e "striptease"**. Lisboa: Editorial Notícias, 2004.
- OPPERMANN, Martin. Sex tourism. **Annals of tourism research**, v. 26, n. 2, p. 251-266, 1999.
- OPPERMANN, Martin (Org.) **Sex tourism and prostitution: aspects of leisure, recreation and work**. Nova Iorque: Cognizant Communication Corporation, 1998.
- PISCITELLI, Adriana. **Entre a prostituição e os namoros de verão: gênero e sexualidade no contexto do turismo internacional**. Rio de Janeiro: Fapesp (relatório parcial de pesquisa), 2001.
- _____. Exotismo e autenticidade: relatos de viajantes à procura de sexo. In: SILVA, Maria Cardeira da (Org.). **Outros trópicos: novos destinos turísticos, novos terrenos da antropologia**. Lisboa: Livros Horizonte, 2004. p. 101-123.
- _____. Périplos tropicais: a inserção de Fortaleza nas rotas mundiais do turismo sexual. In: COSTA, Albertina. **Homem, homens**. São Paulo: 34, 2006.
- _____. Viagens e sexo on-line: a internet na geografia do turismo sexual. **Cadernos Pagu**, v. 25, p. 281-326, 2005.
- RIBEIRO, Fernando Bessa; PORTELA, José. Globalizações, resistências e/ou alternativas: David frente a Golias? In: CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, 4., 2002, Lisboa. **Actas...** Lisboa: Associação Portuguesa de Sociologia, 2002.
- RIBEIRO, Manuela *et al.* **Prostituição feminina em regiões de fronteira: actores, estruturas e processos**. Vila Real: UTAD/UM/UBI, 2005.
- SANTANA, Agustín. **Antropología y turismo: ¿nuevas hordas, viejas culturas?** Barcelona: Ariel, 1997.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. O Estado, as relações salariais e o bem-estar na semi-periferia: o caso português. In: SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.). **Portugal: um retrato singular**. Porto: Afrontamento, 1993, p. 15-56.
- SARACENO, Chiara; NALDINI, M. **Sociologia da família**. Lisboa: Estampa, 2003.
- SEABROOK, Jeremy. **Travels in the skin trade: tourism and the sex industry**. Londres: Pluto, 1996.
- SILVA, Ana Paula; BLANCHETTE, Thaddeus. Nossa Senhora da help: sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana. **Cadernos Pagu**, v. 25, p. 249-280, 2005.
- SINGLY, F. **La sociologie de la famille contemporaine**. Paris: Nathan, 1993.
- TRUONG, Thanh-Dam. The dynamics of sex tourism: the case of South East Asia. In: SINGH, T.; THEUNS, F.; GO, F. (Org.). **Towards appropriate tourism**. Berna: European University Studies, 1989.
- _____. **Sex, money and morality**. Londres: Zed Books, 1990.
- TURNER, Victor. **O processo ritual: estrutura e anti-estrutura**. Petrópolis: Vozes, 1974.
- URRY, John. **The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies**. Londres: Sage, 1990.
- VALLENTYNE, Peter; STEINER, Hillel (Org.). **Left libertarianism and its critics: the contemporary debate**. Hampshire: Palgrave, 2000.
- VALLENTYNE, Peter; STEINER, Hillel (Org.). **The origins of left libertarianism: an anthology of historical writings**. Hampshire: Palgrave, 2000.
- VAN PARIJS, Phillippe. **Real freedom for all: what (if Anything) can justify capitalism?** Oxford: Oxford University Press, 1995.