

# Turismo, Lazer e Negócios

Giovanna Tavares  
(Organizadora)

**Atena**  
Editora

Ano 2019

GiovannaTavares  
(Organizadora)

# Turismo, Lazer e Negócios

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © da Atena Editora  
**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
**Diagramação e Edição de Arte:** Lorena Prestes  
**Revisão:** Os autores

**Conselho Editorial**

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
T938	<p>Turismo, lazer e negócios [recurso eletrônico] / Organizadora Giovanna Tavares. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-317-0 DOI 10.22533/at.ed.170190805</p> <p>1. Turismo. I. Tavares, Giovanna.</p> <p style="text-align: right;">CDD 380.14591</p>
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

DOI O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de  
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos  
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

Este livro composto de uma série de artigos com foco em temáticas diversas reforçam o caráter multi, trans e interdisciplinar da atividade do Turismo. O turismo vem se transformando e a gestão estratégica desses empreendimentos turísticos, de lazer é de negócios requer cada vez mais ações diferenciadas e ações que se identifiquem com o ramo da atividade. Compreender, desenvolver e gerir um negócio exige múltiplos conhecimentos e tomadas de decisões para o desenvolvimento, crescimento e manutenção do mesmo. É notória a concorrência mundial promovida pela globalização, exigindo das organizações atitudes mais competitivas, cuja oferta de produtos e serviços norteiam-se pelas premissas da qualidade, atendimento e preço. O negócio “turismo” tem estimulado a ampliação das perspectivas de visão dos diferenciais turísticos na biodiversidade, na reinterpretação e ressignificação do patrimônio e estratégia empresarial, na busca da excelência de qualidade e competitividade do produto turístico nos segmentos de mercado, percebendo a necessidade da formulação, reformulação e adoção estratégica do desenvolvimento regional para o planejamento integrado e sustentável do Turismo e do lazer. Sendo assim ampliar a capacidade de aplicar a tecnologia de gestão estratégica nas organizações turísticas, levando em conta as suas peculiaridades e as consequências das ações gerenciais na sociedade mobilizando os recursos se faz necessário para atingir os objetivos a longo prazo. O resultado das pesquisas aqui apresentadas tem como objetivo principal avaliar as consequências econômicas, sociais e éticas das decisões administrativas no macro ambiente dos negócios e compreender as diversas dimensões entre as relações do turismo, lazer, espaço, planejamento e sustentabilidade, em suas diversas facetas.

Giovanna Tavares

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
AGROECOLOGIA: PROPOSTA À CHÁCARA BOCAIÚVA	
Talita da Costa Papas	
Elisa Luzia Costa de Santana Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.1701908051	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>12</b>
A HOSPITALIDADE E SEUS FATORES DE COMPETITIVIDADE EM AGÊNCIAS DE VIAGENS DE PALMAS – TO	
Geruza Aline Erig	
Maria Elenita Menezes Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.1701908052	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>28</b>
A PROSTITUIÇÃO MASCULINA NO CONTEXTO DO TURISMO DE LAZER	
Christopher Smith Bignardi Neves	
Luiz Ernesto Brambatti	
DOI 10.22533/at.ed.1701908053	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>44</b>
A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: AIRBNB EXPERIENCE E O TURISMO LGBT	
Christopher Smith Bignardi Neves	
Isabele de Souza Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.1701908054	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>57</b>
A TRAJETÓRIA HISTÓRICA DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL	
Christiano Henrique da Silva Maranhão	
DOI 10.22533/at.ed.1701908055	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>77</b>
A “TURISTIFICAÇÃO” DE UM LUGAR DE MEMÓRIA É POSSÍVEL? UM ESTUDO SOBRE O SÍTIO ARQUEOLÓGICO DO CAIS DO VALONGO (RIO DE JANEIRO, BRASIL)	
Angela Teberga de Paula	
Vania Beatriz Merlotti Herédia	
DOI 10.22533/at.ed.1701908056	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>100</b>
A TRANSVERSALIDADE DO SABER: O CONCEITO DE LUGAR E A SOCIOLOGIA DO TURISMO	
Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama	
DOI 10.22533/at.ed.1701908057	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>106</b>
CONTROLE DO ESPAÇO URBANO E O TERRITÓRIO COMO PRODUTO TURÍSTICO: REFLEXÃO TEÓRICA SOBRE A SEGREGAÇÃO IMPOSTA À POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA NO CONTEXTO DE MEGAEVENTOS (RIO 2016)	
Sara Conceição De Paula	
DOI 10.22533/at.ed.1701908058	

<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>120</b>
DETERMINANTES DO TURISMO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS: UM MODELO DINÂMICO COM DADOS EM PAINEL	
Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho Miguel Ángel Márquez Paniagua Montserrat Díaz Méndez	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1701908059</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>139</b>
ECONOMIA CRIATIVA E PROPRIEDADE INTELECTUAL, INTERLOCUTANDO COM A TECNOLOGIA SOCIAL NA COMUNIDADE	
Felipe Rodrigus Bomfim José Claudio Rocha Anucha Prisco de Aguiar Peixoto	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080510</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>155</b>
EMPODERAMENTO FINANCEIRO DE MULHERES VÍTIMAS DE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA ATRAVÉS DA SUA QUALIFICAÇÃO NA INDÚSTRIA DE TURISMO E EVENTOS	
Flávia Cristina Rodrigues Paiva Neuza de Farias Araújo Nelson Carpes Neiva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080511</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>170</b>
FAMILISMO EFICIENTE NO TURISMO EM ESPAÇO RURAL	
Luiz Ernesto Brambatti	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080512</b>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>184</b>
HISTÓRIA LOCAL E EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS: MEMÓRIA, SABERES E PRÁTICAS	
Rosangela Costa Soares Felipe Rodrigues Bomfim José Cláudio Rocha	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080513</b>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>195</b>
HOSTEL E O SUJEITO TURISTA	
Mara Regina Thomazi Maria Luiza Cardinale Baptista	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080514</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>209</b>
MULHER NA PM: UMA QUESTÃO ESTRATÉGICA OU MARCA DE EMPODERAMENTO?	
Jamile Maria da Cunha Silva Felipe Rodrigues Bomfim	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080515</b>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>224</b>
O BOTECA CARIOCA E A HOSPITALIDADE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO	
Cláudia Mesquita Pinto Soares Ceci Figueiredo de Moura Santiago	

Tânia Muzy da Silva  
Bruno Morett Figueiredo Rosa  
Luana Costa Pierre de Messias  
Ricardo Guimarães Matias

**DOI 10.22533/at.ed.17019080516**

**CAPÍTULO 17 ..... 240**

POLICIAMENTO COMUNITÁRIO COMO ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO DA POLÍCIA MILITAR NA ESCOLA IVETE OLIVEIRA EM SERRINHA – BAHIA

Jeciene dos Santos Pereira  
Felipe Rodrigues Bomfim

**DOI 10.22533/at.ed.17019080517**

**CAPÍTULO 18 ..... 254**

ECONOMIA DO TURISMO PORTO, A “CONQUISTA” DO TURISMO E A RELAÇÃO COM O VINHO DO PORTO

Luis Pinto Machado  
Diamantino Ribeiro

**DOI 10.22533/at.ed.17019080518**

**CAPÍTULO 19 ..... 271**

PROJETO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO ANTIGO QUILOMBO DO CABULA: SOLUÇÕES PRÁTICAS QUE EMERGEM DAS PESQUISAS

Velma Factum Dutra

**DOI 10.22533/at.ed.17019080519**

**CAPÍTULO 20 ..... 281**

REFLETINDO A DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E A ECONOMIA CRIATIVA NA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA - UNEB

Felipe Rodrigues Bomfim

**DOI 10.22533/at.ed.17019080520**

**CAPÍTULO 21 ..... 289**

“TRILHA GALERA PAU NA FUMAÇA”: A INFLUÊNCIA ECONÔMICA EM BOM JESUS DAS SELVAS - MA

José Rodrigues de Oliveira Filho  
Rosélis de Jesus Barbosa Câmara

**DOI 10.22533/at.ed.17019080521**

**CAPÍTULO 22 ..... 302**

TURISMO DE EVENTOS, ANÁLISE COMPARATIVA 2013/2017: FESTIVAL GASTRONOMICO DE PIRENÓPOLIS – GO

Giovanna Adriana Tavares Gomes  
Rafael De Araujo Rosa  
Carlos Henrique Freitas

**DOI 10.22533/at.ed.17019080522**

**CAPÍTULO 23 ..... 320**

UNIDADE DE CONSERVAÇÃO: UM TERMO BRASILEIRO PARA ÁREAS NATURAIS PROTEGIDAS

Beatriz Sousa Pereira

Ivanir Azevedo Delvizio

Fernando Protti Bueno

**DOI 10.22533/at.ed.17019080523**

**SOBRE ORGANIZADORA ..... 338**

## A PROSTITUIÇÃO MASCULINA NO CONTEXTO DO TURISMO DE LAZER

### **Christopher Smith Bignardi Neves**

Universidade Federal do Paraná.

Curitiba – Paraná.

smithbig@hotmail.com

### **Luiz Ernesto Brambatti**

Universidade Federal do Paraná.

Curitiba – Paraná

lebramba@gmail.com

**RESUMO:** Este trabalho aborda a prostituição masculina em destinos turísticos. Embora o turismo sexual seja repudiado na forma da conservação de valores éticos e morais, é uma prática comum e merece o estudo acadêmico. Busca-se portanto identificar, através de uma pesquisa exploratória utilizando técnicas de consulta a artigos científicos, depoimentos publicados em artigos de jornais e revistas, disponibilizados em sites acadêmicos e de turismo, na forma de pesquisa on-line, localidades que se tornaram destinos consolidados para a prática do turismo sexual masculino-masculino, e, diante de tal abordagem qualitativa, conhecer os meios como ocorrem a oferta de sexo ao turista, e especificamente elucidar o impacto social que isto causa. Utiliza-se a teoria do hedonismo para explicar a busca do prazer sexual associado ao turismo, do Epicurismo aos conceitos modernos de Onfray e Harvey.

Como resultados, encontrou-se destinos já consolidados na prática do turismo sexual masculino, cuja oferta de serviços sexuais acontece em bares, restaurantes, discotecas, vídeos pub, clubes gays de diversos tipos e em saunas. Identificou-se a Tailândia, Cuba, Cabo Verde, México, Brasil, Colômbia, Costa Rica e Moçambique como principais destinos de turismo sexual masculino-masculino. As cidades mais preparadas para o turismo LGBT são: Madri, Amsterdã, Toronto, Tel Aviv e Londres. O uso das novas tecnologias facilitou a contratação dos serviços sexuais masculinos, possibilitando ao turista programar as atividades sexuais no destino, bem como fazer aquisição de ingressos para atrações turísticas, contratar o serviço anterior a sua chegada no destino ou no período de estadia, em qualquer hora do dia ou noite.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo Sexual; Prostituição Masculina; Hedonismo.

**ABSTRACT:** This survey deals with male prostitution in tourist destinations. Although sex tourism is repudiated in the form of the preservation of ethical and moral values, it is a common practice and deserves academic study. It is therefore sought to identify, through an exploratory research using techniques of consultation to scientific articles, depositions published in articles of newspapers and

magazines, made available in academic and tourism sites, in the form of online research, localities that became consolidated destinations for the practice of male-male sex tourism, and, in a view of such qualitative approach, to know the means as the offer of sex to tourists, and specifically to elucidate the social impact that this causes. The theory of hedonism is used to explain the pursuit of sexual pleasure associated with tourism, from Epicureanism to the modern concepts of Onfray and Harvey. As a result, there are already established destinations in the practice of male sex tourism, whose offer of sexual services takes place in bars, restaurants, discos, videos pub, gay clubs of different types and saunas. We identified Thailand, Cuba, Cape Verde, Mexico, Brazil, Colombia, Costa Rica and Mozambique as the main destinations for male-male sex tourism. The cities most prepared for LGBT tourism are: Madrid, Amsterdam, Toronto, Tel Aviv and London. The use of new technologies facilitated the contracting of male sexual services, enabling the tourist to program sexual activities at the destination, as well as purchase tickets for tourist attractions, hire the service prior to their arrival at the destination or during the stay, at any time of the day or night.

**KEYWORDS:** Sexual Tourism; Male Prostitution; Hedonism.

## 1 | INTRODUÇÃO

O turismo sexual se mostra como uma prática comum no segmento turístico, mesmo que repudiada. O tema é abordado no meio acadêmico de uma forma as vezes preconceituosa, as vezes estigmatizada, por medo de ferir suscetibilidades ou infringir normas éticas, por tratar de vítimas de um sistema, que tiram desta prática o sustento próprio e de sua família. Para Bem (2005, p. 19) o turismo sexual “reflete, de fato, a preexistência de problemas bem mais profundos, os quais por sua vez, estão ancorados no coração das sociedades receptoras e emissoras de turistas”.

As abordagens sobre o tema remetem ao imaginário de prostituição com mulheres desnudas em bordéis escuros, vivendo com enorme precariedade, vítimas do tráfico humano, exploradas, escravizadas; também faz lembrar de mulheres que se encaixam nos padrões de beleza atual, com pequenos biquínis, tomando banho de sol à beira mar, sorridentes, sensuais, alegres, dispostas a atender as vontades dos turistas, de mulheres que se prostituem nas ruas, a mercê da marginalidade, da violência, das drogas, submissas aos cafetões, donos das esquinas onde vendem seus corpos. O turismo sexual atrela no consciente das pessoas a imagem heterossexual do praticante, comumente, excluindo relações homossexuais, porém, também homens se prostituem, tal qual as mulheres descritas anteriormente. A prostituição masculina não é melhor ou pior que a feminina, apenas é menos abordada nas diversas análises, nas quais as interpretações são de uma visão romantizada de que é mais fácil ao homem vender seu corpo.

Na prostituição masculina, há um leque de situações em que os contratantes podem ser homens ou mulheres, com ou sem identidade gay, porém, de acordo com o estudo de Baral, Friedman, Geibel, Rebe, Bozhinov, Diouf, Sabin, Holland, &

Cáceres (2014) esta identidade não é compartilhada com quem presta o serviço “os trabalhadores sexuais dificilmente se conhecem nesta prática, já que a consideram uma atividade informal e temporária para conseguir dinheiro imediato”. O ato do homem se prostituir é conhecido mundialmente pela expressão fazer michê, ou simplesmente michê, para aquele que se prostitui. Maffesoli (1985, p.120 citado por PERLONGHER, 1987, p.17) afirma que o termo michê significa “o que paga o amor”.

Neste trabalho, utilizamos o termo prestador de serviços sexuais em troca de pagamento ou retribuição econômica.

No caso dos michês, costumam encarar sua prática como provisória, com o fim de suprir as necessidades de dinheiro num tempo determinado, durante a juventude, “descarregando o estigma social de ser identificado como homossexual ou gay no parceiro que o contrata” (PERLONGHER, 1987, p. 21). Esta pratica é exercida entre os 15 e os 25 anos, enquanto os clientes costumam ter mais de 35 anos (PERLONGHER, 1987, p. 24)

Continua o autor classificando o que define como prostituto viril, que pode ser tanto o michê-macho, ou um michê-bicha, quando este é efeminado. Outras nomenclaturas são usadas, como garoto de programa, entendidos, bofes, boy de programa, beach boy, dependendo de sua posição no coito, podendo ser passivo, ativo ou ambos, como é o caso do modelo gay/gay.

Já os contratantes são denominados pelos michês como coroas, maricão ou maricona, bicha-velha, gays ou enrustidos (PERLONGHER, 1987, p. 131)

Quanto ao lugar, os “programas”, como assim são chamados, podem ocorrer em vários lugares, bares, boates, saunas, cinemas, praças, esquinas, banheiros de estações, banheiros de shoppings, casas de massagem, bordéis masculinos, serviço a domicilio e, mais recentemente por meio de sites de encontros, normalmente a noite. Em muitos casos, os homossexuais levam os prestadores de serviço aos seus apartamentos, o que nem sempre termina bem, com muitos roubos e até morte do contratante. Os turistas que buscam este serviço, utilizam-se de saunas, hotéis ou mesmo dos apartamentos de hotéis.

O tema da prostituição masculina tem sido abordado por antropólogos, sociólogos e sexólogos, onde destacam-se Riess (1965), Raven (1965), Drew e Drake (1969), Schmidt-Relenberg, Kärner e Pieper (1975), Schérer e Hocquenghem (1977), Hennig (1978), Hoffman (1979), Weeks (1981). No Brasil destaca-se a tese de Almeida (1984), Michê, que descreve o comportamento de jovens prostitutas em saunas, ruas, bordéis e boates.

## 2 | REVISÃO DE LITERATURA

A prostituição, quer seja homo ou hétero, está associada à busca do prazer, como uma manifestação dos desejos da libido humana, naquilo que Epicuro de Samos

definiu como hedonismo. Para Paixão (2008, p. 01), o turismo hedonista busca a valorização do prazer, “por meio de uma atmosfera de liberdade e aventura, magia e fantasia, risco e medo. Trata-se de um tipo de turismo que está centrado na demanda, cuja motivação é baseada em emoções e não em normas sociais”. Tal prática visa o prazer atrelando-o a uma experiência única, neste caso da prática sexual com alguém do lugar, um prestador de serviços sexuais.

O hedonismo, do grego *hedone*, significa prazer, podendo ser relacionada também a dor, Eudoxo de Cnido, foi o primeiro a considerar o prazer como um bem supremo, isso entre 390 e 338 a.C. Posteriormente Epicuro de Samos, estimulador da devassidão e da sensualidade, não relacionava a felicidade com imediatismo do prazer. Para Aristipo de Cirene, o homem agrega prazeres ao longo da vida, prazeres já vividos e os que ainda há de vir, desta forma Aristipo compreendia que o controle racional do prazer era necessário, para que este seja sempre considerado com um bem, uma forma de gozo (PAIXÃO, 2008).

O turista hedonista quer fazer parte da paisagem e não se satisfaz em apenas admirá-la. Ele quer mais: correr riscos, sentir medo, aventura com magia ou fantasia, sem se preocupar em tirar conclusões morais. Marcha na trilha da realização e da felicidade; aspira uma existência melhor e mais elevada, relacionada com os projetos de auto-realização pessoal decorrentes da modernidade. Tais desafios exigem uma identificação simbólica, de como enfrentar o medo, descarregar as tensões biológicas e se reconciliar ao “encontrar sua própria praia”. Mesmo contracenando em ambientes primitivos, busca sensações desafiadoras (PAIXÃO, 2008, p. 11 – grifo nosso).

Enquanto a revolução industrial produziu a sociedade de consumo, criando uma corrida pelo consumidor, uma busca pelo consumidor, o mercado tornou-se pura sedução (BAUMAN, 1998, p. 55), considerando que a prosperidade deriva do consumo e da posse de bens. Para Bauman, o “consumo abundante é a marca do sucesso e a estrada que conduz diretamente ao aplauso público e à fama e passa a ser condição da felicidade, talvez até para a dignidade humana” (BAUMAN, 1998, p.56).

Lasch (n.d. citado por BAUMAN 1998, p.113) afirma que a “determinação de viver um dia de cada vez, e de retratar a vida diária como uma sucessão de emergências menores, se tornaram os principais normativos de toda a estratégia de vida racional”. Neste sentido o lazer adquire importância, como se o tempo só fosse um “presente contínuo”, onde deve-se aproveitar ao máximo o momento presente.

A mobilidade adquire outro sentido, faz parte da vida pós-moderna, da fluidez e das efemeridades contemporâneas.

No contexto do turismo LGBT, o consumo do sexo nada mais é do que uma mercadoria colocada no mercado para um segmento social com capacidade de compra, com propensão a uma vida fluídica, onde o viajar marca o status e a fama, da mesma forma que a moda e os caprichos passageiros, que se convertem em mostras de um alto nível social, como afirma Harvey (2003, p.235).

Na contemporaneidade o filósofo francês Michel Onfray (1999), retoma as teses

hedonistas, no aspecto ético, afirmando que “os homens não podem dispor de uma capacidade de prazer para que ela seja depreciada, proibida e reprimida”.

Onfray (2009), complementa o pensamento dizendo que:

o viajante concentra estes tropismos milenares: o gosto pelo movimento, a paixão pela mudança, o desejo ardoroso de mobilidade, a incapacidade visceral de comunhão gregária, a vontade de independência, o culto da liberdade e a paixão pela improvisação (ONFRAY, 2009, p. 13).

## 2.1 SOBRE OS DESTINOS GAY-FRIENDLY

Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis, Recife, Fortaleza, estas são algumas das capitais brasileiras que pode-se considerar como os principais destinos turísticos do público LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transexuais). Se utilizar exemplos de cidades espalhadas pelo mundo, é preciso citar Madri, Amsterdã, Toronto, Tel Aviv, Londres como as cinco cidades mais bem preparadas para receber o turista LGBT (NESTPIZK, 2017).

Ao citar tais destinos não se reduz a esta pequena dezena de cidades expostas, mas busca-se representar no imaginário geográfico e cultural os destinos mais frequentados por esta parcela da população que é estigmatizada e menosprezada diariamente. Estes destinos, aparecem em diversas listas de sites e blogs de viagens, que divulgam locais onde LGBT possam vivenciar sua sexualidade de forma mais segura e igualitária, atrelado a vida noturna e opções de lazer, desfrutando desta forma de uma melhor qualidade de vida.

Na investigação realizada em Nestpizk (2017), este identifica os itens necessários para que as cidades figurassem entre os melhores destinos LGBT: cena gay ativa, vida noturna movimentada, população com mentalidade aberta para as diversidades, baixo índice de LGBTfobia, além de analisar a legislação nacional que afetam diretamente a população LGBT. Com estes destinos elencados (numa lista que figuram 100 cidades) pode-se idealizar para onde o público LGBT direciona suas intenções de viajar para gozar de suas férias e momentos de lazer.

Exemplificando as dez cidades listadas acima, percebe-se que três encontram-se no continente europeu, assim como apresenta maior incidência na lista das cem mais da Nestpizk (2017), percebendo-o como um macro destino. Neves e Brambatti (2018) retratam que nas cidades brasileiras, a cena gay é mais ativa principalmente em cidades maiores, possibilitando a vivência das orientações sexuais, com maior expressividade nas capitais, esta representação da diversidade favorece o clima festivo e descontraído, um dos atrativos para o público LGBT, desta forma São Paulo e Rio de Janeiro, respectivamente, são reconhecidos mundialmente como destino LGBT, um pela maior parada gay do mundo, outro pelo destino de sol e praia num país tropical; outras capitais começam a criar estratégias para atrair este público, inserindo por exemplo em sua agenda paradas gays, desta arte, Florianópolis já figura como um

destino gay-friendly.

Conhecer as destinações turísticas do público LGBT se faz necessário para que possamos analisar quem é o turista, e o que ele busca nestes destinos, suas motivações e perfil são primordiais para um bom planejamento turístico, desenvolvimento de planos de ações e elaboração de agenda, fatores que auxiliam na consolidação dos destinos.

Seguindo uma tendência mundial, a segmentação turística fornece ferramentas para se melhor conhecer o público que visita determinados locais, com isso surge “naturalmente” o segmento do turismo LGBT. Nunan (2003) traçou um perfil do público LGBT, sendo em grande parte profissionais liberais, bem como médicos, publicitários, advogados, professores, empresários de diversos setores. Segundo levantamento realizado pelo Communit Marketing Inc. em 2001 nos Estados Unidos, o turista LGBT possui renda familiar acima da média nacional, possuem os principais cartões de crédito, passaporte válido, programas de milhagem, reservam mais de U\$ 1500/pessoa por período de férias, compram por meio de agências de viagens, gozam de maior período de férias que heterossexuais, incluindo viagens ao exterior, permanecem cinco ou mais noites em hotéis, tem costumes de realizarem cruzeiros marítimos (NUNAN, 2003). Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (2017), os turistas LGBT representam de 3 a 7% do total de turistas mundiais. Esse público gasta 30% a mais do que os turistas heterossexuais

Como experiências das viagens com o lugar turístico, ocorrem relações sexuais entre LGBTs, que podem ocorrer em esferas diversas, casais que viajam juntos, turistas e turistas, turista e residente local. Essas relações sexuais podem ser mediadas por afeto, quando tornam-se repetidas ou por uma transação do tipo comercial, onde o sexo se transforma em mercadoria de compra e venda, com o pagamento do serviço sexual prestado. Nestas relações conforme retrata Mendonza (2015, p. 890) “o que se negocia é muito mais que dinheiro, já que se põe em circulação valores, ideias, estereótipos e expectativas entre trabalhador sexual e cliente”, expondo valores de natureza hedonista, da parte do cliente e utilitarista, da parte do prestador de serviço.

Como um fenômeno existente em grandes cidades, mas com maior destaque nos destinos friendly, os investigadores do turismo passaram a analisar as relações sexuais que ocorrem em zonas turísticas como algo gerado no/pelo fenômeno. Alguns impactos negativos são relatados, como consequência deste fenômeno, como a injustiça social, relações de poder, aumento do índice de doenças sexualmente transmissíveis, violência e até mortes decorrentes desta prática. A partir do ano 2000 o tema passa a ser objeto de estudos, como os hábitos de homossexuais e heterossexuais, que diferem em muitos quesitos, como na forma de se associarem, o modo de consumo, sua ação na contemporaneidade. Este rol de situações acerca do turismo sexual começa a incluir a sexualidade como campo de estudo, vez que a identidade do sujeito se faz pertinente para compreender de forma holística os impactos causados pelo turismo em determinados espaços.

Diante disto, analisar o turismo sexual gay contempla saber que esta população

busca experiências que englobam o prazer, o descanso, o consumo de bens e serviços, diversão em grandes centros urbanos ou em destinos de sol e praia.

As pessoas precisam vivenciar prazeres particularmente distintos, que envolvam diferentes sentidos, ou que situem em uma escala diferente daquela com que se deparam em sua vida cotidiana. Existe diferentes maneiras mediante as quais uma divisão entre o ordinário e o extraordinário pode ser estabelecida e mantida (URRY, 2001, p. 28).

## 2.2 Sobre o Turismo Sexual Gay

Investigações acerca do turismo sexual não é novidade, é tema corriqueiro como um dos problemas gerados pelo fenômeno que é o turismo, tanto que a OMT repudia publicamente esta prática, emitindo inclusive uma Declaração da OMT Sobre a Prevenção do Turismo Sexual Organizado, datada de outubro de 1995, elaborada na 11<sup>a</sup> Assembleia Geral da OMT.

O turismo sexual, embora esteja disseminando como prática casa vez mais visível nas sociedades contemporâneas não pode ser considerado simplesmente um segmento a mais da atividade turística (por pressupor a existência de um mercado configurado), mas uma de suas perniciosas deformações (BEM, 2005, p. 19).

Rossetto Ferreira (2007) entende que o turismo sexual configura um problema, a autora acredita que para a ocorrência do mesmo uma série de fatores socioculturais ocasionam a prática. Neste quesito se faz pertinente conhecer quem é o turista que pactua com esta prática, movimentando a cadeia turística em torno do sexo; mas, também se faz necessário saber onde o mesmo ocorre.

O turismo sexual envolve práticas que por muitas vezes caracterizam-se como criminosas, a exemplo da pedofilia, da escravidão, do tráfico de mulheres, e outras tantas. Alguns destes crimes podem ter origem ou serem frutos da prática do turismo sexual, tornando-se impactos negativos ocasionados pelo fenômeno.

Embora para a OMT e para o Ministério do Turismo, o turismo sexual não constitua um segmento turístico, Rossetto Ferreira (2007, p. 40) considera “o turismo sexual um segmento de mercado, em especial num país empobrecido, que pode significar a aceitação desta tipologia, o reconhecimento e a legitimação de sua existência”.

A precariedade e a pobreza são um facilitador do turismo sexual, vez que leva jovens à prostituição, pela falta de oportunidades de emprego e geração de renda, mesclado com a cultura de que é mais fácil ganhar dinheiro vendendo o corpo do que trabalhar. Para turistas que tem como origem países desenvolvidos, com câmbio de moedas mais fortes, os serviços sexuais contratados representam um gasto ínfimo se comparado a sua moeda de origem.

Quando países empobrecidos não combatem este tipo de turismo, vê-se que a prática ocorre com tamanha naturalidade que inclusive faz parte de um rito de passagem, onde jovens não percebem estranheza alguma em ofertar seus corpos em

troca de dinheiro ou presentes.

Para Rossetto Ferreira (2007, p. 40) “a ideia de prazer relacionado ao sexo permeou as mensagens da propaganda turística internacional até a década de 1980. Durante, aproximadamente, 30 anos, as chamadas publicitárias tiveram, como ênfase, imagens de sensualidade”. Assim, muito do que se propagou anteriormente ainda permanece no imaginário popular.

Esta ideia estereotipada enraizada no machismo, ganhou força também no ambiente LGBT quando este público descobriu que o serviço sexual não se atém a uma identidade sexual, mas onde o dinheiro prevalece, ou seja, prostitutas não precisam necessariamente ser gays, são denominados de HSH – Homens que fazem Sexo com outros Homens, sem necessariamente conservar esta prática durante longo período de tempo nem mesmo uma identidade. Fazer sexo com outro homem em troca de dinheiro ou por influência de álcool não caracteriza uma identidade, mas um comportamento decorrente de uma moral hedonista.

### **2.3 Destinações de Turismo Sexual Masculino na América Latina**

Também no cinema o tema da prostituição masculina é abordado de forma recorrente, como no filme “La Partida” (The Last Match) o diretor Antonio Hens (2013), retrata o envolvimento do jovem cubano Reinier com Juan, um turista espanhol de meia idade. No filme o jovem procura por turistas/clientes em Havana (Cuba), juntamente com outros tantos jovens que se prostituem na avenida beira mar de Havana, conhecida como Malecón. Nele jovens cubanos que vivem com dificuldade financeira, se expõem a turistas europeus (caracterizados por espanhóis e italianos). Reinier tem seu ofício incentivado pela mãe e esposa, com o qual tem um filho.

Corroborando com o filme citado, Carpio e Monserrat (2016) fazem uma análise da capital cubana, colocando inclusive que a prática é antiga, onde no início do século XX, já haviam espetáculos de pornografia onde o personagem central eram homens, os quais cobravam para tal ação. Diante da crise econômica em Cuba, Carpio e Monserrat (2016) revelam que “a conjuntura proporcionou que certos núcleos familiares assumiram a prostituição como um meio de sustento”, e atualmente a prostituição em Cuba é um fenômeno latente, e que a prática da prostituição tem suas peculiaridades, que devem ser analisadas. Muito embora tenha ocorrido a revolução cubana, tal prática permaneceu, não obstante a repressão do regime Castrista.

Darias (2016) retrata que sites na internet dedicados a divulgar o turismo gay em Cuba divulgam mais que os atrativos naturais, oferecem serviços sexuais masculinos. O que para a autora “em muitos casos estas páginas terminam por serem classificadas da prostituição gay”.

Morgan (2016), retrata o Malecón, local caracterizado pela prostituição masculina em Havana, como “o sofá de Havana”. Esta comparação se dá pelo fato de que o

uso de aplicativos para smartphones não pode ser difundido em Cuba como foi em outros países. A conexão de internet no país é precária. Noutros países os prestadores de serviços sexuais a utilizam para encontrar potenciais clientes, mas em Havana o contato se dá essencialmente nas ruas.

Em 2006, em documento sobre a Cidade de Cartagena das Índias, na Colômbia, retrata o turismo sexual como um problema, conforme aponta Zuleta J e Jaramilo G (2006, p. 65): “outros problemas da cidade, para atender aos turistas, é a proliferação de ambulantes e mendigos e a prática do chamado ‘turismo sexual’, fenômenos que afetam a imagem turística da cidade”.

Mendonza (2015), apresenta a cidade de Puerto Vallarta (México) como um destino para a prática do turismo sexual entre homens, o autor fez uma série de entrevistas com garotos de programa, todos mexicanos, que se prostituíam para americanos e europeus. O serviço sexual, conforme relata o autor era ofertado em diversos espaços, como na praia e em bares, e observa dois aspectos, onde: a existência de um jovem mexicano com senhores mais velhos de outra nacionalidade, fica evidente, e que isto per se, caracteriza a relação comercial dos corpos; e, que fica difícil afirmar na praia e em bares quem é profissional do sexo e quem trabalha nos estabelecimentos, pois estes jovens se misturam entre si, e que em alguns casos atuam nos dois setores.

O México, aparece em diversos documentos analisados tais como os escritos por Rábago e Aldama (2012), López López e Carmona Mares (2008), Arroyo e Amador (2015) que abordam a oferta de serviços sexuais por jovens nas cidades de Tijuana, Cidade do México e Cancun respectivamente.

Cáceres, Nureña e Gomero (2015) ao fazer a análise do trabalho sexual masculino com foco no turista, traz uma gama de contribuições, delineando meios e características de como ocorrem nas cidades de Lima, Cuzco, Iquitos e Pucallpa (todas no Peru). No caso do Peru, pode-se constatar que há uma variedade de como a prostituição ocorre, fato é que os autores retratam a “normalidade” da prostituição de travestis e transexuais nas duas últimas cidades listadas, e a forte presença de garotos na cidade de Lima e Cuzco.

Pormenorizando as localidades Cáceres et al. (2015, p. 929) faz menção à prostituição de mulheres transexuais na Plaza de Armas de duas cidades peruanas, Iquitos e Pucallpa, onde ressaltam que o local se localiza próximo aos principais hotéis das cidades, caracterizados por hospedar os turistas nacionais mais afortunados e os turistas estrangeiros. Logo, constata-se que na região da amazônia peruana “é possível perceber na sociedade uma atitude de relativa tolerância frente as identidades e práticas homossexuais e até às mulheres transgêneros, denominadas ‘travestis’ na língua nativa (tradução nossa)”.

Cáceres et al. (2015, p. 932) na cidade de Cuzco, a prostituição masculina é conhecida como brichero (“derivado de bridge, que em inglês significa ponte, logo brichero seria fazer a ponte/ligação com alguém”), o jovem usa de roupas tradicionais/típicas para atrair a atenção das turistas (e também dos turistas), no qual o intuito final

é garantir um convite para sair do país e ir à Europa ou ao Estados Unidos da América. Muitos atuam como guia de turistas, vendedores de artesanatos ou souvenirs, músicos, ou, trabalham nos setores de restauração (A&B) ou entretenimento. Mesmo que alguns os qualifiquem como gigolos ou “vividores”, estes, com certo orgulham se afirmam bricheros, devido ao prestígio que é estar em contato com as estrangeiras (os).

Pouco se sabe sobre o vínculo da homossexualidade com o bricherismo, porém que diante do que define Cabada, Montoya, Echevarría, Samalvides e Gotuzzo (2002; 2009) os bricheros são “jovens que tem contato sexual com viajantes”, e prolongando o estudo identificaram bricheros bissexuais e homossexuais (9% e 4% respectivamente, em levantamento de 2002, e em novo inquérito, no ano de 2009, as porcentagens são similares).

Brichero então pode ser considerado como o Dom Juan dos Andes, que ao contar as histórias da ancestralidade de seu povo, suas vivências e sua identidade, oferece uma experiência mística (ou sexual), desta forma romantizando a prostituição, garantindo a esta prática uma nova perspectiva, a de um serviço turístico aquém do turismo sexual.

Em Lima os pontos de prostituição ficam próximos ao Hotel Bolívar, precisamente na Plaza San Martín, que desde 1924 atende a turistas estrangeiros, porém com a decadência deste empreendimento a prostituição neste local é voltado aos residentes, enquanto que no distrito de Miraflores, uma área totalmente voltada aos turistas, a oferta dos serviços sexuais é maior, principalmente entre jovens fletes e estrangeiros. Cáceres et al. (2015, p. 934) afirma que “a oferta de serviços sexuais comerciais dirigido a homens em Lima é muito mais variada que em qualquer parte do país”, inclusive trazem um rol de nomações sobre os tipos de prestadores, tais como: “acompañantes, mozos, escorts, bricheros, fletes, strippers, masseurs”.

### 3 | METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória, qualitativa, por abordar um fenômeno social, realizada através das técnicas de consulta a livros, artigos científicos, depoimentos publicados e artigos de jornais e revistas, através da internet, disponibilizados em sites relacionados às ciências acadêmicas e o turismo, na forma de pesquisa on-line. Essa metodologia trabalha sempre com unidades sociais, ela privilegia os estudos de caso entendendo-se como caso, o indivíduo, a comunidade, o grupo, a instituição (MARTINS, 2004). Da mesma forma, trata-se de um fenômeno social complexo, cuja análise e interpretação estão além da simples identificação de causa e efeito, ou colocar as motivações no mesmo patamar de investigação (Martins, 2004).

Sobre a técnica de busca na internet, é possível observar que:

[...] a internet pode ser tanto objeto de pesquisa (aquilo que se estuda), quanto local de pesquisa (ambiente onde a pesquisa é realizada) e, ainda, instrumento de pesquisa (por exemplo, ferramenta para coleta de dados sobre um dado tema ou assunto). (FRAGOSO, RECUERO, & AMARAL; 2011 p. 17)

Desta forma, compreende-se que a internet, funciona como uma biblioteca de acesso remoto, garantindo ao pesquisador facilidades de adquirir materiais para análise.

Não só a disponibilidade de informações a respeito de objetos de pesquisa na internet é fator determinante para o emergir de uma metodologia de pesquisas online, mas também a localização dos objetos no ciberespaço, além do posicionamento da internet como próprio objeto de estudo em sua intrínseca relação com diversas culturas (AMARAL, NATAL & VIANA, 2008, p. 36 citado por FRAGOSO; RECUERO; & AMARAL; 2011, p. 40)

Utilizou-se da internet como campo de coleta de dados para a presente pesquisa que tem como objetivo investigar os impactos do turismo nas sociedades e estruturas sociais, que para Urry (2001, p. 17) “Em outras palavras, levar em consideração como os grupos sociais constroem seu olhar turístico é uma boa maneira de perceber o que está acontecendo na ‘sociedade normal’”.

Como uma abordagem qualitativa, possibilita uma forma de “entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano” (CRESWELL, 2013, p. 26). Desta forma os procedimentos técnicos utilizados, segundo Gil (2010), tomam como base materiais já elaborados, constituídos principalmente de livros, artigos científicos e publicações; para contribuir com estes estudos, insere-se análise documental, a fim de contextualização, que segundo Gil (2010) pode receber novas interpretações quando observadas por novos pesquisadores, que fazem um novo tratamento analítico.

Dos artigos pesquisados caracterizou-se como destinos onde a prática do turismo sexual masculino é mais evidente na Tailândia, Cuba, Cabo Verde, México, Brasil, Colômbia, Costa Rica e Moçambique. Nos países desenvolvidos também ocorre a prostituição masculina, mas não na forma de turismo sexual como ocorre nos países menos desenvolvidos, onde a oferta ocorre na rua.

#### **4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Diante das pesquisas realizadas, utilizando-se de artigos publicados em periódicos ou revistas, constatou-se que países empobrecidos tem mais oferta de serviço sexual masculino que os demais. Esta constatação reitera uma característica dos países da América Latina, onde a população pobre carece de necessidades básicas como saúde, educação e trabalho.

No filme *La Partida*, sob direção de Hens (2013) retrata uma realidade: turistas buscam praias paradisíacas em países empobrecidos atrelando a esta experiência práticas sexuais. A população que vive à linha da pobreza, excluída muitas vezes dos

atrativos turísticos, objetiva na prostituição uma forma de adquirir renda, a desigualdade leva meninos e meninas a tal prática, que além de render alguns trocados, garantem o alimento e o lazer em locais onde o somente o turista tem acesso, como a praias e/ou resorts. É um exemplo do que retrata Bem (2005, p. 19) quando aponta uma possível causa, onde “sua existência [do turismo sexual] reflete, de fato, a preexistência de problemas bem mais profundos, os quais por sua vez, estão ancorados no coração das sociedades receptoras e emissoras de turistas”.

Zuleta J e Jaramilo G (2006) ao retratar a prostituição em Cartagena (Colômbia), não se busca repreender a prática, mas ofertar uma solução para o problema, capacitando “os pobres da cidade” para atuar em outras “ocupações alternativas a sua capacidade de trabalho”.

Conforme relata Carpio e Monserrat (2016) “em Cuba se inverteu a pirâmide social. Se desvalorizou o trabalho e o salário. Muitos profissionais ficaram desempregados, e alguns destes optaram por assumir essa prática como via de escape para o bolso”.

Anjos (2012) afirma que o turismo sexual cria “situações que as instituições contabilizam, preveem, mas são incapazes de controlar”. Giddens (2010, citado por ANJOS, 2012, p. 16) afirma que “o Estado deve ser mais do que previdente, o Estado deve tornar-se assegurador”, ou seja, um tipo de intervenção estatal diante do risco prévio já sabido.

A prostituição ocorre em diversos níveis “Não necessariamente se paga com dinheiro, senão com comida, presentes ou com a esperança de sair do país” (WARD, 2006 citado por CÁCERES et al., 2015). O provedor de serviços sexuais fica então agrupado em dois grupos, onde:

- 1 – Homens de pouco estudo, atendem nas ruas, clientela de médio-baixo poder aquisitivo ou populares/autóctones, a prática sexual se dá em hotéis de passagem, ficam expostos à violência;
- 2 – Jovens de alto grau educativo, domínio básico da língua inglesa, utilizam da internet para atingir os clientes, atendem em apartamentos alugados ou na casa de clientes ou hotéis turísticos, a prostituição é um complemento da renda ou a principal e mais lucrativa.

Darias (2016, paginação irregular) retrata os níveis de prostituição tal como visto acima, onde:

En la primera están los que practican en exteriores (le llaman hacer la calle) y cobran 80 pesos en moneda nacional y casi siempre se da entre cubanos. La clase media incluye a quienes piden 5 o 10 CUC, quizás una muda de ropa, un par de zapatos, etc, y son más exigentes. Y por último, los de la clase alta que son los que consiguen a los extranjeros mediante internet y hacen citas online.

No que cerne ao uso de novas tecnologias, esta possibilitou ao turista programar as atividades sexuais no destino, bem como o fazem para a reservas de hotéis ou aquisição de ingressos para atrações turísticas, contratam o serviço anterior a sua chegada no destino ou no período de estadia, em qualquer hora do dia ou da noite.

É possível perceber nos artigos analisados que além das ruas, praças, e praia,

a oferta dos serviços sexuais a turistas ocorrem também em bares, restaurantes, discotecas, vídeos pub, clubes gays de diversos tipos e em saunas. Retratam também o uso das tecnologias, como o uso de smartphones (e aplicativos, dentre os quais Grindr, Hornet, Scruff, Tinder, etc.), sites, redes sociais e agências especializadas. Para alcançar mais turistas alguns utilizam de estratégias de branding, onde adaptam seus perfis à demanda turística dos estrangeiros, editam suas fotografias, escolhendo nomes mais comuns dos países europeus ou norte-americano, frequentam aulas de inglês onde o vocabulário é focado para as suas atividades laborais, etc.

## 5 | CONSIDERAÇÕES

Muitos países toleram a prostituição e estabelecem regras, condutas ou leis que devem ser seguidos e/ou ignoradas deliberadamente para a prática. A exemplo disto pode-se citar que em Amsterdã, a prostituição é um atrativo turístico em Red Light District (Bairro da Luz Vermelha), a prostituição masculina podem ocorrer – ainda que na marginalidade – em algumas avenidas das principais cidades do mundo, porém a prostituição de transexuais e travestis ficam relegadas a locais escuros e afastados. Em comum todos podem compartilhar espaços fechados, locais definidos para esta prática. A prostituição não é considerada ilegal em diversos locais do globo, porém prostituir a outra pessoa, ou tirar proveito da prostituição alheia é considerada crime em diversos países.

Se faz necessário a criação de políticas públicas que visem a proteção destes trabalhadores marginalizados, que seja definido seus direitos no comercio sexual, e mais importante, que se coíba a falta de proteção, a violência e o descaso da polícia no trato das denúncias, que vem arraigado de LGBTfobia, no caso de prostituição transexual e masculina. Estas brechas abertas pela inexistência e/ou ineficácia de políticas públicas gera vazios que provocam abusos, torturas e homicídios. Estas políticas públicas, além de se ater a casos de violência, deve ainda abordar a saúde e o bem estar destes prestadores de serviços sexuais.

Uma organização que vise defender e apoiar estes trabalhadores seria de grande valia, vez que exemplos como a “Red de Mujeres Trabajadoras Sexuales de Latinoamérica y el Caribe”, e da “Rede Brasileira de Prostitutas” alcançaram uma discussão nos âmbitos legais e políticos. Fato que ocasionou em 2002 o reconhecimento pelo Ministério do Trabalho como uma ocupação profissional, no entanto carecendo de regulamentação.

O turismo sexual por vezes é um componente entre outros e não é imprescindível, quando turistas buscam estes serviços em suas viagens, fazem-no para agregar prazeres a sua vivencia em tal localidade, não percebendo as mazelas sociais que implicitamente vem agregas a tal prática.

Para quem se prostitui inúmeros motivos podem ser dados, a falta de emprego

é de forma geral a principal motivação, vez que exigem-se cada vez mais qualificação dos profissionais, que derivam de camadas mais empobrecidas, não possuindo acesso à educação formal/profissional. A facilidade de adquirir dinheiro rápido parece ser atraente, porém ilusória, vez que cada vez mais permeia-se na realidade da prostituição, ampliando os anseios como o de conhecer algum turista estrangeiro que patrocine uma vida mais digna, ou que ofereça convite para uma nova vida em outro país.

## REFERÊNCIAS

ANJOS, J. C. A eclosão do turismo sexual em Cabo Verde. **Portal do Conhecimento de Cabo Verde**. 2012. Disponível em <http://hdl.handle.net/10961/1244> Acessado em 24 de fevereiro de 2018.

ALMEIDA, S. J. A. **Michê**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1984, 226 f. Disponível em <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/17327> Acessado em 14 de maio de 2018.

ARROYO, L., & AMADOR, K. Turismo y Trabajo Sexual Masculino en Cancún – México. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, (24)4, 2015, p. 982-992.

BARAL, S. D.; FRIEDMAN, M.R.; GEIBEL, S.; REBE, K.; BOZHINOV, B.; DIOUF, D.; SABIN, K.; HOLLAND, C. E., & CÁCERES, C.F. Male sex workers: Practices, contexts, and vulnerabilities for HIV acquisition and transmission. **The Lancet** 385(9964): 260-273. 2014. Disponível em [http://www.researchgate.net/publication/264124014\\_Male\\_sex\\_workers\\_practices\\_contexts\\_and\\_vulnerabilities\\_for\\_HIV\\_acquisition\\_and\\_transmission](http://www.researchgate.net/publication/264124014_Male_sex_workers_practices_contexts_and_vulnerabilities_for_HIV_acquisition_and_transmission) Acessado em 10 de maio de 2018.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BEM, A. S. **A dialética do turismo sexual**. Campinas: Papyrus, 2005.

CABADA, M.; MONTOYA, M.; ECHEVARRÍA, J.; SAMALVIDES, F. & GOTUZZO, E. Conductas de riesgo en jóvenes que tienen contacto sexual con viajeros ('bricheros') en la ciudad del Cuzco, Perú. **Revista peruana de medicina experimental y salud pública** (19)2, 2002, p. 83-86.

CABADA, M.; ECHEVARRÍA, J.; SEAS, C. & GOTUZZO, E. High prevalence of sexually-transmitted infections among young Peruvians who have sexual intercourse with foreign travelers in Cuzco. **Journal of Travel Medicine** (16)5, 2009, p. 299-303.

CÁCERES, C. F., NUREÑA, C. R., & GOMERO, A. La Oferta de Trabajo Sexual Masculino en el Perú: Su interacción con las demandas del turismo internacional. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, (24) 4, 2015, p. 924-962.

CARPIO. L. O. L.; & MONSERRAT, L. D. **Hacer la Calle**. 2016. Disponível em <http://www.vanguardia.cu/villa-clara/5579-hacer-la-calle> Acessado em 02 de fevereiro de 2018.

CRESWELL, J. W. **Pesquisa de métodos mistos**. Porto Alegre: Penso, 2013.

DARIAS, I. **Clasificados de guías de turismo en Cuba, tapaderas del negocio sexual**. 2016. Disponível em <https://www.martinoticias.com/a/cuba-turismo-gay-prostitucion/113911.html> Acessado em 02 de fevereiro de 2018.

DREW, D. & DRAKE, J. **Boys for sale**. Nova Iorque: Brown Books, 1969.

- FRAGOSO, S., RECUERO, R., & AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.
- HARVEY, D. **Condição Pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2003.
- HENNING, J. **Les garçons de passe, enquête sur la prostitutions masculine**. Paris: Hallier, 1978.
- HOFFMAN, M. Male prostitute. In. LEVINE (org.) **Gay men: the sociology of male homosexuality**. Nova Iorque: Harper & Row, 1979.
- HENS, A. (Diretor). **La Partida** [filme]. Köln, Alemanha. Media Luna Films, 2013.
- LÓPEZ LÓPEZ, A., & CARMONA MARES, R. Turismo sexual masculino-masculino en la Ciudad de México. **Teoría y Praxis**, (5), 2008, p. 99-112.
- MARTINS, H. H. T. S. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educação e Pesquisa**, 30(2), 2004, p. 289-300.
- MENDOZA, C. Entre el Negocio y el Placer: Turismo sexual masculino em Puerto Vallarta, México. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, 24(4), 2015, p. 889-907.
- MORGAN, R. Los gays en La Habana prefieren encontrar el amor en el mundo real, no en una 'app'. 2016. Disponível em <https://www.nytimes.com/es/2016/06/22/los-gays-en-la-habana-prefieren-encontrar-el-amor-en-el-mundo-real-no-en-una-app/> Acessado em 02 de fevereiro de 2018.
- NESTPIZK. (2017). **Best LGBT Cities 2017 Ranking**. Disponível em <https://www.nestpick.com/best-lgbt-cities> Acessado em 11 de maio de 2018.
- NEVES, C. S. B., & BRAMBATTI, L. E. O Comportamento do Turista LGBT com Relação ao Consumo em Viagens. 2018. **Anais do Colóquio Cenários, Ciência e Desenvolvimento Turístico**. Gramado, RS, Brasil.
- NUNAN, A. **Homossexualidade: do preconceito aos padrões de consumo**. Rio de Janeiro: Caravansarai, 2003.
- ONFRAY, M. **A arte de ter prazer: por um materialismo hedonista**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- ONFRAY, M. **Teoria da viagem**. Porto Alegre: L&PM, 2009.
- PAIXÃO, D. L. D. Turismo hedonista: um segmento pós-moderno de viagens aliadas ao prazer. **Anais do Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. 2008. Belo Horizonte, MG, Brasil, 5. Disponível em <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/74.pdf> Acessado em 10 de abril de 2018.
- PERLONGHER, N. O. **O negócio do michê: prostituição viril em São Paulo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- RÁBAGO, N. L. B., & ALDAMA, R. G. Los espacios de la prostitución em Tijuana: turismo sexual entre varones. **Región y sociedad** (55), 2012.
- RAVEN, S. El prostitute en Londres. In RUITENBEEK (org.). **La homosexualidad em la sociedade moderna**. Buenos Aires: Siglo XXI, 1965.

RIESS, A. J. Jr. La integración social de los felatores y sus pasivos. In RUITENBEEK (org.) **La homosexualidad en la sociedad moderna**. Buenos Aires: Siglo XXI, 1965.

ROSSETTO FERREIRA, L. **A comunicação e o turismo sexual: as garotas do Brasil – um olhar hermenêutico**. Tese de doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil, 2007.

SCHÉRER, R. & HOCQUENGHEM, G. Sur la prostitution des jeunes garçons. **Recherches**, 37. Fontenay-sous-Bois, 1977.

SCHMIDT-RELENBERG, N. KÄRNER, H. & PIEPER, R. Strichjungen-Gespräche: Zur Soziologie jugendlicher Homosexuellen-Prostitution. **Sammlung Luchterhand**, 188. Darmstadt, Neuwied: Luchterhand, 1975.

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: SESC, 2001.

WEEKS, J. Inverts, perverts and mary-annes. Male prostitute and the regulation of homosexuality in England in the nineteenth and the early twentieth centuries. **Journal of Homosexuality**, 6, 1981, 1-2.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Second Global Report on LGBT Tourism**. Madri. UNWTO, 2017.

ZULETA J, L. A., & JARAMILO G, L. **Cartagena de Indias, impacto econômico de la zona histórica**. Bogotá: Ed. Convenio Andrés Bello, 2006.

## **SOBRE A ORGANIZADORA**

**GIOVANNA TAVARES.** Doutorado em Performances Culturais pela UFG em andamento / 2019 - 2022, Mestrado Acadêmico na área das Ciências Sociais Aplicadas em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI - SC (2007-2010) / CONCEITO CAPES 5 – Foco: Planejamento Participativo e desenvolvimento de base local, Especialista em Gestão em Turismo e Hotelaria pela Faculdade Lions - GO (2004-2005), Bacharel em Turismo pela Faculdade Cambury - GO (2003), MBA Executivo em Coaching, (2018) na Faculdade Cândido Mendes. cursando atualmente: Especialização em Administração do Setor Público, Especialização em Administração em Marketing de Serviços e Social e MBA em Gestão de Projetos (previsão de término dezembro 2019 - Faculdade Faveni). Atua na área de Pesquisa aplicada como pesquisadora em diversas áreas do mercado: Turismo, hotelaria, eventos, pesquisa censitária, gestão comercial e de negócios, sendo atualmente Professora Universitária na Faculdade Cambury nos cursos de Eventos e Gestão Comercial e na Coordenação Geral do evento institucional Círculo do Conhecimento desde 2015. Membro da ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo. É servidora pública do Estado de Goiás na Área Técnica da Agência Estadual de Turismo - GOIÁS TURISMO - Coordenadora do OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS e Diretora de Gestão, Planejamento e Finanças. Presidente da ABBTUR - GO / Associação Brasileira de Turismólogos(as) e Profissionais de Turismo - Seccional Goiás. Atuou como: Professora do MBA em Promoção e Gestão de Eventos na disciplina: Planejamento e Coordenação de Eventos e Orientação de TCC pelo IESB – Instituto de Educação Superior de Brasília, Professora no IF Goiano - EAD no curso de Eventos, Professora na Faculdade Lions de (2013 a 2016) nos cursos de Turismo, Hotelaria e Administração; Faculdade de Tecnologia SENAC – Goiás (De 2007 a 2014) na Elaboração de projetos, coordenação e docência na Pós Graduação em Gestão de Empreendimentos Turísticos e Eventos e no Curso superior de Gestão de Turismo (ênfase em eventos) e somente como docente nos cursos de: Gestão Comercial, Gestão Ambiental, Gestão da Tecnologia da Informação e Produção Multimídia. Possui vasta experiência em disciplinas nas áreas de gestão (Planejamento Estratégico e Empreendedorismo), eventos, turismo, hotelaria, pesquisa, metodologia e atividades de campo/visitas técnicas. Consultora

da ONG Araucária - Organização Pró-Desenvolvimento Integrado Sustentável desde 2010, cuja atuação é na área de planejamento e desenvolvimento em turismo, com experiência em elaboração e execução de projetos para MTur, Governo do Estado de Santa Catarina, Prefeituras Municipais e setor privado. Consultora da PDCA desde 2013 - Assessoria e Treinamento: Turismo, Hospitalidade e Eventos.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-317-0

