

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

ESTÉFANI BRITO DA SILVA

**A FORMAÇÃO DE UMA IMAGEM RACIALIZADA ESTEREOTIPADA
DA MULHER BRASILEIRA NEGRA E SUA INFLUÊNCIA
AO TURISMO SEXUAL NO BRASIL**

**SÃO PAULO
2019**

ESTÉFANI BRITO DA SILVA

**A FORMAÇÃO DE UMA IMAGEM RACIALIZADA ESTEREOTIPADA
DA MULHER BRASILEIRA NEGRA E SUA INFLUÊNCIA
AO TURISMO SEXUAL NO BRASIL**

Versão original

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Turismo da Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo como requisito à
obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Área de concentração: Turismo Sexual

Orientador: Prof. Dr. Reinaldo Miranda de Sá Teles

SÃO PAULO
2019

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Silva, Estéfani Brito da
A FORMAÇÃO DE UMA IMAGEM RACIALIZADA ESTEREOTIPADA DA
MULHER BRASILEIRA NEGRA E SUA INFLUÊNCIA AO TURISMO SEXUAL
NO BRASIL / Estéfani Brito da Silva ; orientador, Reinaldo
Miranda de Sá Teles. -- São Paulo, 2019.
72 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso - Departamento de Relações
Públicas, Propaganda e Turismo/Escola de Comunicações e
Artes / Universidade de São Paulo.
Bibliografia
Versão corrigida

1. Turismo Sexual 2. Interseccionalidade 3. Estereótipo 4.
Raça 5. Imagem I. Miranda de Sá Teles, Reinaldo II. Título.

CDD 21.ed. - 910

Nome: SILVA, Estéfani Brito

Título: A formação de uma imagem racializada estereotipada da mulher brasileira negra e sua influência ao turismo sexual no Brasil

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo como requisito à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Aprovada em ____/____/____

Banca examinadora:

Prof. Dr. Reinaldo Miranda de Sá Teles
Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP)

Prof(a). Dr(a). Nome completo – Avaliador(a)
Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP)

Prof(a). Dr(a). Nome completo – Avaliador(a)
Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP)

Dedico este trabalho a todas aquelas e aqueles que ainda lutam para sair das margens da sociedade e alcançar os espaços que, por direito, lhes pertencem. Dedico também ao meu irmão, Pedro Henrique. Te amo!

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, por terem me mostrado que, sempre que possível, o estudo deve ser a minha escolha.

Ao orientador prof. Reinaldo, pela troca de ideias e experiências que foram fundamentais para a realização deste trabalho.

Ao meu companheiro, que esteve ao meu lado nos bons e maus momentos durante o processo de construção.

Às minhas amigas e amigos de curso, por tudo o que vivemos ao longo desses cinco anos.

RESUMO

SILVA, Estéfani Brito. **A formação de uma imagem racializada estereotipada da mulher brasileira negra e sua influência ao turismo sexual no Brasil.** 72 p. Monografia (Graduação em Turismo). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

O presente trabalho se propõe analisar a formação da imagem racializada estereotipada da mulher brasileira negra e sua influência ao turismo sexual no Brasil. A metodologia utilizada para este estudo foi qualitativa de caráter descritivo. O referencial bibliográfico utilizado abrangeu especialmente estudos relacionados às áreas de turismo sexual, gênero, classe social, raça e imagem, além da apresentação de estatísticas de órgãos públicos, empresas privadas e organizações não governamentais a fim de embasar a análise. Nas considerações finais, verificou-se que o turismo sexual está diretamente relacionado às questões de gênero e classe social, mas que também, a imagem construída de forma estereotipada, principalmente atrelada às questões raciais sobre a mulher brasileira e a forma como ela ainda é representada hoje em produções culturais nacionais e internacionais, pode influenciar para que turistas busquem o país somente pelo sexo com as mulheres brasileiras.

Palavras-chave: Turismo Sexual. Interseccionalidade. Estereótipo. Raça. Imagem.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the formation of the stereotyped racialized image of black Brazilian women and their influence on sexual tourism in Brazil. This study was made using the qualitative descriptive methodology. The bibliographic reference embraced specially studies related to the areas of sexual tourism, gender, social class, race, image, and there was also the presentation of statistics provided by public organs, private companies and non-governmental organizations to substantiate the analysis. The final considerations shows that sexual tourism is directly related to gender and social class, but also that the stereotyped image constructed mainly related to racial questions about brazilian woman and the way they are represented today in national and international productions, may influence that the tourist look for Brazil only because of the opportunity to have sex with a brazilian woman.

Keywords: Sexual tourism. Intersectionality. Stereotype. Race. Image.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
UNODC	Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cena do documentário Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado (2009)	18
Figura 2 - Cena do documentário Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado (2009)	18
Figura 3 - Gráfico indicativo das principais motivações do tráfico de pessoas na América do Sul, baseado nas estatísticas de 1976 vítimas de 9 países da América do Sul	24
Figura 4 - Principais destinos para as vítimas de tráfico de pessoas originárias da América do Sul - 2016 ou mais recente	24
Figura 5 - Países emissores e estados receptores do turismo sexual no Brasil	25
Figura 6 - Ilustração de Sarah Baartman - <i>Take care of your hearts</i>	29
Figura 7 - Carnaval promovido pela EMBRATUR	42
Figura 8 - Materiais de divulgação do turismo no Brasil produzidos pela EMBRATUR em 1977 e 1978	42
Figura 9 - Material de divulgação da EMBRATUR – 1980	43
Figura 10 - Ex-jogador Pelé em material promocional da EMBRATUR	43
Figura 11 - Valéria Valenssa no Carnaval do Rio de Janeiro em 1998	44
Figura 12 - Distribuição da população brasileira por cor ou raça de acordo com o IBGE de 2012 a 2016	47
Figura 13 - Visualizações no Youtube da cantora Anitta no 2º semestre de 2017	51
Figura 14 - Aumento de visualizações no Youtube da cantora Anitta no 1º semestre de 2018	51
Figura 15 - Imagem de abertura do clipe <i>Vai, malandra</i>	52
Figura 16 - Anitta dança utilizando botas com cores do Brasil	52
Figura 17 - Mulheres tomando sol na laje de salto	53
Figura 18 - Foco da câmera nas bundas das bailarinas	54
Figura 19 - Fotografia de Christopher Pillitz - <i>Woman's torso</i>	55
Figura 20 - Mulher negra cuida dos cabelos de Snoop Dogg	57
Figura 21 - Mulheres representadas no clipe do Snoop Dogg e Pharrell Williams	58
Figura 22 - Snoop Dogg flertando com brasileira	58
Figura 23 - Brasileira correspondendo ao flerte de Snoop Dogg	59

Figura 24 - Brasileira na cama com Snoop Dogg.....	59
Figura 25 - Mulher brasileira parada em uma esquina do Rio de Janeiro	60
Figura 26 - Snoop Dogg aproximando-se de uma mulher brasileira parada em outra esquina.....	60
Figura 27 - Pharrell Williams e brasileira se relacionando.....	61
Figura 28 - Roda de samba no Parque Lage	61

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 O TURISMO SEXUAL NO BRASIL: PANORAMA GERAL	15
2.1 Pensando em dados: Turismo Sexual em termos globais, regionais e locais	20
2.2 A influência dos estereótipos raciais ao turismo sexual	27
3 A CONSTRUÇÃO DE IMAGENS E SUA IMPORTÂNCIA AO TURISMO	35
3.1 A construção da imagem estereotipada da mulher brasileira	37
3.2 Ressignificação da identidade brasileira: uma mudança da imagem de dentro para fora	46
4 OUTROS MEIOS: A CONTRIBUIÇÃO DE MÚSICAS E VIDEOCLIPES DE ARTISTAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS PARA A REAFIRMAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE UMA IMAGEM ESTEREOTIPADA DA MULHER BRASILEIRA NEGRA	50
4.1 Análise do videoclipe e música <i>Vai Malandra</i> , da cantora Anitta	50
4.2 Análise do videoclipe e música <i>Beautiful</i> , Snoop Dogg e Pharrell Williams	56
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66

1 INTRODUÇÃO

Recentemente, após polêmicas sobre o novo logotipo do turismo no Brasil *Visit and Love Us*, que foi interpretado por algumas organizações relacionadas ao turismo como uma apologia ao turismo sexual, o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) afirmou não reconhecer a expressão turismo sexual por não tratar-se de uma forma de turismo e, sim, de exploração sexual e, portanto, um crime.

Entretanto, mesmo que criminosa e negada por órgãos públicos oficiais, é necessário analisar a prática sob a ótica do turismo, dado que, tanto os turistas quanto os aliciadores utilizam-se de toda a infraestrutura turística brasileira e até mesmo proprietários de meios de hospedagem, taxistas e motoristas de aplicativos, agências e operadoras de viagens, etc., podem se beneficiar, direta ou indiretamente desta prática, justificando então a importância dessa investigação.

Conforme analisado, são diversas as questões que corroboram para a existência e manutenção do turismo sexual, entretanto, o campo da problemática desta pesquisa está relacionado à imagem da mulher brasileira negra, construída historicamente tendo como base estereótipos racistas e que ainda hoje são disseminados por produções culturais, as quais podem servir como atração de turistas sexuais ao Brasil.

Bignami (2002), destaca que a imagem turística do Brasil tem como base cinco estereótipos principais: o Brasil paraíso, que estaria relacionado à natureza exuberante, ao clima agradável, aos lindos animais, remetendo quase a uma selvageria assustadora e misteriosa; o Brasil sensual, considerado como um país de sexo fácil, livre, e que faz com que tudo, portanto, seja sensual, inclusive as mulheres brasileiras que seriam não só bonitas, como também fáceis, e as mulatas¹, que seriam diferentes das outras mulheres brasileiras por seu esplendor. Até mesmo a política se utilizaria da sensualidade para suas propagandas e, portanto, vir ao Brasil seria o mesmo que encontrar alguém para companhia; o terceiro estereótipo seria o do caráter

¹ “Os movimentos negros brasileiros refutam a utilização da palavra por dois motivos: 1) linguístico – derivação de ‘mulus’, do latim, atualizado por ‘mula’, o animal que surge da cópula de duas raças diferentes – o asno e a égua, que, no século XVI, derivou-se na América hispânica para ‘mulato’ como uma analogia ao caráter híbrido do animal, considerado uma raça inferior já que não possui a possibilidade da reprodução; e 2) cultural – a falsa impressão de democracia racial que há no país, associado à representação da mulher negra ou mestiça através do corpo branqueado e hipersexualizado.” (SILVA, Lilian Ramos da. Não me chame de mulata: uma reflexão sobre a tradução em literatura afrodescendente no Brasil no par de línguas espanhol-português. p.77)

do povo, conhecido por sua alegria, novamente pela sensualidade, cordialidade e malandragem, transformando as pessoas no atrativo turístico mais importante do país e ignorando a existência de outros atrativos que podem ser tão ou mais interessantes do que o povo; o Brasil do carnaval devido às festividades, e o Brasil do exótico e do místico pelos rituais e mitos acerca do Brasil.

O fundamento principal que será aqui analisado, conforme já apontado acima no campo da problemática, trata-se da proposição atrelada à sensualidade da mulher brasileira. Além disso, a falta de reconhecimento da prática do turismo sexual pela EMBRATUR pode refletir na falta de formulações de políticas que visem inibir esse movimento de turistas que agem fora da lei e que afeta principalmente as minorias sociais, como mulheres negras pobres e crianças.

Nesse sentido, enquanto objetivo geral, busca-se analisar a influência da construção histórica estereotipada da imagem da mulher brasileira – com foco à mulher brasileira negra – ao turismo sexual.

Em busca de respostas à proposição aqui levantada, foi feito levantamento bibliográfico, análise de vídeos e de documentários.

A busca da bibliografia geral e específica compreendeu o levantamento de obras que tratam dos temas: mulheres, turismo e exploração sexual. Em um primeiro momento, a pesquisa estruturou-se através de buscas gerais em sites como Google, Google Scholar, Dedalus, entre outros sites de busca e bibliotecas de outras universidades.

O levantamento de bibliografia específica que norteou muitas das reflexões contidas nesse trabalho, se direcionou para temas ligados aos seguintes tópicos:

1) Levantamento de estatísticas do turismo sexual obtidas a partir de Organizações não Governamentais (ONGs), como a rede ECPAT Brasil; por empresas privadas, como o The Economist (da Economist Group) e a Axur (empresa responsável por segurança digital); e por órgãos governamentais como a Organização das Nações Unidas (ONU) e a UNODC (Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime);

2) Levantamento de relatos reais de vítimas, pessoas próximas a elas, turistas e donos de agências de viagens que vendem turismo sexual, através dos documentários *Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado*, de Joel Zito Araújo e do documentário do programa *Fantástico*;

3) Estudos sobre raça utilizando como referências bibliográficas principais as escritoras Bell Hooks e Ângela Davis, e também Ale Santos, recente pesquisador de narrativas africanas, que defende a ressignificação da história negra através da contação de histórias que colocam os negros do passado como protagonistas de sua história, mesmo com os abusos sofridos durante a escravidão, contrariando o imaginário construído pelos colonizadores;

4) Estudos sobre gênero utilizando como base de apoio principal a disciplina optativa "Gênero, mídia e educação", apresentada pela professora Cláudia Lago, onde fui apresentada pela primeira vez ao conceito de interseccionalidade, que serviu também como uma das referências (junto com as acima citadas) para o capítulo "A influência dos estereótipos raciais ao turismo sexual";

5) Estudos sobre a construção de imagens em termos gerais utilizando como referência principal Martine Joly, e sobre a construção de imagens do Brasil, utilizando como referências principais Rosana Bignami e Kelly Kajihara.

No tópico "O turismo sexual no Brasil: Panorama geral", o objetivo específico é apresentar dados recentes sobre a situação do Brasil e a influência da questão racial ao turismo sexual, relacionando-os com o conceito de interseccionalidade, que busca analisar a forma como as minorias podem ser oprimidas de diversas formas (nesse caso pelo seu gênero, cor e classe social) e que, em determinados casos, podem se interseccionar.

Já em "A construção de imagens e sua importância ao turismo", o objetivo específico é demonstrar como se dá o processo de construção de imagens e de estereótipos que podem influenciar na imagem de um país e, inclusive, incentivar a prática do crime de turismo sexual, além de apresentar uma explicação histórica para a construção estereotipada da imagem da mulher brasileira, com recorte à mulher negra, que tem como base alguns agentes principais: os relatos dos viajantes portugueses, que foram produzidos e divulgados sob a visão do colonizador e, portanto, de forma racista; as produções culturais brasileiras e internacionais a partir de 1930, e as propagandas da EMBRATUR que durante muitos anos apresentavam as mulheres brasileiras como atrativo turístico.

Neste mesmo tópico, apresenta-se ainda uma discussão sobre a ressignificação da identidade brasileira, a fim de mostrar a necessidade da população brasileira de conhecer mais a si mesma para, assim, poder contar a sua história através de seu

próprio ponto de vista, e não de terceiros, o que poderia transformar significativamente a imagem do Brasil.

Em "Dias de hoje: A contribuição de músicas e videoclipes de artistas nacionais e internacionais para a reafirmação e disseminação de uma imagem estereotipada da mulher brasileira", há uma análise qualitativa de um videoclipe e música da cantora brasileira Anitta, e também de um videoclipe e música dos cantores norte-americanos Snoop Dogg e Pharrell Williams, em que se analisa a forma como a mulher brasileira é representada, o quanto essas representações são relacionadas aos estereótipos raciais, e o quanto estes podem legitimar a imagem da mulher brasileira relacionada ao turismo sexual.

Pode-se dizer, portanto, que essa pesquisa é relevante para trazer um entendimento mais aprofundado sobre o turismo sexual no Brasil, incentivando a geração de dados e aumento da fiscalização contra o crime no Brasil, possibilitando que as vítimas do turismo sexual não estejam mais inseridas neste cenário degradante. Além de que, entender que a imagem negativa da mulher brasileira perante o exterior foi construída tendo como base construções racistas trazidas pelos europeus; teve a EMBRATUR e as produções culturais nacionais e internacionais a partir de 1930 como um nome importante para reforçar estereótipos, e que ainda hoje, essa mesma imagem segue sendo veiculada através de produções culturais de artistas brasileiros e internacionais, é necessário para que os estereótipos sejam revistos pelos brasileiros e progressivamente também pelos estrangeiros, a fim de ressignificar a identidade brasileira e se distanciar cada vez mais de imagens que possam atrair o turismo sexual.

2 O TURISMO SEXUAL NO BRASIL: PANORAMA GERAL

Conforme coloca Piscitelli (2015), o termo turismo sexual é fortemente cunhado no conceito de viagens organizadas com turistas sendo emitidos de um país rico para um país pobre, a fim de vivenciar experiências sexuais. Essas viagens seriam destinadas a homens com idade entre 35-50 anos, para que visitem espaços que oferecem serviços sexuais e/ou ainda tenham o direito de uma acompanhante no país, podendo esta ser criança ou adolescente.

Entretanto, os resultados globais do Estudo Global sobre a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes em Viagens e Turismo da Rede ECPAT Brasil, indicam que:

A SECTT [sigla em inglês para: exploração sexual de crianças em viagem e turismo] tornou-se muito mais complexa, envolvendo não apenas turistas, mas também viajantes em negócios, trabalhadores migrantes/temporários e "volunturistas" que desejam explorar crianças, bem como um grande número de viajantes domésticos. O Estudo Global confirma que os infratores podem vir de qualquer origem e que nem todos se encaixam no perfil estereotipado: o pedófilo branco, ocidental, rico e de meia-idade. Alguns podem ser pedófilos, mas a maioria não é. Os infratores podem ser estrangeiros ou domésticos, jovens ou idosos. Algumas são mulheres e algumas podem ser outras crianças.

Ou seja, nota-se que há uma dificuldade em definir bem quem seriam esses turistas sexuais, e este poderia ser um dos fatores que influencia na dificuldade do levantamento de estatísticas sobre o tema e, conseqüentemente, na tomada de ações.

Hoje no Brasil não existe uma lei específica voltada à condenação do crime de turismo sexual, entretanto, existem leis relacionadas às formas às quais o turismo sexual pode se manter e se desenvolver.

De acordo com o Código Penal, o artigo 149-A da Lei número 13.344 de 2016, prevê que “agenciar, aliciar, recrutar, transportar, transferir, comprar, alojar ou acolher pessoa, mediante grave ameaça, violência, coação, fraude ou abuso”, com a finalidade de (entre outros) exploração sexual, tem como pena a reclusão de 4 (quatro) a 8 (oito) anos e multa; caso o crime seja cometido contra criança ou adolescente e/ou a vítima do tráfico de pessoas seja retirada do território nacional, a pena é aumentada de um terço até a metade.

Já o artigo 218-B da Lei número 12.978 de 2014 prevê que:

Submeter, induzir ou atrair à prostituição ou outra forma de exploração sexual alguém menor de 18 (dezoito) anos ou que, por enfermidade ou deficiência mental, não tem o necessário discernimento para a prática do ato, facilitá-la, impedir ou dificultar que a abandone.

Tem como pena a reclusão de 4 (quatro) a 10 (dez) anos; caso o crime seja praticado com o fim de obter vantagem econômica, aplica-se também multa.

Ainda o artigo 228 da Lei número 12.015 de 2009 prevê que “induzir ou atrair alguém à prostituição ou outra forma de exploração sexual, facilitá-la, impedir ou dificultar que alguém a abandone” tem como pena a reclusão de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, e multa.

Entretanto, mesmo com a existência de leis, o crime segue acontecendo e, portanto, de forma sintética, pode-se dizer que hoje no mundo e no Brasil existem algumas formas principais em que o crime de turismo sexual pode ser praticado:

- Quando o turista (estrangeiro ou não)³, desloca-se de seu país ou estado de origem com uma viagem contratada em agências específicas cujo objetivo seja o de praticar sexo com uma mulher ou criança do país ou estado de destino;
- Quando mesmo que, não objetivamente, mas por já estar no país a lazer ou negócios, o turista "contrata" os serviços de uma criança ou adolescente do país de destino;
- Ou quando ocorre o aliciamento de mulheres e crianças de determinado país para que sejam levadas a outro país, sendo que, o tipo de trabalho que irão exercer em outro país normalmente é ocultado, havendo uma falsa proposta ou promessa e a vítima só descobre ao chegar no local.

Vale ressaltar que a contratação do serviço sexual de uma mulher brasileira que tenha mais que 18 anos não é uma prática criminosa, pois a prostituição de

³ O Estudo Global sobre a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes em Viagens e Turismo da rede Ecpat Brasil afirma que os turistas domésticos representam um grande número no que diz respeito à prática do crime de exploração sexual de menores e, consequentemente, do turismo sexual.

adultos não é considerada crime no Brasil; o crime só ocorre caso essa mulher seja aliciada por alguém, beneficiando terceiros.

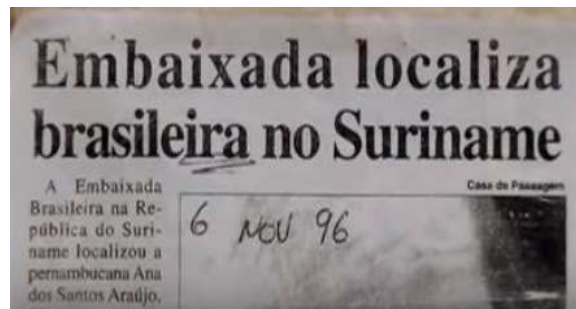
Em documentário intitulado *Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado*, Joel Zito Araújo explora o universo do turismo sexual sobre os ângulos das prostitutas e dos turistas.

Ao longo do documentário, o produtor entrevista prostitutas, pessoas próximas a elas, como o cabeleireiro, e também turistas do sexo masculino. Em um dos relatos, uma mulher pernambucana, que antes era prostituta no Brasil, conta como foi todo o processo desde seu aliciamento para ir trabalhar na Alemanha – sem saber que tratava-se de prostituição – até o momento em que conseguiu voltar para o Brasil. Visivelmente abalada, ela relata ter sido torturada e que, no primeiro contato que teve com o dono da boate para a qual havia sido aliciada, já foi informada que tinha uma dívida que jamais conseguiria pagar, conforme trecho abaixo extraído do relato dela:

Uma colega falou que eu iria trabalhar num restaurante para ganhar mil dólares, uma proposta de emprego [...]. Depois, quando chegaram lá, tomaram conta do meu passaporte, tive que pagar a passagem duas vezes e quando passou o tempo, depois de três meses, você é deportada ou eles te vendem para outro país, e eles me venderam para a Alemanha. Agora, foi no Suriname que a situação foi mais grave, porque eu tinha sido deportada, me encontraram e me mandaram de volta para o Brasil, e eu não podia voltar por Frankfurt, e como eu tinha ficado apaixonada por um alemão que eu conheci na boate, e ele queria casar comigo, mas os aliciadores ameaçaram a vida dele, então ele ficou com medo, e eu queria voltar lá de todo o jeito para ver ele. Do Suriname é uma conexão [...] para a Holanda, e da Holanda para a Alemanha, só que quando eu cheguei lá, o negócio foi muito diferente, muito difícil, tomaram o meu passaporte, comigo havia mais de 70 brasileiras, todas trancadas, as suítes tinham grades e tinham vários seguranças para não deixar a gente sair, e lá, se eu quisesse dormir, eu tinha que pagar uma multa, se eu não quisesse sair com aquela pessoa, eu tinha que pagar multa. Eles obrigavam a mulher a tomar uma injeção para ficar 6 meses sem menstruar. De repente, ele chegou com um papel com uma dívida enorme que eu nunca ia conseguir sair de lá. Eu fui contra o dono da boate, e ele mandou os seguranças dele me dar uma surra, eles me bateram muito, fiquei toda roxa, eu sofri torturas lá. Arrancaram o bico dos meus seios, tenho cicatrizes no meu corpo, queimaduras [...]

(Documentário *Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado* - Joel Zito Araújo. Trecho de 29:09 a 34:00)

FIGURA 1 - Cena do documentário Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado (2009).



Fonte: Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado.

FIGURA 2 - Cena do documentário Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado (2009).



Fonte: Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado (2000).

Filho (2002) defende que no Brasil há um circuito do turismo sexual e que:

No Brasil, o “Circuito” é movimentado pela existência de atores, lugares e eventos, que criam o cenário ideal para o Turismo Sexual. Os atores seriam as mulheres, os turistas, os agenciadores e uma série de outros personagens coadjuvantes. Os lugares seriam preferencialmente, a imensa orla marítima do Brasil e outros lugares considerados *points* turísticos do país. Os eventos estariam ligados ao calendário da alta e da baixa estação que ditam o ritmo de entrada e saída dos turistas sexuais no Brasil e em cada Estado. (FILHO, 2002)

A colocação acima demonstra, portanto, que há o envolvimento de diversas partes da sociedade no turismo sexual, e que até mesmo os eventos e a alta e baixa estação do Brasil e estados podem influenciar nessa dinâmica.

A fim de investigar como funciona a máfia do turismo sexual no Brasil, em 2011, o programa *Fantástico*, da rede Globo, conduziu uma investigação que durou cerca de dois meses na região Nordeste (estados de Natal e Pernambuco).

Durante a investigação, descobriu-se que em Colônia, na Alemanha, uma agência de viagens chamada “Novo Brasil” vendia o turismo sexual na praia de Boa

Viagem, em Recife. O dono da agência, que é alemão, explica para o jornalista – disfarçado de cliente – que “o que o cliente procura está lá, mas não de forma muita exagerada, quase não dá para perceber que é uma casa de prostituição”, ou seja, os viajantes sabem que a prática é criminosa e condenável, mas, ainda assim, a fazem.

Em Boa Viagem, a casa de prostituição atende pelo nome de “Bar e boate Bamboo”, sendo que o dono desta também é alemão, e além da agência “Novo Brasil”, a agência Hajo Siewer Jet-Tours GmbH⁴, que fica em Olpe, a 556 km da capital Berlim, também oferecia o mesmo tipo de serviço.

O pacote turístico para a prática do turismo sexual no Brasil, incluindo voo de ida e volta e hospedagem de oito noites na Bamboo, custa para o turista alemão aproximadamente 3.650 reais; e enquanto o valor do programa de uma prostituta brasileira fora da Bamboo custa 50 reais para o turista estrangeiro, dentro da Bamboo pode custar a partir de 150 reais. Isso, portanto, torna a prostituição para as mulheres e crianças muito mais atrativa dentro da casa, ao mesmo tempo em que aumenta a oferta disponível aos viajantes.

Já em Natal, o ponto principal de Turismo Sexual é na praia de Ponta Negra, em um lugar denominado pelo repórter como “feira do sexo”; um centro comercial pertencente a um espanhol, onde as brasileiras oferecem programas por até 200 reais. Neste dia, durante a filmagem da emissora, “inexplicavelmente”, há meninas de aproximadamente quatro e seis anos dançando no palco com as prostitutas, levantando mais uma vez o debate da exploração sexual de menores.

Nota-se, então, a existência de redes organizadas que atuam em prol do favorecimento da prostituição e tráfico de pessoas, e que, embora a prostituição em si não seja considerada crime no Brasil, o aliciamento e tráfico de pessoas é, e por esse motivo é importante passar a dar a devida importância ao turismo sexual.

⁴ Em consulta à Internet realizada no dia 13 de outubro de 2019, verificou-se que a agência ainda existe com o mesmo nome e na mesma cidade. O link do site da agência que indica para o turismo no Brasil oferece informações básicas sobre o que o turista pode fazer no país, como visitar a Amazônia, o Rio de Janeiro, Salvador, entre outros. Ao final da apresentação, entretanto, há uma frase subjetiva que pode dar margem a diversos entendimentos: “Nós permitimos quase tudo. Fale conosco. Com suas ideias e nossa experiência, criaremos sua própria viagem individual ao Brasil”. O que seria permitir quase tudo? <https://www.hajosiewer.de/reisen-nach-brasilien/>

2.1 Pensando em dados: Turismo Sexual em termos globais, regionais e locais

Ignácio (2010, p. 175) ao falar sobre a importância da estatística para o processo de conhecimento e tomada de decisão no âmbito público coloca que:

[...] no âmbito do poder público, o governo, através de levantamentos estatísticos, consegue estabelecer um retrato da realidade socioeconômica, havendo assim uma maior eficiência na aplicação dos recursos públicos voltados para o bem-estar e melhoria das condições de vida da população.

Ou seja, estatísticas são importantes para que o governo possa entender a situação de um país diante de determinado problema, e a partir desse entendimento, buscar a melhor forma de agir. Se não há levantamento de dados e organização dos mesmos, corre-se o risco de que, por falta de números que indiquem que um determinado problema ocorre, não se faça nada para mudar essa realidade.

Pode-se dizer que hoje no Brasil isso é algo que ocorre: as informações e estatísticas sobre temáticas relacionadas ao turismo sexual, quando existem, são dispersas, pouco organizadas e raramente partem de órgãos públicos.

Um exemplo disso é que, em pesquisa sobre turismo sexual realizada no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cuja missão é "retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento de sua realidade e ao exercício da cidadania", e que é, de acordo com o próprio IBGE, considerado um dos maiores institutos sobre estatísticas brasileiras, encontrou-se dados gerais sobre o turismo, como economia, meios de hospedagem, viajantes brasileiros, etc., mas nenhum levantamento sobre, por exemplo, quantas mulheres brasileiras estiveram em situação de prostituição nos últimos anos no Brasil, ou ainda, sobre quantas brasileiras já receberam alguma proposta duvidosa de trabalho no exterior. Na mesma plataforma, nada foi encontrado sobre tráfico de pessoas ou turismo sexual; é como se o problema não existisse.

Os dados aqui trazidos tratam-se da reunião de levantamentos de informações de Organizações Não Governamentais (ONG), empresas privadas e órgãos públicos globais que realizaram levantamentos nos últimos anos sobre turismo sexual ou temáticas diretamente relacionadas a ele como, por exemplo, o tráfico de pessoas.

O primeiro deles é o *Sumário Executivo do Estudo Global sobre a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes em Viagens e Turismo*, conduzido pela Rede ECPAT Brasil, colocado como "a primeira (e até hoje a única) iniciativa de pesquisa sobre SECTT [sigla em inglês para: exploração sexual de crianças em viagem e turismo] a explorar tendências e possíveis soluções" que elenca as principais descobertas sobre o tema em termos globais e regionais.

Em termos globais, o estudo elenca que, conforme o turismo cresce, – sendo que entre 1995 e 2014 houve aumento de 608 milhões de turistas internacionais no mundo – a proteção à criança não tem crescido na mesma proporção e isso representa um grave risco para a integridade delas. Além disso, constata que não existe uma vítima ou infrator pré-determinado⁵, embora as diferenças financeiras possam ser um fator importante para que o crime ocorra.

Com relação às iniciativas do governo para inibição do crime também em termos globais, a ECPAT Brasil coloca que:

O Estudo Global aponta para uma série de graves lacunas e dilemas de dados, desde as dificuldades de coletar dados em tal escala e escopo, até a ausência de uma definição clara do crime e, portanto, uma falta de clareza sobre o que deve ser medido e estudado. Observar esta falta de dados concretos é imensamente importante, pois dificulta a priorização de recursos escassos ou a identificação do que funciona, e permite que governos e sociedades continuem ignorando o problema. (Estudo Global sobre a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes em Viagens e Turismo, da Rede ECPAT Brasil, p. 15).

Já sobre à América Latina, os resultados do mesmo estudo indicam que um dos fatores que pode inibir a denúncia do crime é a dependência que muitos países dessa região têm do turismo. Além disso, como alguns pontos turísticos são geralmente desenvolvidos em locais marginalizados, isso pode contribuir para a exploração de crianças, dado que o dinheiro recebido da prestação de um serviço sexual a um turista pode servir como fonte de renda às pessoas ou grupos excluídos socialmente..

⁵ Pesquisas para o Estudo Global indicam que a maioria são infratores "situacionais" – que talvez nunca tenham sonhado em explorar sexualmente uma criança até que tenham a oportunidade de fazê-lo – ao invés de infratores preferenciais. A única coisa que ambos os tipos têm em comum são oportunidades cada vez maiores para explorar crianças, especialmente em ambientes onde a corrupção é abundante e a impunidade é a regra. (Estudo Global sobre a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes em Viagens e Turismo, da Rede ECPAT Brasil, p. 12 e 13).

O trecho abaixo de um taxista de Salvador entrevistado por Joel Zito Araújo em seu documentário, elucida a descoberta do estudo citado acima:

Com relação à prostituição infantil, aqui é marcante. Apesar de várias, algumas organizações se preocuparem com isso, mas o que acontece aqui, a exemplo de todo canto, o que falta aqui é emprego. Falta emprego, educação, as pessoas não têm cultura, as meninas de 10 anos, nove anos, oito anos, que passam a madrugada vendendo café, é comum o camarada pegar e “torar” uma menina dessa no meio por R\$2,00. Você acha por quê? Porque o pessoal lá da periferia extrema, são pessoas que não têm o que comer, não têm o que beber, a casa é de taipa, não tem nada na casa, mas tem o quê? Uma televisão, televisão que manda você fazer o quê? Comprar o que você não pode, comer o que você não pode, andar com quem você não deve [...] Nessas esquinas aqui depois de 11 horas da noite é cheio de criança, que, para-se o sinal e as pessoas ficam oferecendo sexo, as meninas ficam mostrando as genitálias... Nem pelo tem. E o pessoal ainda bota o dedo, ainda faz “bilu-teteia”, ainda pede para ver os peitinhos. Aí você vê uma situação como essa, você olha aqui, você vê as meninas aqui, e sentado na outra calçada você um cara com todas as características de que é o cafetão, o pai ou mãe. (Documentário *Cinderelas, lobos e um príncipe encantado* - Joel Zito Araújo. Trecho de 49:36 a 52:00)

O entrevistado relaciona várias realidades sobre a exploração sexual de menores em Salvador: a do desemprego, que faz com que crianças se prostituam por valores medíocres como 2 reais; o consumismo influenciado pelas emissoras de televisão, e ainda a do aliciamento de menores que pode ser por parte dos pais ou de um cafetão. A fala dele ainda evidencia algo muito grave: a pedofilia, pois claramente é perceptível que são crianças, e ainda assim, homens adultos as procuram.

O estudo *Out of the shadows: Shining light on the response to child sexual abuse and exploitation* do Jornal inglês *The Economist*, com apoio da World Childhood Foundation, que buscou analisar como 60 países do mundo estão respondendo à ameaça de violência sexual contra crianças, baseado em quatro eixos principais: o ambiente em que o problema ocorre e como ele é abordado; o resguardo legal que o país oferece às crianças em termos de violência sexual; o comprometimento do governo para capacitar pessoas e instituições para que respondam adequadamente a este tipo de ameaça; e o envolvimento da indústria, sociedade civil e mídia para enfrentar e resolver o problema, demonstrou que, no ranking dos 60 países, o Brasil ficou em 13º lugar, atrás apenas do Reino Unido,

Suécia, Austrália, Canadá, Alemanha, Estados Unidos, Coreia do Sul, Itália, França, Japão, Colômbia e Peru.

A maior pontuação do Brasil entre os quatro eixos acima citados foi o de engajamento da indústria, sociedade civil e mídia, com 81 de 100 pontos, enquanto a menor pontuação foi a de comprometimento e capacidade do governo, com 48 de 100 pontos, o que reforça a afirmação do Estudo Global da Rede ECPAT de que não há uma boa quantidade de dados oficiais advindos do governo, que faz com que o problema continue sendo ignorado, ou às sombras, como nomeia o *The Economist*.

O estudo do *The Economist* cita como aspectos positivos do Brasil as leis federais que oferecem proteção contra os diversos tipos de abusos cometidos às crianças; os canais de denúncia ao abuso infantil como o Disque Direitos Humanos 100, o Ministério da Saúde e à força policial; o "Estatuto da Criança e do Adolescente: Um guia para jornalistas", que orienta como os jornalistas devem abordar tópicos que envolvem o abuso infantil; e o "Guia Escolar: Identificando sinais de abuso sexual e exploração de crianças e adolescentes", que permite que os professores das escolas identifiquem esses tipos de situação e denunciem.

Ainda em 2018, o Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC) publicou o quarto relatório Global Sobre Tráfico de pessoas em 142 países – correspondendo aos levantamentos realizados entre 2014 e 2016 – que aponta que, na América do Sul, as mulheres e meninas apresentam o índice mais alto de tráfico de pessoas, representando 51% e 31%, respectivamente.

O gráfico a seguir também indica que o tráfico para fins de exploração sexual representa 58% de incidência.

FIGURA 3 - Gráfico indicativo das principais motivações do tráfico de pessoas na América do Sul, baseado em estatísticas de 1976 vítimas de nove países da América do Sul.



Fonte: UNODC.

Conforme é possível ver no mapa a seguir, o tráfico de pessoas entre os próprios países da América do Sul é bastante intenso, representando 92%, seguido por 25% da América Central e Caribe, seguido por menos de 5% na América do Norte e Europa.

Ainda conforme coloca o UNODC, esses números podem se dar principalmente pela facilidade de tráfego (ausência de visto e passaporte, por exemplo) entre alguns países da América do Sul, tornando o problema ainda mais difícil de ser mapeado.

FIGURA 4 - Principais destinos para as vítimas de tráfico de pessoas originárias da América do Sul - 2016 ou mais recente.



Fonte: UNODC.

Já em termos de emissão de turista sexual, de acordo com a tabela abaixo, nota-se que eles são em grande maioria (8 de 10) de origem europeia. Quanto aos estados receptores, nota-se que a grande maioria são da região nordeste, com algumas incidências na região norte, sudeste e sul.

FIGURA 5 - Países emissores e estados receptores do turismo sexual no Brasil.

PAÍSES EMISSORES (PE)	ESTADOS RECEPTORES (ER)		
Alemanha (PE)	Bahia, Pernambuco, Ceará (ER)	Rio de Janeiro, Santa Catarina(ER)	Amazonas e Pará(ER)
França (PE)	Ceará, Pernambuco e Bahia (ER)	Rio de Janeiro(ER)	—
Holanda (PE)	Pernambuco, Rio Grande do Norte, Ceará e Bahia (ER)	Rio de Janeiro(ER)	Pará e Amazonas(ER)
Espanha (PE)	Bahia e Pernambuco (ER)	Rio de Janeiro e Espírito Santo (ER)	Santa Catarina(ER)
Inglaterra (PE)	Bahia e Pernambuco (ER)	São Paulo e Rio de Janeiro (ER)	Santa Catarina(ER)
Suiça (PE)	Bahia, Ceará, Pernambuco (ER)	Rio de Janeiro(ER)	Pará (ER)
EUA (PE)	Ceará (ER)	Rio de Janeiro, São Paulo (ER)	—
Itália (PE)	Pernambuco e Bahia (ER)	Rio de Janeiro(ER)	Santa Catarina(ER)
Argentina (PE)	Pernambuco e Bahia (ER)	Rio de Janeiro(ER)	Santa Catarina(ER)
Portugal (PE)	Ceará (ER)	Rio de Janeiro(ER)	-

Fonte: FILHO, Antonio Jonas Dias. O Turismo Sexual no Brasil e a Questão da Identidade.

Quanto à alta incidência de turistas sexuais no Nordeste, Pinto (2015) coloca que:

[...] muitas vezes o turista que busca a cultura afrodescendente é o mesmo perfil do turista sexual. Aproveitando-se de uma população negra e empobrecida, de uma realidade muito distante do turista estrangeiro, é no Nordeste que irá se centralizar a maior parte da exploração de menores na rota do turismo sexual brasileiro. Explicitadas as diferenças sociais e étnicas, o turista se sente em poder de compra destas mulheres e, muitas vezes, de meninas e meninos.

Elucidando que não somente as diferenças socioeconômicas mas também as étnicas justificam a existência do turismo sexual no Nordeste, indo de acordo com Piscitelli (2015), que afirma que nem sempre as regiões ou países mais pobres serão suficientes para o crescimento e manutenção do turismo sexual, dado que este também está atrelado à questões raciais que sejam preferidas pelos exploradores.

Ainda em março de 2016, o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos publicou em seu site que o ligue 180 (Central de Atendimento à Mulher em Situação de Violência) teve seu atendimento aumentado em 54,40% quando comparado a 2014; as denúncias de cárcere privado e de tráfico de pessoas estão entre as que mais cresceram, tendo um aumento de 325% e 151%, respectivamente.

Importante ressaltar que, em 2004, o Brasil aderiu ao Protocolo Adicional à Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado Transnacional Relativo à Prevenção, Repressão e Punição do Tráfico de Pessoas, dando início a uma jornada contra o Tráfico de Pessoas, incluindo, a partir deste momento em sua agenda política, a articulação para a aprovação da Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (PNETP). Desde então, o Brasil já teve três planos nacionais, sendo que foi durante o II Plano Nacional, de 2013 a 2016, quando houve a aprovação da Lei nº 13.344/2016, anteriormente citada.

Já em 2018, o Ministério da Justiça lançou o 3º Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas, que durará pelos próximos quatro anos e possui seis objetivos:

- I - ampliar e aperfeiçoar a atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios no enfrentamento ao tráfico de pessoas, na prevenção e repressão do crime de tráfico de pessoas, na responsabilização de seus autores, na atenção a suas vítimas e na proteção dos direitos de suas vítimas;
 - II - fomentar e fortalecer a cooperação entre os órgãos públicos, as organizações da sociedade civil e os organismos internacionais no Brasil e no exterior envolvidos no enfrentamento ao tráfico de pessoas;
 - III - reduzir as situações de vulnerabilidade ao tráfico de pessoas, consideradas as identidades e especificidades dos grupos sociais;
 - IV - capacitar profissionais, instituições e organizações envolvidas com o enfrentamento ao tráfico de pessoas;
 - V - produzir e disseminar informações sobre o tráfico de pessoas e as ações para seu enfrentamento;
 - VI - sensibilizar e mobilizar a sociedade para prevenir a ocorrência, os riscos e os impactos do tráfico de pessoas.
- (Fonte: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2018/decreto-9440-3-julho-2018-786934-publicacaooriginal-155960-pe.html/https://www.justica.gov.br/news/collective-nitf-content-84>)

Ainda conforme indica levantamento feito pela empresa Axur, – empresa que atua na segurança e monitoramento de riscos digitais – a Internet também pode ser

uma importante aliada para os criminosos que desejam praticar ou vender o turismo sexual no Brasil.

De acordo com a Axur, de 2013 a 2015 surgiram 3.350 sites, em diversas línguas, associando o Brasil à pornografia ou vendendo o país como um bom destino para o turismo sexual. Sendo que 2576 sites associam o país e seus símbolos nacionais à pornografia; 555 usam o país para promover a prostituição; 74 deles incentivam o turismo sexual e 124 associam o país à pornografia infantil. Ainda há quatro sites que vendem pacotes de turismo sexual para o Brasil.

O levantamento aponta que um dos sites oferece “inesquecíveis férias eróticas na bela e encantadora cidade do Rio de Janeiro, na costa sudeste de um dos países sexualmente mais festivos do mundo, o Brasil”, e ainda coloca que “nossas jovens mulheres não apenas serão suas deusas do sexo, como também serão suas guias turísticas, tradutoras, parceiras de dança e namoradas pessoais”.

Com as estatísticas acima, torna-se possível afirmar que, cada vez mais, o reconhecimento e a aceitação da existência do turismo sexual como um problema real faz-se necessário para que o governo, a sociedade civil, as organizações não governamentais, as empresas privadas e até mesmo a própria mídia possam trabalhar em conjunto tanto para levantar dados que indiquem como a questão do turismo sexual (que implica na exploração sexual de mulheres, crianças e ainda no tráfico de pessoas) deve ser gerida e trabalhada, visando erradicar a prática.

Além disso, nota-se que essa exploração está muito mais diretamente ligada aos grupos mais vulneráveis, com desdobramentos para mulheres, negras e pobres, pois estão mais suscetíveis às pressões sociais.

2.2 A influência dos estereótipos raciais ao turismo sexual

Pode-se dizer, então, que turismo sexual está diretamente relacionado a três fatores principais: o gênero, já que o maior número de pessoas traficadas para fins de exploração sexual são mulheres e meninas; a classe social, pois a falta de acesso a empregos e condições dignas de vida fazem com que muitas mulheres e crianças acabem por se prostituir; e a questão étnica, por dois motivos principais: o primeiro deles, a de que ainda hoje, por motivos históricos, os negros são os que têm menos oportunidades, e o segundo, relativo ao imaginário cultural e histórico construído acerca de uma sexualidade exacerbada, exotividade e servidão.

Quanto a este último, historicamente, a mulher negra sempre foi colocada em posição de submissão ao homem branco; não somente por sua força de trabalho, mas também por sua condição de mulher, conforme coloca Davis (2016) ao falar sobre a escravidão:

[...] as mulheres também sofriam de forma diferente, porque eram vítimas de abuso sexual e outros maus-tratos bárbaros que só poderiam ser infligidos a elas. A postura dos senhores em relação às escravas era regida pela conveniência: quando era lucrativo explorá-las como se fossem homens, eram vistas como desprovidas de gênero; mas, quando podiam ser exploradas, punidas e reprimidas de modos cabíveis apenas às mulheres, elas eram reduzidas exclusivamente à sua condição de fêmeas.

Ou seja, o estupro era inerente à escravidão, e as mulheres escravas nem sequer podiam reagir, pois eram propriedade dos senhores e, portanto, deveriam estar disponíveis para servi-los de qualquer maneira. Nota-se que esse ainda é um pensamento que prevalece com o turismo sexual.

Já a respeito da hipersexualização da mulher negra, é possível tomar como exemplo Sarah "Saartjie" Baartman, também conhecida por Vênus Negra.

De acordo com Santos (2019, p. 89-90), Sarah fazia parte do grupo africano khoisan, cuja anatomia é diferente dos outros povos africanos, tendo estatura mais baixa, e as mulheres, normalmente, grandes nádegas. O grupo foi encontrado por holandeses e apelidado de forma insultuosa de "hotentote", que significa gago em alemão, por causa da peculiaridade de sua língua falada. Muitas mulheres do grupo foram capturadas pelos holandeses, e dentre elas, Sarah, que passou a ser exibida na Europa devido à peculiaridade de seu corpo, ficando conhecida como Vênus Hotentote.

FIGURA 6 - Ilustração de Sarah Baartman - *Take care of your hearts*.



Fonte: SANTOS, A. Rastros de resistência: histórias de luta e liberdade do povo negro.

Na ilustração acima, o cupido, sentado nas nádegas de Sarah aponta a flecha para o leitor enquanto diz *Take care of your hearts*, referindo-se à tentação sexual que seria o corpo da mulher. Embaixo, a frase *Love and beauty - Sartjee the Hottentot Venus*, demonstra a ambiguidade da exploração: o autor da obra afirmava amor e beleza, como se a exploração e exposição a ela determinada representasse isso.

Conforme é possível perceber, o fato de uma mulher africana negra ter o corpo diferente das mulheres europeias brancas, deu início a um processo de hipersexualização dos corpos negros femininos, que seriam objetos, serviriam para ser observados, tocados e até mesmo admirados, não por seu valor como ser humano, mas, sim, por serem considerados como algo bizarro.

Santos (2019, p.90) ainda coloca que: “[...] até mesmo cientistas acabaram atraídos pela exposição e fizeram inúmeras teses de como as dimensões corporais das mulheres negras se aproximavam a de animais.”

Explicitando que não bastando a exposição dos corpos negros, ainda havia a comparação com animais, a fim de reforçar um ideal de inferioridade racial.

Conforme coloca Hooks (2019), a fascinação principal dos exploradores era direcionada à bunda de Baartman, comprovando a ideia de que muitos turistas sexuais que buscam hoje mulheres brasileiras – pautados por características

corpóreas consideradas como exóticas – o fazem baseados em ideais racistas, mesmo que de forma inconsciente.

Quanto a isso, Bem (1955), ao relacionar o turismo sexual no Brasil com ideias pautadas no racismo ainda coloca que "No contexto do turismo sexual, os europeus são servidos como senhores pelos mesmos (ex) escravos que foram por eles preteridos", e com isso, demonstra que a forma de opressão dos tempos da escravidão para os dias de hoje pouco se transformou, e acaba por refletir na dinâmica do turismo sexual.

De acordo com Gabrielli (2005), a religião também teve um papel fundamental na construção da ideia de hipersexualização brasileira, dado que os dogmas judaico-cristãos dos europeus foram suficientes para considerar as religiões indígenas e africanas – cujas ritos envolvem nudez, musicalidade, etc. – como impuras e foram associadas à uma sexualidade exacerbada.

Entretanto, Santos (2019), coloca que não somente a religião contribuiu para a construção desse imaginário, mas também o racismo científico, como por exemplo, os testes empíricos como a craniometria que eram feitos a fim de comprovar que alguns seres humanos seriam mais evoluídos que outros de acordo com o tamanho de seus crânios.

Logo, por considerar tudo aquilo que não estava no padrão eurocêntrico como desviante, os colonizadores criaram então ideias estereotipadas que perduram até hoje.

As entrevistas de turistas europeus ao documentário *Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado* também servem para exemplificar o quanto as ideias dos turistas estrangeiros sobre a mulher brasileira são baseadas em estereótipos hipersexualizados e racistas. Os tópicos mais mencionados nas entrevistas de homens europeus ao documentário são: o comportamento e as características físicas das mulheres brasileiras em comparação à europeia, a exaltação do corpo feminino por suas curvas, além de uma “falta de vergonha” atribuída à mulher brasileira.

Ao falar sobre o comportamento das brasileiras em comparação às europeias, nota-se que também há uma exaltação à agradabilidade, carinho, atenção, entre outras "características" da mulher brasileira, conforme é possível ver a seguir em resposta de um turista espanhol sobre o que ele enxerga de diferente entre as europeias e as brasileiras: “[...] a barriguinha e a bundinha empinada. Isso

é uma enorme diferença. E a cor da pele. E também que são muito mais agradáveis. Porque são muito mais simpáticas, mais atentas com você” (Trecho de 9:10 - 9:35), o que poderia demonstrar que na verdade há uma busca por submissão e não por um relacionamento igualitário.

Gabrielli (2005), ao falar sobre a preferência dos turistas sexuais coloca que:

A preferência dos turistas sexuais (principalmente estrangeiros) é justamente por mulheres morenas ou negras, pois elas caracterizam o exótico para eles, além de serem as mais exibidas em propagandas da região. Além disso, muitos deles procuram mulheres com essas qualidades para afirmarem sua superioridade racial e social, daí a procura por tais destinos que oferecem além dos cenários paradisíacos, com praias e clima tropical, também mulheres “submissas” a eles.

Portanto, é possível perceber que além de um ideal racista, existe também um ideal sexista, pois nem todas as mulheres precisam ser agradáveis, carinhosas e atenciosas, diferentemente do que, devido às construções machistas e patriarcais, pensa a grande maioria da sociedade brasileira.

Ainda hoje, as construções racistas que acreditam na inferioridade (intelectual, estética, etc.) das pessoas negras permeiam as relações sociais no Brasil, e os próprios brasileiros através de seus discursos, principalmente por não conhecerem suas histórias e terem como padrão os colonizadores europeus, corroboram para a disseminação dessa crença.

Somada essa falta de valorização e conhecimento da própria história brasileira à crença de superioridade racial dos colonizadores, muitas mulheres brasileiras chegam a enxergar em seus exploradores a possibilidade de mudar de vida, de país e viver a vida dos sonhos, longe da pobreza e sofrimento, e por esse motivo acabam se sujeitando à situações degradantes.

Ainda no documentário *Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado*, fica clara a relação entre dominante e dominado, pois as mulheres entrevistadas para a pesquisa não veem os turistas que buscam sexo em seu país como algo negativo, mas, sim, como uma oportunidade de independência e quem sabe conhecer novas pessoas, novos lugares e ter aquilo que não possuem em sua realidade. Algumas pensam até em encontrar seu “príncipe encantado”; o homem que com ela construirá uma família, e dará o que ela não teve em seu lar: amor, elevação de

status ou somente uma condição digna de vida, conforme algumas colocam nas entrevistas que têm o sonho de encontrar um marido europeu e sair da prostituição.

O relato abaixo é de um cabeleireiro que tem como clientes prostitutas da região Nordeste que reforça ideias racistas tanto partindo dele, um cidadão brasileiro, quanto por parte dos exploradores, que buscam por mulheres brasileiras negras:

Cabeleireiro: É verdade, aqui quanto mais "neguinha", mais cabelo pixaim, como dizem mais à toa, mais mal vestida, como a gente diz no ditado mesmo, despirocada, eles adoram. Essas que ganham mais dinheiro.

[...] Até eu mesmo sou preconceituoso porque eu digo assim às vezes: eu digo, minha nossa senhora, como é que pode, eu louco para conhecer a Europa, louco para ir na Itália, conhecer Roma, conhecer Milão e uma criatura dessa, uma menina dessa, cabelo pixaim, neguinha, feia que dói na alma, uma criatura dessa vem fazer o cabelo aqui no meu salão para ir viajar, tá morrendo de pressa porque o avião já vai sair [...] Às vezes até a gente é preconceituoso, mas assim, num bom sentido, né, porque assim, graças a Deus eu não tenho preconceito racial mesmo, adoro eles [...] Mas eles adoram, adoram negros, e ainda quando bota uma trança, aí eles ficam loucos, aí eles querem botar um anel de casamento, uma aliança [...] Falam que lá é um close chegar com uma pixaim feia dessas. (Trecho de 34:22 - 37:00)

A fala indica a falta de crença dele no valor da mulher negra, e o fetichismo por parte dos exploradores.

Percebe-se através das entrevistas que além das questões étnicas, a questão socioeconômica é também inerente ao turismo sexual.

Conforme é possível ver no relato a seguir, com a falta de estudo e, consequentemente, com a dificuldade em encontrar um bom trabalho formal, além de uma família disfuncional, as mulheres acabam encontrando na prostituição uma forma de subsistência:

Eu conheci meu pai aos nove anos porque ele abandonou minha mãe quando estava grávida. [...] eu comecei a fazer programa aos 18 anos, agora tenho 19. Antes de fazer, antes de eu entrar pra essa vida, eu trabalhava como promotora de vendas. Não era carteira assinada, eu trabalhava meio expediente, ganhava R\$200 por mês, e assim, era muito pouco, meu patrão vivia dando em cima de mim, falava se eu ficasse com ele, ele me colocava num cargo melhor. [...] A diferença é que eu trabalhava um mês para ganhar R\$200 e não dava para nada e a diferença agora é que eu ganho R\$200 em uma hora e eu posso resolver alguma coisa. [...] Eles chegam bem

arrumadinhos, cheirosinhos e tal, com umas oncinhas no bolso [...] por isso, que falam, mas vem para cá mais para turismo sexual, não é nem pra conhecer o Brasil, as praias, que são lindas, é mais atrás de mulher mesmo e sexo.

O estudo Estatísticas de Gênero: Indicadores Sociais das Mulheres no Brasil, do IBGE, elucida as diferentes formas em que as mulheres brasileiras podem estar sujeitas a buscar meios não convencionais de subsistência; este indica que 23,5% das mulheres brancas têm ensino completo, enquanto somente 10,4% das mulheres negras possuem o mesmo grau de escolaridade.

Esses números indicam que uma mulher negra sem ensino superior pode ter mais dificuldade em conseguir um emprego formal e, portanto, estará mais suscetível a ter que procurar outras formas de trabalho.

O mesmo estudo também indica que, enquanto mulheres brancas dedicam em média 17,7 horas semanais para cuidados de pessoas ou afazeres domésticos, as mulheres negras dedicam em média 18,6 horas. Embora não seja uma diferença exorbitante, todavia, enquanto a mulher branca possui mais tempo para dedicar-se à sua formação profissional ou outras atividades (que não domésticas), a mulher negra segue dedicando mais horas de seu dia com atividades que não envolvam o seu crescimento profissional, e conseqüentemente, sua inserção no mercado de trabalho.

Entretanto, é válido ressaltar que o número não é positivo nem para a mulher branca, nem para a mulher negra, já que os homens brancos e negros dedicam uma média de 10,4 e 10,6 horas, respectivamente, para cuidados de pessoas ou afazeres domésticos, o que indica uma diferença expressiva na divisão de tarefas domésticas entre o sexo masculino e feminino.

Conforme é possível perceber, as consequências do turismo sexual podem atingir as mulheres brasileiras em formas e graus diferentes, sendo então possível aplicar a esses desdobramentos o conceito de interseccionalidade.

Crenshaw (2002), define interseccionalidade como:

[...] uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras. Além disso, a interseccionalidade trata da forma como

ações e políticas específicas geram opressões que fluem ao longo de tais eixos, constituindo aspectos dinâmicos ou ativos do desempoderamento.

Com base no conceito de interseccionalidade, pode-se dizer que não é possível afirmar que as mulheres brasileiras estão ou estarão igualmente vulneráveis aos desdobramentos do turismo sexual; algumas podem estar mais e outras menos, de acordo com os fatores de opressão nos quais podem estar inseridas. Entretanto, os motivos históricos, que além de tornar as mulheres negras mais vulneráveis à prostituição e também responsáveis por formar uma imagem estereotipada, exotificada, coisificada sobre a mulher negra, podem influenciar para que elas estejam mais suscetíveis aos desdobramentos do turismo sexual.

3 A CONSTRUÇÃO DE IMAGENS E SUA IMPORTÂNCIA AO TURISMO

Joly (2007, p. 13) coloca que, por mais difícil que seja associar a palavra imagem a somente um significado, o mais importante é que há um entendimento geral sobre ela de que nem sempre será algo visível, mas normalmente se apoia ao campo da visão, e que, independentemente do formato, ela sempre será produzida por alguém, de forma concreta ou imaginária.

Ou seja, o conceito de imagem é bastante amplo e pode ser utilizado em referência à diversas situações, podendo ser uma imagem propriamente dita, como por exemplo, uma fotografia vista pessoalmente ou *online*, uma cena que aparece na televisão ou na internet, uma propaganda vista em um *outdoor* na estrada, estes tratando-se de imagem física.

Entretanto, o formato de imagem a ser aqui analisado, será o mental. Quanto a este, Joly (2007) coloca que “[...] trata-se então de um modelo perceptivo de objeto, de uma estrutura formal que interiorizamos e associamos a um objeto e que alguns traços visuais são o bastante para evocar [...]”

Pode-se dizer então que a imagem mental está relacionada ao imaginário, como se a imaginação atuasse para transformar aquele pensamento em verdade.

Bignami (2002) divide a imagem do Brasil no turismo em cinco categorias: o Brasil paraíso, relacionado ao selvagem, ao Jardim do Éden, à natureza, aos animais, etc.; o Brasil de sexo fácil, relativo à mulher brasileira, ao sol, praia, mar, sensualidade e libertinagem; o Brasil do brasileiro, atribuído à características do povo, como hospitalidade, malandragem, musicalidade, festividade, etc.; o país do carnaval, relacionado às manifestações folclóricas, artísticas, culturais, etc.; e o lugar do exótico e do místico, relacionado às manifestações culturais indígenas, africanas, o mistério do país, etc.

Importante ressaltar que todas essas categorias de imagens são construções históricas, resultado da participação da sociedade como um todo, desde relatos de viajantes europeus, até produções culturais de artistas brasileiros, internacionais, os próprios meios de comunicação como a televisão, rádio, cinema, etc., cuja explicação mais aprofundada será apresentada a seguir.

A partir dessa reflexão, é importante inferir que a imagem de um destino turístico, quando não bem debatida por órgãos responsáveis pelo turismo pode acarretar consequências que estão, inclusive, fora da lei, como o turismo sexual.

Perinotto (2016) sobre isso coloca que:

A imagem positiva do destino além de atuar como um diferencial competitivo no mercado pode servir para alicerçar a economia e o desenvolvimento sustentável do lugar. Assim, a imagem acaba representando o destino do viajante e lhe dá um pré-teste do mesmo para que seja feita sua viagem ao local.

Ainda ao falar sobre imagem, torna-se também importante mencionar os estereótipos, que seriam ideais acerca de algo que, segundo Bhabha (1998), teria como ambivalência um processo central para a sua formação: este, varia entre algo que já é definido; é assim, porque é assim, embora não haja provas, e entre algo que precisa constantemente ser repetido para que assim seja.

Essa afirmação reforça que os estereótipos normalmente não se tratam de verdades absolutas, e exatamente por não terem embasamento teórico, precisam ser repetidos a fim de perpetuar sua existência.

Além do estereótipo, nem mesmo as imagens serão sempre completamente verdadeiras ou falsas, dado que as interpretações estão sujeitas à subjetividade dos indivíduos e a influência de meios externos, como por exemplo, amigos, professores, e até mesmo a mídia.

Feldens et al (2016) ao falar sobre a influência da mídia na formação da opinião pública coloca que:

[...] os meios de comunicação, a mídia, virtual ou não, nos mantém ateados a um senso comum de valores sociais e de informações. [...] Esses valores constituídos pela comunicação de massa⁶ influenciam e afetam diretamente a construção das relações cotidianas, assim como os processos educacionais ao longo de toda a formação do indivíduo.

Desta forma, os autores elucidam que a mídia pode atuar como influenciadora de opinião de seus espectadores em diversos aspectos.

Nos dias de hoje, as mídias sociais *online* apresentam números expressivos de utilização, sendo: o YouTube com 60% de acesso, o Facebook com 59%, o WhatsApp com 56% e o Instagram com 40% (Fonte: Exame Brasil).

⁶ Feldens et al (2016) colocam a comunicação de massa como relativa à opinião da maioria, ao senso comum.

Ainda a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do IBGE indicou que “O Brasil fechou 2016 com 116 milhões de pessoas conectadas à internet, o equivalente a 64,7% da população com idade acima de 10 anos”, ou seja, mais da metade da população brasileira tem acesso à internet, que é um dos principais meios de comunicação utilizado nos dias de hoje.

Portanto, se antes as mídias como rádio, televisão e cinema representavam a maior forma de comunicação dos destinos, e portanto, elas que atuavam como influenciadoras de imagens e opiniões, hoje, com o alcance global da internet, o cenário mudou, existindo inclusive diversas plataformas de divulgação do turismo no Brasil, como a página da Visit Brasil no Instagram, gerenciada pela EMBRATUR, além de páginas menores independentes voltadas principalmente para destinos locais.

Vale ressaltar que, antigamente, mesmo com a dificuldade de alcance e acesso, em termos globais e até mesmo regional, os meios de comunicação foram fundamentais para a produção de imagens clichês sobre a mulher brasileira conforme serão apresentadas a seguir, e que duram até hoje, nos dias atuais. Com o alcance da internet, essa troca e divulgação de informações tornou-se ainda mais rápida e fácil, e por este motivo, deve ser feita de maneira extremamente cuidadosa.

3.1 A construção da imagem estereotipada da mulher brasileira

Diante dos múltiplos referenciais teóricos investigados até o momento, pode-se afirmar que a impressão e relato dos viajantes europeus contribuiu significativamente para a construção da imagem da mulher brasileira sob a ótica da liberdade corpórea – diferentemente da mulher europeia – e que, conseqüentemente, levaria à sexualidade exacerbada, sendo que esta construção está diretamente ligada a ideais eurocêntricos.

Conforme mencionado anteriormente, o imaginário é subjetivo e desempenha papel importante no processo de formação de imagens, e isso fica claro nos relatos dos exploradores europeus, que ficavam encantados com o que encontravam nas terras desconhecidas, tanto em termos de belezas naturais quanto em termos das pessoas, que eram muito diferentes do que estavam acostumados a ver.

Conforme é possível ver nos relatos abaixo, extraídos da carta de Pero Vaz de Caminha, a mulher brasileira, desde o chamado descobrimento do Brasil, foi um tema bastante notado e comentado.

[...] e uma daquelas moças era toda tingida, de baixo a cima daquela tintura; e certo era tão bem-feita e tão redonda, e sua vergonha (que ela não tinha) tão graciosa, que a muitas mulheres da nossa terra, vendo-lhe tais feições, fizera vergonha, por não terem a sua como ela [...]

CAMINHA, Pero Vaz de. A carta de Pero Vaz de Caminha Disponível em: http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/livros_eletronicos/carta.pdf Acesso em: 06 nov. 2019

[...] Também andavam, entre eles, quatro ou cinco mulheres moças, nuas como eles, que não pareciam mal. Entre elas andava uma com uma coxa, do joelho até o quadril, e a nádega, toda tinta daquela tintura preta; e o resto, tudo da sua própria cor. Outra trazia ambos os joelhos, com as curvas assim tintas, e também os colos dos pés; e suas vergonhas tão nuas e com tanta inocência descobertas, que nisso não havia nenhuma vergonha.

CAMINHA, Pero Vaz de. A carta de Pero Vaz de Caminha Disponível em: http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/livros_eletronicos/carta.pdf Acesso em: 06 nov. 2019

Também andava aí outra mulher moça com um menino ou menina ao colo, atado com um pano (não sei de quê) aos peitos, de modo que apenas as perninhas lhe apareciam. Mas as pernas da mãe e o resto não traziam pano algum.

CAMINHA, Pero Vaz de. A carta de Pero Vaz de Caminha Disponível em: http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/livros_eletronicos/carta.pdf Acesso em: 06 nov. 2019

Em seus relatos, ao falar sobre as mulheres brasileiras, a nudez era sempre mencionada; o corpo desta era a temática principal, assim como ainda é nos dias de hoje. Nota-se também, que o povo indígena aqui encontrado pelos portugueses eram vistos como inocentes, e que talvez por esse motivo seriam inofensivos e apenas precisassem ser guiados pelo caminho correto, que deveria, portanto, ser apresentado pelos europeus.

Quanto a isso, Bignami (2002), coloca que:

O contato da civilização europeia com a América representa um processo, do qual faz parte a conscientização de que a conquista do mundo era um objetivo possível para a antiga civilização. Essa conquista, que foi se delineando ao longo dos séculos a partir do

Descobrimento, não se deu somente com a chegada de grupos de homens, mas também por intermédio de sua cultura, língua e religião, com as quais o Velho Continente foi impondo a sua civilização classificando, identificando e dando sentidos ao Novo Mundo.

Ou seja, a partir deste primeiro contato entre colonizadores e colonizados, pode-se dizer que não houve um intercâmbio de culturas, mas, sim, uma imposição de ideologias, onde apenas as europeias seriam as corretas. A forma de viver dos indígenas, seus rituais, sua cultura, eram, portanto, erradas na visão dos colonizadores.

Bignami (2002), também coloca que foi somente a partir do início do século XX que os relatos dos europeus deixaram de ser a principal fonte de informações sobre o Brasil, dando lugar aos meios de comunicação, como a televisão, o rádio, e também o cinema. Para a mesma autora, o rádio, introduzido no Brasil a partir de 1930, foi fundamental para a criação e difusão de alguns símbolos brasileiros, como Carmem Miranda, que contribuiu com a construção do imaginário do Brasil acerca da tropicalidade, sensualidade e musicalidade através de suas viagens ao exterior. Como o rádio era um dos únicos meios de comunicação da época, seu conteúdo contribuiu também para a criação da imagem do Brasil para a própria população brasileira que era ainda boa parte analfabeta e tinha o rádio como seu principal meio de integração social.

Portanto, é possível perceber a importância dos meios de comunicação para a criação e manutenção de estereótipos que ainda hoje permeiam as relações brasileiras e influenciam o turismo no Brasil, podendo atrair turistas sexuais.

Bignami (2002) ainda cita diversas obras nacionais surgidas a partir de 1930 que contribuíram com a construção da imagem e imaginário sobre o povo brasileiro, como *O país do carnaval* de Jorge Amado, *Casa grande & Senzala* de Gilberto Freyre e ainda as marchinhas de carnaval como *O teu cabelo não nega*, de Lamartine Barro e *O que é que a baiana tem?*, de Dorival Tostes, sendo que o carnaval passou a ser fortemente divulgado a partir do governo Vargas com a criação dos Departamento de Turismo nos Estados, que passaram a organizar as festividades.

Importante ressaltar como as obras em geral eram ricas em estereótipos racistas e contribuíam para a construção do imaginário hipersexualizado da mulher negra, conforme é possível ver no trecho a seguir de *O teu cabelo não nega*:

Tens um sabor bem do Brasil/ Tens a alma cor de anil/ Mulata, mulatinha, meu amor/ Fui nomeado teu tenente interventor/ O teu cabelo não nega, mulata/ Porque és mulata na cor/ Mas como a cor não pega, mulata/ Mulata, eu quero o teu amor (BABO, Lamartine / VALENÇA, Irmãos. O Teu Cabelo Não Nega. 1929. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/marchinhas-de-carnaval/473883/>>. Acesso em: 11 nov. 2019

Em 1939, também foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), formado junto ao governo de Getúlio Vargas, e que viria a ter uma divisão de turismo. Quanto ao objetivo deste, de acordo com Filho (2008) apud Goulart (1990) seria:

[...] organizar e fiscalizar os serviços turísticos internos e externos
[...] De acordo com o regimento do DIP, a divisão deveria organizar planos de propaganda no exterior e executá-los, organizar fichários e cadastro de informações turísticas, corresponder-se (sic) com outras organizações no plano internacional, organizar e divulgar material de propaganda turística sobre o país.

Ou seja, até mesmo o turismo viria a ser moldado de acordo com a censura da Era Vargas.

Ainda conforme coloca Bignami (2002), o cinema internacional durante a década de 1960 também se utilizou de paisagens e “símbolos” brasileiros como a praia de Copacabana, o Cristo Redentor, os índios e as mulheres nuas, contribuindo para a disseminação de estereótipos a nível global.

Outro exemplo importante de música brasileira que serve para reforçar e construir o imaginário sobre as mulheres brasileiras, é *Garota de Ipanema*; canção inspirada em uma adolescente brasileira de 17 anos, que foi regrava e interpretada por grandes nomes da música internacional como Frank Sinatra e Stevie Wonder, sendo que seus versos colaboram com a construção da imagem e do imaginário criado sobre as mulheres brasileiras:

[...] Olha que coisa mais linda
Mais cheia de graça
É ela, menina
Que vem e que passa
Num doce balanço
A caminho do mar

Moça do corpo dourado
Do sol de Ipanema
O seu balançado é mais que um poema

É a coisa mais linda que eu já vi passar [...]

Siqueira (2006) coloca que:

Não são somente suas nádegas que são vistas por detrás mas, também, o bronzado de sua pele, devidamente dourada, que aparece associada com o sol, não um sol qualquer, mas um sol que brilha exclusivamente em Ipanema – novamente um lugar turístico importante da cidade – e em mais nenhum outro lugar. (SIQUEIRA, Euler David. PARA UMA ETNOGRAFIA DO CARTÃO-POSTAL: DESTAQUE PARA A GAROTA CARIOCA. 2006. p. 132)

É notória a confluência entre o corpo feminino e as belezas naturais do Brasil, o que poderia despertar o interesse de turistas que queiram praticar turismo sexual.

A música – reproduzida no mundo todo – pode refletir no imaginário e interesse dos visitantes pela "Garota de Ipanema", fazendo com que um turista procure o Brasil apenas pelas mulheres.

Em 1966, através do decreto de Lei nº 55, de 18 de novembro de 1966, foi criada a EMBRATUR (na época chamada de Empresa Brasileira de TURISMO), cujo objetivo era desenvolver o turismo e executar, no âmbito nacional, as diretrizes determinadas pelo governo. (Decreto-Lei nº 55, de 18 de novembro de 1966).

Arelada ao governo ditatorial de Castelo Branco, a EMBRATUR servia não somente para divulgar o turismo no Brasil para o exterior, como também, de acordo com Kajihara (2009) apud Santos Filho (2004), para ocultar o que realmente ocorria no Brasil com a ditadura militar através da divulgação de tudo de bom que o país poderia oferecer em termos turísticos.

Conforme coloca Kajihara (2009), pode-se dizer que o conteúdo de divulgação da EMBRATUR divide-se em quatro períodos principais, cujas estratégias de marketing foram se diversificando com o passar do tempo: os anos 70 foram marcados pela divulgação massiva da cidade do Rio de Janeiro e do carnaval; os anos 80 pela mulher e pelo futebol; os anos 90 pelo ecoturismo, já em 2003, com a criação do Plano Nacional de Turismo (PNT) houve uma divulgação muito mais diversificada e descentralizada, com foco em diversos atributos, estados e cidades do Brasil.

Os *folders* abaixo correspondem à década de 1970. Nos dois primeiros, é possível ver a promoção do carnaval como um evento festivo e livre, e neste caso, representado principalmente por pessoas negras.

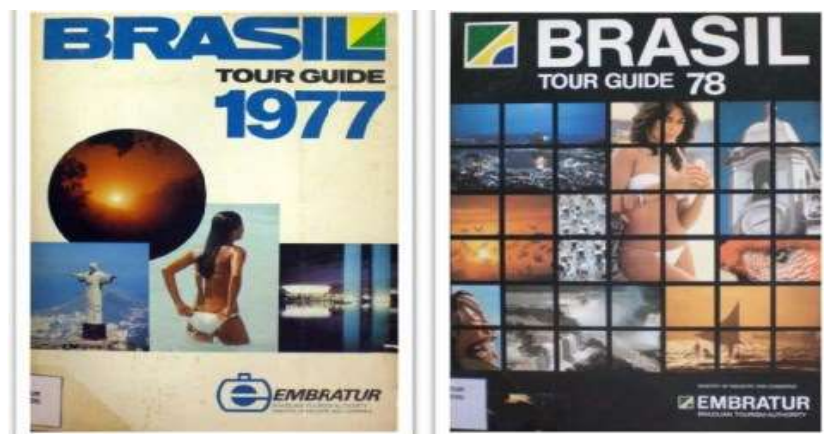
FIGURA 7 - Carnaval promovido pela EMBRATUR.



Fonte: A IMAGEM DO BRASIL NO EXTERIOR:
Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até os dias atuais

Já nos outros dois *folders* a seguir, embora um pouco sutil e aliada a pontos turísticos importantes do Brasil como o Cristo Redentor, Brasília, Cataratas do Iguaçu, etc., a mulher está presente de forma desconexa: há fotos de diversos atrativos turísticos e uma única foto de uma mulher no meio deles, dando indícios de que a mulher brasileira também seria um atrativo turístico.

FIGURA 8 - Materiais de divulgação do turismo no Brasil produzidos pela EMBRATUR em 1977 e 1978.



Fonte: A IMAGEM DO BRASIL NO EXTERIOR:
Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até os dias atuais.

Em 1980, o apelo sexual das campanhas da EMBRATUR fica um pouco mais intenso, como é possível ver na imagem abaixo.

FIGURA 9 - Material de divulgação da EMBRATUR – 1980.



Fonte: A IMAGEM DO BRASIL NO EXTERIOR:
Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até os dias atuais.

Na imagem, vê-se apenas uma mulher deitada na praia que, inclusive, quase não é vista, reforçando mais uma vez a ideia de que mulheres brasileiras seriam atrativos turísticos.

Conforme coloca Kajihara (2019), a partir de 1987 o futebol passou a ser também bastante divulgado no exterior, podendo ser um dos motivos que fizeram o Brasil ficar conhecido como país do futebol.

FIGURA 10 - Ex-jogador Pelé em material promocional da EMBRATUR.



Fonte: A IMAGEM DO BRASIL NO EXTERIOR:
Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até os dias atuais.

De 1990 em diante, nota-se pouca exposição e objetificação da mulher brasileira, sendo o Brasil representado de forma mais diversa, conforme bibliografia analisada. No entanto, é problemático pensar que apenas 20 anos depois foi que a EMBRATUR percebeu a necessidade de uma mudança de estratégia de divulgação do turismo.

Outro fator interessante é que, ao observar as campanhas da EMBRATUR, dificilmente apareciam mulheres e homens negros. Normalmente, eles sempre apareciam relacionadas ao carnaval ou em manifestações afro-culturais.

Entretanto, conforme demonstrado anteriormente, as produções culturais como as marchinhas de carnaval, por exemplo, faziam clara alusão à sexualidade irresistível da mulher negra, sendo que até mesmo as “Mulatas globelezas” promovidas pela Rede Globo de 1990 até 2016 eram bastante hipersexualizadas e fetichizadas, conforme é possível ver a seguir:

FIGURA 11 - Valéria Valenssa no Carnaval do Rio de Janeiro em 1998.



Fonte: Portal Extra.

Essa figura reforça os estereótipos fetichistas sobre a mulher negra e seu corpo, além de promover a objetificação da mulher. Ainda conforme coloca Gonzales (1984), ao falar sobre os lugares dedicados às mulheres negras e a falsa impressão de ascensão e ocupação dos mesmos lugares que o restante da população brasileira:

Como todo mito, o da democracia racial oculta algo para além daquilo que mostra. Numa primeira aproximação, constatamos que exerce sua violência simbólica de maneira especial sobre a mulher negra. Pois o outro lado do endeusamento carnavalesco ocorre no cotidiano dessa mulher, no momento em que ela se transfigura na empregada doméstica.⁷ É por aí que a culpabilidade engendrada pelo seu endeusamento se exerce com fortes cargas de agressividade. É por aí, também, que se constata que os termos mulata e doméstica são atribuições de um mesmo sujeito. A nomeação vai depender da situação em que somos vistas.

A mulher brasileira negra só é protagonista e vista pela sociedade desfilando na avenida, ao mesmo tempo em que é hipersexualizada e objetificada por todos aqueles que a preterem.

Bignami (2002) ainda coloca que:

Enfim, é necessário notar que essa imagem estereotipada do país tem aceitação no próprio território nacional: ela é assumida como elemento verdadeiro da cultura brasileira e dessa forma é difundida. [...] Dessa forma, há que se reconhecer a importância dos meios de comunicação de massa, sem desconsiderar a existência de uma visão estereotipada que nós mesmos assumimos para nos apresentarmos ao mercado internacional.

Então, a população brasileira tomou esses estereótipos para si como uma verdadeira identidade e talvez, por esse motivo, estes sigam sendo difundidos até os dias de hoje, conforme serão demonstrados mais à frente.

Ademais, pode-se dizer que a construção da imagem da mulher brasileira se deu pela contribuição de diversos fatores como os colonizadores, produtores de conteúdo cultural como atrizes e atores, cantores, escritores, etc. nacionais e internacionais através de conteúdos que seriam veiculados pela mídia, incluindo a Globeleza da rede Globo, e também através da promoção turística da EMBRATUR que cunhou fortemente seu apelo de divulgação na figura feminina e que esteve sempre diretamente ligada às políticas de governo, servindo como uma máscara para a realidade ditatorial que o Brasil viveu.

⁷ No texto, a autora utiliza este exemplo, entretanto, outros exemplos de serviços são cabíveis, até mesmo o da prostituta negra que é explorada pelo turista branco (mesmo que de maneira educada ou menos explícita que o brasileiro, dado que, em relatos de algumas mulheres, enxerga-se certo apreço ou esperança de um herói em seu algoz).

3.2 Ressignificação da identidade brasileira: uma mudança da imagem de dentro para fora

De acordo com Garcia (2017), quando os europeus chegaram ao Brasil em abril de 1500, a região já era habitada pelos povos indígenas.

Com a necessidade de exploração das riquezas naturais objetivada pelos portugueses, o relacionamento entre os indígenas e europeus – que à primeira vista era pacífico – tornou-se conturbado principalmente pela disputa de terras e recusa dos indígenas a servirem como escravos, enquanto as índias eram abusadas sexualmente. Além disso, as doenças novas trazidas para o Brasil também fizeram com que a população indígena diminuísse.

Com a diminuição da população indígena, além da recusa dos índios pela escravidão, nos idos de 1539, os negros africanos foram trazidos para o Brasil em navios negreiros para servirem como mão de obra escrava, em um processo de escravidão que duraria pelos próximos três séculos.

Durante a escravidão, a população negra (homens e mulheres) tinha sua liberdade, em todos os aspectos, negada. Os brancos, além de explorarem o trabalho braçal dos homens e mulheres negras, também abusavam sexualmente delas e muitas vezes, desses estupros, nasciam crianças que eram criadas na senzala e também escravizadas, conforme ilustrado no trecho a seguir.

Davis (2016, p. 191) coloca que tanto o abuso sexual quanto o tronco e o açoite sustentavam a escravidão e que a coerção sexual era essencial para as relações sociais entre o senhor e a escrava. Ainda para a mesma autora "[...] o direito alegado pelos proprietários e seus agentes sobre o corpo das escravas era uma expressão direta de seu suposto direito de propriedade sobre pessoas negras como um todo."

Ou seja, os abusos sexuais representavam a dominação em todos aspectos do povo considerado inferior.

Santos (2019), elucida que houve um processo de coisificação das mulheres e homens negros, que fez com que eles não fossem vistos como seres humanos, e por este motivo, não deveriam ter o mesmo tratamento. Essa era uma estratégia dos colonizadores para justificar moralmente a escravidão.

É, portanto, possível afirmar que foi durante essa época que instaurou-se a ideia de que corpos negros, o de mulheres especificamente devido aos abusos

sexuais, mas também o de homens negros pelo trabalho a que eram submetidos, existiam para satisfazer o desejo e necessidade de homens brancos; ideia que ainda perdura atualmente com representação e discursos hipersexualizados sobre a mulher negra.

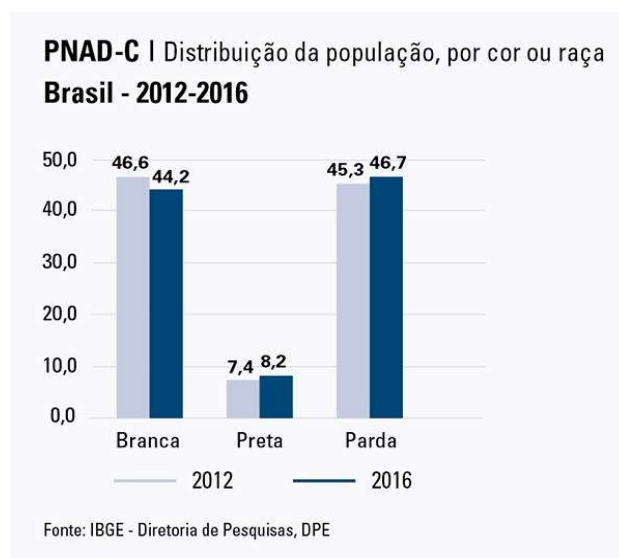
O ponto principal a ser levantado aqui é, como em um país que teve sua população composta majoritariamente pela miscigenação de negros, indígenas e europeus, ainda hoje tem dificuldade em reconhecer-se como um país negro ou no mínimo, como um país não branco?

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016, do IBGE, embora nos últimos anos o número de brasileiros que se declaram negros tenha aumentado, e de acordo com a gerente da pesquisa, Mária Lucia Vieira, isso se dá pela:

Tendência da miscigenação, ou seja, que a população se misture e o grupo pardo cresça. E, no caso do aumento da autodeclaração de pretos, tem um fator a mais: o reconhecimento da população negra em relação à própria cor, que faz mais pessoas se identificarem como pretas.

Entretanto, como é possível ver no gráfico abaixo, oriundo da mesma pesquisa, este número ainda é tímido.

FIGURA 12 - Distribuição da população brasileira por cor ou raça de acordo com o IBGE de 2012 a 2016.



Fonte: IBGE

Em 2012, a porcentagem de brasileiros que se declaravam brancos era 46,6, sendo que em 2016, quatro anos depois, houve uma redução tímida de 2,4%. O mesmo aconteceu com os autodeclarantes pretos e pardos, sendo que houve um aumento de apenas 0,8% e 1,4%, respectivamente, nas declarações.

Embora discreto, esse aumento é positivo, pois pode indicar o início de uma autoconsciência que reconheça e valorize as origens raciais do país.

Com o objetivo de valorizar a história e origem dos povos, Hooks (2019) introduz sua obra *Olhares Negros: Raça e representação*, com um trecho da obra de Mehrez (1991), onde esta defende o conceito de descolonização, cujo objetivo seria valorizar a história e origem dos povos, dado que para a autora, esta é uma forma de confrontação de contextos e realidade já aceitas, que pode levar a uma libertação histórica e cultural para ambos os lados: colonizadores e colonizados.

Até pouco tempo atrás, os temas de raça eram pouco ou nada comentados no Brasil; racismo não era discutido, e mais do que o racismo, a importância do reconhecimento identitário e representativo não era falado. Com o crescimento dos movimentos negros e difusão das discussões e estudos a respeito, a temática passa a estar cada vez mais presente em universidades, empresas e até mesmo em reuniões casuais entre amigos.

Porém, ainda hoje, pessoas negras são representadas de forma estereotipada em diversos âmbitos. Tomando como exemplo a televisão, frequentemente as mulheres – quando não são hipersexualizadas – são colocadas sob os clichês de guerreiras, sofredoras, encenqueiras, rudes ou em posição de servidão, como domésticas, babás, etc.

Os homens também podem ser hipersexualizados, ou ainda os engraçadinhos, abobados ou aquele que está sempre tentando conquistar a personagem principal, que normalmente é branca.

Quanto a isso, Santos (2019) coloca que:

Devido ao racismo impregnado na mente das pessoas, ser negro não era visto de forma positiva. Logo, não existiam heróis de traços negros na TV, no cinema e na literatura *mainstream*. Nos jornais e nos programas de rádio e televisão, o estereótipo sempre foi reforçado com piadas e todo tipo de escárnio.

Ainda sobre o mesmo tema, Hooks (2019, p. 32), também coloca que:

Ao abrir uma revista ou um livro, ligar a TV, assistir a um filme ou olhar fotografias em espaços públicos, é muito provável que vejamos imagens de pessoas negras que reforçam e reinstituem a supremacia branca⁸. Essas imagens podem ser construídas por pessoas brancas que não se despiram do racismo, ou por pessoas não brancas ou negras que vejam o mundo pelas lentes da supremacia branca – o racismo internalizado.

Essas afirmações refletem então a necessidade de mudar a perspectiva sobre a qual se enxerga, e libertar tanto os colonizadores, quanto os colonizados de ideias que não buscam ressignificar os estereótipos do povo negro que ainda hoje colaboram com a construção e perpetuação de uma sociedade brasileira racista.

Além disso, hoje em dia muito se fala sobre a importância da representatividade para a construção de autoestima, principalmente em crianças e adolescentes, mas também em adultos.

Ademais, uma nação que conhece sua imagem e sua história torna-se protagonista e pode contar sobre ela mesma para outros com muito mais propriedade. Embora a colonização tenha deixado marcas como a falta de conhecimento sobre a cultura brasileira, que é fruto da mistura de muitas outras, sobre os heróis brasileiros e sobre a importância da história verdadeira da nação, só o conhecimento pode libertar e fazer com que a população não seja mais controlada ou determinada por narrativas que não são realmente representativas e que contribuem para sérios problemas como o turismo sexual, por exemplo.

⁸ Na obra, a autora coloca que este termo não se refere ao ideal de pureza racial previamente concebido, mas, sim, à representação cultural massiva de tudo que é relativo à cultura e ideais brancos.

4 OUTROS MEIOS: A CONTRIBUIÇÃO DE MÚSICAS E VIDEOCLIPES DE ARTISTAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS PARA A REAFIRMAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE UMA IMAGEM ESTEREOTIPADA DA MULHER BRASILEIRA NEGRA

Ao falar sobre a importância dos meios de comunicação de massa para a divulgação do Brasil no mundo, Bignami (2002) coloca que:

Até o início do século XX, as artes e os relatos de viajantes correspondem praticamente à totalidade de opiniões a respeito da nação no exterior. Somente com o cinema e com a introdução, em território nacional, do rádio e da televisão, é que ao País iniciou a sua trajetória de difusão que tinha por objetivo fazer com que o Brasil passasse a ser conhecido no mundo. Não há como negar o papel significativo dos meios de comunicação de massa nesse processo [...]

Essa afirmação reitera que a divulgação e construção da imagem do país se deu e se dá por um conjunto de fatores, como já citados aqui: os relatos de viajantes, as produções culturais brasileiras e internacionais divulgadas através do rádio, do cinema e da televisão, e também das propagandas da EMBRATUR. Além disso, sabe-se que ainda hoje os meios de comunicação representam importante contribuição à construção e disseminação de imagens.

Tomando como exemplo os videoclipes que serão analisados a seguir, se um turista desejar visitar o Brasil porque se interessou pelas praias ou pela cultura brasileira neles demonstrados, isso será positivo, pois movimentará o turismo no Brasil, gerando empregos, renda, etc. Agora, caso o turista deseje visitar o Brasil porque ficou com a impressão de que terá facilidade em se relacionar com mulheres brasileiras e, com isso, entender que poderá praticar turismo sexual, o impacto já será negativo.

4.1 Análise do videoclipe e música *Vai Malandra*, da cantora Anitta

A cantora brasileira Anitta, nascida e criada em Honório Gurgel, no Rio de Janeiro, é um grande exemplo de sucesso nacional e internacional.

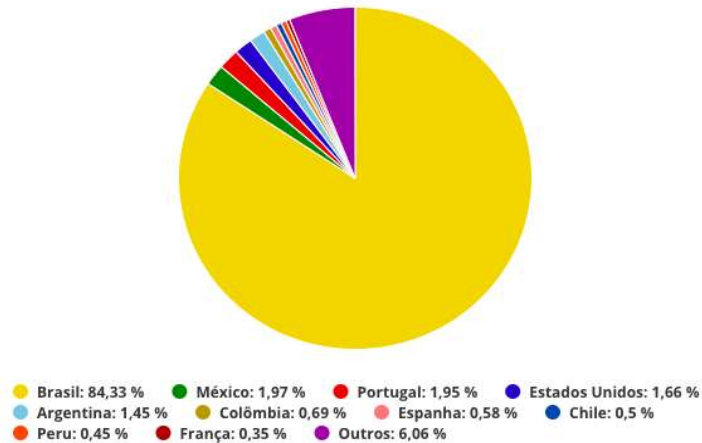
Os gráficos a seguir, obtidos através do site do G1, demonstram o crescimento da audiência da cantora não somente no Brasil, mas também em outros

países. Em 2018, sua audiência no Brasil caiu, enquanto em países como México, Portugal, Estados Unidos, Argentina, Colômbia, Espanha, Chile e Peru, a audiência aumentou significativamente.

FIGURA 13 - Visualizações no Youtube da cantora Anitta no 2º semestre de 2017.

Anitta teve 740 milhões de views no YouTube no 2º semestre de 2017

Veja o percentual de onde vieram as visualizações do total do ano passado, país a país:



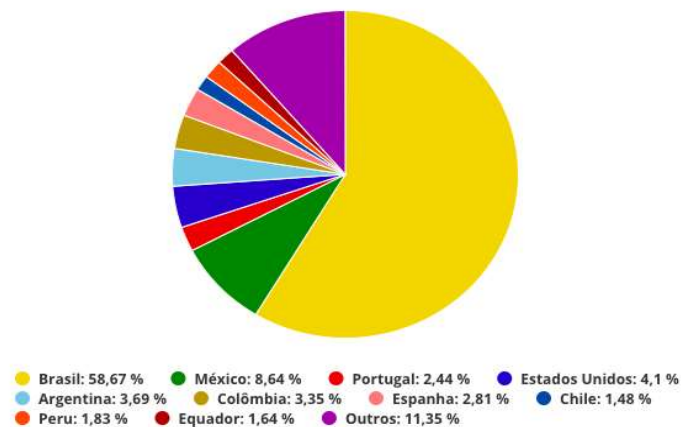
Fonte: YouTube

Fonte: G1.

FIGURA 14 - Aumento de visualizações no Youtube da cantora Anitta no 1º semestre de 2018.

Anitta quase dobrou a audiência: 1,3 bilhão no 1º semestre de 2018

Veja o percentual, país a país, destas visualizações. Note como ela, além de crescer, está mais internacional:



Fonte: YouTube

Fonte: G1.

O crescimento em sua audiência leva a uma reflexão sobre o alcance da cantora em outros países e o quanto esse alcance pode servir para a divulgação – positiva ou negativa – da imagem do Brasil ao exterior.

A imagem a seguir é da abertura do clipe *Vai, malandra*, gravado no Morro do Vidigal no Rio de Janeiro, em 2017. Nota-se o foco no corpo da cantora, mais especificamente na bunda dela.

FIGURA 15 - Imagem de abertura do clipe *Vai, malandra*.



Fonte: Youtube.

No clipe, a cantora aparece com botas estampadas com a bandeira do Brasil, e utiliza símbolos como as cores do Brasil para representar o país, enquanto remete à sensualidade da mulher brasileira.

FIGURA 16 - Anitta dança utilizando botas com cores do Brasil.



Fonte: Youtube.

Em diversos momentos, a câmera foca nos grandes morros do Rio de Janeiro, mulheres negras de cabelos crespos e tranças afro de biquíni tomando sol na laje, sendo que inclusive a Anitta está de tranças⁹.

Além disso, a forma como as mulheres estão posicionadas para tomar sol, passa uma impressão de catálogo de mulheres. Vale ressaltar que a prática de tomar sol na laje com o biquíni de fita isolante realmente acontece, entretanto, qual a necessidade do salto, se não hipersexualizar os corpos das mulheres?

FIGURA 17 - Mulheres tomando sol na laje de salto.



Fonte: Youtube.

No clipe, o cantor norte-americano Maejor faz uma participação e no trecho a seguir, ele afirma que quer por ser brasileira, fala sobre seu corpo e que não pode negar que quer vê-la nua.

Vai, malandra
 Show me somethin'
Brazilian baby, you know I want ya
Booty big, sit a glass on it
 See my zipper put that ass on it
 Hypnotized by the way you shake it
I can't lie I'm tryna see you naked
 Anitta, baby, I'm tryna spank it
 I can give it to you, can you take it?
 (Anitta; LAZER, Maejor; MARTINS, DJ Yuri; Mc Zaac; Tropkillaz. Vai Malandra: Warner Music, 2017. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI. Acesso em: 7 nov. 2019./Grifo nosso)

⁹ A cantora já foi acusada de apropriação cultural e afro conveniência em seus clipes, pois apenas aparece com características de pessoas negras quando precisa encaixar-se ao cenário, quase que como uma fantasia. Entretanto, essa é uma outra discussão que não será aqui abordada.

É notável o quanto a bunda brasileira aparece retratada e mencionada não somente na música, mas também nas imagens do videoclipe. Conforme mencionado anteriormente, sabe-se que durante muito tempo as nádegas grandes de pessoas negras serviram para chacota, admiração objetificada e até mesmo, comparação a animais.

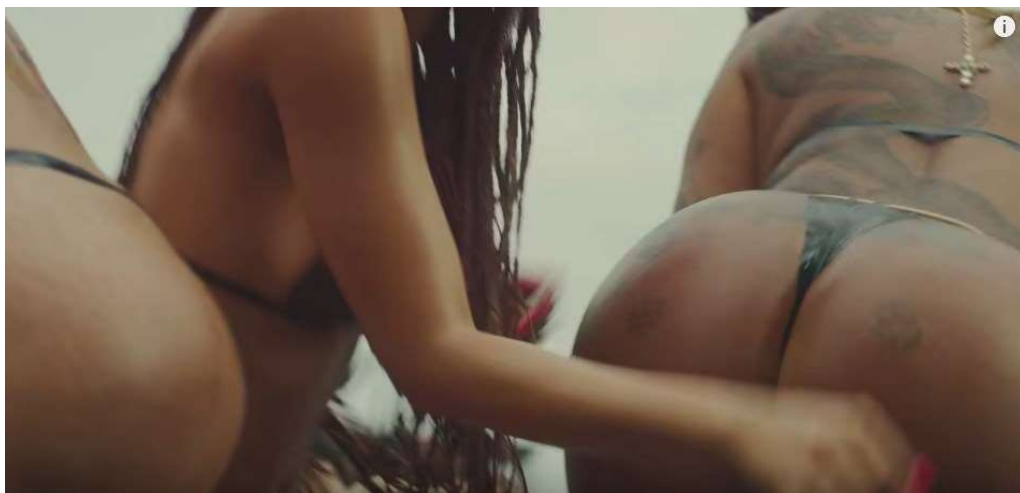
Quanto a isso, Hooks (2019), coloca que:

Embora o pensamento sobre os corpos das mulheres negras não procure ler o corpo como um sinal "natural" de inferioridade racial, a fascinação por bundas negras continua. Na iconografia sexual da imaginação pornográfica negra tradicional, o bumbum avantajado é visto como uma indicação de sexualidade elevada. A música popular contemporânea é um dos principais lugares culturais em que se debate a sexualidade negra. Nas letras das músicas, a "bunda" é mencionada de formas que tentam desafiar as presunções racistas de que é um sinal feio de inferioridade, ainda que permaneça como um símbolo sexualizado.

Há uma ambiguidade na forma em que os corpos negros são representados em produções culturais, onde, ao mesmo tempo em que se tenta demonstrar que não é uma coisa ruim, são representados de forma hipersexualizada, reforçando ainda estereótipos que objetificam as pessoas negras.

Isso é bastante perceptível no trabalho de Anitta, onde ela claramente demonstra orgulho por seu corpo e suas características, entretanto, a hipersexualização também acontece.

FIGURA 18 - Foco da câmera nas bundas das bailarinas.



Fonte: Youtube.

Em diversos momentos, os corpos são mostrados até mesmo sem rosto, reforçando a objetificação: não importa quem é aquela pessoa, apenas o prazer que seu corpo pode oferecer.

Quanto à essa estética de gravação, é possível fazer uma comparação com a fotografia abaixo, tirada pelo fotógrafo argentino Christopher Pillitz, nomeada de *Woman's torso*, e publicada no livro de fotografias *Brazil Incarnate*.

FIGURA 19 - Fotografia de Christopher Pillitz - *Woman's torso*.



Fonte: TAMBKE, Erika. *Mulheres Brasil 40º: Os estereótipos das mulheres brasileiras em Londres*.

Tambke (2013), ao analisar a fotografia, coloca que os detalhes da foto remetem a uma objetificação da modelo, dado que é um corpo anônimo, e que ainda todos os detalhes foram pensados de forma a sexualizá-la, mas não a identificam. O corpo visível, com foco nos seios, o biquíni florido, que remete à uma ideia de tropicalidade, a sombra da palmeira, simbolizando um caminho ao seu órgão sexual, e que ainda, as palmeiras seriam uma analogia ao Brasil, dado que o país é bastante conhecido por suas palmeiras exuberantes. Ela também coloca que o fato de a imagem sequer ter um título identificável, sendo apenas *Woman's torso*, reforçaria a ideia de ser apenas um corpo, não um indivíduo.

Um outro trecho da música diz: “Empina aqui em mim e no Zaac / Faz a bunda estalar, é, eu curto isso”. Novamente mencionando a bunda, e que ela estaria ali para satisfazer e agradar os homens do videoclipe.

Outro ponto importante é que o diretor do videoclipe, o norte-americano Terry Richardson, já foi acusado de assédio diversas vezes, e é reconhecido por utilizar-se de uma estética sensual em seus vídeos. Ele é uma pessoa que não vive em uma favela do Rio de Janeiro, não conhece a dinâmica de uma favela, tem como característica o apelo sensual em seus vídeos e, portanto, pode-se dizer que enxergou os estereótipos do Brasil e viu a oportunidade de utilizá-los na gravação do clipe.

Vale ressaltar que a problemática sobre esse tipo de conteúdo não é sobre a sexualidade em si; inclusive, diariamente, movimentos feministas discutem a importância da liberdade sexual feminina sobre todos os aspectos.

Entretanto, a questão torna-se complexa a partir do momento em que nota-se que há a estereotipação e objetificação da mulher, e ao pensar que este videoclipe alcançará o mundo todo e pode, mesmo que indiretamente, contribuir ou legitimar uma imagem estereotipada do Brasil, que já é reconhecido há algumas décadas como um país que utiliza suas mulheres como atrativo turístico. Além disso, reforça que ainda hoje, os corpos negros, quando representados, seguem sendo na maioria das vezes hipersexualizados e objetificados.

4.2 Análise do videoclipe e música *Beautiful*, Snoop Dogg e Pharrell Williams

O videoclipe da música *Beautiful*, do rapper Snoop Dogg com a participação do também rapper Pharrell Williams, foi gravado no Rio de Janeiro, em 2003.

A temática da música gira em torno de uma garota considerada “linda”, entretanto, ao ouvir apenas a música, não fica claro se trata-se de uma namorada ou uma amante casual. Mas, ao assistir ao clipe, é possível entender que os artistas fazem referência a todas as mulheres brasileiras que aparecem no clipe, sendo que Snoop Dogg vive vários romances com elas, enquanto Pharrell Williams, apenas um, com uma atriz específica.

A imagem a seguir trata-se do início do videoclipe, em quem um garoto de aparentemente oito ou nove anos sobe as ruas do morro para entregar um celular ao rapper, enquanto ele está sentado confortavelmente com uma mulher mexendo em seus cabelos. Ao fundo, é possível ver os barracos e morros característicos do Rio de Janeiro.

FIGURA 20 - Mulher negra cuida dos cabelos de Snoop Dogg.



Fonte: Youtube.

Nos versos a seguir, é possível perceber alguns estereótipos relacionados à mulher brasileira negra como os relativos ao corpo e aparência física, quando ele menciona uma bunda grande, cabelos encaracolados e pele negra.

Além disso, também menciona que é melhor que a mulher se entregue a ele, do que a um cafetão, indicando que essas são as únicas possibilidades para uma mulher brasileira: se entregar a um homem estrangeiro ou se entregar a um cafetão; sendo que nenhuma das alternativas coloca a mulher brasileira como independente ou livre para guiar sua vida longe de estereótipos de gênero e nacionalidade.

[...] Tome um drinque, entre no clima
 Que gracinha, parece uma colegial
Cabelo longo, com sua bunda grande [...]
 [...] A gata está afim, talvez eu a satisfaça
É melhor que se entregar a um cafetão [...]
 [...] Negra e linda, foi você que eu escolhi
Cabelo longo e encaracolado como uma cubana [...]

No clipe, todas as mulheres que aparecem estão seminuas e sempre flertam com os cantores independentemente da situação. Importante também ressaltar como símbolos representativos do Brasil aparecem frequentemente, conforme é possível ver na imagem abaixo. As cores do biquíni representando a bandeira brasileira, a estampa representando a bola de futebol e ao fundo os morros característicos do Rio de Janeiro.

FIGURA 21 - Mulheres representadas no clipe do Snoop Dogg e Pharrell Williams.



Fonte: Youtube.

Na cena abaixo, Snoop Dogg flerta com uma das atrizes e ela corresponde ao flerte, demonstrando que é extremamente fácil ser correspondido por uma mulher brasileira.

FIGURA 22 - Snoop Dogg flertando com brasileira.



Fonte: Youtube.

FIGURA 23 - Brasileira correspondendo ao flerte de Snoop Dogg.



Fonte: Youtube.

Na cena abaixo, um pouco mais tarde, Snoop Dogg aparece na cama com a mulher que ele flertou na janela, reforçando mais uma vez a facilidade em se relacionar sexualmente com uma brasileira.

FIGURA 24 - Brasileira na cama com Snoop Dogg.



Fonte: Youtube.

Outro ponto notável é que sempre há mulheres nas esquinas ou encostadas em paredes nas ruas do Rio de Janeiro, e Snoop Dogg sempre consegue muito facilmente se aproximar delas.

FIGURA 25 - Mulher brasileira parada em uma esquina do Rio de Janeiro.



Fonte: Youtube.

FIGURA 26 - Snoop Dogg aproximando-se de uma mulher brasileira parada em outra esquina.



Fonte: Youtube.

Nessa cena, Pharrell Williams vive seu romance com uma mulher brasileira, cuja câmera sempre foca em seu corpo, na maioria das vezes de biquíni ou seminua.

FIGURA 27 - Pharrell Williams e brasileira se relacionando.



Fonte: Youtube.

Nos momentos finais do videoclipe, no Parque Lage, acontece uma roda de samba em que todas as mulheres, seminuas novamente, começam a sambar, e mesmo que não estejam na praia, todas estão de biquíni. Isso também reforça o estereótipo de que toda mulher brasileira sabe e irá sambar a qualquer momento.

Outro ponto importante a ser ressaltado, é que todas as mulheres representadas de maneira objetificada e hipersexualizada são negras.

FIGURA 28 - Roda de samba no Parque Lage.



Fonte: Youtube.

Sobre isso, Hooks (2019, p. 130) ainda afirma que:

Assim como as representações dos corpos das mulheres negras do século XIX eram construídas para enfatizar que esses corpos eram descartáveis, as imagens contemporâneas (mesmo as criadas pela produção cultural de pessoas negras) passam uma imagem semelhante.

Embora o clipe tenha sido produzido pelo americano branco Chris Robinson, nota-se que os cantores negros Snoop Dogg e Pharrell Williams aceitaram que a produção do clipe tenha sido dessa forma, reforçando a ideia acima de que pessoas negras também podem, por diversos motivos, – sendo que um deles pode ser a aceitação de realidades impostas – reproduzir estereótipos através de seu trabalho.

Importante notar que tanto o clipe do Snoop Dogg quanto o clipe da Anitta, oferecem uma dinâmica muito parecida no que diz respeito à hipersexualização, principalmente de mulheres negras. Além disso, ambos se utilizam de símbolos, como as cores da bandeira, o estereótipo da bola de futebol, e até mesmo a bandeira, que deixam claro que o cenário se passa no Brasil.

Vale ressaltar que não somente as propagandas de divulgação direcionadas ao turismo servem para formar uma imagem nacional; de acordo com Gabrielli (2005), também a produção cultural produzida por artistas e veiculada pelos meios de comunicação podem contribuir para a formação de imagens e estereótipos e consequentemente, dependendo do formato dessa divulgação, levar ao turismo sexual.

Sabendo como o país é conhecido desde os anos 1970 devido às propagandas com apelo sexual da EMBRATUR, e que o mesmo está fortemente inserido na dinâmica do turismo sexual, é muito importante que produtores de conteúdo como cantores, compositores, jornalistas, entre outros, principalmente os com alcance a nível global, analisem o tipo de conteúdo produzido por eles e levem em consideração a influência que este pode ter na imagem de seu país.

Pode-se dizer que os estereótipos do Brasil não são recentes (e acabam por ser aceitos por praticamente todos como uma realidade), e sua veiculação não se restringe somente às campanhas de marketing turístico, mas alcança também as produções culturais, que acabam por reforçar imagens que nem sempre condizem com a realidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desse estudo, constatou-se que o turismo sexual no Brasil e no mundo está intimamente relacionado ao tráfico de pessoas e exploração de menores, que segue crescendo diariamente, conforme demonstrado pela quantidade de denúncias à Central de Atendimento à Mulher em Situação de Violência (ligue 180).

Ademais, somado esse crescimento à ausência de levantamento e síntese de dados que possam ajudar a identificar os índices de ocorrência e tratar o crime como um problema real, o turismo sexual segue ainda às margens, prejudicando principalmente as pessoas em situação de vulnerabilidade como mulheres negras e crianças, pois conforme verificado, as mulheres e meninas são as mais afetadas pelo crime, indicando, portanto, o gênero como um notável eixo de vulnerabilidade.

Constatou-se ainda que o Brasil possui leis que condenam as práticas relacionadas ao turismo sexual, mas pouco se fala diretamente sobre tal problema, e essa também pode ser uma barreira para a compreensão da dimensão dessa questão, já que toda a dinâmica do turismo sexual depende principalmente da infraestrutura turística para acontecer, e embora seja uma prática criminosa, não deve ser ocultada.

Importante também ressaltar que é obrigação do poder público, com o apoio de todas as instituições voltadas ao turismo, sejam públicas ou privadas, inibirem qualquer prática de turismo sexual, que, como já relatado ao longo do trabalho, é uma prática criminosa. Além destes, os órgãos internacionais também devem aliar-se aos órgãos nacionais, dado que a prática está diretamente relacionada aos turistas estrangeiros.

É notório que também a mídia, ONGs e a sociedade civil brasileira podem servir de suporte à inibição e combate ao crime, sendo que: a atuação da mídia pode ser importante através da produção de conteúdo consciente que não negative a imagem da mulher brasileira; as ONGs através do levantamento de estatísticas e atuação junto ao governo; e a sociedade civil através da denúncia de estabelecimentos que legitimem as práticas, ou até mesmo, em caso de meios de hospedagem por exemplo, através da denúncia de pessoas que estejam sob suspeita de exploração de crianças.

Notou-se também forte ligação entre a construção histórica da imagem da mulher brasileira com o turismo sexual, principalmente porque essa construção foi fruto da junção de diversos elementos – boa parte baseados em convicções racistas – como relatos de viajantes europeus, material de divulgação específico de turismo como os da EMBRATUR, produções culturais desde 1930 até os dias de hoje, contribuindo então para o comportamento ilegal de alguns turistas.

Relativo à estes, constatou-se que, tanto os relatos dos viajantes, quanto o marketing turístico da EMBRATUR e também as produções culturais analisadas desde 1930, como as marchinhas de carnaval, a música *Garota de Ipanema* e os videocliques da Anitta e do Snoop Dogg, legitimam e reforçam a imagem da mulher brasileira como disponível sexualmente, principalmente para homens estrangeiros – dado que essas produções possuíram e possuem alto alcance internacional – pois hipersexualizam e objetificam seus corpos, especialmente em caso de mulheres negras, e esse tipo de conteúdo pode atrair turistas interessados em prática sexual criminosa fora de seu país de origem.

Além disso, seria um erro não mencionar que a interseccionalidade faz-se presente na realidade do turismo sexual, pois a opressão e sofrimento que o turismo sexual traz para a mulher brasileira branca, para a mulher brasileira branca pobre, para a mulher brasileira negra, e para a mulher brasileira negra pobre, será diferente.

Embora isso não signifique que a mulher brasileira branca sofrerá menos com as consequências do turismo sexual do que a mulher brasileira negra pobre, esta última estará mais propensa e vulnerável a viver a realidade do turismo sexual, pois esse problema é reflexo não somente da imagem negativa da mulher brasileira construída e perpetuada pelas propagandas e produções culturais acima citados, mas também o reflexo de um país desigual socialmente.

Os estereótipos racistas também deixados como legado pelos europeus faz com que, ao mesmo tempo em que estes preterem as mulheres negras na vida real, às escondidas sentem prazer em explorá-las, conforme era no passado.

No mais, a falta de oportunidades para todos pode levar principalmente as minorias sociais como mulheres negras e pobres a se sujeitarem aos horrores do turismo sexual, pois mesmo que de forma perversa, ainda é uma situação que permite a elas a sobrevivência.

Importante ainda ressaltar que a falta de conhecimento da população brasileira sobre ela mesma, deixado também como um dos reflexos da colonização europeia, pode servir para a aceitação de imagens e identidades que não são realmente condizentes com o povo brasileiro, entretanto, devido à repetição destas, mesmo sem nenhuma comprovação de que trata-se de uma realidade, característica fundamental ao estereótipo, faz com que a população brasileira se conheça apenas através da visão de terceiros.

Neste sentido, a importância desse trabalho está na análise interdisciplinar, ao encarar o turismo como um fenômeno inerente a diversos campos de conhecimento como, por exemplo, a comunicação que foi um dos eixos aqui analisados.

REFERÊNCIAS

Anitta; LAZER, Maejor; MARTINS, DJ Yuri; Mc Zaac; Tropkillaz. **Vai Malandra**: Warner Music, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI>. Acesso em: 07 nov. 2019.

BABO, Lamartine / VALENÇA, Irmãos. **O Teu Cabelo Não Nega**. 1929. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/marchinhas-de-carnaval/473883/>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

BEM, Arim Soares do. **A dialética do turismo sexual**. Campinas, SP: Papirus, 2005. (Coleção Turismo). Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Legv1wtTQvEC&oi=fnd&pg=PA9&dq=a+dial%C3%A9tica+do+turismo+sexual+soares+do+bem&ots=HmozJsvWS5&sig=RxzbVhUa8EKnv17_02KYSikynOA#v=onepage&q=a%20dial%C3%A9tica%20do%20turismo%20sexual%20soares%20do%20bem&f=false>. Acesso em: 09 nov. 2019.

BHABHA, Homi K. O local da cultura. 1998. Disponível em: <<https://docero.com.br/doc/xvvv8s>>. Acesso em: 01 nov. 2019.

BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo**. 2ª Edição. São Paulo: Ed. Aleph, 2005.

“**Brazil. Visit and love us**”. **Slogan da Embratur gera críticas**. Disponível em: <<https://jornaldebrasilia.com.br/brasil/brazil-visit-and-love-us-slogan-da-embratur-gera-criticas/>>. Acesso em: 02 nov. 2019.

CAETANO, Rosana. **A publicidade e a imagem do produto Brasil e da mulher brasileira como atrativo turístico**. Trabalho apresentado ao NP 19 – Comunicação, Turismo e Hospitalidade – Seção Temática Imagem e Imaginários no Turismo e Hospitalidade – do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

CÂMARA dos deputados. **Decreto-Lei nº 55, de 18 de novembro de 1966**. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-55-18-novembro-1966-371224-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 7 nov. 2019.

CAMINHA, Pero Vaz de. **A carta de Pero Vaz de Caminha**. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/livros_eletronicos/carta.pdf>. Acesso em: 06 nov. 2019

CINDERELAS, lobos e um príncipe encantado. Direção: Joel Zito Araújo. Roteiro: Joel Zito Araújo & José Carvalho. Fotografia de Alberto Bellezia. [S. l.: s. n.], 2008. 1 vídeo (1 hora 47 min.) Canal Gleerlei Andrade. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6BZG-6heFXw>>. Acesso em: 20 maio 2019.

CRENSHAW, Kimberlé. **Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero.** 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v10n1/11636.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2019.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe.** 1ª Edição. São Paulo: Boitempo, 2016. Recurso digital. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4248256/mod_resource/content/0/Angela%20Davis_Mulheres%2C%20raca%20e%20classe.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2019.

DINO. **62% da População Brasileira está Ativa nas Redes Sociais.** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/62-da-populacao-brasileira-esta-ativa-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 20 out. 2019.

FELDENS, Dinamara Garcia et Al. **CULTURA DE MASSA E FORMAÇÃO EDUCACIONAL: MÍDIA E OPINIÃO PÚBLICA.** 2016. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/12706>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

FILHO, Antonio Jonas Dias. **O Turismo Sexual no Brasil e a Questão da Identidade.** Disponível em: <<http://anpocs.com/index.php/papers-26-encontro/gt-23/gt17-14>>. Acesso em: 09 nov. 2019.

FILHO, João dos Santos. **O TURISMO NA ERA VARGAS E O DEPARTAMENTO DE IMPRENSA E PROPAGANDA – DIP.** 2008. Disponível em: <<http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/238>>. Acesso em: 02. nov. 2019.

GABRIELLI, Cassiana Panissa. **Sexualidade, identidade e imagem das brasileiras no turismo.** III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. [Caxias do Sul]. 2005. Disponível em: <<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt10-sexualidade.pdf/https://www.ucs.br/site/pos-graduacao/formacao-stricto-sensu/turismo-e-hospitalidade/eventos-e-anais/iii-semintur/>>. Acesso em: 08 nov. 2019.

GARCIA, Maria Fernanda. **A escravidão dos brasileiros começou com a “descoberta” do Brasil.** 2017. Disponível em: <https://observatorio3setor.org.br/noticias/escravidao-dos-brasileiros-comecou-com-descoberta-brasil/>> Acesso em: 01 nov. 2019.

GOMES, Helton Simões. **Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE.** 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em: 20 out. 2019.

GONZALES, Lélia. **Racismo e sexismo na cultura brasileira.** [S.l.:S.d] Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4584956/mod_resource/content/1/06%20-%20GONZALES%2C%20L%C3%A9lia%20-%20Racismo_e_Sexismo_na_Cultura_Brasileira%20%281%29.pdf>. Acesso em: 20 out. 2019.

HOOKS, Bell. **Olhares negros: Raça e representação.** São Paulo: Elefante, 2019.

IBGE. **Estatísticas de Gênero - Indicadores sociais das mulheres no Brasil.** Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf>. Acesso em: 15 out. 2019.

IGNÁCIO, Sérgio Aparecido. **Importância da estatística para o processo de conhecimento e tomada de decisão.** 2010. REVISTA PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO, Curitiba, n.118, p.175-192, jan./jun. 2010. Disponível em: http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/NT_06_importancia_estatistica_tomada_decisao.pdf>. Acesso em: 25 out. 2019.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem.** Lisboa. 2007. Disponível em: <https://flankus.files.wordpress.com/2009/12/introducao-a-analise-da-imagem-martine-joly.pdf>>. Acesso em: 25. out. 2019.

KAJIHARA, K. A. **A imagem do brasil no exterior: Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até os dias atuais.** 2008. 97f. Trabalho de Conclusão de Curso (Turismo) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

Ligue 180 registrou 749.024 atendimentos em 2015. 2016. Disponível em: <https://www.mdh.gov.br/sdh/noticias/2016/marco/ligue-180-registrou-749.024-atendimentos-em-2015>>. Acesso em: 20 out. 2019.

ORTEGA, Rodrigo. **Anitta pediu e G1 mostra evolução dela desde o início no funk carioca.** 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2018/07/30/favor-analisar-os-graficos-anitta-pediu-e-g1-mostra-evolucao-dela-desde-o-inicio-no-funk-carioca-ate-medicina.ghtml>>. Acesso em: 01 set. 2019.

PERINOTTO, André; SILVA, Marcelo. **A imagem do destino turístico como ferramenta de diferenciação e promoção do turismo:** Caso de Barra Grande/PI – Brasil. 2016. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/jatsRepo/881/88145251008/html/index.html>>. Acesso em: 05 nov. 2019.

PINTO, R. P. **A Invenção da Brasileira:** Uma História sobre Imagem Feminina e Turismo. 2015. 112f. Pontifícia Universidade Católica: São Paulo, 2015.

PISCITELLI, Adriana. **Internet e a geografia do turismo sexual.** 2015. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/internet-e-a-geografia-do-turismo-sexual/>>. Acesso em: 27 out. 2019.

PISCITELLI, Adriana. **Turismo Sexual.** Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, [S. l.], 10 jun. 2015. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=114&id=1379&print=true>>. Acesso em: 15 out. 2019.

RAMIRO, Patrícia. **Métodos quantitativos e qualitativos de pesquisa.** 2014. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/moisesalcaldeira/metodos-quantitativo-e-qualitativo-1>>. Acesso em: 05 nov. 2019.

REPÚBLICA, Presidência da. **Código penal.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm>. Acesso em: 21 out. 2019.

Resumo Executivo do Estudo Global sobre a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes em Viagens e Turismo. Disponível em: <<http://ecpatbrasil.org.br/site/wp-content/uploads/2019/06/Sum%C3%A1rio-Executivo-Estudo-Global.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2019.

SANTOS, Diego Júnior da Silva; PALOMARES, Nathália Barbosa; NORMANDO, David; QUINTÃO, Cátia Cardoso Abdo. **Raça versus etnia:** diferenciando para melhor aplicar. 2010. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-94512010000300015>. Acesso em: 12 nov. 2019.

SANTOS, Ale. **Rastros de resistência**: história de luta e liberdade do povo negro. 1. ed. São Paulo: Panda Books, 2019.

SARAIVA, Adriana. **População chega a 205,5 milhões, com menos brancos e mais pardos e pretos**. 2017. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/18282-populacao-chega-a-205-5-milhoes-com-menos-brancos-e-mais-pardos-e-pretos>>. Acesso em: 15 out. 2019.

SILVA, Liliam Ramos da. **Não me chame de mulata**: uma reflexão sobre a tradução em literatura afrodescendente no Brasil no par de línguas espanhol-português. Campinas, 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-18132018000100071&lng=pt&tlng=pt>. Acesso em: 01 nov. 2019.

SIQUEIRA, Euler David. **Para uma etnografia do cartão-postal**: destaque para a garota carioca. Caxias do Sul, 2006. p. 132. Disponível em: <<https://periodicos.ufrj.br/index.php/TeoriaeCultura/article/view/12122>>. Acesso em: 02 nov. 2019.

Snoop Dogg - Beautiful (Official Music Video) ft. Pharrell Williams. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FE194VN6c4>>. Acesso em: 10 set. 2019.

SOUZA, André. **Levantamento mostra que mais de 3 mil sites vendem turismo sexual no Brasil**. 2015.

Disponível em: <<http://www.compromissoeatitude.org.br/levantamento-mostra-que-mais-de-3-mil-sites-vendem-turismo-sexual-no-brasil/>> Acesso em: 27 out. 2019.

TAMBKE, Erika. **Mulheres Brasil 40º**: Os estereótipos das mulheres brasileiras em Londres. 2013. 28f. Espaço e Cultura, Rio de Janeiro, n.34. 2013. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/espacoecultura/article/view/12744/9870>>. Acesso em: 15 mai. 2019.

THE ECONOMIST. **Out of the shadows**: Shining light on the response to child sexual abuse and exploitation. Disponível em: <<https://outoftheshadows.eiu.com/>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

TOM, Jobim. **Garota de Ipanema** [S.l., s.n.], 2009. 1 vídeo (4 min 04 s) Canal jerfoxx. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KOQShDfOwuI>>. Acesso em: 24 ago. 2019.

Turismo sexual?. Produção: Ministério do Turismo. [S. l.: s. n.], 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qyO81GLz44M>>. Acesso em: 17 ago. 2019.

Turismo sexual no Brasil é vendido na Alemanha. Produção: Fantástico. [S. l.: s. n.], 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6q-DLQXPX4>>. Acesso em: 17 ago. 2019.

UNODC. **Global report on trafficking in persons**. 2018. Disponível em: <https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/glotip/2018/GLOTiP_2018_BOOK_web_small.pdf>. Acesso em: 20 out. 2019.

Valéria valenssa fala sobre fim da nudez da globeleza em nova vinheta: 'outra época'. 2017. Disponível em: <<https://extra.globo.com/famosos/valeria-valenssa-fala-sobre-fim-da-nudez-da-globeleza-em-nova-vinheta-outra-epoca-20751739.html>>. Acesso em: 05 nov. 2019.