

### **Dimensões Simbólicas do Turismo Sexual**

Mariana Selister Gomes<sup>1</sup> (Universidade Federal do Rio Grande do Sul)  
Turismo Sexual; Identidade Nacional; Imaginários  
ST 26 - Prostituição, gênero e cidade

*Turismo Sexual: alguns dados e abordagens*

O combate ao Turismo Sexual é uma das pautas fundamentais dos agentes (sociedade civil, setor público, privado e terceiro setor) relacionados ao Turismo e aos direitos das crianças e dos adolescentes<sup>2</sup>. Tendo em vista essas várias ações que envolvem o combate ao turismo sexual, o mesmo já se configura como um problema social. Torna-se necessário, então, compreendê-lo enquanto objeto sociológico. Neste objetivo de compreendê-lo e explicá-lo há divergências de definições e abordagens. O Centro de Referência, Estudos e Ações sobre Crianças e Adolescentes<sup>3</sup>, apresenta uma definição técnica, na qual o turismo sexual consiste na exploração, principalmente de crianças e adolescentes, por visitantes, em geral, procedentes de países desenvolvidos ou mesmo turistas do próprio país, envolvendo a cumplicidade, por ação direta ou omissão de empresas do *trade* turístico.

Alguns pesquisadores e ativistas têm preferido utilizar a expressão “exploração sexual de crianças e adolescentes no Turismo” ao invés de Turismo Sexual, para demonstrar que esse problema não é específico do Turismo. A exploração sexual de crianças e adolescentes, certamente, não é específica do Turismo, é um problema maior. No entanto, utilizar essa expressão ao invés de Turismo Sexual acaba não problematizando a existência de um segmento de mercado no Turismo voltado para a prostituição que não é problemático apenas quando envolve crianças e adolescentes, mas é problemático em sua própria existência. Então, acredito que para uma melhor compreensão desse problema social é necessário manter a expressão Turismo Sexual, para compreender não só a partir das vítimas (se são crianças e adolescentes), mas a partir dos agressores (àqueles que viajam em busca de sexo pago) e dos agentes (empresários e setor público que permitem a existência desse mercado).

Algumas pesquisas abordam o Turismo Sexual enquanto prostituição não só de crianças e adolescentes, no entanto continuam colocando o foco da explicação nas vítimas. Conforme Richter (2002) existem abordagens superficiais e machistas que colocam a explicação do Turismo Sexual na moral das mulheres que, segundo essas abordagens, optam pela prostituição como um desvio de conduta. Ainda, existem análises que colocam a explicação da existência do turismo sexual exclusivamente na pobreza. Certamente, a pobreza é um dos importantes fatores que levam as

jovens a se prostituírem aos turistas, no entanto essa explicação mantém o foco nas mulheres, não problematizando (e assim naturalizando) o porquê dos homens buscarem o turismo sexual. Torna-se necessária a análise da construção desse mercado que é feita pelos homens e das outras relações sociais envolvidas (relações de poder, de biopoder, para além das econômicas). Neste sentido, o presente artigo pretende compreender o Turismo Sexual a partir de suas dimensões simbólicas, buscando uma explicação diferente das anteriormente mencionadas, por considerá-las insuficientes.

### *Biopoder e Turismo Sexual*

Segundo base de dados da ECPAT<sup>4</sup> (também demonstrados por Piscitelli e pelo Projeto Chame/Neim da UFBA):

Brazil has the highest rate of child prostitution in Latin America. The country is one of the favorite destinations of European and American sex tourists. The children involved in prostitution come from all social groups and ethnic origins. Nonetheless, the majority are girls - of whom most are poor and of African or mixed descent. It was estimated in 1995 that 500,000 children are involved in prostitution in Brazil. Some NGOs suggest the figure is closer to about 2 million.

Estes dados evidenciam a dimensão do problema no Brasil, bem como, o perfil das maiores vítimas do turismo sexual: jovens, mulheres, negras, pobres e de países do terceiro mundo. Assim, abordar as questões de *raça*, entendida conforme Hall (2003), Gilroy (2001) e Guimarães (2003) e *gênero*, entendido conforme Scott (1992) e Porter (1992), tornam-se fundamentais para compreender o Turismo Sexual.

O perfil das vítimas, centrado em raça e gênero, demonstra a dimensão do biopoder exercido através do turismo sexual. No século XIX a sociedade moderna ocidental capitalista, conforme Foucault (1986, 1993, 1996) consolida-se na “era do biopoder” (1993, p. 132). O biopoder consiste em “hacer vivir o dejar morir” (1996, p. 194), sendo que morrer “puede ser también muerte indirecta” (*idem*, p. 207). Ou seja, as relações de poder passam a ser exercidas através da gestão da vida, da disciplinarização dos corpos, da produção das populações, “garantindo relações de dominação e efeitos de hegemonia” (1993, p.133). Através da sexualidade e do racismo que esse poder de condicionar a vida é exercido. Segundo Foucault, a sexualidade e a racialização se tornam os *dispositivos* mais importantes desse biopoder. Para Foucault (1993, p. 98), não existe um poder que se exerce sobre a sexualidade para reprimi-la, o problema não está na explicação da repressão sexual; “está em apreender quais são os mecanismos positivos que, produzindo a sexualidade desta ou daquela maneira, acarretam efeitos de miséria” (1986, p. 232).

Cunha (2002) demonstra as aproximações que autores, como Paul Gilroy, realizam entre as análises de Foucault (sobre o biopoder) e as de Fanon (sobre raça, subjetivação e poder colonial). Neste sentido pode-se perceber que um dos mecanismos do biopoder é o discurso (construído a partir período colonial) que produz a sexualidade do negro. Segundo Fanon (1983, p. 153 e 154) o

negro simboliza o pecado e “para a maioria dos brancos, o negro representa o instinto sexual” (*idem*, p.145). Tendo em vista que “as relações de poder são uma relação desigual e relativamente estabilizada de forças, é evidente que isso implica um em cima e um em baixo, uma diferença de potencial” (FOUCAULT, 1986, p. 250). Neste sentido, negros e mulheres são o elo mais fraco das relações de poder do mundo ocidental – “se o humanismo universalista contrapõe ao ser humano um ‘não-homem’ bárbaro, negro ou indígena e selvagem, também lhe opõe a ‘não-homem’ mulher” (NASCIMENTO, 2003, p. 68).

Nesta perspectiva, o enfrentamento ao turismo sexual, por sua dimensão de racismo e sexismo, insere-se numa disputa nas relações de biopoder. Ao analisar a prostituição juvenil em Cabo Verde, Anjos (2005, p. 176) afirma que “é imperativo que haja políticas estrategicamente dirigidas contra as formas de representação e as retóricas do biopoder”. Neste sentido pode-se perceber que o combate ao biopoder passa também por um combate de imagens, representações, retóricas e discursos. Isto porque o biopoder no turismo sexual se exerce a partir das imagens vinculadas pelas políticas públicas e incentivadas pelos empresários do setor, que condicionam as perspectivas de vida de milhares de brasileiras, principalmente jovens mulheres negras e pobres que se tornam atrativos turísticos.

### *Imagens, Imaginários e Turismo Sexual*

Segundo Krippendorf (2003, p. 40, 41) o imaginário de paraíso é fortemente vinculado pelos empresários do turismo, pois estes agem segundo seus próprios interesses econômicos, interesses de receber grandes quantidades de turistas, sem preocuparem-se com a motivação que levou estes turistas ao destino. Conforme Bem (2005), vinculada a um imaginário de paraíso, a motivação destes turistas, é em geral o turismo sexual.

No Brasil, imagens de mulheres negras semi-nuas vinculadas ao carnaval foram recorrentes no marketing turístico institucional. As mulheres, principalmente negras, tornaram-se atrativos turísticos, conforme analisa Caetano (2004) e Feijó e Calanzas (2002). Segundo Bem (2005) as políticas de turismo contribuem na reprodução do turismo sexual quando vinculam essas imagens. Também, o Código Mundial de Ética no Turismo<sup>5</sup> reconhece este problema da imagem ao incentivo do Turismo Sexual em seu sexto artigo, “da obrigação dos agentes de desenvolvimento turístico”, no qual afirma que os meios de comunicação não devem facilitar o turismo sexual. No mesmo sentido, aponta Bignami (2002) que a imagem do Brasil no Turismo tem sido construída em cinco eixos: Brasil Paraíso, Lugar de Sexo Fácil, País do Carnaval, Lugar do Exótico e do Místico, Brasil do Brasileiro (sendo este último uma série de características, entre elas a ausência de racismo).

Esta importância das imagens e imaginários é evidenciada pelas análises que demonstram que uma das dimensões do turismo<sup>6</sup> é a comunicação (e informação). Conforme Wainberg (2003) é

através da comunicação que se produz a motivação para o deslocamento turístico. Também Gastal (2005) aponta a importância das imagens de um destino e dos imaginários (representações, sentimentos) que mediam as relações entre turistas, destino, residentes. Acrescenta-se ainda a percepção do marketing que evidencia a importância da mídia na tomada de decisão do consumidor do turismo, ou seja, o papel das imagens administradas para atrair turistas, conforme Nielsen (2002).

### *Identidade Nacional Brasileira e Turismo Sexual*

Perpassando a relação do turismo com as imagens e os imaginários, esta a relação do turismo com a(s) identidade(s), conforme Hall (2005). Santos e Gayer (2006) demonstram o uso que a propaganda turística institucional faz da identidade nacional brasileira construída em torno da mestiçagem. Bem (2005) também demonstra essa relação da identidade nacional com a propaganda e vai além: demonstra que a identidade nacional, vinculada a imagem da mulata e da mestiçagem harmônica e sexual, utilizada na propaganda turística é uma das causas fundamentais do turismo sexual no Brasil.

A partir da independência do Brasil, em 1822, o Estado e os intelectuais (que somavam as funções de literatos, jornalistas, historiadores, geógrafos, etc.) voltaram-se para a construção de uma Identidade Nacional. Desde este início, a identidade brasileira está vinculada à questão racial e imersa em uma série de disputas sociais. Essa abordagem racial assumiu, primeiramente, uma perspectiva biológica – a constatação da mestiçagem desses grupos formadores da nação foi interpretada como negativa. Em seguida, passou a ser positivada com o objetivo de branquear o país, constituindo a ideologia do branqueamento vinculada à política de imigração européia no pós-abolição, surge, então a figura do(a) mulato(a) (negro em processo de branqueamento). Em 1933, com a publicação de *Casa Grande e Senzala*, Gilberto Freyre se propõe a uma mudança de perspectiva biológica para a cultural (MATÍNEZ-ECHAZÁBAL, 1996) e a mestiçagem torna-se o grande elemento constitutivo da identidade nacional e o mulato passa a ser exaltado. Isso se dá em um contexto de falência do projeto de branqueamento e de pressões dos grupos negros por inclusão (como exemplo a Frente Negra Brasileira), em que a elite esforça-se para construir uma identidade nacional que de alguma forma englobe o negro e oculte o racismo. Aliado ao elemento racial acrescenta-se o de gênero, tendo em vista que na obra de Freyre um dos elementos centrais é a sexualidade<sup>7</sup>. Imediatamente surgem críticas (por exemplo, no jornal *O Quilombo*) a esta interpretação de mestiçagem harmônica. Na década de 1950, o projeto Unesco, no qual participou Florestan Fernandes, buscou analisar a interpretação de Freyre e concluiu que era incorreta, mas a identidade nacional vinculada a mestiçagem já estava consolidada e ainda hoje é defendida por muitos intelectuais<sup>8</sup>.

Ressalta-se que o esforço do Estado para construir a identidade nacional não é centrado

apenas nos intelectuais. No Brasil, o governo de Getúlio Vargas, especialmente no Estado Novo, esforçando-se em construir uma identidade nacional, tornou o carnaval símbolo nacional, criou o Dia das Raças, nacionalizou a capoeira, para celebrar a harmonia racial do Brasil. O Estado Novo cria também o Departamento de Imprensa e Propaganda (conforme CAPELATO, 2001) que era composto de cinco Divisões: Divulgação, Radiodifusão, Cinema e Teatro, Imprensa e Turismo. Segundo Caetano (2004, p.6) “a Divisão do Turismo encarregava-se da divulgação do Brasil no exterior, com a finalidade de incentivar o turismo”, editou para isto folhetos em língua estrangeira e duas revistas *Travel in Brazil* e *Brasil Novo*. Neste momento o turismo passa a ser mais um elemento de consolidação da identidade nacional através de uma imagem do país divulgada no exterior com repercussão interna. Essa imagem é construída em torno de uma série de disputas referentes à identidade, e neste sentido, o turismo colabora com a divulgação da harmonia racial brasileira – segundo Lacerda (1994) a divisão de Turismo utiliza intensamente o recurso fotográfico para divulgar o regime, exaltar a nacionalidade incluindo seus atributos raciais.

Conforme Beni (2006) é em 1966 que o turismo passa a ter uma maior relevância para o Estado Brasileiro com a criação da EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo e do CNTUR (Conselho Nacional de Turismo). Neste contexto, de Ditadura Militar no Brasil (1964-1984) e transição para a globalização neoliberal, a EMBRATUR divulga intensamente a imagem do Brasil como paraíso das mulatas. Assim, reafirma a identidade nacional consolidada por Gilberto Freyre em torno da mestiçagem / sexualidade, e agrega o imaginário de paraíso construído pelos viajantes europeus durante o colonialismo na América Latina. Segundo Aoun (2001), esse paraíso é agora jardim das delícias, rico em prazeres.

### *Dimensões simbólicas do consumo no Turismo Sexual*

A partir da criação da EMBRATUR, em um contexto de transição para a globalização capitalista neoliberal, outro fator que passa a atuar na disputa pela construção da imagem do Brasil no Turismo e pressionar pela vinculação do imaginário do paraíso das mulatas: são as empresas do setor de turismo, muitas multinacionais, que passam a receber uma série de subsídios do governo. A política de turismo e imagem passa a ter um caráter mercadológico mais evidente, além do caráter institucional vinculado a identidade nacional, além do biopoder.

O Turismo Sexual enquanto um segmento de mercado, enquanto consumo, carrega intrinsecamente as dimensões analisadas anteriormente e implica a dimensão simbólica do capitalismo que possibilita transformar tudo em mercadoria.

A imagem, os imaginários e a(s) identidade(s), apesar de não corresponderem simplesmente a uma função mercadológica no turismo, são instrumentalizadas pelos empresários do setor e pelas políticas de divulgação, como atrativos para o consumo turístico. Canclini (1983), Choay (2001) e

Carvalho (2004) apontam a problemática do consumo cultural, da apropriação de práticas culturais pelo capitalismo, da indústria do entretenimento e da espetacularização – citando o turismo como um dos agentes desse processo.

Segundo Bem (2005, p.95) esse processo de comercialização das mulatas brasileiras começa a mudar na década de 1990, com uma campanha “Turismo sexual: o Brasil está de olho”, como primeira tentativa de reverter esse processo. Em janeiro de 2003 foi criado o Ministério do Turismo, então, a Embratur, passou a “concentrar-se na promoção, no marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior”<sup>9</sup>, criando o “Plano Aquarela” com o objetivo de reposicionar a imagem do Brasil no exterior.

### *Referências Bibliográficas*

- ANJOS, José Carlos dos. Sexualidade juvenil de classes populares em cabo verde: os caminhos para a prostituição de jovens urbanas pobres. In: **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, n. 1, 2005. p .163 – 177.
- AOUN, Sabah. **A procura do paraíso no universo do turismo**. Campinas, SP: Papirus,2001.
- ARAÚJO, Ricardo Benzaquen de. **Guerra e paz: Casa-Grande e Senzala e a obra de Gilberto Freyre nos anos 30**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.
- BARRETTO, Margarita. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. In: **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 9, n. 20, 2003. p. 15-29
- BEM, Ari Soares de. **A Dialética do Turismo Sexual**. Campinas: Papirus, 2005.
- BENI, Mário. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.
- BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002
- CAETANO, R. **A publicidade e a imagem do produto Brasil e da mulher brasileira como atrativo turístico**. In: Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27, Porto Alegre. São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CAPELATO, Maria Helena. Estado Novo: novas Histórias. In: FREITAS, Marcos Cezar de (org). **Historiografia brasileira em perspectiva**. São Paulo: Contexto, 2001.
- CARVALHO, José Jorge. **Metamorfoses das Tradições performáticas Afro-Brasileiras:de Patrimônio Cultural a Indústria de Entretenimento**. In: Série Antropologia, Brasília, 354, 2004. Disponível em <<http://www.unb.br/ics/dan/Serie354empdf.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2007.
- CEZAR, Temístocles. Como deveria ser escrita a história do Brasil no século XIX. Ensaio de história intelectual. IN: PESAVENTO, Sandra. **História Cultural: experiências de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Editora UNESP, 2001.
- CUNHA, Olívia Maria. Reflexões sobre biopoder e pós-colonialismo: relendo Fanon e Foucault. In: **Mana**, Rio de Janeiro, v.8, n.1, 2002.p. 149-163
- FANON, Franz. **Peles negras, máscaras brancas**. Rio de Janeiro: Factor, 1983.
- FEIJÓ, Fernando; CALAZANS, Flávio. **A imagem internacional do turismo sexual no Brasil: o**

- “prostiturismo” no marketing turístico. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/2002/np03/NP3FEIJO.pdf>> Acesso em: 30 nov.2007
- FORD, Nicholas. Book reviews: CLIFT, Stephen; CARTER, Simon. *Tourism and sex: culture, commerce and coercion*. Londres: Cassell, 1999. In: **Tourism Management**, vol. 24, 2003. p. 228-231
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1986.
- \_\_\_\_\_. **História da sexualidade**. Vol. 1 A vontade de saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1993.
- \_\_\_\_\_. **Genealogía del racismo**. Buenos Aires: Altamira, 1996.
- FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & Senzala**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- GASTAL, Susana. **Turismo, Imagens e Imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.
- GILROY, Paul. **O atlântico negro: modernidade e dupla consciência**. São Paulo: Ed. 34, 2001.
- GUIMARÃES, Antônio Sérgio. Como trabalhar com “raça” em sociologia. In: **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 29, n. 1, 2003.p. 93-107.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- \_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.
- LACERDA, Aline. A "Obra Getuliana" ou como as imagens comemoram o regime. In: **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 7, n. 14, 1994, p. 241-263.
- MATÍNEZ-Echazábal, Lourdes. O culturalismo dos anos 30 no Brasil e na América Latina: deslocamento retórico ou mudança conceitual? In: MAIO, Marcos (org). **Raça, ciência e sociedade**. Rio de Janeiro: Fiocruz/CCBB, 1996.
- MOESCH, Marutscka. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.
- MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- NASCIMENTO, Elisa Larkin. **O sortilégio da cor: identidade, raça e gênero no Brasil**. São Paulo: Selo Negro, 2003.
- NIELSEN, Christian. **Turismo e Mídia: o papel da comunicação na atividade turística**. São Paulo: Contexto, 2002.
- ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- PISCITELLI, Adriana. **Gênero e Racialização no Contexto de Relações Transnacionais - Comentários a partir de uma leitura das relações presentes no Turismo Sexual em Fortaleza (Ceará, Brasil)**. Disponível em: <http://www.lpp-uerj.net/olped/documentos/ppcor/0274.pdf> 2005> Acesso em: 15 ago.2007.
- PORTER, Roy. História do corpo. In: BURKE, Peter (org). **A escrita da história: novas perspectivas**. São Paulo: Editora UNESP, 1992.
- RICHTER, Linda. Explorando o papel político do gênero na pesquisa de turismo. In: THEOBALD, William (org). **Turismo Global**. São Paulo: Editora SENAC, 2002.
- SANTOS, R.; GAYER, P. **Imagens de um País: da Mestiçagem à “Marca Brasil”**. In: Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29, 2006, Brasília. São Paulo: Intercom, 2006.
- CD-ROM

SCOTT, Joan. História das mulheres. In: BURKE, Peter (org). **A escrita da história: novas perspectivas**. São Paulo: Editora UNESP, 1992.

SILVEIRA, Emerson. **Por uma Sociologia do Turismo**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

SKIDMORE, Thomas. **Preto no branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

THEODORO, Helena. **Racismo, Sexismo e Subjetividade das Mulheres Negras**. In: Boletim Pensando com o Gênero – Núcleo de Estudos Contemporâneos da UFF. Disponível em: <<http://www.historia.uff.br/nec/textos/doss1-3.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2007.

WAINBERG, Jacques. **Turismo e Comunicação: a indústria da diferença**. São Paulo: Contexto, 2003.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo pela PUCRS e Bacharel em História pela UFRGS. Atualmente sou Mestranda em Sociologia na UFRGS, desenvolvendo a dissertação intitulada “Brasil: paraíso das mulatas? Políticas Públicas do Ministério de Turismo de Combate ao Turismo Sexual”. Também estou completando o Curso de História da UFRGS com a Licenciatura. E-mail: marianaselister@gmail.com

<sup>2</sup> Internacionalmente destaca-se a Assembléia Geral da Organização Mundial do Turismo (no Cairo) sobre a prevenção do turismo sexual organizado, outubro de 1995; o Código de Conduta para a proteção da criança da exploração sexual em viagens e no turismo; o Código Mundial de Ética no Turismo; o Fórum Mundial de Turismo – Destinations Nacionalmente, destaca-se que as três primeiras edições (2004, 2005, 2006) do Fórum Mundial de Turismo – Destinations foram realizadas no Brasil. Ações do Instituto Hospitalidade . O setor público brasileiro também tem apresentado algumas iniciativas neste sentido. A CPMI da exploração sexual (2003-2004), o VI Relatório Nacional Brasileiro à Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher CEDAW (2001-2005), apontaram o problema do turismo sexual. O Ministério da Justiça, o Unicef e a Secretaria Especial de Direitos Humanos, com apoio da Embratur, criaram o RECRIA (Rede de Informações sobre violência sexual de crianças e adolescentes), a partir da iniciativa na ONG CECRIA, para auxiliar no combate a exploração sexual. Os dados já levantados apontam o turismo sexual como uma das modalidades principais de exploração sexual, especialmente nas regiões centro-oeste, nordeste e sudeste do país.

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.cecria.org.br>

<sup>4</sup> Disponível em <http://www.ecpat.net>

<sup>5</sup> Disponível em [http://www.unwto.org/code\\_ethics/sp/global.htm](http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm)

<sup>6</sup> Conforme Moesch (2000, p. 9): “O Turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade”.

<sup>7</sup> Cita-se o capítulo IV- O escravo negro na vida sexual e de família do brasileiro, no qual o autor descreve, entre outras passagens relacionadas à sexualidade, a iniciação sexual dos senhores brancos com as escravas mulatas.

<sup>8</sup> Cita-se para a compreensão dos debates intelectuais em torno da construção da identidade nacional e sua vinculação a perspectiva racial: MUNANGA (1999), ORTIZ (1994) e SKIDMORE (1989). Cita-se também que alguns autores, como Araújo (1994), insistem em argumentar que Freyre não enfatizava a questão racial e por isso sua idéia de mestiçagem não seria a defesa da existência de uma democracia racial brasileira. Discorda-se da interpretação destes autores, pois ela negligencia a relação saber - poder e assim as utilizações de Freyre, bem como, desconsideram a manutenção de Freyre da perspectiva racial e do biopoder, que apresenta sim diferenças, mas não rupturas.

<sup>9</sup> Disponível no site do Ministério do Turismo <http://institucional.turismo.gov.br/>