

Dinâmicas territoriais urbanas: a articulação do turismo e as profissionais do sexo em Goiânia – Goiás – Brasil

5-Dinâmica urbana

Lima, Adriana ^{1(*)}; Silva, Janete ²

1 - Unesp | (*) Brazil 2 - UFG

Resumen:

O presente trabalho objetiva fazer uma abordagem a partir da análise geográfica das dinâmicas territoriais urbanas exercidas pelos encontros de territorialidades do turismo (em especial, o turismo de negócios e eventos) e as profissionais do sexo na capital goiana. Para isto, partiremos da análise territorial proposta por Saquet (2007), onde o autor considera de suma importância à apreciação das perspectivas políticas, econômicas, culturais e de natureza exterior ao homem, através das dimensões materialista e idealista. Um outro ponto de partida é a compreensão muitas vezes polêmica da palavra turismo. Desta forma, consideraremos a concepção de turismo de Pinheiro apud Batista (1997, p. 40), que o entende como “um fenômeno humano e social que constituirá no deslocamento de pessoas provisório e limitado no tempo, de forma a que tal não implique a transferência do local habitual de vivência, tendo como causa fundamental motivações diversas (que poderão ir do simples lazer aos aspectos de ordem profissional) e que tem subjacente, ao aproveitamento dessa deslocação, um misto de evasão do ser humano no seu próprio etno-ecossistema em que está inserido, por um lado, e, por outro, a resultante da descoberta de elementos novos de outros meios e culturas, que de forma mais ou menos vincada não deixarão de produzir efeitos de aculturação e/ou enculturação no campo dos costumes e mesmo de idéias”. Sendo assim, objetivamos entender questões de cunho histórico e cultural, partindo da compreensão da sexualidade. Para constatar como se dá esta relação na cidade de Goiânia, foram realizados como etapa desta pesquisa, principalmente métodos de coleta de informações em revisões bibliográficas a respeito dos temas turismo, território, aspectos sobre a cidade pesquisada e bibliografias mais diretamente voltadas para o tema em questão. Porém, é de primordial importância as coletas realizadas em campo, através de entrevistas com as profissionais do sexo e trabalho do trade turístico – motoristas de táxi, recepcionistas de hotel, etc. Nesse sentido, verifica-se a idéia de que, para os turistas e até mesmo para parte da população, a mulher goianiense é projetada como um objeto, um produto para ser usado como peça de marketing para a cidade. Ainda de acordo com as entrevistas, os principais pontos de prostituição em Goiânia que estão ligados ao turismo são os clubes, algumas casas de shows e o próprio *trade* turístico da cidade. E também há uma relação financeira direta entre os que oferecem os serviços de acompanhante e os que participam desta cadeia. Por fim, a prostituição atrelada ao turismo é uma deformação do turismo. Segundo Bem (2005, p. 20), este não pode ser visto isolado do desenvolvimento do próprio turismo, sua existência está intimamente vinculada aos modelos de desenvolvimento da atividade, historicamente constituídos.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A sexualidade, em seus diversos aspectos, tem sido alvo de inúmeros estudos no atual contexto da sociedade mundial. Ela evoluiu e vem se modificando ao longo dos anos, tomando contornos complexos, como a pedofilia, a exploração sexual de crianças e adolescentes, a prostituição, inclusive a homossexual, o tráfico de seres humanos para atividades sexuais, a pornografia, o turismo sexual, entre outros.

Um dos fenômenos decorrentes da sexualidade, mencionado acima e que nos interessa neste estudo é a prostituição feminina, que existe desde os primórdios da civilização, e sua interligação com o turismo. Para Barbosa (2002), a prostituição feminina é um fenômeno que começou no início do século XVI, atingindo seu auge no século XVIII. O turismo, por ser também um dos enfoques desta pesquisa, bem como o de turista de demanda e de oferta, todos estes estão interligados por uma rede que se forma na denominação do caráter de formação desta atividade na cidade de Goiânia.

Da aproximação desses fatores sociais, surge o turismo sexual, Leite (2003, p. 66) o define como “o tipo de turismo que está baseado em relações desiguais entre países, reproduzindo ideologias e práticas racistas e sexistas, fundadas em relação de desigualdade social, econômica, política e cultural”. Essa modalidade de turismo caracteriza-se por um jogo de poder masculino e “submissão” feminina, em que os turistas sexuais procuram pelo estereótipo feminino (exótico, dócil, belo e sexo fácil) encontrado no terceiro mundo.

Portanto, concordamos com a afirmação de Soares do Bem, de que o turismo sexual é uma deformação do turismo, pois ele surge devido à falhas e falta de assistência econômica e cultural por parte do Estado; e sua existência gera outros impactos sociais negativos. O turismo sexual denigre a imagem do país em que está inserido, ficando reconhecido como “o país do sexo” ou “a terra da prostituição”, que promove como atrativo turístico, suas “belas mulheres”.

Adotaremos o termo “trabalhadoras do sexo” para designar as mulheres que trabalham no ramo do sexo, pois como qualquer outra atividade, elas oferecem sua força de trabalho (o corpo) em troca de remuneração. As trabalhadoras do sexo tentam se legitimar exatamente pela falta de outras oportunidades de trabalho rentáveis. Roberts (1998) afirma que a emergência do termo “trabalhadoras do sexo” ou “profissionais do sexo”, para se referir àquelas que exercem a prostituição ou se dedicam ao “comércio de sexo” remete ao surgimento, a partir de meados da década de 1970, dos movimentos sociais de defesa dos

direitos desse segmento e da proposição de re-significação da prostituição, isto é, do “trabalho sexual” como “um trabalho como outro qualquer”.

Para se discutir as relações estabelecidas entre o turismo - enquanto fenômeno - e a prostituição, parte-se da análise de Pinheiro *apud* Baptista (1997), que conceitua o turismo:

Como fenômeno humano e social que constituirá no deslocamento de pessoas, provisório e limitado no tempo, de forma a que tal não implique a transferência do local habitual de vivência, tendo como causa fundamental motivações diversas (que poderão ir do simples lazer aos aspectos de ordem profissional) e que tem subjacente, ao aproveitamento dessa deslocação, um misto de evasão do ser humano no seu próprio etno-ecossistema em que está inserido, por um lado, e, por outro, a resultante da descoberta de elementos novos de outros meios e culturas, que de forma mais ou menos vinculada não deixarão de produzir efeitos de aculturação e/ou enculturação no campo dos costumes e mesmo de idéias (PINHEIRO *apud* BAPTISTA, 1997, p. 40).

Para que possamos analisar as trabalhadoras do sexo e sua relação com o fenômeno do turismo, é necessária atenção às questões propostas pelo autor, e às relações de poder inerente às culturas tidas como desenvolvidas e às subdesenvolvidas ou em desenvolvimento, como é o caso do Brasil.

MÉTODOS E METODOLOGIAS NO CONTEXTO DO TURISMO SEXUAL

Na metodologia, serão buscadas fontes bibliográficas que abordem a problemática do turismo e da prostituição, desde os primórdios até a atualidade. Sabendo da dificuldade de acesso a estas fontes, iniciaremos com pesquisas reconhecidas em âmbito nacional dentro da geografia, como os autores Miguel Ângelo Ribeiro e Rogério de Matos, que têm estudado desde o início da década de 1990 a relação da prostituição com o turismo na cidade do Rio de Janeiro. Serão utilizados ainda alguns documentos e pesquisas oficiais realizados por órgãos governamentais, como a Prestaf-Brasil, além de nomes relevantes quando se trata de questões referentes diretamente ao turismo, como Almeida (2006), Ruschman (1997), Burns (2002), Youell (2002), entre outros.

Para respaldar a parte empírica da pesquisa, foram realizadas ainda entrevistas pessoalmente com motoristas de táxi e com recepcionistas de hotéis no centro da cidade e, ainda, com as trabalhadoras do sexo, estas vias telefone, em virtude da dificuldade de acesso. Do universo de pesquisas, as tentativas são muitas, com pouco sucesso. A prostituição de luxo

é muito bem ofuscada, e por isso encontramos muitas dificuldades de acesso às informações necessárias ao andamento ideal da pesquisa.

Além disso, obtivemos dados referentes à Goiânia através de agências especializadas, como a Agetur, o Sebrae e a Prefeitura de Goiânia.

Relativo às entrevistas coletadas de jornais e *sites* da internet, foram coletadas informações sobre a quantidade de anúncios de casas de show e acompanhantes durante a semana, além de entrevistas e reportagens referente ao tema de interesse.

3. O TURISMO DE NEGÓCIOS NA CAPITAL GOIANA E SUA RELAÇÃO COM AS TRABALHADORAS DO SEXO

Goiânia localiza-se no Planalto Central Brasileiro (Figura 1). Capital do Estado de Goiás é considerada uma das cidades mais modernas e com grande relevância econômica na Região Centro-Oeste.

Devido à sua localização geográfica - no centro do país e próximo à Brasília - é considerada como uma cidade que proporciona bom deslocamento, beneficiando assim negócios nos segmentos de atacado e distribuição (SEPLAN, 2003). Este fator também está condicionado à boa malha rodoviária concentrada em alguns pontos, principalmente ao Sul do Estado. Outro fator atrativo a investimentos é a sua infra-estrutura, tanto pela qualidade dos transportes quanto pelo atendimento do *trade* turístico, o que tem proporcionado um incremento no turismo de negócios e eventos. Segundo dados da Seplan (2003), estes segmentos do turismo são alguns dos que compõem o potencial da cidade, complementados ainda pelo turismo histórico e de parques.

Devido à importância do turismo de negócios em Goiânia, tem havido significativos investimentos em infra-estrutura básica utilizada pelo turista.

No que diz respeito aos transportes, alguns dados comprovam a melhoria em sua qualidade. O aeroporto Santa Genoveva conta, atualmente, com a atuação de sete companhias aéreas que são: Tam, Gol, Sete, Passaredo, Trip, Ocean Air e Total, com uma frequência diária de 40 vôos, transportando aproximadamente 905.000 passageiros, segundo dados da Infraero *apud* Sebrae (2002). As cidades que mais emitem passageiros com destino à Goiânia são Brasília e São Paulo. De acordo com dados do Departamento de Aviação Civil - DAC *apud* Embratur (2004), no ano de 2002, Brasília emitiu 120.780 passageiros à Goiânia, e São Paulo, 221.060 pessoas, o que corresponde a quase 90% do total brasileiro dos passageiros que desembarcam em Goiânia. Com o aumento na demanda de serviços turísticos, há uma

preocupação com a qualidade dos serviços ofertados na área de transportes. O aeroporto Santa Genoveva passa, atualmente, por investimentos em ampliação de sua pista de pousos e decolagens e reforma das salas de espera, proporcionando ao turista mais conforto e qualidade.

Relativo ao *trade* turístico, podemos observar um vasto crescimento nos investimentos na rede hoteleira. De acordo com dados do Goiânia Convention & Visitors Bureau (2006), a capital contava em 2001 com mais de 5 mil apartamentos distribuídos em aproximadamente 100 hotéis. Em 2002, foi registrado um crescimento de 5% na instalação de novos empreendimentos hoteleiros de acordo com dados do Sindicato de Hotéis de Goiânia – SIHGO (2004). Estima-se que, para o ano de 2008, esse número chegue a 140 hotéis.

Já quanto à quantidade de motéis, o SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), divulgou que em agosto de 2002, havia em Goiânia 26 motéis. Em 2007, em pesquisa realizada pela mesma fonte, consta que apenas na BR-153, em Aparecida de Goiânia e Goiânia, existem mais de 220 motéis. O Sebrae em Goiás criou o Projeto Metrópole, formado por empresários do ramo, com o objetivo de criar um selo de qualidade para os motéis, a fim de dar mais segurança aos clientes e padronizar os serviços oferecidos.

No setor de alimentação, dados de 2002, revelam que o número de restaurantes na capital gira em torno de 800, ou seja, um número considerável para poder atender ao aumento da taxa de crescimento de turistas na cidade.

De acordo com os dados apontados, sugere-se que haja, durante os últimos anos, um aumento no número de eventos e de serviços direcionados ao turismo, ocasionando um crescimento no número de turistas que vêm à cidade.

Goiânia é apontada como a capital de baixo custo para realização de eventos e, por isso, tem notado um avanço na realização dos mesmos nos últimos anos. Em entrevista concedida ao jornal “*O Popular*” em novembro de 2007, Sandra Méndez, presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos – ABEOC – Goiás, afirma que Goiânia deve registrar um incremento de 5% a 8% na realização de eventos em 2008. O crescimento do turismo de negócios previsto para a capital é baseado nos 220 eventos anuais realizados no Centro de Convenções de Goiânia.

circulação diária em Goiânia. Além de levantamento, pesquisas realizadas em campo, mostram que há, aproximadamente, vinte casas de *shows* em Goiânia, ou seja, no período de seis anos, houve um aumento significativo de 333% nas casas de *show* da capital (Ver quadro 01). São ambientes que oferecem *shows* de *strip-tease* e serviços de acompanhantes, sendo que todos os serviços disponibilizados são preferencialmente, destinados ao público masculino.

Quadro 01 - Localização das casas de *shows* em Goiânia e Região Metropolitana - 2008.

Casas de show em Goiânia	Endereço
1 American Bar	Jardim América
2 Amarelinho Casa de Show	Saída p/ Nova Fátima
3 Big Show	Setor Negrão de Lima
4 Boate Glamour	BR-153
5 Boate Ilha Bela	Vila Brasília
6 Boate London	Setor Campinas
7 Boate Palacium	Vila Maria
8 Boate Paraíso	Setor São Judas Tadeu
9 Boate Recanto	Bela Vista
10 Casanova Club	Vila Brasília
11 Class Night Club	Vila Brasília
12 Drive-in	Setor Negrão de Lima
13 Estância MM	Setor Nossa Senhora de Lourdes
14 Extase Privê Clube	BR-153
15 Kelly Empreendimentos	Jardim América
16 Luau Drinks	Cidade Jardim
17 Platinnium	Conjunto Caiçara
18 Real Privê	Santa Luzia
19 Sahara Privê	Parque Oeste Industrial
20 Wiskeria Crystal	Vila Mauá

Fonte: GPGuiaNet, oquerola.com, agendagyn.com.br, telelistas.com e listaonline.com.br.
Elaboração/Organização: Adriana Lima e Valquíria P. Oliveira (2008).

As informações sobre a prostituição de alta renda são muito difíceis de obter devido, principalmente, ao sigilo mantido em relação aos clientes atendidos.

Pesquisa feita por Lopes *et al.* (2007) aponta que em todas as casas de *shows*, os gerentes afirmam que o lucro obtido advém do consumo de bebidas e do valor pago pelo cliente para entrar na casa, que varia entre 50 e 75 reais. Os dados mostram, também, que os gerentes afirmam que, caso os clientes negociem outros serviços com as garotas da casa, qualquer programa ocorre fora do ambiente da casa de *shows*, ou seja, essas casas não disponibilizam programas, mas sim *shows* de *strip-tease* com dançarinas e modelos. De forma alguma, utilizam o termo “trabalhadoras do sexo” ou afins para caracterizá-las. Afinal, favorecimento da prostituição é considerado crime no Brasil.

Ainda encontram-se na capital algumas casas de *shows* adaptadas à realização de eventos. São três estabelecimentos que juntos somam 6.900 assentos, realizando cerca de 4,6% dos eventos na capital no ano de 2001 (SEBRAE, 2002). As casas de *shows*, para receberem a este público em crescimento, estão cada vez mais melhorando seus espaços.

A comunicação articulada das trabalhadoras do sexo pode acontecer via anúncios em jornais de grande circulação - como “*O Popular*” e “*Diário da Manhã*”; *sites* especializados na *internet* (soasgatas.com, gatasgyn.com, asbelasdegoiania.com, estão dentre os mais conhecidos); panfletos distribuídos nas praças e avenidas com grande movimento de pessoas (Figuras 01, 02 e 03); e *outdoors*. Além disso, as trabalhadoras do sexo trabalham em locais de fácil acesso para a visão dos turistas, isto é, próximo às entradas da cidade (Figura 04).



Figura 02 - Panfleto casa de *show* em Goiânia - Real Privê (2007).

Além destes meios, as garotas utilizam também de uma rede de relações tecidas através de recompensas ou ‘comissões’ para motoristas de táxi, recepcionistas de hotéis e motéis, seguranças de boates, entre outros, articulando-se em grande circulação. Estes fatos são comprovados em depoimentos coletados em campo de profissionais da área, que muitas vezes relacionam a procura de sexo a turistas que vêm a negócios a Goiânia.

Para eles, a capital goiana é tida como sendo a “capital das mulheres bonitas”. Verifica-se a idéia de que, para os turistas e até mesmo para parte da população, a mulher goianiense é projetada como um objeto, um produto a ser usado como peça de *marketing* para a cidade.

Conforme entrevista com um motorista de táxi com ponto em frente ao Hotel Araguaia (Rua 20 com Avenida Araguaia, no Setor Central), o turismo na capital é essencialmente de

negócios, ou seja, o turista vem com uma motivação o que não o impede de praticar outras atividades:

Bom, nós atendemos muitas pessoas que vêm a trabalho, né? ...Nas empresas. E Goiânia, como não tem assim..., muito fluxo de turismo, não tem muita atração turística, eles vêm mais é mesmo pra trabalho. As pessoas vêm mais a trabalho (V. G. A., motorista de táxi).

Nos momentos em que não têm atividades de negócios, os visitantes pedem o serviço de acompanhante que, muitas vezes é oferecido pelo próprio hotel no qual se hospeda. Ainda de acordo com o mesmo motorista de táxi:

A procura por diversão são as boates. Isso aí sem dúvida, porque Goiânia é tido como a cidade de mulheres bonitas e atraí. Acaba atraindo muitos turistas até de fora, até de outros países, né? ...Para vir conhecer nossa cidade (V. G. A., motorista de táxi).

Em alguns casos, até mesmo os motoristas de táxi oferecem tais serviços, pelo fato de ganharem uma boa quantia em dinheiro das casas de shows para conduzir o turista até lá. Um motorista de táxi, questionado sobre os valores pagos, ele assegura que:

Geralmente, as casas dão uma comissãozinha. Eles não dão uma comissão, dão uma gratificação. Dão uma gratificação pra nós (sic) (V. C. C., motorista de táxi).

Estes valores podem variar de dez (R\$ 10,00) a cinquenta reais (R\$ 50,00) de comissão por pessoa conduzida até o clube. Segundo o motorista V. G. A.:

“Hoje tem variedades. A Casa Nova, por exemplo, oferece cinquenta reais por cliente, a Real Privê oferece trinta e cinco e a Platinum oferece vinte e cinco por cliente. Se levar quatro pessoas, cem reais e por aí por diante” (V. G. A., motorista de táxi).

Outra característica destacada é que, em alguns casos, as acompanhantes só suprem o papel de companhia mesmo, caso comum entre turistas estrangeiros com idade mais avançada. Ainda segundo o motorista de táxi V. G. A.:

Olha, muitas vezes, eles procuram acompanhante mais assim como companhia mesmo. São pessoas idosas. Geralmente, são pessoas da Itália, espanhóis, são os mais freqüentes por aqui. Eles procuram as garotas pra acompanhar eles, pra servir de companhia, mas pra desfilarem mesmo com a companhia (V. G. A., motorista de táxi).

Ainda de acordo com as entrevistas, os principais pontos de prostituição em Goiânia que estão ligados ao turismo são os clubes, algumas casas de *shows* e o próprio *trade* turístico

da cidade. E também há uma relação financeira direta entre os que oferecem os serviços de acompanhante e os que participam desta cadeia.

Em entrevista realizada com uma profissional do sexo de Goiânia, constata-se a afirmação feita:

Os hotéis são como cafetão. A gente tem que pagar uma parte pra eles, senão eles dão preferência pra quem paga mais. A gente costuma dar de 30 a 50 reais. Mas se uma colega disser que dá 80 ou 100, eles dão preferência e diz que a gente não tá atendendo naquele dia (Adriana, garota de programa, 39 anos).

Com essas entrevistas, pode-se notar que a prostituição relacionada ao turismo tem uma existência concreta e viabilizada por uma rede bem articulada em Goiânia.

A rede em que a cadeia de articulação do turismo se encontra revela-se interligada em diversos pontos, como mostra a figura 03, e todos estão direcionados com as trabalhadoras do sexo.

Em pesquisa feita com trabalhadoras do sexo de Goiânia, verifica-se que dentre um universo de dezoito garotas, apenas seis responderam a questões relacionadas aos serviços oferecidos pelas mesmas. Isto nos leva a crer que existe uma certa resistência, revelando um medo de serem identificadas e expostas, já que algumas delas possuem trabalho fixo e são casadas. A maioria das entrevistadas revelou que está neste tipo de trabalho porque gosta e outras dizem que é por dinheiro. Para entendermos melhor como se dá esta inserção, apresentamos a seguir alguns dados a respeito de mercado da prostituição em Goiânia.

Segundo entrevistas realizadas com as profissionais do sexo, a maioria delas está vinculada a algum agenciador, trabalham por conta própria ou são dançarinas nas casas de *show*.

Além disso, elas costumam cobrar por programa, uma média de cem a trezentos reais, variando conforme o tempo e as exigências do cliente. Esse valor, algumas vezes, pode chegar a 15 mil reais por mês, o que ultrapassa em muito a expectativa de salário que o mercado formal oferece em Goiânia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diz-se, de senso comum, que o alvo das práticas sexuais relacionadas ao turismo no mundo, tem sido os lugares litorâneos. Diversas reportagens e pesquisas levantadas a respeito do tema indicam este sentido. No Brasil, as pesquisas também apontam na mesma direção: cidades litorâneas concentram, em sua maioria, os índices de turismo sexual. Um exemplo é a

pesquisa de Ribeiro (1998; 2003) que segue nesta linha de demonstração da prostituição em cidade litorâneas no caso o Rio de Janeiro e verifica que este tipo de prostituição ocorre mais nas ruas destas cidades.

Há variações em todo o Brasil, quanto à junção sexo – turismo. No Nordeste, por exemplo, prevalece a prática do turismo sexual, por ser um dos maiores receptores de turistas no Brasil; no Sul, predomina a exploração sexual de meninos e meninas de rua e tráfico de seres humanos; no Sudeste, acentuam-se o pornoturismo² e a exploração sexual comercial; no Norte, os garimpos propiciam as formas mais violentas de exploração sexual; e no Centro-Oeste, prevalece a exploração sexual em prostíbulos fechados.

Porém, outro dado revelador nos instiga: a maior parte dos casos de tráfico internacional de pessoas está ligada à intensa atuação de redes internacionais de prostituição associadas ao turismo no Brasil.

No Estado de Goiás, especificamente, impera a exportação de mulheres, crianças e adolescentes para mercados internacionais e nacionais, configurando assim, o tráfico de seres humanos.

Relatório da Organização Internacional do Trabalho (OIT), divulgado dia 26 de março de 2007, revela que mais de um milhão de mulheres no planeta trabalham nessa prática e enriquecem as redes do tráfico de pessoas. O negócio fatura US\$ 32 bilhões por ano. Já em Goiás, há uma estimativa de que sete (7) mil goianas prostituem-se no exterior, informa a Assessoria Internacional do Estado, em pesquisa realizada pelo jornal Diário da Manhã de 27 de março de 2007. De acordo com a mesma fonte, a maior parte dessas mulheres estão na Espanha, Portugal, Itália, Suíça, Bélgica, França, Holanda e Inglaterra.

O tráfico internacional de pessoas caracteriza-se por promover, intermediar ou facilitar a entrada, no território nacional, de pessoa que venha a exercer a prostituição ou a saída de pessoa para exercê-la no estrangeiro: Pena – reclusão, de 3 a 8 anos e multa (CP, art. 231).

O Estado de Goiás lidera o ranking brasileiro, sendo o Estado com o maior número de denúncias e casos investigados sobre o tráfico de mulheres para a prostituição na Europa. Dados da Polícia Federal mostram que de 2004 aos dias atuais, a PF recebeu 61 denúncias de Goiás relacionadas ao tráfico de pessoas; e também 59 inquéritos foram instaurados contra pessoas envolvidas nesse esquema. “A maioria das vítimas são mulheres na faixa etária de 18 a 30 anos, de baixa escolaridade, mães solteiras e com histórico de prostituição e violência doméstica. Ambição, falta de perspectiva e pobreza estão entre os principais motivos que

² Prática da prostituição favorecida e estimulada pela propaganda turística (Projeto de Lei 6.090/02).

levam à prostituição, ao contrário do aliciador, que tem como objetivo o lucro por meio do tráfico, que oferece baixo risco e impunidade”. (Dados da PF, em reportagem de OLIVEIRA. Diário da Manhã de 27 de março de 2007).

Goiânia segue a tendência geral do Estado, mas também apresenta outras modalidades, destacando-se a prostituição em casas de *shows*, boates de luxo e o baixo meretrício nas áreas periféricas urbanas.

Isto nos leva a ponderar que não só em áreas litorâneas predominam práticas sexuais no turismo, mas que estas, sob formas variadas, podem e estão presentes em diversos lugares. Um dos fatores que pode determinar a sua existência ou não, na maioria das vezes, são aspectos de ordem sócio-econômica proporcionados pelo lugar, como é o caso de Goiânia. São os casos de má-distribuição de renda, desemprego, subemprego, entre outros.

A prostituição ligada ao turismo movimenta não apenas o setor de acompanhantes, mas, uma rede de articulação do turismo na cidade e outros meios não ligados diretamente ao setor. Enfim, falar sobre a relação do sexo com o turismo não é tarefa fácil, pois este é um tema bastante complexo, que requer conhecimentos históricos, sociológicos e psicológicos. Esse contexto mostra-nos a necessidade de uma pesquisa aprofundada sobre este assunto em Goiânia, já que os territórios da prostituição nesse município se dão em lugares diversos como bares, boates, alguns hotéis e uma rede de serviços do turismo que o mesmo disponibiliza para o lazer dos goianos e dos turistas.

Por, fim, a prostituição atrelada ao turismo é uma deformação do turismo. Segundo Soares do Bem (2005, p. 20), este não pode ser visto isolado do desenvolvimento do próprio turismo, sua existência está intimamente vinculada aos modelos de desenvolvimento da atividade, historicamente constituídos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, M. G. A produção do ser e do lugar turístico. In: SILVA, J. B.; LIMA, L. C.; ELIAS, D. (orgs.) **Panorama da geografia brasileira**. São Paulo: Anna Bluma, 2006;
- BARBOSA, Y. M. **História das viagens e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. 99 p.;
- BAPTISTA, M. **Turismo: competitividade sustentável**. Lisboa/São Paulo: Verbo, 1997. 617 p.;
- BURNS, P. M. **Turismo e antropologia: uma introdução**. Tradução de Dayse Batista. São Paulo: Chronos, 2002 (Col. Tours);
- LEITE, J. de S. A exploração das mulheres na dinâmica do turismo sexual. In: CAMURÇA, S. M. S. (org.) **Dimensões da desigualdade no desenvolvimento do turismo no Nordeste**. Recife: SOS CORPO – Gênero e Cidadania, 2003. p. 64-69;
- LOPES, C., da S. et al. **A bela adormecida: estudo com profissionais do sexo que atendem à classe média alta e alta na cidade de Goiânia**. *Psicologia Social*, Porto Alegre, v. 19, n. 1, 2007. Disponível em: <www.scielo.br>. Acesso em: 22 fev. 2008;
- OLIVEIRA, W. **Sete mil goianas escravizadas**. [27 de março, 2007]. Goiânia: *Jornal Diário da Manhã*, p. 14;
- ONU. Unodc - Escritório das Nações Unidas Contra Drogas e Crimes. *Tráfico de Mulheres*. Disponível em <<http://www.unodc.org>>. Acesso em: 20 mar. 2007;
- RIBEIRO, M. A. **Espaços da prostituição feminina e turismo na cidade do Rio de Janeiro**. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (org.) *Turismo com ética*. Fortaleza: UECE, 1998. Vol. 1. p. 139-147;
- _____. **Prostituição e turismo: o exemplo das "trabalhadoras do sexo" na cidade do Rio de Janeiro**. In: REJOWSKI, M.; COSTA, B. K. (orgs.). *Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão*. São Paulo: Atlas, 2003. p. 309-315;
- ROBERTS, N. **As prostitutas na história**. Tradução de Magda Lopes. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1998;
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. **Estudo sobre o turismo de eventos e negócios na cidade de Goiânia**. Disponível em: <www.sebraego.com.br>. Acesso em: 18 fev. 2008;
- SOARES DO BEM, A. **A dialética do Turismo Sexual**. 1ª Ed. São Paulo: Papyrus, 2005. 128 p.;
- YOUELL, R. **Turismo: uma introdução**. Tradução de Beth Honorato. São Paulo: Contexto, 2002. 382 p. (Série Turismo Contexto).