



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

ISSN: 1695-7121

info@pasosonline.org

Universidad de La Laguna
España

Norrild, Juana A.

Relación entre turismo, género y sexo. El caso de Buzios - Brasil

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 5, núm. 3, septiembre, 2007, pp. 331-341

Universidad de La Laguna

El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88150305>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Relación entre turismo, género y sexo. El caso de Buzios – Brasil

Juana A. Norrild [†]
CIET (Argentina)

Resumen: La relación entre sexo y turismo ha seguido diferentes caminos, desde el turismo para GLS hasta el turismo nudista o la prostitución. No obstante aún son pocas las iniciativas que tienden a interrumpir el flagelo, que deja grandes secuelas sociales y escandaliza a la opinión pública. Probablemente por el tabú que históricamente ha significado el sexo, suele ser problemática toda relación en la que esté implicado. Este artículo describe un estudio de caso realizado en el centro turístico de Buzios, en Brasil, donde se aplicaron tres variables en las cuales se encuentra involucrada la mujer, el turismo aparece como revelador del sexismo existente en la sociedad y queda manifiesta la eficacia de una política social de concientización en dos de las variables.

Palabras clave: Sexo; Mujer; Turismo; Buzios.

Abstract: The relationship between sex and tourism has followed different paths starting from the Gay / Lesbian friendly market to nudist tourism or prostitution. Notwithstanding, there are still few initiatives to stop this kind of tourism that brings with its huge social problems and scandalizes the public opinion. This is probably due to the fact that from an historic point of view matters related to sex are associated with taboo and therefore are not easy to understand. This article describes a case study made in Buzios, Brazil, by means of three variables in which women are implied and tourism appears as an indicator of the sexism that is evident in present society. Two variables show the efficiency of social policies of consciousness.

Keywords: Sex; Woman; Gender; Tourism; Buzios.

[†] • Juana Alejandrina Norrild es Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata - Argentina. Se desempeña como investigadora asociada en el Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (Buenos Aires – Argentina). Ha participado en la publicación de varios libros relacionados con el patrimonio y es autora de numerosos artículos académicos publicados en Argentina y el exterior. E-mail: juananorrild@telecentro.com.ar

Introducción

La relación entre sexo y turismo ha cobrado una intensa importancia como objeto de investigación en el siglo XXI; así también como complemento de otros productos turísticos para los agentes de viaje y otros empresarios del sector.

En este artículo que analiza un estudio de caso en Buzios (Brasil) se considera al turismo relacionado con elementos sexuales como un objetivo del viaje en algunos casos (el nudismo, por ejemplo) pero también como un “atractivo turístico” surgido al momento de visitar la ciudad (es el caso de la prostitución). Para algunos turistas que consumen este tipo de turismo el estereotipo sensual que identifica a la mujer brasileña es un elemento que seguramente resulta tentador a la hora de decidir el destino, esto queda claro en las guías turísticas que promocionan el cuerpo de las mujeres brasileñas. En cambio los turistas que viajan a Buzios y luego consumen prostitución pareciera que no lo planifican con anterioridad, sino que es un atractivo que surge al momento de llegar al destino y descubrir la posibilidad.

Van Boreck (2002) dice que para muchos turistas el comportamiento sexual está relacionado con el turismo. A propósito de eso recuerda las clásicas 4 S del turismo: sun (sol) sea (mar), sand (arena) y sex (sexo); y agrega la quinta S: servility (esclavitud).

La relación entre turismo y sexo puede ser descrita en base a tres dimensiones: el rol que juega el sexo y la búsqueda del romance, quizá como precursor de la actividad sexual, como motivo de viaje; la naturaleza del encuentro; y el rol que juega el turismo como facilitador del encuentro romántico y sexual (Van Boreck, 2002).

Este abordaje se acerca a lo que se intenta establecer en este paper. Un turista que viaja a un destino con sol, mar, arena y en donde el cóctel de características es propicio para que entre el sexo a escena y en algunos casos también la esclavitud, más allá de que ésta no sea la intención de ese turista.

McKercher y Bauer (2003:3) dicen que *turismo, romance, amor y relaciones sexuales han estado íntimamente relacionados*

desde los primeros viajes. Desde que la gente comenzó a viajar ha estado involucrada en encuentros románticos y sexuales de distintos tipos. Algunas veces los encuentros sexuales en el destino turístico juegan un rol central en la decisión de viajar. Otras veces el sexo representa un aspecto casual del viaje o no es central en la decisión del viaje. Incluso la actividad sexual puede ser socialmente aceptable y estar relacionada con la razón del viaje como es el caso de una luna de miel o los fines de semana románticos para parejas. Por otro lado los encuentros sexuales pueden ser vistos como socialmente inaceptables, tal es el caso del turismo sexual comercial y la prostitución infantil.

Entonces, con la influencia de Van Boreck (2002) y McKercher y Bauer (2003) se puede decir que a la hora de clasificar a los turistas que viajan por motivaciones sexuales debe hacerse una diferenciación a grandes rasgos entre turismo romántico, erótico y sexual.

El turismo romántico es el practicado por los recién casados o parejas estables que viajan con la intención de vivir una segunda luna de miel.

El turismo erótico es el destinado a heterosexuales, homosexuales (gays y lesbianas) y swingers (intercambio de parejas), que no pagan por sexo; y quienes viajan a un lugar donde el cuerpo es el protagonista como es el caso de los destinos naturistas o nudistas.

El turismo *GLS* (gays, lesbianas y simpatizantes) nace en Minneapolis, Estados Unidos, en 1992; con la fundación de la agencia RSVP Travel Productions, cuyos servicios estaban dirigidos exclusivamente a homosexuales. Desde entonces se ha estudiado este segmento del mercado y se lo ha podido caracterizar. En general los turistas homosexuales son *individuos solteros, sin hijos, cuyas condiciones socioeconómicas les posibilitan gastar más dinero en viajes. Por este motivo son extremadamente exigentes en cuanto a la calidad de los servicios prestados por las agencias, los hoteles, etc.* (De Angeli 2000:193)

En 1994 nació la agencia Get Together en Brasil, especializada en turismo GLS. *Los turistas homosexuales necesitan conocer los lugares en los cuales se reúne la*

población gay local, las atracciones específicas y los lugares reservados como bares, clubes nocturnos y restaurantes (De Angeli 2000:194)

El segmento de *naturismo y nudismo* es más restringido y específico en algunos destinos que en otros. En Latinoamérica hay lugares donde se reúnen exclusivamente turistas naturistas como son los casos de La Escondida (Argentina), Ocho Ríos y Hedonism II (Jamaica), Praia do Pinho (Brasil), Red, White and Blue Beach (California - Estados Unidos), Little Beach (Hawai), entre muchas otras.

La Federación Naturista Internacional (s/f) define al naturismo como la forma de vida en armonía con la naturaleza, caracterizada por la práctica del desnudo en común, con la intención de favorecer el respeto por uno mismo, por los demás y por el medio ambiente.

Dentro del turismo erótico también se incluye el segmento turístico de *solos y solas*. Los paquetes turísticos que apuntan a este segmento abarcan un amplio público que elige el servicio en busca de un compañero de viaje, para compartir gastos, para relacionarse socialmente con otra gente, o sencillamente en busca de pareja. Según Correa de Almeida Moraes (2000) existen distintos tipos de solos: viudos, separados, divorciados, solteros que viven solos, solteros que viven acompañados pero se sienten solos, casados solitarios, gays y lesbianas.

El **turismo sexual** ubica a la prostitución adulta e infantil, en la cual el turista paga por sexo. La oferta de prostitución adulta en los países tercermundistas es muchas veces la alternativa más fácil de ganar dinero para algunos hombres y mujeres pobres, y hacia fines del siglo XIX también era la alternativa para muchas mujeres europeas, e incluso para las niñas. *En Alemania, por ejemplo, las mujeres y las menores tenían como alternativa pasar hambre o entregarse a la prostitución* (Carretero 1998:73)

Barger Hanunn (s/f) define al turismo sexual como un viaje para tener sexo a cambio de dinero. Esto significa que el autor lo considera como un objetivo en sí mismo de manera excluyente.

Para Martínez Quintana (2006:121) el turismo sexual es una tipología de turismo y de turista, donde la oferta y la demanda

confluyen en un consumo que está directamente relacionado con la satisfacción del sexo. *Aquí tienen lugar acontecimientos sociales como la prostitución organizada voluntaria –mujeres, travestis, transexuales, gays, lesbianas y en menor número los hombres–, el tráfico de mujeres que incluye la explotación de seres humanos –adolescentes y niños-niñas–, y en su conjunto se mueven en un gran mercado en el que coexisten las ganancias con la explotación, la discriminación y la esclavitud sexual encubierta, que cae en el ámbito de las conductas delictivas, donde subyace la más extrema y severa comercialización humana del siglo XXI en el floreciente turismo sexual.*

Houellebecq (2002) en su novela *Plataforma* describe la prostitución generada por el turismo en Tailandia y Cuba, pero ya no en los siglos pasados sino en el descarnado presente. Llama *Health Clubs* a los lugares dentro de los hoteles tailandeses donde se ofrece prostitución, aunque la oferta también se consigue en bares especializados. No obstante el concepto de turismo sexual es adaptado por los protagonistas de la novela a diferentes países. *Sólo en América Latina tenemos a Brasil, Venezuela, Costa Rica. También podremos abrir clubes en Camerún, Mozambique, Madagascar, Las Seychelles. Y hasta en Asia hay posibilidades inmediatas: China, Vietnam, Camboya* (Houellebecq, 2002:214).

Por una parte tienes varios cientos de millones de occidentales que tienen todo lo que quieren, pero que ya no consiguen encontrar satisfacción sexual: buscan y buscan pero no encuentran nada, y son desgraciados hasta los tuétanos. Por otro lado tienes varios miles de millones de individuos que no tienen nada, que se mueren de hambre, que mueren jóvenes, que viven en condiciones insalubres y que sólo pueden vender sus cuerpos y su sexualidad intacta (Houellebecq, 2002:214)

En cuanto a la relación entre el turismo y la prostitución McKercher y Bauer (2003:4) dicen que el primero no es la causa de ésta última. *La mayoría de los turistas que usan el sexo comercial son usuarios que aprovechan la industria sexual ya existente en el destino. El turismo sexual no sería posible sin la industria del sexo que existe en el destino previamente a la llegada del*

turista.

Finalmente debe hacerse referencia a la abominable prostitución infantil que muchas veces está relacionada de manera estrecha con el turismo, si bien en el estudio de caso que se realizó no se investigó este aspecto. El mundo comienza a reconocer la prostitución infantil a partir de 1920 con la Convención de Ginebra, reunión de naciones en su mayoría europeas, en la cual se cambió la designación de *trata de blancas* por la de *trata de mujeres y niños*. Carretero (1998:207) denuncia que en la década de 1980 en Brasil se vendían niñas de 8 a 12 años como esclavas o se alquilaban niñas y niños para ser prostituidos indiscriminadamente.

La explotación sexual comercial infantil (ESCI) se produce de diversas maneras entre las que incluyen la prostitución infantil, pornografía infantil, tráfico de niños con fines sexuales y turismo sexual (Aguilar González, 2005:207)

En el trabajo realizado se consideró al turismo erótico, enfocado en la playa nudista de Buzios y al turismo sexual enfocado en la prostitución. Y luego se trabajó con un tercer elemento que es la frivolidad de la mujer en las guías turísticas, quien es utilizada como atractivo turístico.

El Caso de Buzios (Brasil)

Buzios es una pequeña villa de pescadores ubicada a 190 km. de Río de Janeiro. Es una península que recibe turistas de todo el mundo desde que la actriz americana Brigitte Bardot visitó sus playas en 1960 y difundió sus bellezas y encantos.

En este artículo, como ya se adelantó, se trabajó con una variable de turismo erótico, el nudismo; otra de turismo sexual, la prostitución femenina adulta, y una tercera variable en donde la relación entre sexo y turismo está dada por la frivolidad del cuerpo femenino a través de la portada de una guía turística.

Se realizó una investigación exploratoria con observación libre y participante, 30 entrevistas en profundidad con quienes se determinó que eran los líderes de opinión, 30 entrevistas itinerantes con los actores involucrados y más de 50 encuestas de opinión informales.

Se eligió Buzios por pertenecer a un país

cuya imagen está relacionada con el turismo sexual. *La imagen difundida de forma masiva instituyó a Brasil como uno de los destinos de turismo sexual, destino que surgió con un significativo diferencial: mujeres bonitas, sensuales, de cuerpos perfectos y que se prostituyen por gusto* (Caetano y Barretto, 2003:123)

Brasil se ha posicionado desde hace tiempo como líder en el turismo sexual, aunque recientemente han emergido Costa Rica, Guatemala y Honduras (Barger Hanunn, s/f).

Buzios, como se verá, editó sólo una guía promocionando el destino turístico como un paraíso sexual o al menos eso traslucía a través del cuerpo de la brasilera que aparecía en la tapa. Sí existe una constante en promocionarlo como un paraíso geográfico. En cuanto a la playa nudista, es un elemento del cual se enteran los turistas que no lo practican al momento de llegar aunque los practicantes de este tipo de turismo por supuesto que llegan conociendo esa información. En tanto que la prostitución tampoco es un elemento que se destaque en la promoción oficial del lugar, pero sí es información que los empleados de los cruceros conocen y que, según manifestaron, se las transmiten a los turistas que tienen interés.

Para dar un marco teórico al análisis de la problemática de la mujer en Buzios se eligió a Lipovetsky (1999), quien considera la existencia de una primera mujer, aquella que durante siglos y hasta el Renacimiento fue la mitad maldita de la humanidad, bruja, acaso un mal necesario. Luego aparece la segunda mujer, la mujer ícono, personificación suprema de la belleza que debía todo su prestigio social al padre o al marido. Y hoy en día se puede hablar de una tercera mujer que se iguala al hombre en la acción.

A través de este estudio se verá que en el caso de Buzios, quizás como reflejo de muchas otras sociedades, se produjo y se produce aún una lucha entre esa segunda mujer que cuesta superar y la tercera mujer, capaz de ver las problemáticas y proponer soluciones.

Nuestra época ha desencadenado una conmoción sin precedentes en el modo de socialización e individualización de la mujer, una generalización del principio de libre gobierno de sí, una nueva economía de

los poderes femeninos; este nuevo modelo histórico corresponde a lo que denominamos la tercera mujer (Lipovetsky, 1999:213)

La relación entre sexo, mujeres y turismo en este artículo se verá como una acción desvalorizadora de las mujeres, ya sean residentes o turistas. *En la superficie, el ámbito del sexo parece acorde con la economía del placer, pero en el fondo, se construye según una economía del poder orientado hacia la interiorización y la colonización interior de la mujer* (Lipovetsky, 1999:61) Ese poder se materializa en la dominación masculina ejercida sobre la mujer y es clara en la objetivación que se hace de las brasileiras que aparecen en las guías o folletos turísticos, se da en los episodios acontecidos entre trabajadores y turistas de la playa nudista, y también aparece en la idea social de la prostitución.

La dominación masculina, que convierte a las mujeres en objetos simbólicos, cuyo ser (esse) es un ser percibido (percipi), tiene el efecto de colocarlas en un estado permanente de inseguridad corporal o, mejor dicho, de dependencia simbólica. Existen fundamentalmente por y para la mirada de los demás, es decir, en cuanto que objetos acogedores, atractivos, disponibles. Se espera de ellas que sean femeninas, es decir, sonrientes, simpáticas, atentas, sumisas, discretas, contenidas, por no decir difuminadas (...). Consecuentemente, la relación de dependencia respecto a los demás (y no únicamente respecto a los hombres) tiende a convertirse en constitutiva de su ser. (Bourdieu, 2005:86)

Aquí no es sólo culpable el hombre y su ventaja social, sino también la mujer que permite tal situación. *Los dominados aplican a las relaciones de dominación unas categorías construidas desde el punto de vista de los dominadores, haciéndolas aparecer de ese modo como naturales. Eso puede llevar a una especie de autodepreciación, o sea de autodenigración sistemáticas* (Bourdieu, 2005:50)

No obstante, en el caso de la prostitución, no puede dejarse de lado la situación socio-cultural de una gran mayoría de mujeres que quizá no deciden ser trabajadoras sexuales, sino que son obligadas a poner el cuerpo y esclavizadas.

Frivolización del cuerpo femenino

A principios del siglo XXI la Secretaría de Turismo de Buzios publicó la primer guía turística de Buzios cuya portada publicaba la cola de una brasileira con micro bikini. Esto trajo aparejada la movilización de la Asociación de Mujeres de Buzios con el apoyo de un periódico quincenal local, el Buziano; quienes denunciaron la utilización de la mujer como un objeto de atracción turística. A su vez, se denunció el hecho de que se le esté dando a Buzios una imagen de paraíso sexual y prostitución. Las acciones realizadas fueron:

- denuncias frente a los organismos oficiales encargados de la edición y publicación de la guía,
- reuniones de concientización a nivel local, y
- una intensa campaña en algunos de los medios de comunicación de Buzios.

Estas acciones lograron sacar la guía de circulación y que las ediciones siguientes ya no publicaran el lugar como un paraíso sexual. Este punto fue uno de los más resaltados por las mujeres movilizadas en aquel entonces, quienes protestaban en contra de que:

- “No puede utilizarse a la mujer como un objeto de atracción turística. Es denigrante para el género”.
- “No nos interesa que Buzios tenga la imagen de paraíso sexual”.
- “Tampoco queremos que la imagen de Buzios esté asociada a la prostitución”.
- “Buzios tiene elementos mucho más interesantes para atraer al turismo que la sensualidad femenina”.

No obstante, si bien los líderes de opinión manifestaron que lentamente la imagen de Buzios fue cambiando hacia la de un destino de belleza geográfica y natural, cumpliendo con el objetivo que proponían; en la guía del año 2003 de la Costa do Sol, que incluye Buzios, se ve una mujer en bikini tomando sol de frente y el texto está cargado de erotismo:

(...) Buzios es sensual, curvilínea, dispuesta a seducir con su exhuberancia. La generosa lista de atributos puede ser experimentada por el visitante si se entrega al lugar y explora su privilegiada geografía.

En cambio la guía turística exclusiva de Buzios de ese mismo año, 2003, ya no

muestra a la mujer como atractivo, sino una imagen del lugar que se asemeja mucho a la realidad, donde se promocionan los servicios, actividades y atractivos de la villa, o sea la vegetación, las aguas de colores intensos, los deportes y paseos náuticos, los paseos de compras, etc.

Esta problemática no es privativa de Buzios sino que se extiende en acciones fuera de sus límites e incluso fuera de Brasil. *A partir de la década de 1990 se puede identificar un cambio de estrategia en los países receptores, que alteran su modus operandi en los países emisores, con un marketing que intenta evitar la asociación del turismo con la imagen de bellas mujeres. En relación a los países emisores, sin embargo, sus medios de comunicación (documentales y guías turísticas) siguen ejerciendo un rol muy importante en la consolidación de tales imágenes* (Soares do Bem, 2005:38).

Esto demuestra que la resolución de esta problemática no es tan simple y que se necesitan políticas generales y específicas que lograrán el cambio sólo después de muchos años de trabajo. Asimismo la idea de publicitar Buzios con el cuerpo de una mujer no es un acto aislado de la realidad social. *Tanto los anuncios publicitarios como las portadas de las revistas, el lenguaje como las canciones, la moda como los modelos, la mirada de los hombres como el deseo de las mujeres, todo nos recuerda con insistencia la posición privilegiada de que goza la hermosura femenina, la identificación de la mujer con el bello sexo* (Lipovetsky, 1999:93).

Caetano y Barretto (2003:99) afirman que la utilización de la mujer como atractivo turístico en Brasil posee un fundamento histórico, cultural y social. Histórico porque es una imagen que se ha ido construyendo desde la colonización (a través de la desnudez de las indias), pasando por el período de esclavitud, hasta el gobierno de Vargas. Cultural porque en esa construcción de la imagen se idolatra a la mulata que reúne los rasgos típicos de la cultura brasileira, a la cual se transforma en estereotipo. Y social porque la imagen de la mujer brasileira como atractivo turístico desencadena relaciones que determinan conductas y valores sociales específicos.

Incluso Van Broeck (2002: 141) dice que

las mujeres latinoamericanas son presentadas como fogosas y pasionales. En el caso de Brasil, la imagen en relación a sus mujeres fue creada por la literatura, los relatos de viaje, el cine, la radio y la televisión.

La era de las comunicaciones de masa (años '30) fue marcada por la introducción del recurso sexual y la identificación del país con lo sensual, por la música (samba), las manifestaciones culturales (carnaval), los rituales exóticos y las mujeres bonitas (Caetano y Barretto, 2003:103).

Y esta imagen está cargada de ideología, precisamente la ideología que las mujeres de Buzios denuncian. *La ideología no es un tipo particular de mensajes, o una clase de discursos sociales, sino uno de los muchos niveles de organización de los mensajes, desde el punto de vista de sus propiedades semánticas. La ideología es entonces un nivel de significación que puede estar presente en cualquier tipo de mensajes, aún en el discurso científico* (Verón, 1971:6).

Esa imagen publicitaria es la imagen del cuerpo femenino, un cuerpo que la modernidad ha transformado en objeto, en mercancía, en una cosa cualquiera.

El cuerpo es objeto de un mercado floreciente que se desarrolló durante estos últimos años alrededor de los cosméticos, de los cuidados estéticos, de los gimnasios, de los tratamientos para adelgazar, del mantenimiento de la forma, de la preocupación por sentirse bien o del desarrollo de terapias corporales. (...) Además, las imágenes de la publicidad que ponen el acento en la forma, en la preocupación por sí mismo, etc., para demostrarlo, fragmentan con frecuencia la unidad del cuerpo (Le Breton, 1995:217).

A través de lo analizado aparece ese enfrentamiento entre la segunda y la tercera mujer de Lipovetsky, entre una mujer que se deja fotografiar para aparecer en la tapa de una guía turística como objeto de deseo y una mujer que lucha por darle dignidad al género. *La cultura del bello sexo está emparentada con una lógica de tipo arcaica basada en la desigualdad y la desemejanza radical entre los sexos. Para los hombres la fuerza y la razón, para las mujeres la debilidad de la mente y la belleza del cuerpo* (Lipovetsky, 1999:117)

La lucha de algunas mujeres de Buzios por preservar a la identidad femenina del sometimiento y la dominación masculina

responde a la intención de revalorizar a la mujer e impedir que su trabajo y su condición general se devalúe. Para evitar la estructura identitaria histórica descrita por Bourdieu (2005:123) *Ser, cuando se trata de las mujeres, es, como ya se ha visto, ser percibido, y percibido por la mirada masculina o por una mirada habitada por las categorías masculinas (...).*

Nudismo

El turismo naturista o nudista en Buzios se concentra en la playa Olho de Boi, la cual funciona desde hace 30 años y a la cual se accede por un escarpado sendero. Es un sitio aislado, y de difícil y hasta peligroso acceso, sobre todo para el turista cuyo cuerpo no tiene entrenamiento físico. Un lugar para entrenados o para turistas de alto poder adquisitivo que pueden tomar un taxi acuático.

La falta de atractividad del paisaje, la inaccesibilidad y los altos precios del servicio de bar funcionan como desventajas a la hora de elegir esta playa. Posee tres chiringos que ofrecen bebidas y ocasionalmente algún fruto de mar. La playa es muy pequeña con una angosta franja de arena, rodeada, casi encajonada, por morros cubiertos de vegetación. La orilla del mar también está limitada por morros de roca donde se sientan a tomar sol los turistas en temporada alta.

En temporada baja no hay más de 10 personas en la playa. Todo el año es visitada por hombres solos, generalmente gays, algunas parejas y muy pocas familias con niños. El 50% de ellos son brasileños y el otro 50% extranjeros, americanos, suizos, alemanes, holandeses y algún latino. Estos últimos aún se muestran pudorosos frente a esta modalidad de disfrutar la playa.

En general no es una playa visitada por buzianos, aunque ellos la han adoptado como un servicio más al turista. Los residentes no muestran prejuicios. En el city tour que las agencias de viaje realizan por Buzios el día de llegada, Olho de Boi se muestra desde un mirador y se le informa al turista que allí puede hacer nudismo. Además, se aplicó una encuesta informal a los residentes para conocer su opinión sobre la playa, y coincidieron en que al ser una playa reservada y difícil acceso “no se per-

turba la sensibilidad al pudor de nadie”. Ellos alientan la visita porque “es una playa en donde se puede tomar sol con privacidad y libertad”. Esto mismo es lo que dijeron los turistas que visitan la playa para practicar nudismo. El interrogante fue por qué elegir un lugar con tantas desventajas aparentes como las dificultades para llegar o las dificultades para permanecer, debido al alto costo de las bebidas o comida. Este es un resumen de las opiniones rescatadas:

- “podemos estar en privado”
- “nos sentimos libres”
- “que sea de difícil acceso es un detalle menor comparado con la libertad de poder estar totalmente al natural”
- “nos gusta la soledad”
- “es cómodo descansar sin que nadie te moleste”

Esta sensación de privacidad y de reserva se nota que es generada en el lugar a través de quienes ofician de anfitriones, los dueños de los chiringos. Para ellos el estar desnudos es parte de su vida y son celosos de los curiosos que llegan hasta la playa, con ropa, sólo para transformarse en voyeur por un rato. Las desventajas del acceso funcionan entonces como una ventaja, ya que la curiosidad tiene que ser muy fuerte para trepar un morro muy alto, sin camino delineado, con 40 grados de temperatura, durante 20 ó 25 minutos.

Más allá de la falta de prejuicio que demostraron los buzianos frente al nudismo, algunos turistas, todos latinoamericanos, sí son prejuiciosos al respecto. El 70 % de los turistas encuestados mostró un pensamiento negativo hacia Olho de Boi. Algunas de las opiniones que se recogieron de la aplicación de la encuesta fueron:

- *Es una playa que por su privacidad debe de ser usada para fumar marihuana u otras drogas.*
- *No me parece agradable ver el cuerpo desnudo de un extraño, ni que él vea el mío.*
- *Como no te vas a desnudar después de subir ese morro.*
- *No es para mí.*

Al momento de realizar el estudio hacía dos años que los pobladores de Buzios se habían alertado porque sucedieron una serie de casos de violación y robo de turistas mujeres que llegaban solas a la playa nudista. Nunca se pudo determinar quienes

fueron los autores de las vejaciones pero se suponía que eran los obreros que llegaban desde otras ciudades y que desconociendo el significado del nudismo se sentían provocados por las mujeres desnudas.

Un claro caso de desigualdad o distancia en el código empleado. *Esta distancia está cruzada por un sinnúmero de factores que se mezclan con nuestro lenguaje y condicionan su recepción. Es que la capacidad de ver y oír del receptor está modelada, limitada y definida por su historia, su educación, sus valores y creencias, por la imagen que tiene del emisor, el contexto en el que transcurre su vida diaria, la información que maneja, los medios donde la obtiene.* (Mora y Araujo et al, 2001:73)

Esto generó un replanteo en la sociedad de Buzios que llevó a la organización de reuniones con los pobladores locales y foros de debate (un encuentro y asambleas preestablecidas) hasta que el problema se resolvió y actualmente es un lugar seguro. Esta vez también fue la Asociación de Mujeres de Buzios la que lideró la organización de los encuentros.

En este caso se ve claramente que una parte de esa sociedad aún actuaba bajo el imaginario colectivo de la segunda mujer. Una mujer que vale por su belleza, por sus atributos físicos y es dependiente del hombre. *Es a través de la sexualidad como el varón ejerce su poder sobre la mujer; lejos de reducirse a una función natural el sexo aparece como el efecto y el instrumento del poder falocrático como un punto de inflexión en las relaciones de dominio que los hombres establecen con las mujeres* (Lipovetsky, 1999:61)

Prostitución

También fue con el comienzo del nuevo siglo que surgió en Buzios la problemática de la prostitución organizada con mujeres llevadas desde otras localidades vecinas. Los líderes de opinión aseguraron que debido a que en Buzios por ser un lugar pequeño en donde todos se conocen, si una mujer trabajara de prostituta sería discriminada, *tendría como una letra escarlata en la frente*. Por lo tanto no podría insertarse correctamente en la sociedad. Un detalle que destacó uno de los entrevistados es que en Buzios cada vez hay más igle-

sias evangélicas y esto socialmente influye en que la prostitución sea muy mal vista, independientemente del peligro social que este fenómeno pueda acarrear.

La prostitución organizada surgió con la llegada de cruceros que bajaban la tripulación y los pasajeros haciendo noche en la villa. En general permanecen en el lugar durante dos días. Las mujeres que se dedican a la prostitución conocen los horarios y los esperan generalmente en los bares que frecuentan los turistas. Ubicados en el centro del pequeño poblado, no son más de tres los lugares que fueron señalados por empleados del sector turístico y pobladores como los sitios de encuentros entre prostitutas y turistas. Luego, del bar pasan a los cruceros directamente. Pero ni los dueños de los bares, ni los empleados de los barcos, ni los agentes de viaje tienen que ver con el negocio, aunque claramente alguien les informa a los turistas dónde pueden conseguir servicios sexuales.

Perlongher (1999:220) define a la prostitución como una operación de expropiación/confiscación de los cuerpos, la cual revelaría uno de sus mecanismos básicos, que es el hecho de establecer equivalencias entre el nivel de las intensidades pulsionales y los segmentos monetarios. Si bien la idea que surge acerca de la dominación en la prostitución imagina a la mujer dominada por el hombre o a quien ofrece el cuerpo dominada por quien contrata, Ryan y Kinder (2000:127) desafían con el interrogante: el cuerpo de quién está siendo dominado en el turismo sexual o en la prostitución?

La prostitución en Brasil también tiene que ver con esa imagen que se ha creado del país a través de los años. *El poderoso estereotipo de la mulata brasileira, símbolo sexual de dimensiones internacionales, se presenta como un ejemplo de sujeto determinante en la construcción de la imagen femenina idealizada y deseada* (Caetano y Barretto, 2003:114)

Se entiende que eso es parte de una estrategia de marketing, pero el agravante es que crea un concepto superficial acerca de la mujer brasileira y contribuye con otros dos factores importantes en la proliferación del turismo sexual que son la erotización de lo cotidiano y la banalización del sexo (Caetano y Barretto, 2003:118).

Y otro de los agravantes es el peligro de

que quienes ejercen la prostitución sean llevadas por sus clientes a otros países con la promesa de trabajar o formar una familia, para luego explotarlas sexualmente. La existencia de este fenómeno no pudo confirmarse en Buzios ya que no se trabajó con entrevistas en profundidad a quienes ejercen la prostitución.

El problema más importante y complicado son los grupos de mujeres que son alentadas a través del turismo sexual a dejar sus países con turistas masculinos que les prometen una relación sentimental (y hasta casamiento) o trabajo. Pero al llegar las mujeres son forzadas a trabajar como prostitutas (Van Boreck, 2002:146)

Agustín (s/f) cree que no debería hablarse de prostitución sino de trabajos sexuales, y establece que la industria del sexo incluye: *burdeles o casas de citas, clubes de alterne, ciertos bares, cervecerías, discotecas, cabarets y salones de cóctel, líneas telefónicas eróticas, sexo virtual por Internet, sex shops con cabinas privadas, muchas casas de masaje, de relax, del desarrollo del 'bienestar físico' y de sauna, servicios de acompañantes (call girls), agencias matrimoniales, muchos hoteles, pensiones y pisos, anuncios comerciales y semi-comerciales en periódicos y revistas y en formas pequeñas para pegar o dejar (como tarjetas), cines y revistas pornográficos, películas y videos en alquiler, restaurantes eróticos, servicios de dominación o sumisión (sodomismo) y prostitución callejera: una proliferación inmensa de posibles maneras de pagar una experiencia sexual o sensual. Está claro entonces que lo que existe no es 'la prostitución' sino un montón de distintos trabajos sexuales.*

Este concepto, el de trabajo sexual, no aparece en la idiosincrasia de los buzianos. Es un fenómeno vergonzante del cual se quieren separar las mujeres asegurando que las prostitutas vienen de afuera y es claro que el grupo discriminaría categóricamente a cualquier mujer que intentase trabajar como prostituta. Esta vergüenza por involucrar las partes pudorosas del cuerpo responde a una conducta social histórica.

El cuerpo tiene (...) sus partes públicas, cara, frente, ojos, bigote, boca, órganos nobles de presentación de uno mismo en los que se condensa la identidad social, el pun-

donor, el nif, que impone enfrentarse y mirar a los demás a la cara, y sus partes privadas, ocultas o vergonzosas, que el decoro obliga a disimular (Bourdieu, 2005:30)

Esta visión negativa de la prostitución no se da sólo en Buzios y nace del prejuicio de clase, más allá de que los estudios sobre prostitución realizados por las distintas ciencias sociales han agregado sobradas causas para calificar a la prostitución, en general, negativamente. *La prostitución callejera continúa siendo considerada mala, pero las chicas de alta sociedad que se prostituyen son aceptadas y su encuentro sexual con los turistas es considerado una aventura* (Oppermann, 1999:262)

Por otra parte no se puede hablar de trabajadoras sexuales en todos los casos, ya que hay mujeres que son esclavas sexuales ya que son explotadas por una persona que oficia de agenciero. *Algunos centros de prostitución funcionan como verdaderas agencias, con un responsable que controla, a veces, varios locales con grupos de prostitutas* (Ribeiro, 2003:314) Mientras que además están *las microempresarias del sexo* (Ribeiro 2003) cuyos departamentos tienen la doble función de residencia y lugar de trabajo. En el caso de Buzios este tipo de discriminación queda abierta a futuras investigaciones, ya que el relevamiento realizado no apuntó a descubrir si las prostitutas actuaban por voluntad propia u obligadas por un proxeneta.

En este caso también es clara la lucha entre esa segunda mujer de Lipovetsky, dependiente del hombre en cuanto a su medio de vida, y la tercer mujer que repudia la desvalorización femenina, la dependencia y la esclavitud.

Comentarios Finales

Se puede concluir del estudio realizado que en cuanto a la utilización de la mujer como atractivo turístico es una problemática que parece estar resuelta en Buzios, al menos en las acciones promocionales que parten de su comunidad; pero que para algunos grupos sociales es un ítem sobre el cual aún hay que trabajar mucho y el cambio de idiosincrasia va a llevar varias décadas. No sólo se trata de educar al hombre sino también a la mujer y sin lugar a dudas se necesitarán políticas y acciones bastante

más abarcadoras que las luchas colectivas de las asociaciones de mujeres.

La intención de éstas últimas es revertir la dominación masculina que genera dependencia no sólo de la mujer al hombre sino de las mujeres hacia toda la sociedad, devolviéndoles su estructura identitaria genuina.

La problemática de la prostitución aún no ha podido resolverse, probablemente porque afecta a mujeres que no residen en el lugar y por lo tanto es más difícil que las mujeres residentes logren empatía con ellas. Por lo que se concluye de las entrevistas realizadas la prostitución en Buzios se organiza a partir del turismo, no es un fenómeno que ya estaba instalado en el lugar. De esta manera se contradice a McKercher y Bauer (2003) quienes creen que el turismo no es la causa de la prostitución. En este caso sí lo es.

El interés de los grupos de mujeres locales en resolver esta situación se centra fundamentalmente en que intentan de alguna manera limpiar esa imagen sensual que tiene la mujer brasilera y que se ha generalizado a lo largo de todo el país, porque las desvaloriza como seres humanos. A su vez no puede dejarse de lado que el ámbito de la prostitución es un costado negro del turismo que puede gestar graves problemas como la exportación de sexo de manera engañosa y la esclavitud.

Por otra parte habría que trabajar el prejuicio con que es vista la prostitución, no como un trabajo elegido por la mujer; sino como un fenómeno degradante de la misma, que la convierte en objeto y que por reflejo estigmatiza a todas las mujeres del grupo aunque no se dediquen a lo mismo.

En cuanto a la tercer variable, para los residentes de Buzios no es atractivo hacer nudismo, pero no ven mal que los turistas lo practiquen; por lo tanto queda demostrado que los prejuicios respecto al cuerpo mostrado que aparecen en la prostitución no se ven en el acto de desnudarse.

Olho de Boi es una playa muy reservada, de difícil acceso y por lo tanto no se perturba la sensibilidad al pudor de nadie, y Buzios no se promociona por su playa nudista sino que es un servicio más que se brinda a los turistas. En cuanto a la problemática ocurrida por la diferencia de código entre residentes, turistas y trabaja-

dores visitantes, fue resuelta eficientemente con un plan organizado y correctamente ejecutado.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar González, Laura
2005 "La Explotación Sexual Comercial Infantil en el Turismo. Análisis del turismo sexual internacional que afecta a la niñez". *Revista Pasos*, Vol. 3 (1): 207-210.
- Agustín, Laura
s/f "Trabajar en la industria del sexo". www.nodo50.org Visitado en marzo de 2006.
- Barger Hanunn, Ann
s/f "Trices of the trade: sex tourism in Latin América". www.fas.harvard.edu visitado en marzo de 2006.
- Bourdieu, Pierre
2005 *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Caetano, Rossana Faria y Barretto, Margarita
2003 "A construção da imagem da mulher brasileira como atrativo turístico". En *Anuário de Pesquisa do Mestrado em Turismo* (pp. 97-125) Caxias do Sul: EDUCS.
- Carretero, Andrés
1998 *Prostitución en Buenos Aires*. Buenos Aires: Ediciones Corregidor.
- Correa de Almeida Moraes, Claudia
2000 "Turismo para single: una segmentación em crescimento". En Gomes Dos Reis Ansarah, Marilina (Coord.), *Turismo. Segmentação de mercado* (pp.156-181). Sao Paulo:Editorial Futura.
- De Angeli, Erika A.
2000 "Turismo GLS". En Gomes Dos Reis Ansarah, Marilina (Coord.), *Turismo. Segmentação de mercado* (pp.183-208). Sao Paulo: Editorial Futura.
- Federación Naturista Internacional
s/f www.inf-fni.org visitado en marzo de 2006.
- Houellebecq, Michel
2002 *Plataforma*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Le Breton, David
1995 *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lipovetsky, Gilles
1999 *La tercera mujer*. Barcelona: Editorial

- Anagrama.
- Martínez Quintana, Violante
2006 *Ocio y Turismo en la Sociedad Actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado*. Madrid: McGraw Hill.
- McKercher, B. y Bauer T.
2003 "Conceptual Framework of the Nexus between Tourism, Romance and Sex". En Bauer y McKercher (ed.), *Sex and Tourism, journeys of romance, love and lust* (pp. 3-18). New York: The Haworth Press.
- Mora y Araujo, M.; Gómez del Río, M.; Lomé, M.; Caro, G.; y Fernández, P.
2001 *La comunicación es servicio. Manual de comunicación para organizaciones sociales*. Buenos Aires: Granica.
- Oppermann, Martin
1999 "Sex Tourism". *Annals of Tourism Research*, 26(2):251-266.
- Perlongher, Néstor
1999 *El negocio del deseo. La prostitución masculina en San Pablo*. Buenos Aires: Paidós.
- Ribeiro, Miguel A.
2003 "Prostitucao e turismo: o Ejemplo das 'Trabalhadoras do Sexo' na Cidade do Rio de Janeiro". En Rejowski y Kramer Costa (org.), *Turismo Contemporâneo. Desenvolvimento, Estratégia e Gestao* (pp.309-316). Sao Paulo: Editora Atlas.
- Ryan, C. y Kinder, R.
2000 "Sex, tourism and sex tourism: fulfilling similar needs?" En Ryan, C. and Page, S. (ed.), *Tourism Management. Towards the New Millennium* (pp.113-131). New York: Pergamon.
- Soares do Bem, Arim
2005 *A Dialética do Turismo Sexual*. Sao Paulo: Papirus Editora.
- Van Broeck, Anne-Marie
2002 "The (Missing) Gender Dimension: a Review of Tourism Literature on Latin America and the Caribbean". En Heidi Dahles and Lou Keune (coed.), *Tourism Development and Local Participation in Latin America* (pp. 130-152). New York: Cognizant Communication.
- Verón, Eliseo
1971 "Ideología y Comunicación de Masas: la semantización de la violencia política". *Lenguaje y Comunicación Social*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Recibido: 26 de octubre de 2006
 Revisado: 28 de abril de 2007
 Aceptado: 30 de mayo de 2007
 Sometido a evaluación por pares anónimos