



CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO: ENFRENTAMENTO À EXPLORAÇÃO SEXUAL INFANTO-JUVENIL NO TURISMO

Área Temática: Direitos Humanos e Justiça

Maria Emília Martins da Silva (Coordenadora da Ação de Extensão)

Maria Emília Martins da Silva¹
Aldair Silveira Pereira²
Bruna dos Santos Peres
Daniel Correia de Brito
Luci Monica Ferreira Pereira
Marta Santos de Brito

Palavras-chave: Turismo sexual. Exploração sexual infanto-juvenil. Sensibilização. Turismo Sustentável & Infância.

Resumo: A exploração sexual de crianças e adolescentes no país tem tido uma repercussão relevante no contexto turístico, com o crescimento de destinos receptivos do chamado “turismo sexual”, notadamente nas regiões Norte e Nordeste. Muitas organizações do movimento da infância e juventude têm atuado a favor do enfrentamento à causa, em especial, o Ministério do Turismo do Brasil. Com base neste cenário, o Programa Turismo Sustentável & Infância abarca um conjunto de projetos e ações para lidar com a exploração infanto-juvenil, por meio de campanhas e seminários de sensibilização, que buscam trabalhar a mudança cultural deste tipo de turismo. O objetivo deste trabalho foi o de sensibilizar os caminhoneiros que trafegam pela BR 101-Sul sobre a exploração de crianças e adolescentes e, informá-los sobre a importância da denúncia de abusos sexuais ocorridos nas estradas. A metodologia utilizada teve uma conotação qualitativa, cujas ações constituíram na elaboração de uma campanha de sensibilização voltada aos motoristas de

¹ Bacharel em Turismo e Hotelaria – UNIVALI; Especialista em Gestão Ambiental – UNIVALI, Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Catarinense – Câmpus Sombrio – e-mail: emilia@ifc-sombrio.edu.br.

² Acadêmicos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Catarinense – Câmpus Sombrio.

caminhões que pernoitam nos postos de combustíveis, localizados às margens da BR 101, na rota da Região Caminho dos Cânions; confecção e distribuição de materiais informativos alusivos à campanha; e, divulgação da campanha nas mídias local e regional. Os resultados mostraram que, segundo a vivência do público alvo nas estradas, a maior incidência de casos de exploração sexual de crianças e adolescentes ocorrem nas regiões Centro-Oeste e Nordeste do país. Além disso, a maioria dos informantes alegou conhecer e, aprovar a campanha nacional do Ministério do Turismo – Programa Turismo Sustentável & Infância.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O turismo sustentável está sendo consolidado a nível internacional como uma abordagem que deve ser concretizada para que todos os tipos de turismo sejam beneficiados ambientalmente, socialmente e economicamente, de modo a maximizar o “desenvolvimento sustentável” (OYOLA et. al., 2012; SILVA; ANJOS, 2012). A Organização Mundial do Turismo (OMT), órgão das Nações Unidas (ONU), recomendou às suas nações-membros que o turismo, a partir do ano de 2007, fosse consolidado como agente-chave na luta contra a pobreza e as mazelas sociais. Assim como, a atividade turística deveria ser empregada como ferramenta essencial para o desenvolvimento sustentável (OMT, 1999 *apud* ZOAUIIN; OLIVEIRA, 2008).

O turismo foi considerado uma das prioridades do Governo Federal na gestão 2003-2007, momento este em que foi criado o Ministério do Turismo do Brasil, e junto a ele, uma diversidade de programas e projetos que buscam alcançar o desenvolvimento sustentável, promover o desenvolvimento socioeconômico e reduzir as desigualdades sociais dos destinos turísticos e municípios ao entorno. As novas diretrizes para o desenvolvimento do turismo continuam sendo pautadas pelo Código Mundial da Ética no Turismo (OMT) e, são apresentadas pela primeira vez no Plano Nacional de Turismo 2007-2010, num texto alusivo ao combate à exploração sexual de crianças e adolescentes ligada à atividade turística. Eis sua manifestação: “a ação ministerial deve considerar prioritária a proteção de crianças e adolescentes por meio da temática de turismo sustentável e infância” (BRASIL, 2007, p. 15). Assim como ao [...] o combate ao trabalho infantil e a exploração sexual de crianças e adolescentes, o compromisso com a sustentabilidade dos destinos turísticos brasileiros [...] (BRASIL, 2007, p. 75). “Essa exploração sexual de menores é tida como um dos efeitos sociais não desejáveis do turismo e opõe-se ao que se denomina turismo sustentável”. (ZOAUIIN; OLIVEIRA, 2008, p.3). Beni (2001) ressalta que, embora não haja muitos dados fidedignos disponíveis, sabe-se por relatos de pesquisas, que o chamado “turismo sexual” vem crescendo no país. Entretanto, Zoauin e Oliveira (2008) reforçam sobre a importância em distinguir os conceitos sobre a exploração sexual — que não deve ser confundida com o abuso sexual — e o turismo sexual. O crescimento do fenômeno é também corroborado por Roby (2005) onde relata que cerca de 1,2 milhões de mulheres e meninas entram no comércio sexual a cada ano, gerando para os Estados Unidos, 1,5 bilhões de dólares anualmente para seus exploradores. Entre 30% e 35% das vítimas são meninas com menos de 18 anos de idade.

Atento a esta problemática de ordem mundial, o Ministério do Turismo lançou, em 2004, o Programa Turismo Sustentável & Infância (TSI), cujo objetivo é trabalhar em favor da proteção e do enfrentamento a exploração sexual contra crianças e

adolescentes no país, além de evocar a responsabilidade social corporativa e os direitos da criança. Um das ações do Programa TSI é disseminar o conhecimento acerca do tema por meio do trabalho de multiplicação em todos os Estados e regiões turísticas do país. No estado de Santa Catarina, na região turística “Caminho dos Cânions”, o curso de multiplicadores foi realizado em 02 e 03 de agosto de 2012. Com a mesma finalidade, o Curso Superior de Tecnologia (CST) em Gestão de Turismo do Instituto Federal Catarinense (IFC) – Câmpus Sombrio compartilhou as informações e conhecimentos com seus acadêmicos, lançando a eles um desafio: a realização de ações criativas para a causa “*exploração sexual de crianças e adolescentes*” na região Caminho dos Cânions. Assim, a campanha de sensibilização: “**Enfrentamento à exploração sexual infanto-juvenil no turismo**”, a qual teve como *slogan*: “**Transporte essa causa**”, foi desenvolvida pelo grupo de acadêmicos da 3ª fase do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo e, aplicada na Região Caminho dos Cânions no segundo semestre de 2012, tendo como público alvo os caminhoneiros que transitam pela BR 101-Sul, na rota da respectiva região turística. Segundo Padilha e Cerqueira-Santos (2007, p. 138), “o caminhoneiro é um profissional estratégico para o sucesso dessa iniciativa, já que pelas estradas circulam 60% de tudo o que é transportado no país, um trabalho executado por cerca de 2 milhões de profissionais [...]”. A campanha teve por **objetivo** sensibilizar os caminhoneiros sobre a exploração infanto-juvenil, incentivando-os a fazer denúncias de casos de abusos sexuais infantis nas estradas, por meio do Disque 100. Seus objetivos específicos preconizaram ainda: a) divulgar o Programa TSI criada pelo Ministério do Turismo; b) sensibilizar os caminhoneiros da Região Caminho dos Cânions sobre a exploração de crianças e adolescentes; c) realizar um diagnóstico de casos de aliciamento de crianças e adolescentes na região e d) sensibilizar os proprietários de postos de gasolina, secretarias de turismo e comércio em geral, sobre a temática da campanha.

2 DETALHAMENTO DAS ATIVIDADES REALIZADAS

O projeto teve início no dia 27 de setembro de 2012, num evento promovido pelo CST em Gestão de Turismo do IFC - Câmpus Sombrio, cuja data é lembrada pelo dia Mundial do Turismo. Definida a temática do trabalho, os acadêmicos buscaram apoiadores e patrocinadores para a campanha; definiram os postos de combustíveis localizados às margens da BR 101-Sul para abordagens aos caminhoneiros; e redigiram o projeto e relatório. Além dessas atividades, o grupo definiu a logomarca, tipos de materiais gráficos a serem empregados e o *layout* dos mesmos. Em segundo momento, foi organizado um cronograma de visitas aos postos de combustíveis e as demais atividades previstas pela equipe.

2.1 Delimitação geográfica e público-alvo

Na Região do Extremo Sul Catarinense ou “*Região Caminho dos Cânions*”, os municípios localizados às margens da BR 101 foram os selecionados para a aplicabilidade da campanha, sendo eles: Maracajá, Araranguá, Sombrio, São João do Sul e Santa Rosa do Sul. A escolha do público se justifica tendo em vista que este tipo de profissional é passível de aliciamento à prostituição e a exploração sexual de crianças e adolescentes, sendo, portanto, um cliente em potencial. Mas, por outro lado, “o caminhoneiro, como usuário da malha viária, tem importante papel a desempenhar para ajudar a acabar com a exploração sexual de crianças e

adolescentes nas rodovias” (PADILHA; CERQUEIRSA-SANTOS, p.138).

2.2 Ações programadas

As ações previstas e realizadas para o desenvolvimento da campanha foram:

- Elaborar material de divulgação da campanha, para ser entregue aos caminhoneiros e às empresas patrocinadoras e apoiadoras, secretarias de turismo e postos de combustíveis.
- Programar o cronograma de visitação aos postos de combustíveis mapeados.
- Realizar visitas aos postos de gasolina e abordar os caminhoneiros com o material informativo da campanha.
- Realizar entrevista com os caminhoneiros, visando identificar casos de aliciamento na região.
- Divulgar a campanha nas mídias locais e regional, por meio de apoio.

2.3 Apoio e patrocínio

A campanha teve como apoiadores a Polícia Rodoviária Federal (PRF), com a segurança nos dias da ação, e o Grupo Correio do Sul do município de Sombrio/SC, com a inserção na mídia com duas matérias realizadas *in loco*, e posteriormente divulgadas no jornal, além de espaço para divulgação na rádio. Os patrocinadores foram cinco empresas localizadas no município de Sombrio, sendo uma delas uma rede de postos de combustíveis e outra, uma agência de viagens e turismo.

2.4 Material para divulgação/ sensibilização da campanha

As camisetas personalizadas (10un.) foram confeccionadas para identificação do grupo durante a ação. Os *flyers* (1000un.) ajudaram na divulgação do conteúdo. Esses foram distribuídos aos caminhoneiros, disponibilizados nos postos de combustíveis, e entregues aos patrocinadores e apoiadores. Os adesivos (100un.) foram afixados nos caminhões para transportar essa causa por todo país (Figura 1). Os cartazes (15un.) foram elaborados para dar maior visibilidade nos postos de combustíveis sobre a campanha e, conseqüentemente sobre a causa (Figura 2). Assim como foram também afixados em supermercados, comércio em geral e em todas as empresas apoiadoras e patrocinadoras.

Figura 1 – Adesivo da campanha.



Figura 2 – Cartaz da campanha.



Fonte: Os autores, 2012.

2.5 Metodologia

O projeto foi desenvolvido sob duas vertentes: a primeira esteve relacionada à sensibilização dos caminhoneiros, assim como, aos proprietários e funcionários dos postos de combustíveis. Além desses, secretarias de turismo e comércio em geral dos municípios citados receberam os acadêmicos para divulgação dos respectivos materiais. Para esta etapa, a metodologia empregada foi uma abordagem do grupo de acadêmicos aos caminhoneiros, numa conversa informal sobre a exploração sexual infanto-juvenil na região e, sobre o conhecimento acerca da campanha nacional – (TSI). A segunda etapa consistiu na técnica da entrevista semiestruturada, ocorrendo simultaneamente à abordagem para a sensibilização. As abordagens foram realizadas nos dias 01, 04 e 07 de novembro, em 11 postos de combustíveis, sendo entrevistados ao todo 75 caminhoneiros. Logo, a pesquisa teve uma conotação qualitativa. A inserção da equipe de pesquisa em postos e locais de paradas de caminhoneiros favoreceu o estabelecimento de confiança entre os pesquisadores e entrevistados. Da forma como foi conduzida a pesquisa, constatou-se “[...] *in loco* a "força" do fenômeno às vistas de qualquer pessoa que esteja nos postos de gasolina e locais de parada dos caminhoneiros” (PADILHA; CERQUEIRSA-SANTOS, p.139). Cabe mencionar que para cada caminhoneiro entrevistado, foi lido e assinado por eles, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO

Foram realizados três dias de ação e, no total foram visitados 11 postos de combustíveis. Em cada local visitado foi solicitada autorização do proprietário para expor um cartaz e os *flyers* da campanha, sendo que somente um se recusou a afixar o cartaz, pois o funcionário não tinha autorização do supervisor, mas, mesmo assim, autorizou a exposição dos *flyers*.

Nos postos de combustíveis com pernoite, foram entrevistados os caminhoneiros e entregue os materiais. Foram abordados 81 caminhoneiros, e destes, somente 6 se negaram a responder aos questionamentos. Contudo, todos eles aceitaram colar o adesivo no seu caminhão. Os entrevistados relataram que na Região do Extremo Sul Catarinense não se vê crianças nas ruas à noite, porém a prostituição existe, mas com mulheres adultas. Em um dos postos, o funcionário relatou que o local possui guarda noturno, não permitindo que mulheres com a intenção de se prostituir circulem no local, pois segundo ele: “[...] *onde tem prostituição vem drogas, roubo e mancha a reputação do local*”. Os caminhoneiros também relataram sentir-se mais seguros para passar a noite em postos em que não há casos de prostituição, pois ela geralmente está ligada a roubos e drogas. Segundo eles, “[*o Sul parece outro mundo*]”.

Dos 75 motoristas entrevistados, 84% apontaram a Região Norte e Nordeste, com maior incidência de casos e, a região Centro Oeste e Sudeste como foco em crescimento. Com relação a esta informação, Piscitelli (2004) confirma que a região Nordeste entrou no circuito mundial do “turismo sexual”, em especial a cidade de Fortaleza, capital do estado do Ceará. Esta informação merece uma reflexão acerca do conceito de turismo sexual, ou atividade sexual praticada no turismo, pelos órgãos nacionais e internacionais. Dentre as várias modalidades de turismo

praticadas no mundo, o turismo sexual é visto como uma atividade que contraria todos os princípios dos direitos humanos, do Código Mundial de Ética do Turismo e do Plano Nacional de Turismo do Brasil, sendo totalmente recusado, pelo setor de turismo (PISCITELLI, 2004). Uma das questões se propôs a conhecer o estado civil dos entrevistados, bem como se tinham filhos, característica essa que reflete a sensibilidade do indivíduo em explorar ou não uma criança ou adolescente com a finalidade de praticar sexo. Novamente, dos 75 entrevistados, 90% deles constituem pais de famílias e, dentre estes, 77% tem filhos. Com base nesta perspectiva, um deles relatou: “[poderia ser a minha filha]”, tendo plena consciência que lugar de criança não é na rua e sim em casa, junto da família, com a devida proteção. Todos os motoristas entrevistados disseram ser totalmente contra a exploração sexual infantil. Em relação ao conhecimento deles sobre a campanha nacional – Programa TSI, 83% disseram conhecer e aprovaram seu objetivo e respectivas ações. Com relação ao trabalho realizado pelo grupo de acadêmicos, todos os motoristas entrevistados alegaram aprovar a ação. Muitos foram os relatos que a equipe de pesquisa escutou elogiando a iniciativa do trabalho.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As ações desenvolvidas promoveram a sensibilização aos motoristas de caminhões que trafegam de norte a sul do país, pela BR 101. O trabalho evidenciou claramente a importância da sensibilização às pessoas que desconhecem a temática, como também às aquelas, alvo de aliciamento à exploração infanto-juvenil. Com os resultados obtidos, foi possível constatar que a região Sul está no caminho certo para a eliminação da exploração sexual infantil. Mesmo assim, todas as regiões necessitam de investimentos em campanhas de combate a este tipo de exploração da vida. Cabe lembrar que este problema está ligado à pobreza e miséria, mas também aos aspectos estruturais, culturais, psicológicos, sociais, legais e políticos. Como meio de minimizar esta situação, a educação e geração de oportunidades devem ser prioridades na pauta das políticas públicas municipais.

Acredita-se que o Programa TSI vem obtendo êxito na disseminação do conhecimento sobre os impactos psicológicos que podem surgir nas vítimas, assim como na promoção da mudança cultural dos destinos e empresas do *trade* turístico que ainda colaboram com este tipo de atitude. Somente com ações inerentes à proteção da infância, da adolescência e a garantia do direito à vida com dignidade, é que o desenvolvimento sustentável poderá ser alcançado. Além é claro, de poder contar com a sociedade civil e instituições de ensino para apoiar causas como essa, que adquire, a cada ano, relevância global.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo**: diretrizes, metas e programas 2007-2010. Brasília, DF, 2007.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 6.ed. São Paulo: Senac, 2001.

OLIVEIRA, C. T. F. de; ZOUAIN, D. M. A responsabilidade social das empresas ligadas ao turismo em relação ao combate da exploração sexual de crianças e

adolescentes. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, n. 3, p. 3 - 4, 2008.

OYOLA, M.L.; BLANCASA, F.J.; GONZÁLEZ, M.; CABALLERO, R. Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations. **Ecological Indicators**. Elsevier, 2012, pp. 659-675.

PADILHA, C. M. P.; CERQUEIRA-SANTOS, E. O caminhoneiro e o enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias brasileiras. In: LEAL, M. L. P.; LEAL, M. F. P.; LIBÓRIO, M. R. C. **Tráfico de pessoas e violência sexual**. Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2007. p.137-146.

PISCITELLI, A. El tráfico del deseo: interseccionalidades no marco do turismo sexual no Nordeste do Brasil. **Quaderns-e**. Universidade Estadual de Campinas, abr. 2004. Disponível em: <<http://www.antropologia.cat/quaderns-e-82>>. Acesso em: 23 maio 2013.

ROBY, J. L. Women and children in the global sex trade: toward more effective policy. **International Social Work**, v.48, n.136, 2005.

SILVA, M. E. M.; ANJOS, F. A. Gestão da sustentabilidade em Meia Praia–Itapema (SC) sob a percepção dos visitantes e agentes locais. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v. 5, n. 02, 2012.