



Catarina Duarte Fontoura Nadais

## LAZERES ERÓTICOS E SEXUAIS

### Práticas, consumos e perceções da população portuguesa

Tese de Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura, ramo Património e Cultura,  
orientada por Professor Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos  
e apresentada ao Departamento de Geografia e Turismo  
da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Setembro 2017



UNIVERSIDADE DE COIMBRA



# Faculdade de Letras

## Lazeres eróticos e sexuais

Práticas, consumos e perceções da população portuguesa

### Ficha Técnica:

<b>Tipo de trabalho</b>	Tese de Doutoramento
<b>Título</b>	Lazeres eróticos e sexuais Práticas, consumos e perceções da população portuguesa
<b>Autor</b>	Catarina Duarte Fontoura Nadais
<b>Orientador</b>	Professor Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos
<b>Júri</b>	Presidente: Doutora Fernanda Delgado Cravidão Vogais: Doutora Conceição Malveira Diógenes Doutor Jorge Manuel Rodrigues Umbelino Doutora Zélia Maria de Jesus Breda Doutor Rui Adelino Machadi Gomes Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos Doutor Luis Eduardo Ávila da Silveira
<b>Identificação do Curso</b>	Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura
<b>Área científica</b>	Turismo e Lazer
<b>Especialidade</b>	Turismo e Cultura
<b>Data da entrega</b>	27-09-2017
<b>Data da defesa</b>	21-05-2018
<b>Classificação</b>	Aprovado com distinção e louvor por unanimidade



Capa: "Love Vigilantes" (2013), de Butcher Billy.

Uso de imagem autorizada pelo autor.



DEDICATÓRIA

PARA O DUARTE.





## AGRADECIMENTOS

A gratidão que sinto por toda a colaboração, amizade e companheirismo que recebi, ao longo destes anos, da família e dos amigos de perto e de longe, de conhecidos e desconhecidos, é maior do que alguma vez conseguirei expressar. Escrever é um ato solitário. A dedicação a um projeto destes afasta-nos das rotinas familiares, das comemorações sociais, enclausura-nos em bibliotecas (maravilhosas), submersos em livros (fascinantes), numa surdina (necessária) sem fim. Tenho sorte em ter amizades que resistem ao tempo e às imposições do espaço, e de poder contar com estes laços em qualquer situação. Agradeço do fundo do coração, cada momento dedicado, cada manifestação de afeto, cada dose de coragem e motivação. Tenho sorte em vos ter.

Uma primeira palavra ao meu orientador, Professor Doutor Norberto Santos, pela confiança e ensinamentos ao longo deste percurso. Um agradecimento a todos os Professores pelos importantes contributos e por serem fontes de inspiração.

Um agradecimento especial para Professora Doutora Florbela Vitória e à Diana, pela imensa disponibilidade e paciência no apoio ao esclarecimento de dúvidas no que se refere ao tratamento estatístico deste estudo.

Ao Vítor Ferreira pela colaboração na criação do questionário *online*, à minha irmã Laura pelo contributo para o *design* do questionário em papel, assim como a todos os que colaboraram na divulgação deste estudo.

A todas as pessoas e representantes de entidades que prontamente partilharam comigo tudo o que sabiam, e em particular à revista Happy Woman pela disponibilização das revistas para a análise de conteúdo.

Um agradecimento muito especial ao *designer* e ilustrador Butcher Billy, por tão gentilmente ter cedido a imagem de capa deste trabalho, “Love Vigilantes”.

Agradecer também o apoio dos amigos, colegas de trabalho e, em especial, dos meus queridos alunos.

Um agradecimento sincero ao Daniel, pelo amparo no último ano, e por me ter feito prometer que não iríamos desistir. Igualmente para a Susana, com quem qualquer conversa é fonte de inspiração e ânimo.

A toda a família, mas em especial aos meus pais e irmã, pelo amor, carinho e apoio incondicional, que me trouxeram até aqui.

Ao Abel, por esperar e cuidar de mim.

Um agradecimento também à Fundação para a Ciência e Tecnologia, através do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, pelo apoio prestado à participação em eventos científicos no âmbito desta investigação.



## RESUMO

Este projeto tem como tema principal o estudo dos lazeres eróticos e sexuais. O objetivo da investigação é conhecer as práticas, consumos e perceções da população portuguesa nesta matéria. Ao longo da história da humanidade, o sexo e o erotismo estiveram sempre presentes, já que, para além do que envolve o ato físico, ocupam um lugar preponderante na estrutura e organização social, sendo centrais no sistema político, para além de fazer parte da experiência humana, caracterizada e influenciada pela cultura. Os termos sexualidade e erotismo são recentes na literatura, mas sempre estiveram inevitavelmente presentes na vida humana. Existem várias práticas de carácter erótico e sexual que se relacionam com os tempos e espaços de lazer e que são consumidos como tal. Não se conhecendo muitos estudos sobre esta matéria, e em particular no contexto português, esta investigação de carácter exploratório pretende contribuir para o conhecimento destas práticas que se têm vindo a afirmar e desenvolver num contexto híper/pós-moderno. Para tal, antes será necessário fazer uma contextualização, dedicando também atenção à presença do erotismo e da sexualidade ao longo da história, assim como refletir sobre a centralidade do consumo e do lazer na sociedade contemporânea. Tendo consciência da influência que as regras sociais têm nos comportamentos, discutem-se também as noções de norma e desvio, e de que forma é que nelas se podem incluir as práticas de lazer erótico e sexual que têm surgido no mercado dos tempos livres. Na componente empírica do nosso estudo, propomos a análise de conteúdo de três anos (2010, 2013 e 2016) do eixo “A Dois” da revista feminina *Happy Woman* com recurso ao *software* MAXQDA 12, a fim de verificar que referências são feitas a estas atividades e, dessa forma, encontrar igualmente orientações sobre potenciais atividades da população. Baseado nesta análise, construímos um questionário para conhecer as práticas, consumos e perceções da população portuguesa (n=797), relativamente aos lazeres eróticos e sexuais. Com este estudo foi possível, nomeadamente, caracterizar algumas das atividades de lazer de carácter erótico e sexual, conhecer as práticas, consumos e perceções da população portuguesa, identificar um perfil geral dos participantes em dez categorias (encontros, práticas online, espetáculos eróticos, festas sexuais, comunicação erótica, serviços eróticos e sexuais, consumo de produtos, bem-estar, restauração e alojamento) nas dezanove práticas analisadas (encontros às cegas, *speed dating*, sites de infidelidade, sites e aplicações móveis para encontros, festivais eróticos, danças eróticas, swing/troca de casais, canais de televisão par adultos, acompanhante de luxo, prostituição, *sex shops*, massagens eróticas, *bodysushi*, *bodyshot*, restaurante erótico, jantar às escuras, cruzeiro de solteiros, motel, motel voador), e apurar o nível de interesse e potencial destas práticas na população inquirida. Para tal, recorreremos à estatística descritiva e inferencial, onde se incluem os testes de hipóteses, neste caso, não paramétricos, que testaram as hipóteses de independência de distribuições (Qui-quadrado ( $\chi^2$ ), Mann-Whitney ( $U$ ) e Kruskal Wallis ( $H$ )), com recurso ao *software* SPSS Statistics 23.0.0. Apesar do carácter exploratório da investigação, verificamos que estas atividades se apresentam com um potencial considerável, na medida em que cerca de um terço dos inquiridos afirmou o seu interesse em conhecer ou participar neste tipo de práticas, movido especialmente pela curiosidade, reforçando a necessidade de desenvolver mais investigações nesta matéria.

**PALAVRAS-CHAVE:** Lazer; Erotismo; Sexualidade; População portuguesa; Desvio; Consumo.



## ABSTRACT

This project has as its main theme the study of erotic and sexual leisure. The goal of this research is to know the practices, consumption and perceptions of the Portuguese population in this area. Throughout the history of humanity, sex and eroticism were always present. Beside the physical act, occupy a predominant place in the social structure and organization, being central in the political system, besides being part of the human experience, characterized and influenced by culture.

The terms sexuality and eroticism are fresh in the literature, but always have been present in human life. There are several erotic and sexual practices that are relate to the times and spaces of leisure and are consumed as such. Not knowing many studies on this subject, and in particular in the Portuguese context, this exploratory research aims to contribute to the knowledge of these practices that have come to claim and develop a hyper/postmodern context. To do this, we will need to do a contextualization, paying attention also to the presence of eroticism and sexuality throughout history, as well to discuss the centrality of consumption and leisure in contemporary society. Having awareness of the influence that social norms have on behavior, also discuss the concepts of standard and deviation, and how they may include erotic and sexual leisure practices that have emerged in the leisure market.

In the empirical component of our study, we propose the content analysis of three years (2010, 2013 and 2016) of one part of the female magazine Happy Woman, named "A Dois" with MAXQDA 12 software, to verify what references are made to these activities and, in this way, find also guidance about the potential activities of the population. Based on this analysis, we built a questionnaire to know the practices, consumptions and perceptions of the Portuguese population ( $n = 797$ ) for erotic and sexual leisure. This study turn possible characterize some of the leisure activities of erotic and sexual, to know, consumptions, perceptions and practices of the Portuguese population, identify a general profile of participants in ten categories (meetings, online practices, erotic shows, sex parties, erotic, erotic and sexual services, consumption of products, wellness, catering and accommodation) on the nineteen analyzed practices (blind dates, speed dating, cheating sites, websites and mobile applications for meetings, erotic festivals, erotic dances, swing, couple adult tv channels, escort, prostitution, sex shops, erotic massage, bodysushi, bodyshot, erotic restaurant, dinner in the dark, singles cruise, motel, fly motel), besides measuring level of interest and potential of these practices in the reporting population. To this, we used the descriptive and inferential statistics, including the hypothesis testing, in this case, nonparametric, who tested the hypothesis of independence of distributions (Chi-square (X), Mann-Whitney (U) and Kruskal Wallis (H)), using the software SPSS Statistics 23.0.0.

Despite the exploratory nature of the research, we find that these activities are presented with considerable potential, once that around one-third of respondents said interested in knowing or participate in this kind of practice, moved especially by curiosity, reinforcing the need to develop more investigations on this matter.

**KEYWORDS:** Leisure; Erotic and Sexual Leisure Eroticism; Sexuality; Portuguese Population; Deviation; Consumption.



## ÍNDICE GERAL

DEDICATÓRIA .....	iii
AGRADECIMENTOS .....	v
RESUMO .....	vii
ABSTRACT .....	ix
ÍNDICE GERAL.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xix
ÍNDICE DE QUADROS .....	xxi
CAPÍTULO I .....	3
INTRODUÇÃO.....	3
1.1. Enquadramento .....	3
1.2. A questão em estudo .....	4
1.3. Objetivos, processo e modelo de investigação .....	6
1.4. Estrutura da tese.....	9
CAPÍTULO II .....	13
SEXUALIDADE E EROTISMO PELA HISTÓRIA .....	13
2. Introdução .....	13
2.1. Enquadramento .....	13
2.2. Sexo e erotismo.....	15
2.3. O reflexo e o corpo .....	18
2.4. O corpo primitivo .....	23
2.5. Corpo e celebração.....	28
2.6. Corpo modelo .....	34
2.7 Do Corpo ausente ao corpo individual .....	42
2.8. Hetero.....	46
2.9. Exotismo e Poder .....	57
2.10. Sexo e Ciência.....	58
2.11. Revolução.....	62
2.12. O contexto Português .....	64
2.13. Síntese.....	67
CAPÍTULO III .....	71
LAZERES E CONSUMOS.....	71

3.1. Introdução .....	71
3.2. Produção, Capitalismo e Consumo .....	71
3.3. Ócio, lazer e trabalho: consumos e estilos de vida .....	87
3.4. Pós/Hipermodernidade, o lazer e o corpo .....	100
3.5. Síntese.....	113
CAPÍTULO IV .....	119
LAZERES ERÓTICOS E SEXUAIS: PRÁTICAS E CONSUMOS .....	119
4.1. Introdução .....	119
4.2. Enquadramento .....	120
4.3. Os espaços e as práticas .....	122
4.4. Práticas e consumos de lazer erótico e sexual .....	126
4.5. Síntese.....	143
CAPÍTULO V .....	147
MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGAÇÃO .....	147
5.1. Introdução .....	147
5.2. Metodologia Qualitativa e Análise de Conteúdo .....	147
5.2.1. O <i>corpus</i> da análise.....	148
5.2.2. Análise de conteúdo: procedimentos.....	150
5.2.3. Caracterização da amostra.....	153
5.3. Metodologia qualitativa e inquérito por questionário. ....	155
5.3.1. População e Amostra.....	158
5.3.2. Instrumento .....	158
5.3.3. Procedimentos .....	160
5.3.4. Análise estatística .....	161
5.3.5. Caracterização da amostra.....	162
5.3.5.1. Características pessoais e familiares.....	162
5.3.5.2. Características de instrução e situação profissional .....	168
5.4. Síntese.....	172
CAPÍTULO VI .....	177
PRÁTICAS DE LAZER ERÓTICO E SEXUAL NOS MEDIA: ANÁLISE DE CONTEÚDO .....	177
6.1. Introdução .....	177
6.2. Linguagem, sexualidade e tabu .....	177

6.3. Práticas eróticas e sexuais na revista Happy Woman .....	179
6.3.1. Caracterização dos testemunhos .....	179
6.3.2. Práticas eróticas e sexuais .....	183
6.3.2.1. Alojamento e Restauração .....	185
6.3.2.2. Consumo de produtos eróticos .....	185
6.3.2.3. Bem-estar .....	186
6.3.2.4. Serviços eróticos.....	187
6.3.2.5. Encontros .....	187
6.3.2.6. Comunicação erótica.....	188
6.3.2.7. Festas sexuais .....	188
6.3.2.8. Espetáculos .....	189
6.3.2.9. Práticas <i>online</i> .....	189
6.3.3. Consumo de produtos e serviços associados .....	190
6.3.3.1. Tecnologia.....	190
6.3.3.2. Contracetivos .....	190
6.3.3.3. Consumos alternativos.....	191
6.3.3.4. Gastronomia e Bebidas .....	191
6.3.3.5. Cuidados e tratamentos de saúde e bem-estar .....	192
6.3.3.6. Moda.....	193
6.3.3.7. Perfumaria e Cosmética .....	194
6.3.4. Outros Serviços e empresas associados .....	194
6.3.5. Produtos e práticas de turismo e lazer.....	194
6.3.6. Contexto .....	195
6.3.6.1. Destinos .....	195
6.3.6.2. Espaços.....	197
6.3.6.3. Tempos .....	198
6.3.6.4. Companhia.....	199
6.3.6.5. Preço .....	199
6.4. Síntese.....	200
CAPÍTULO VII.....	205
LAZERES ERÓTICOS E SEXUAIS: PRÁTICAS, CONSUMOS E PERCEÇÕES DA POPULAÇÃO PORTUGUESA .....	205

7. Introdução .....	205
7.1. Cuidados estéticos e de bem-estar físico .....	206
7.2. Estilos de vida e consumos de lazer .....	209
7.3. Práticas de turismo e lazer .....	214
7.4. Práticas e perceções sobre lazeres alternativos .....	224
7.4.1. Encontros .....	227
7.4.1.1. Encontro às cegas .....	227
7.4.1.2. Speed dating .....	229
7.4.2. Práticas <i>online</i> .....	230
7.4.2.1. <i>Sites</i> de infidelidade .....	231
7.4.2.2. <i>Sites</i> e aplicações móveis para encontros .....	232
7.4.3. Espetáculos .....	235
7.4.3.1. Danças eróticas .....	235
7.4.3.2. Festivais eróticos.....	237
7.4.4. Festas eróticas.....	238
7.4.4.1. <i>Swing</i> .....	238
7.4.5. Comunicação erótica.....	240
7.4.5.1. Canais de televisão para adultos .....	240
7.4.6. Serviços .....	242
7.4.6.1. Prostituição .....	242
7.4.6.2. Acompanhante de luxo .....	243
7.4.7. Consumo de produtos eróticos .....	244
7.4.8. Bem-estar .....	246
7.4.8.1. Massagens eróticas.....	246
7.4.9. Restauração .....	247
7.4.9.1. <i>Bodysushi</i> .....	248
7.4.9.2. <i>Bodyshot</i> .....	249
7.4.9.3. Jantar às escuras.....	250
7.4.9.4. Restaurante erótico.....	251
7.4.10. Alojamento .....	251
7.4.10.1. Motel voador .....	252
7.4.10.2. Motel.....	252

7.4.10.3. Cruzeiro de solteiros .....	253
7.5. Conhecimento, Localização e Participação nas atividades de lazer erótico e sexual .....	254
7.6. Atividades de lazer erótico e sexual mais praticadas pelos inquiridos e preços associados ..	254
7.7. Contextos e vias de conhecimento da participação em atividades de lazer erótico e sexual...	256
7.8. Práticas de lazer erótico e sexual e outros consumos .....	260
7.8.1. Práticas de lazer erótico e sexual e cuidados estéticos e de bem-estar físico.....	261
7.8.2. Práticas de lazer erótico e sexual e preferências e práticas de turismo e lazer .....	263
7.9. Potencial interesse na participação em atividades de lazer de caráter erótico e sexual .....	264
7.10. Síntese.....	269
CAPÍTULO VIII.....	275
CONCLUSÕES.....	275
8.1. Conclusões .....	275
8.2. Limitações.....	284
ANEXOS .....	304
Anexo 1 - Tiragem e Circulação das Revistas Femininas em Portugal (2010, 2013, 2016) .....	304
Anexo 2 - Média, Frequência e Desvio Padrão de cuidados estéticos e de bem-estar físico por sexo, idade, classe social e orientação sexual. ....	307
Anexo 3 – Médias e desvios padrão do grau de importância atribuído aos cuidados físicos, corpo e moda.....	308
Anexo 4 - Frequências e percentagens de uso de piercings e tatuagens .....	309
Anexo 5 - Últimos três destinos de férias. Top cinco de destinos nacional e internacional e restantes por continentes. ....	310
Anexo 6 - Destinos que mais gostaram de visitar: Top 5 de destinos nacionais e internacionais, e restantes por continente. ....	311
Anexo 7 – Destinos preferidos e de sonho dos inquiridos, numa análise nacional e internacional. .	312
Anexo 8 – Conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual .....	313
Anexo 9 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com o sexo dos inquiridos. ....	314
Anexo 10 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, por escalão etário. ....	316
Anexo 11 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com o estado civil dos inquiridos. ....	318
Anexo 12 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com a classe social dos inquiridos. ....	320

Anexo 13 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com a região de residência dos inquiridos. ....	322
Anexo 14 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com a orientação sexual dos inquiridos. ....	324
Anexo 15 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual. ....	326
Anexo 16 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo o sexo dos inquiridos. ....	327
Anexo 17 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo o escalão etário dos inquiridos. ....	329
Anexo 18 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo o estado civil dos inquiridos. ....	331
Anexo 19 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo a região de residência dos inquiridos. ....	333
Anexo 20 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo a classe social dos inquiridos. ....	335
Anexo 21 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo a orientação sexual dos inquiridos. ....	337
Anexo 22 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual. ....	339
Anexo 23 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo o sexo dos inquiridos. ...	340
Anexo 24 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo o escalão etário dos inquiridos. ....	342
Anexo 25 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo o estado civil dos inquiridos. ....	344
Anexo 26 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo a região de residência dos inquiridos. ....	346
Anexo 27 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo a classe social dos inquiridos. ....	348
Anexo 28 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo a orientação sexual dos inquiridos. ....	350
Anexo 29 – Participação nas práticas de lazer erótico e sexual e os cuidados estéticos e de saúde .	352
Anexo 30 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual e o uso de piercings e tatuagens corporais .....	356
Anexo 30 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual e o consumo de produtos de estética e cosmética. ....	358
Anexo 31 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual e as práticas de lazer e turismo ....	360

Anexo 34 – Participação em atividades de lazer eróticos e sexual e os destinos de férias dos inquiridos .....	373
Anexo 35 – Participação em atividades de lazer eróticos e sexual e os destinos de sonho dos inquiridos .....	376
Anexo 36 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual e práticas de leitura erótica, de revistas femininas e masculinas. ....	379
Anexo 37 – Conhecimento, Localização e Participação nas atividades de lazer erótico e sexual. ....	384
Anexo 38 - Categorias de resposta sobre a justificação para a perceção sobre a promoção e divulgação das atividades de lazer erótico e sexual. ....	389
Anexo 39 - Cruzamento entre práticas de lazer erótico e sexual e o que pensam os inquiridos quando lhes falam nestas práticas. ....	390
Anexo 40 - Cruzamento entre o que pensam os inquiridos quando lhes falam nas práticas de lazer erótico e sexual e a intenção de conhecer ou praticar aquelas práticas no futuro. ....	392
Anexo 41 Resultados dos testes estatísticos: Conhecimento, Localização e Participação das práticas de lazer erótico e sexual .....	393
Anexo 42 Resultados dos testes estatísticos: orientação sexual .....	396
Anexo 43 Resultados dos testes estatísticos: Frequência leitura literatura erótica, revistas masculinas e revistas femininas .....	396
Anexo 44 - Resultados dos testes estatísticos: Potencial interesse na participação em atividades de lazer erótico e sexual no futuro .....	396
Anexo 45 - Resultados dos testes estatísticos: Perceção sobre a divulgação dos produtos de lazer erótico e sexual .....	396
Anexo 46 – Questionário online .....	397
Anexo 47 – Questionário .....	404



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1- Processo de investigação.....	8
Figura 2 - Modelo conceptual..	9
Figura 3 - Amantes de Gumelnita e Casal de Mântua.....	22
Figura 4 - Imagem da Vénus de Willdorf .....	23
Figura 5 -Detalhe do Papiro de Turim .....	31
Figura 6 - Príapo na Casa dos Vetti em Pompeia .....	41
Figura 7 - Os três níveis do comportamento de compra .....	77
Figura 8 - Distribuição por tipologia de artigo, com base na análise de conteúdo .....	154
Figura 9 - Representação gráfica da distribuição de artigos principais, por formato, com base na análise de conteúdo .....	154
Figura 10 -Distribuição dos inquiridos por escalões etários, com base na análise de conteúdo. ....	164
Figura 11 - Estado civil dos inquiridos, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa. ....	166
Figura 12 - Distritos de residência dos inquiridos, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.....	167
Figura 13 - Análise por grandes grupos do nível de instrução dos inquiridos, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa. ....	169
Figura 14 - Caracterização dos testemunhos por sexo, com base na análise de conteúdo.....	180
Figura 15 - Estado civil dos testemunhos femininos, com base na análise de conteúdo. ....	181
Figura 16 - Tipo de relação referida pelos testemunhos, com base na análise de conteúdo .....	182
Figura 17 - Frequências das referências a destinos nacionais e internacionais, associados a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo .....	196
Figura 18 - Frequências a destinos internacionais, por continente, associados a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo .....	197
Figura 19 - Uso de piercings e tatuagens corporais, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.....	207
Figura 20 - Radar de Médias e Desvios-padrão do grau de importância atribuído aos cuidados físicos, corpo e moda, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.....	208
Figura 21 -Radar de representação das médias e desvios-padrão dos hábitos de leitura, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa..	212
Figura 22 -Radar de Médias e Desvios-padrão das preferências das práticas e atividades de lazer, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa..	214

Figura 23- Frequência de viagens para fora do local de residência, por motivos de lazer, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa..	215
Figura 24- Percepção sobre a existência de destinos turísticos associados a práticas eróticas e sexuais em tempos de lazer, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.....	222
Figura 25 - Conhecimento ou já ter ouvido falar nas práticas, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.....	225
Figura 26 - Conhecimento da localização das práticas, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.....	226
Figura 27 - Percentagens de inquiridos que já participaram nas práticas, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa. ....	226
Figura 28 - Distribuição percentual das atividades de lazer erótico e sexual mais praticadas pelos inquiridos, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.....	255
Figura 29 - Formas pelas quais os inquiridos tiveram conhecimento destas práticas, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa. ....	257
Figura 30 - Circunstâncias da participação em atividades de lazer erótico e sexual, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.....	258
Figura 31 -dos períodos de tempo associados a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.....	259
Figura 32 -Médias e Desvios-padrão do consumo de produtos e frequência de espaços de lazer, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa. ....	261
Figura 33 - Interesse em conhecer ou intenção de participar em atividades de lazer erótico e sexual no futuro, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa. ....	265
Figura 34 - Percepção sobre a promoção e divulgação das atividades de lazer erótico e sexual quando comparadas com outras, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa. ....	267
Figura 35 - análise de respostas agrupadas em percepções negativas, positivas e neutras, com base na análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa..	269

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Objetivos específicos da investigação .....	8
Quadro 2- Os três axiomas da sexualidade. ....	14
Quadro 3 - Alterações legais e direitos das mulheres.....	65
Quadro 4 - Modelos de produção: fordista e toyotista.....	74
Quadro 5 - Categorias de análise de conteúdo .....	151
Quadro 6 - Categorias, subcategorias e unidades de análise de conteúdo.....	153
Quadro 7 - Tipologia de artigos analisados na análise de conteúdo .....	153
Quadro 8 - Formato de artigos da análise de conteúdo .....	154
Quadro 9 - Definição do problema geral e das questões particulares da investigação .....	157
Quadro 10 - Conteúdos do inquérito por questionário.....	160
Quadro 11 - Tipo de recolha dos inquéritos por questionário.....	161
Quadro 12 - Distribuição dos inquiridos por sexo com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.....	162
Quadro 13 - Média, Desvio-padrão, mínimo e máximo das idades dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	163
Quadro 14- Orientação sexual dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	164
Quadro 15 - Cruzamento entre varáveis sexo e orientação sexual dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	165
Quadro 16 - Distribuição dos inquiridos por regiões de residência com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.....	167
Quadro 17 - Nível de instrução dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	168
Quadro 18 -Profissões dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.....	169
Quadro 19 - Situação profissional dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.....	170
Quadro 20 - Classe social dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.....	170
Quadro 21 - Tipo de habitação dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.....	171
Quadro 22 - Tipologia de habitação dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.....	171

Quadro 23 - Relação de posse sobre a habitação dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.....	172
Quadro 24 - Gama dos automóveis dos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.....	172
Quadro 25 - Média, Desvio padrão, Mínimo e Máximo de idades dos testemunhos femininos e masculinos, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).....	180
Quadro 26 - Tipo de relação referida pelos testemunhos, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016)..	181
Quadro 27 - Profissões dos testemunhos femininos e masculinos, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).....	182
Quadro 28 - Comportamentos, tipos de relacionamentos e modas em práticas eróticas e sexuais, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	183
Quadro 29 - Composição das categorias de análise das práticas eróticas e sexuais, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	184
Quadro 30 - Frequência das práticas eróticas e sexuais por categoria, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).....	185
Quadro 31 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria de alojamento e restauração, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).....	185
Quadro 32 – Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria de consumos eróticos e sexuais – produtos eróticos, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).....	185
Quadro 33 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria de consumos eróticos e sexuais – potenciadores, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).....	186
Quadro 34 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria de bem-estar, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	186
Quadro 35 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria serviços eróticos e sexuais, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	187
Quadro 36 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria encontros, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	188
Quadro 37 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria comunicação erótica, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016)..	188
Quadro 38 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria comunicação erótica, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	188
Quadro 39 Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria espetáculos, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016)..	189

Quadro 40 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria práticas online, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	189
Quadro 41 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria da tecnologia, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	190
Quadro 42 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de contraceptivos, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	191
Quadro 43 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de consumos alternativos, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	191
Quadro 44 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de gastronomia e bebidas, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	192
Quadro 45 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na subcategoria de gastronomia e bebidas, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	192
Quadro 46 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de cuidados e tratamentos de saúde e bem-estar, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	192
Quadro 47 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na subcategoria de cuidados e tratamentos de saúde e bem-estar, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	193
Quadro 48 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de moda, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	193
Quadro 49 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de perfumaria e cosmética, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	194
Quadro 50 - Frequências de outros serviços e empresas associadas a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	194
Quadro 51 - Frequências de práticas de turismo e lazer associadas a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	195
Quadro 52 - Frequências de meios de transporte associados a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	195
Quadro 53 - Frequências das referências a destinos nacionais, associados a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	196

Quadro 54- Frequências das referências a destinos internacionais, associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	197
Quadro 55 - Frequências dos espaços associados a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	198
Quadro 56 - Frequências da subcategoria de estabelecimentos de alojamento, restauração e bebidas, associados a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	198
Quadro 57 - Frequências dos tempos referidos, associados a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	199
Quadro 58 - Frequências dos tempos referidos, na subcategoria das comemorações, associados a práticas de lazer erótico e sexual, com base na análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	199
Quadro 59 - Frequências da companhia, associada a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	199
Quadro 60 - Frequências, Médias, Mínimo, Máximo e Desvio-padrão dos preços das práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).	200
Quadro 61 - Medidas de tendência central que caracterizam o recurso a serviços de cuidados estéticos, de saúde e bem-estar físico com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.	206
Quadro 62 - Medidas de tendência central que caracterizam a posse de piercings e tatuagens corporais pelos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.	207
Quadro 63 - Média e Desvios-padrão do grau de importância atribuído aos cuidados físicos, corpo e moda com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.	208
Quadro 64 - Frequência de utilização de produtos de perfumaria e cosmética com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.	209
Quadro 65 - Média e Desvio Padrão do tempo despendido em práticas de lazer com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.	211
Quadro 66 - Médias e Desvio-padrão dos hábitos de leitura com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.	211
Quadro 67 - Médias e desvios-padrão das preferências de práticas e atividades de lazer com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.	213
Quadro 68 - Frequência de viagens para fora do local de residência, por motivos de lazer com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.	215
Quadro 69- Frequência de viagens por motivos de lazer com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.	217

Quadro 70 - Companhia nas viagens e tipo de destino com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	218
Quadro 71 - Três últimos destinos escolhidos como destino de férias, por comparação por nacional e internacional com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	218
Quadro 72 - TOP 5 de destinos de férias nacionais e internacionais. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa. ....	219
Quadro 73 -Número médio de dias de estadas nos destinos de férias. Valores mínimos e máximos: 1º destino: 1 - 60; 2º destino: 1 - 90; 3º destino: 1-90. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa. ....	219
Quadro 74 -Estada média em destino nacional e internacional com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	220
Quadro 75 - Destinos preferidos e destinos de sonho dos inquiridos, numa análise nacional e internacional com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	221
Quadro 76 - TOP 5 de destinos de férias nacionais e internacionais que mais gostaram de visitar com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	221
Quadro 77 - Motivos de escolha dos destinos de sonho com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	222
Quadro 78 - TOP 15 dos Destinos turísticos que mais se associam a práticas eróticas e sexuais em tempos de lazer com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	224
Quadro 79 - Categorias das práticas eróticas e sexuais em análise com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	225
Quadro 80 – Frequências e percentagens das atividades de lazer erótico e sexual referidas pelos inquiridos como as mais praticadas pelos próprios com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	255
Quadro 81 - Médias e Desvios-padrão dos gastos em atividades de lazer erótico e sexual mais praticadas pelos inquiridos com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	256
Quadro 82 - Formas de conhecimento das práticas com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	257
Quadro 83 -Circunstâncias da participação em atividades de lazer erótico e sexual com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	258
Quadro 84 -Períodos de tempo associados a atividades de lazer erótico e sexual com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	259
Quadro 85 -Frequência de consumo de produtos e frequência de espaços de lazer com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	260
Quadro 86 -Médias e Desvios-padrão do consumo de produtos e frequência de espaços de lazer com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	261

Quadro 87- Interesse em conhecer ou intenção de participar em atividades de lazer erótico e sexual no futuro com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	264
Quadro 88 - Práticas pelas quais os inquiridos têm interesse em conhecer ou participar no futuro com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.. ....	266
Quadro 89 -Percepção sobre a promoção e divulgação das atividades de lazer erótico e sexual quando comparadas com outras com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa. ....	267
Quadro 90 -Frequências e percentagens do que pensam os inquiridos quando lhes falam das práticas de lazer erótico e sexual com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.. ....	268
Quadro 91 - Análise de respostas agrupadas em percepções negativas, positivas e neutras com base nos inquéritos por questionário aplicados à população portuguesa.. ....	269



CAPÍTULO I  
INTRODUÇÃO





## CAPÍTULO I INTRODUÇÃO

### 1.1. Enquadramento

A sociedade sofreu alterações profundas no que se refere às condições de vida, de trabalho, bem como ao nível da ocupação do tempo. A chamada sociedade pós/hipermoderna (Baudrillard, 1983; Lyotard, 2009; Lipovetsky, 2004) reorganizou os tempos e reconheceu ao lazer uma importância central.

Têm vindo a discutir-se as transformações dos valores da sociedade desde o período moderno até a atualidade (Lyotard, 2009; Beck, 2008; Laermans, 1994), assim como deram atenção ao surgimento de novos estilos de vida (Featherstone, 1991) e consumos (Veblen, 1974; Dubois, 1993; Lipovetsky, 2006). Atendendo às características que vários autores, ao longo do tempo, foram identificando neste novo período de desenvolvimento da sociedade, evidenciamos aqueles que destacaram a importância do lazer (Dumazedier, 1967), do espetáculo (Débord, 1991), do consumo (Baudrillard, 2011), do divertimento (Langman, 1992), mas também caracterizada pela velocidade, instantaneidade, pelo efêmero e fugitivo (Baudelaire, 1964) pela individualidade (Laermans, 1994; Bourdieu, 1979), desordem e fragmentação (Rojek, 1999), pela imprevisibilidade e simulacro (Bennet, 2008), e pelo risco (Lasch, 1984). Num tal contexto, é inevitável também lembrar Rubin (1984:143) que considera que é “precisamente em tempos como estes, quando vivemos a possibilidade de uma destruição impensável, que as pessoas estão perigosamente predispostas a serem loucas no que se refere à sua sexualidade”.

Dedicar uma investigação à temática de práticas de lazer de caráter erótico e sexual é mergulhar na história do corpo e da sexualidade, das transformações dos tempos e das práticas de lazer e de consumo, discutir a norma e o desvio numa sociedade hedonista. Em diferentes estudos académicos (Rubin, 1984; Voss & Schmidt, 2000; Rojek, 1995; Thomas & Williams, 2016) se refere a ausência de investigações que se dediquem a estudar a sexualidade no lazer, apesar da evidente importância que

investigações nesta temática podem representar para o entendimento da construção cultural da sexualidade, dos corpos e da relação com o espaço (Aitchison, 1999). Para além disso, num momento em que se registam transformações nos valores sociais e culturais é justificado e relevante atender à centralidade das práticas de lazer, incluindo as que se relacionam com a sexualidade e erotismo (Smith & Raymen, 2016), contribuindo para uma compreensão dos novos estilos de vida e dos espaços ocupados no território por estas práticas (Green, 2008), bem como para dar respostas a preocupações políticas e sociais (Hubbard, 2009). Este tema começou a ser alvo de investigações no âmbito das novas geografias culturais, no contexto do lazer, do turismo e da sexualidade (Aitchison, 1999) e, recentemente, têm-se concentrado no estudo práticas particulares e estanques, não oferecendo uma análise transversal a este tipo de consumos.

O presente trabalho de investigação concentra-se no estudo de práticas e os consumos de lazer alternativos, associados ao erotismo e sexualidade. Sendo uma temática bastante abrangente e que permeia vários aspetos da vida pessoal, da organização social, cultural, política e económica, tende a torna-se bastante complexo pelo número de variáveis a ter em consideração. A escassez de investigações sobre a temática faz com que se assuma como um estudo exploratório, e que pretende ser ponto de partida para trabalhos futuros.

## **1.2. A questão em estudo**

O lazer enquanto prática que decorre em tempos libertos de horários e tarefas impostas ganhou, especialmente após a Revolução Industrial, uma preponderância e lugar central na organização dos tempos sociais. Evidência da importância que tem a temática do lazer, é a atenção e interesse que merece de diferentes disciplinas, especialmente no campo das ciências sociais.

Ao nível económico, o lazer assume um papel bastante significativo na produtividade nacional, desencadeando a criação, promoção e desenvolvimento de inúmeras e variadas atividades, para públicos nacionais e estrangeiros, permeando os mais diversos produtos e interesses. Os consumidores apresentam-se cada vez mais conhecedores e exigentes na qualidade e originalidade das ofertas. Orientados para um prazer que conseguem alcançar através da ocupação de tempos com atividades que fogem das tarefas rotineiras, o lazer é entendido como um momento de comemoração de um tempo livre. O tempo de lazer destina-se, em teoria, à dedicação a atividades a que nos

entregamos de livre e espontânea vontade (Dumazedier, 1967), e que se traduzam em formas de reequilibrar o corpo e a mente, como descanso por um lado e preparação para nova jornada de trabalho por outro. Acompanhando as características e imposições de uma sociedade pós-moderna, o indivíduo foca-se e entrega-se a momentos fugazes, mas prazerosos, vivendo-os intensamente. Já o corpo assume-se como forma de expressão e comunicação, mas também via de acesso a estímulos.

O prazer como bússola para os tempos livres, encontra, entre outras, atividades que se associam ao erotismo e à sexualidade. As práticas de lazer erótico e sexual sofreram diferentes tratamentos ao longo da história. As morais impostas, as políticas de natalidade, a doença ou o momento histórico foram-lhes impondo ora o domínio do privado, ora do público, umas vezes no pecado, outras na celebração, umas na norma, outras consideradas desviantes. Se por um lado estão associadas a práticas de culto de um corpo, de forma de expressão e de vivência de sentimentos, de apuramento de sentidos, de quebra de rotina, de desafio à ordem, imposições e regras sociais, por outro lado não deixam de sofrer uma influência social.

Serão estas pressões que levam à necessidade de escape? Encerrados em horários, protocolos, comportamentos, posturas, papéis sociais, o indivíduo entende os momentos de lazer e de turismo como cápsulas de tempo de permissividade, de liberdade, de desvio consentido e merecido depois da jornada, qualquer que seja a atividade. Se refletirmos sobre o tempo de lazer, ou de férias em particular, regista-se uma maior flexibilidade nos horários, quebram-se protocolos e os espaços públicos e privados de lazer não coincidem, à partida, com os do dia-a-dia, enquanto se viaja em busca “do outro” (Urry, 2002). Neste contexto de uma maior liberdade percecionada, o sujeito deleita-se em atividades de prazer, de escape, mas também de risco (Newmahr, 2011). A busca por alguma adrenalina encontra resposta, algumas vezes, em atividades com um risco associado, outras vezes controlado, pelo seu carácter de simulação, mimetização, representação e encenação. Estas atividades apresentam limites a elas mesmas, que fazem com que determinadas fronteiras não sejam ultrapassadas sem deixar de iludir os praticantes numa falsa liberdade total.

O presente trabalho de investigação pretende estudar as práticas de lazer e turismo que se relacionem com as práticas eróticas e sexuais. Consideramos este estudo pertinente e relevante. Sendo uma temática pouco estudada até então, nomeadamente a nível nacional, muitas questões se encontram sem

resposta. Não se conhecem dados concretos sobre a oferta, sobre os participantes, não se conhecem os resultados económicos, os impactos sociais ou o perfil dos interessados nesta área. Pelas análises informais em revistas, identifica-se uma oferta cada vez mais vasta, das mais comuns às mais inovadoras, para o que também o recurso à tecnologia contribuiu para a sua abrangência e acessibilidade. Algumas destas atividades, como a prostituição, são fortemente estigmatizadas socialmente, tendendo a serem tratadas como um tabu. No entanto, outras têm vindo a ganhar lugar em espaços temáticos e especializados, também integrando as tendências e modas, como as redes sociais que promovem o encontro entre desconhecidos, e amplamente generalizadas. Espaços de luxo, ofertas sofisticadas, para casais ou solteiros, palcos de comemorações ou de experiências novas, existem em Portugal ofertas que dão resposta a esta procura. Para além de surgirem em tempos de lazer, estas atividades vêm-se associadas a atividades, empreendimentos, empresas ou entidades que se relacionam direta ou indiretamente com a indústria do lazer. Certos de que esta será uma temática central nos próximos anos, apresentamos um trabalho que pretende revelar um panorama geral destas práticas no contexto português, abrindo caminhos para novas investigações e questões que, por limitações de tempo, não conseguiremos dedicar tempo suficiente. Conscientes das transformações sociais, as novas e consequentes formas de viver o corpo e as relações pessoais, fazem prever também novas formas de sociabilidades, com impactos na vida do indivíduo, nos estilos de vida, nos espaços e na sociedade. Por isso, consideramos urgente uma atenção significativa a esta temática, num estudo exploratório, a fim de aferir conhecimentos, contribuir para o enriquecimento das informações até hoje conhecidas, e constituir uma base para a elaboração de hipóteses para projetos futuros.

### **1.3. Objetivos, processo e modelo de investigação**

O presente estudo desenvolve-se no âmbito da temática dos estudos do lazer alternativos ou desviantes, e, em particular, dos que se relacionem com o erotismo e a sexualidade. O objetivo geral da nossa investigação é conhecer as práticas, consumos e perceções da população portuguesa sobre os lazeres eróticos e sexuais.

Assim, formulamos:

Tema: Os lazeres alternativos ou desviantes na sociedade hipermoderna.

Problema: Quais as práticas, consumos e perceções da população portuguesa no âmbito das práticas eróticas e sexuais?

Assumindo-se desde já tratar-se de um estudo exploratório, ao invés de apresentarmos hipóteses, propomos a definição de objetivos específicos, a alcançar com cada capítulo da dissertação, e que se apresentam no Quadro 1.

ÂMBITO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<b>Sexualidade e erotismo pela história</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Analisar cronologicamente a história da sexualidade ao longo do tempo, em especial no que se refere às culturas ocidentais.</li><li>- Definir conceitos operacionais-chave.</li></ul>
<b>Lazeres e consumos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Estudar os tempos de lazer e as transformações ao longo do tempo;</li><li>- Identificar a relação e expressão do erotismo e sexualidade na sociedade híper/pós-moderna.</li><li>- Analisar e discutir noções de lazer.</li><li>- Explorar e discutir o lazer enquanto fenómeno social.</li><li>- Enquadrar as práticas de lazer alternativo.</li><li>- Analisar o destaque atribuído às práticas de lazer na pós-modernidade.</li></ul>
<b>Lazeres eróticos e sexuais: práticas e consumos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar e caracterizar as práticas de lazer erótico e sexual;</li><li>- Contextualizar as práticas de lazer erótico e sexual na discussão da norma e do desvio.</li><li>- Conhecer e apresentar as principais conclusões dos estudos sobre a temática.</li></ul>
<b>Práticas de lazer erótico e sexual nos media: análise de conteúdo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Reconhecer a presença de referências a lazeres eróticos e sexuais nos <i>media</i>.</li><li>- Refletir sobre a importância dos <i>media</i> para a influência das perceções da população dos imaginários.</li></ul>

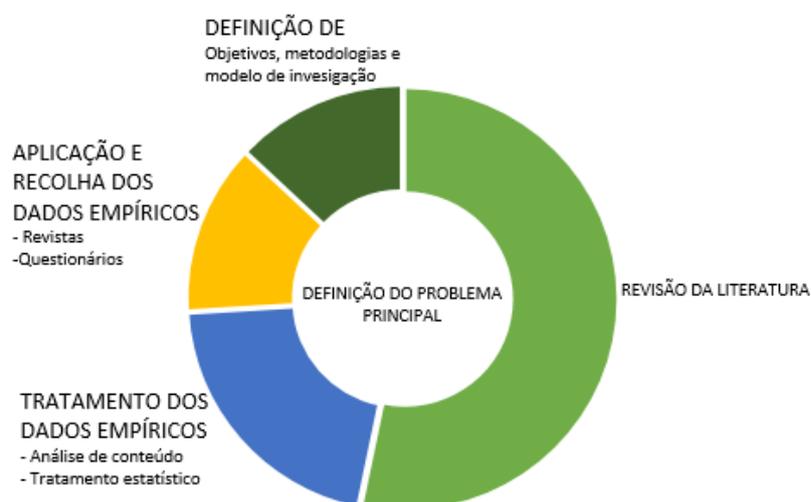
---

**Práticas, consumos e perceções da população portuguesa: lazeres eróticos e sexuais** - Conhecer as práticas, consumos e perceções da população portuguesa no que respeita os lazeres eróticos e sexuais<sup>1</sup>.

---

*Quadro 1 - Objetivos específicos da investigação. Elaboração própria.*

Os estudos exploratórios, pelas suas características, assumem-se como abertos, disponíveis para qualquer conhecimento que se apresente, não estando, portanto, focado em confirmar ou refutar hipóteses, nem em medir variáveis. O nosso processo de investigação não foi linear, apesar de terem sido definidas etapas e objetivos claros para o avanço da investigação. Queremos dizer com isto que muitas das tarefas se foram realizando de forma sobreposta, paralela, na medida em que diferentes fontes, pesquisas, e resultados nos foram guiando ao longo da investigação e contribuindo para o desenvolvimento de outros tópicos (Figura 1). A revisão da literatura foi fundamental como ponto de partida, a análise de conteúdo incontornável para a criação do inquérito por questionário e para o conhecimento das práticas difundidas pelos media, que necessitou de um suporte teórico que o reforçasse. O inquérito por questionário permitiu apurar as realidades relativas à população inquirida e, no conjunto com os outros trabalhos, apresentar algumas conclusões.



*Figura 1- Processo de investigação. Elaboração própria.*

---

<sup>1</sup> Os objetivos específicos a atingir neste capítulo serão apresentados concretamente no Quadro 10 (capítulo V, no ponto 5.3.).

De outra forma, também poderemos atender à análise de uma perspectiva global das temáticas a abordar e à relação entre elas. Parece-nos que apresentar um modelo conceptual síntese dos temas a explorar poderá esclarecer melhor o próprio processo de investigação, tal como representado na Figura 2.

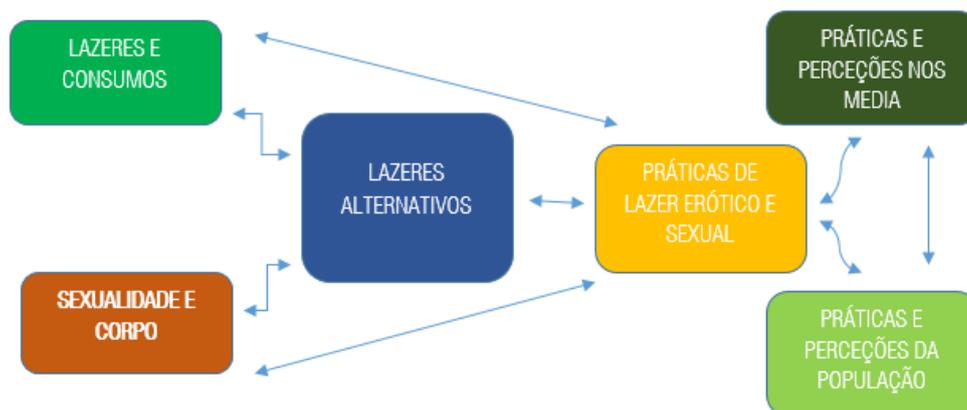


Figura 2 - Modelo conceptual. Elaboração própria.

#### 1.4. Estrutura da tese

Este trabalho organiza-se por capítulos. Neste primeiro capítulo de introdução dedicamo-nos a clarificar a nossa temática, os objetivos para este trabalho de investigação, as metodologias que nos guiaram todo o processo de investigação até à análise e discussão dos resultados.

No segundo capítulo debruçamo-nos numa análise cronológica pelos tempos de lazer e à sua associação ao erotismo e à sexualidade, a fim de apresentar um enquadramento deste tipo de práticas em diferentes tempos, estratos e sociedades, ao longo da história. Analisar como foi vivido, percebido e entendido o sexo ao longo de períodos históricos e de sociedades marcantes, torna bastante evidente a sua relação com os contextos económicos, sociais, políticos, religiosos ou culturais. Por este motivo, e como ponto de partida para a nossa investigação, irá realizar-se uma análise cronológica e por sociedades cujos registos evidenciem informações relevantes para este projeto, com especial interesse nos tempos e espaços de lazer e nas práticas que evidenciem preocupações com o corpo, de embelezamento, e que se relacionem com aspetos eróticos e sexuais.

O terceiro capítulo é dedicado à discussão das temáticas do lazer e a sua relação com o consumo e a cultura, os estilos de vida, motivações e necessidades dos indivíduos, os hábitos o controle social, a

norma e o desvio nos diferentes papéis sociais, que prepara o leitor para o capítulo quarto, dedicado à apresentação e caracterização das práticas eróticas e sexuais, atendendo, sobretudo, a investigações internacionais especializadas em determinadas atividades e consumos.

No capítulo cinco dedicamo-nos à definição de métodos, técnicas e instrumentos de investigação que orientam o nosso trabalho empírico. O capítulo seis dedica-se a apresentar os resultados de uma análise de conteúdo do eixo “A Dois” da revista mensal feminina Happy Woman, relativos aos anos de 2010, 2013 e 2016, anteriormente contextualizado por uma discussão sobre a comunicação, o tabu e a influência dos *media*. A análise de conteúdo tem como objetivo aferir o que se divulga nos *media* sobre este tipo de práticas, assim como para a análise de testemunhos, com a expectativa que estes possam apresentar dados interessantes sobre as práticas eróticas e sexuais. A análise dos testemunhos das revistas, para além de servirem de ponto de partida para a criação do inquérito por questionário, permitem antever um retrato da sociedade sobre estes consumos na sociedade portuguesa ou, pelo menos, do que é sugerido pela revista.

O capítulo sete é dedicado a conhecer e analisar as práticas e perceções da população portuguesa, com base no tratamento estatístico dos inquéritos por questionário aplicados (n=797), atendendo a diferentes aspetos, nomeadamente o perfil dos participantes, a relação entre estes consumos de lazer e outros de carácter geral, bem como o potencial de interesse destas atividades. Por fim, reforçaremos algumas considerações finais para a esta investigação, para além de se apresentarem as referências bibliográficas, e anexos deste trabalho.



## CAPÍTULO II

# SEXUALIDADE E EROTISMO PELA HISTÓRIA





## CAPÍTULO II

### SEXUALIDADE E EROTISMO PELA HISTÓRIA

#### 2. Introdução

O presente capítulo centra-se numa análise da sexualidade e do erotismo, das formas como foram vividos, percebidos, influenciados ao longo da história e em diferentes sociedades, o que torna evidente uma plasticidade em relação com o próprio contexto económico, político, social, religioso e cultural. A análise será apresentada de forma cronológica, tanto quanto possível, na tentativa de relacionar as condições políticas e sociais às atividades de lazer e ao uso do corpo, do seu cuidado, apresentação e representação, dando particular atenção ao contexto ocidental, em linha com o que pretendemos apurar no estudo empírico, bem como ao carácter erótico e sexual de algumas práticas de lazer.

#### 2.1. Enquadramento

A sexualidade é produto da atividade humana, na medida em que sofre influência de interesses, serve manobras políticas, casuais ou intencionais (Rubin, 1984), assim como é modelada pelo contexto histórico, social e cultural em que se encontra inserido. Compreender a sexualidade é, assim, forma de conhecer o indivíduo e o seu contexto.

O estudo do erotismo e da sexualidade ao longo da história é um desafio que, apesar das limitações que apresenta pela tentativa de vislumbrar as realidades de períodos históricos longínquos, é fundamental para entender a conceção atual do corpo e da presença desses elementos nas práticas de lazer.

Com base nos seus estudos sobre a temática, Rubin (1984) considera que as investigações sobre a sexualidade têm sido inibidas de várias formas, invocando três axiomas para o justificar, e que apresentamos no Quadro 2.

AXIOMA	TEORIA	CRÍTICAS
Essencialismo	O sexo é natural e existe por si só. Depende somente do domínio fisiológico e sociológico.	Rejeita determinantes históricas, sociais, económicas, políticas e culturais. Não entende a sexualidade como produto social.
Negatividade	O sexo é prática perigosa, destruidora e força negativa.	Retrato de herança cultural, religiosa e política, há uma culpa associada ao sexo, entendido como fraqueza, do domínio do poder irracional sobre a razão.
Falácia da hierarquia	Nem todas as práticas sexuais são desejáveis nem legítimas.	Hierarquia das práticas sexuais: distinção entre práticas aceitáveis e privilegiadas, das adversas e indesejáveis.

*Quadro 2- Os três axiomas da sexualidade. Elaboração própria, a partir de RUBIN (1984).*

O primeiro axioma assenta na ideia de que o sexo é um pressuposto à vida imutável, igual em todos os tempos históricos e espaços geográficos, não sofrendo influência do seu carácter cultural, contexto social, económico ou político. A contrariação deste axioma já foi evidenciada nos estudos de Jeffrey Weeks (1977, 2005) sobre a homossexualidade, Judith Walkowitz (1992) sobre as transformações registadas na prostituição e pela obra da História da Sexualidade de Michel Foucault (1994a) que evidencia a produção constante de novas sexualidades, ao longo do decurso da história, da cultura e das práticas sociais. Para Rubin (1984) é evidente que por mais independente que seja o funcionamento do corpo biológico do indivíduo, o que representa e o uso que faz dele, incluindo as práticas sexuais, têm sempre associados signos e significados culturais que não devem ser ignorados. Para a autora, a percepção do poder e importância da sexualidade foi indispensável para a tomada de medidas políticas ao longo dos tempos. O segundo axioma apresenta uma conotação negativa atribuída constantemente à sexualidade e ao erotismo, enquanto forma de evidente perigo, associado à falha, ao erro, e à fraqueza, fazendo deste assunto um campo minado para a investigação (Voss & Schmidt, 2000). As heranças culturais fazem com que se estabeleça uma associação menos negativa se o sexo for praticado dentro do casamento e se tiver como principal objetivo a reprodução, e não o prazer. Rubin (1984) critica o facto de ser necessário existir uma justificação para vivenciar os prazeres do sexo, algo que não acontece em outras práticas prazerosas, e que isso se deve ao entendimento do sexo como uma prática negativa, perigosa e destruidora. Voss & Schmidt (2000) identificam também um tratamento lascivo da sexualidade, numa facilidade em associar imagens culturais à pornografia, sendo descontextualizadas e interpretadas de forma exagerada, imediata e banal. O terceiro axioma é da falácia da hierarquia

(Rubin, 1984) e consiste na atribuição de uma classificação valorativa às atividades sexuais mediante os seus participantes e objetivos. O topo desta hierarquia, e, portanto, mais valorizado, é ocupado pela relação conjugal que tem como objetivo a reprodução, fazendo com que todas as outras sejam segregadas e afastadas do role das práticas desejáveis. Também Nieto (2003) é da opinião que, no domínio da antropologia, o facto de o estudo da sexualidade ser visto como um assunto de menor importância cria um ciclo vicioso de insuficiente investigação e publicação, que terá sido contrariado pela primeira vez por Malinowski (1992), ao iniciar os estudos no campo da investigação em antropologia da sexualidade. No campo da Geografia, segundo Rodrigues (2014), o tema da sexualidade enquanto temática central surge nos trabalhos de Eduarda Ferreira e de Paulo Jorge Vieira, que foram responsáveis pela introdução da temática das orientações sexuais LGBT em Portugal, e do trabalho de Nadais & Santos (2012), a que associa a exploração da temática pelas dimensões do corpo e lazer.

## **2.2. Sexo e erotismo**

Em mutação ao longo dos tempos, e em diferentes enquadramentos sociais, as práticas sexuais têm vindo a ser exploradas e discutidas nos últimos cinquenta anos, merecendo a atenção de áreas disciplinares tão distintas como a política, medicina, psicologia, sociologia, psiquiatria, antropologia ou história.

O sexo enquanto relação sexual entre pessoas está associado, mas não só, a um fim primário e imediato, à sua função de reprodução da espécie e propiciadora de prazer. A partilha de um corpo faz Balandier (1985:57)<sup>2</sup> afirmar que “a sexualidade humana é um fenómeno social total: tudo se joga aí, se exprime aí, se estrutura aí desde o começo das sociedades”. O sexo é uma construção, resultado da soma daquilo que é por natureza, com aquilo que queremos e fazemos dele e, por isto, a interpretação das práticas que se associam ao sexo e ao erotismo tem vindo a sofrer alterações ao longo da história. Vários são os estímulos de contexto em que as práticas estão inseridas que influenciam a forma como o sexo é entendido e vivido, desde o ambiente económico, político, cultural e social.

---

<sup>2</sup> Citado por Michel (2009:33).

Quando se aborda o sexo e a sexualidade, estabelece-se uma associação quase imediata aos momentos íntimos e reservados, que fazem parte da vida privada. No entanto, o sexo tem vindo a quebrar barreiras e a passar da esfera estritamente privada para a esfera pública, nomeadamente através dos meios de comunicação (Alexander, 2008). As questões da sexualidade são tratadas de forma mais ou menos séria, em diferentes meios, como noticiários, revistas especializadas (do *hard-core* ao erótico-artístico), em formato *online* ou na discussão da opinião pública.

Das mais conservadoras às mais liberais, têm vindo a público práticas diversificadas e alternativas. Nos dias de hoje, os estilos de vida, inclusive os mais privados, tendem a ser transferidos e partilhados no domínio público. A forma como os indivíduos comunicam, como se expressam e como manifestam e partilham diferentes sentimentos e momentos do quotidiano, permitem um fácil acesso à vida privada das amigadas virtuais, como é visível nas redes sociais. A sobre-exposição a que a vida privada está sujeita, bem como a forma como os media usam a força da imagem erótica e sexual para vender e promover, contribuem para a transformação da sociedade, ao inculcar nela imagens, ideias e ideais quase utópicos-padrão, que se transformarão, de alguma forma em estereótipos e frustrações (Michel, 2009).

Para Nieto (2003), a sexualidade ganhou um novo interesse a partir do momento em que deixa de ser percebida como algo estático e somente dependente da biologia, para o entendimento que coloca a cultura como principal influência, fazendo com que deixe de ser entendida como universal e abrangente, e se assumam a preponderância das sociedades e das suas culturas, os seus aspetos mais particulares e concretos.

A importância atribuída à sexualidade tem percorrido todos os tempos históricos e pré-históricos, estando o conceito dependente dos seus intervenientes, da sua identidade ou orientação sexual, do erotismo, do significado das práticas, dos objetos e situações, assim como da política, ou seja, de toda a organização social e da influência que sofre, impõe ou lhe é imposta. A riqueza do estudo desta matéria está na sua complexidade e na multidisciplinaridade que é exigida para o seu entendimento, que possibilitará a identificação de práticas e representações, muitas delas perpetuadas pela história.

Empregue pela primeira vez no século XIX em contexto de terminologia técnica de biologia e zoologia, a sexualidade traduz as práticas sexuais, o erotismo, as identidades e escolhas de e com parceiros. À sexualidade é atribuído um poder simbólico e um significado também político.

Dizem-nos as ciências sociais e humanas e as ciências da vida, que o instinto é um conjunto de comportamentos estereotipados e padronizados a que estamos predispostos e que nos garantem a sobrevivência. Outro conceito próximo, a pulsão, foi apresentado por Sigmund Freud em 1915, na sua teoria psicanalítica, definida como um impulso constante que orienta o comportamento do indivíduo para o prazer. O homem pré-histórico orientava os seus atos para aquilo que lhe garantia sobrevivência e a descendência, e o sexo está-lhes inevitavelmente associado. Sob outra perspetiva, Ortega y Gasset (1963), considera que, para ser possível entender a teoria psicológica não nos devemos focar somente na componente ou aspeto mecânico, dando atenção ao topo, incluindo o corpo e aquilo que nos rodeia, considerando assim que o processo psíquico está mais próximo de um resultado de somas e subtrações de elementos independentes. No entanto, se por um lado o autor admite uma parte do indivíduo mais associado ao corpo, onde inclui os instintos, sensações, dor e prazer, a atração sexual, etc., por outro, considera não ser possível dividir o indivíduo em corpo e alma, por não ser viável definir com clareza onde inicia um e termina outro. Sujeito a pressões externas, códigos de conduta e práticas culturalmente estabelecidas, a hierarquias ou às relações sociais, mais ou menos complexas, aquilo que entendemos hoje como sexualidade, marcou, definiu e orientou desde sempre o modo de vida das sociedades.

Tal como teremos oportunidade de demonstrar neste capítulo, a sexualidade toma formas diferentes ao longo da história, registando avanços e retrocessos nos diferentes espaços geográficos, varia consoante os modos de organização social, as culturas e as crenças, e é também por isto que a sexualidade se torna um tema tão complexo e rico.

Já o erotismo engloba as mais variadas formas de construção de fantasias, impelidas por um desejo, as pulsões de Freud, acima referidas. Para Baudrillard (2011:175), deve entender-se o erótico enquanto “dimensão generalizada da permuta das nossas sociedades do qual fazem parte um código de símbolos”. Na sua obra, o autor dedica-se à reflexão sobre o erotismo, assumindo que este é responsável pela construção de imagens estimulantes e que acontecem de forma intensa, no “ponto

mais elevado do espírito humano”, indiscutivelmente associado ao que é negado, ao interdito<sup>3</sup>. Por sua vez, Elias & Dunning (1985:114), consideram que “a descoberta do outro sexo, a maior e mais excitante das experiências, de acordo com as normas e tradições da nossa sociedade, é regulamentada de modo a ser um acontecimento único na vida pessoal”, e que como alternativa se apresentam as representações miméticas destas experiências, “que movimenta e anima emoções”. Três décadas depois, esta teoria de vivência exclusiva tem vindo a ser menos comum, fruto de relações mais pontuais e fugazes que contrariam o ideal de entrega por amor, ao cônjuge num casamento.

A palavra erotismo tem origem no grego “Eros”. Usado na língua francesa no século XVI, só dois séculos depois viria a ganhar o significado que lhe atribuímos ainda hoje. De La Croix (2004:9) conta-nos que “os homens da altura utilizavam abundantemente o termo luxúria, e os trovadores cantam o *fin’amor*, o amor requintado” e que “nas línguas românticas, amor é, primitivamente uma palavra feminina” e representa a senhora amor/deus de amor. Segundo o mesmo autor, só no século XVI a palavra sofre uma mudança de género.

### **2.3. O reflexo e o corpo**

Segundo Nieto (2003), a sexualidade ganhou novo interesse a partir do momento em que deixou de ser analisado como algo estático e somente dependente da biologia para um outro entendimento, que coloca a cultura como principal influência, ou seja, quando é transferida da área universal e abrangente, para uma área particular e concreta, derivada da variabilidade das sociedades e culturas.

Lembrando Ortega y Gasset (1963), o indivíduo é circunstância do corpo, na medida em que não se pode ver livre dele, por ser um todo. O corpo é presença, e é a partir dele que poderemos falar de vida. Mais do que o conjunto dos diferentes membros e órgãos, o corpo é o indivíduo em si mesmo. É a partir do corpo que entendemos e organizamos o mundo com que contactamos ou, como diria Le Breton (2002b:97) “o corpo é a interface entre o social e o individual, a natureza e a cultura, o psicológico e o simbólico<sup>4</sup>”. Assim, o espaço e a noção que temos dele depende da nossa sensação corporal, da perspectiva e do posicionamento em relação a algo. A primeira forma de entrar em contacto com o conhecimento é pelo corpo, pela sensação, a partir da qual depois se organiza pensamento.

---

<sup>3</sup> “o desejo do erotismo é o desejo que triunfa do interdito”. BATAILLE (1987:165).

<sup>4</sup> Tradução livre.

Assim, também a forma como o indivíduo apresenta o seu corpo, é uma maneira de se apresentar ao mundo. Diferentes formas de organização social, diferentes culturas, ideologias e crenças, marcam o corpo, a forma como o entendemos, apresentamos e usamos, como foi a ideologia grega e judaico-cristã, modeladoras do pensamento ocidental.

O posicionamento na hierarquia do poder depende da visão que temos do mundo, da nossa perspectiva sobre aquilo que nos rodeia, a partir do nosso próprio corpo. A perspectiva do lugar que ocupamos estará sempre dependente e presa ao corpo a partir do qual fazemos a análise. O lugar que ocupamos e o lugar que o outro ocupa, é definido a partir da consciência do nosso próprio corpo, e muitas vezes é verbalizado metaforicamente (em cima/por cima, para definir a superioridade; por baixo, em baixo, no que se refere à inferioridade ou fraqueza; dar espaço, para identificar a necessidade de distância), ao que Bourdieu (2013) chama de topologia sexual do corpo socializado. No entanto, lembremos Ortega y Gasset (1963) que inclui aqui uma dupla relação, na medida em que o corpo se adapta ao meio, mas também o meio ao corpo. Para ele, a “paisagem”, o que envolve o indivíduo, é imprescindível para a sua compreensão.

É evidente que a ordem social é resultado de uma organização hierárquica dos elementos constituintes, que tem e impõe um significado, que é, ao mesmo tempo, produtor e produto, dessa mesma ordem instituída. De acordo com o poder, os espaços públicos e privados tendem a ser ocupados por aqueles que, segundo a ordem, a eles têm direito e obrigação. Os diferentes momentos da história, marcados por acontecimentos, correntes de pensamento e modos de vida associados, influenciaram desde sempre o corpo, o olhar sobre ele, a forma como este se assumia ou escondia, no domínio do privado e do público, assim como a sua importância. O foco de atenção e o entendimento filosófico que se fez, ao longo da história, da consciência do eu (das questões do corpo e da alma), derivaram as múltiplas formas e tratamentos que se impuseram ao corpo. O que lhe era atribuído foi variando em diferentes momentos históricos e espaços territoriais. As sociedades, baseadas nas suas crenças, ideologias, políticas e modas, lidaram de formas diferentes com a capacidade erótica do corpo e com a sua função sexual.

A teoria dos papéis sociais propostos em 1967 por Peter Berger & Thomas Luckmann (1999) evidenciam a maleabilidade e multiplicidade de códigos de conduta que o indivíduo pode assumir, de

acordo com o seu enquadramento. Aquilo que é esperado do indivíduo, o seu papel na sociedade, abrange todas as áreas, incluindo as práticas no domínio sexual. Teremos oportunidade de verificar que em matéria de sexo, há expectativas de comportamento dos sujeitos, quer pelo género/sexo, idade, religião, posição social e estatuto, político e económico. Contrariar o expectável foi identificado ao longo da história como pecado, crime, imoral, desvio, patologia, ou desafio político, tantas vezes seguido, tantas outras perseguido.

No estudo que Bourdieu (2013) desenvolveu sobre a sociedade cabila, fez notar que é o próprio corpo que acaba por definir o papel de cada indivíduo, a partir da arbitrariedade do corpo com que nasce. Desta forma, as diferenças biológicas do corpo são a primeira forma de legitimar as diferenças impostas *a posteriori*. O corpo é fado no que diz respeito ao lugar a ocupar na sociedade, já que são, em primeira instância, as diferenças anatómicas que distinguem, o dominador do dominado. O domínio físico, a virilidade, estão associados, em norma, ao homem: à honra e ao falo, à fecundidade, à ereção; e é a partir desta ideia que opõe a si a mulher, como inferior, sagrada, e tabu. Atribuindo diferentes estatutos a homens e mulheres, o autor identifica uma dupla regra que é imposta por esta ordem social androcêntrica. A arbitrariedade da atribuição do corpo com o qual nascemos, define à partida o papel que desempenharemos, ao mesmo tempo que a sociedade de que faremos parte, acreditando e implementando estas noções a partir das diferenças anatómicas, torna irreversível à partida, desempenhar outro papel que não aquele que corresponde à morfologia do nosso corpo. Nestas sociedades específicas, temporalmente e culturalmente marcadas, estão previstos comportamentos expectáveis em relação à identidade masculina e feminina, nomeadamente a propósito das formas como estes se servem do corpo, as suas posturas e atitudes. Do rapaz/homem, é esperado que olhe de frente, que encare, enquanto que da rapariga/mulher, se prevê um olhar fixo no chão, alguém que se curve, numa constante atitude de submissão. O uso do corpo associa-se a uma ética e a uma moral, definida pela sociedade, que limita os próprios movimentos do corpo. Segundo Bozon (2004), durante muito tempo a construção social do estatuto da mulher, associa-se à fertilidade, à sua entrega a um único homem, à ausência de iniciativa sexual e, em algumas culturas, à prolongação do estado de virgindade. Já ao estatuto do homem, prevê-se a rejeição de comportamentos femininos/afeminados, provas de uma virilidade permanente no desempenho sexual, uma iniciação precoce, a rejeição da

homossexualidade, a capacidade de procriar, uma vigilância e controlo sobre as mulheres da família e a possibilidade e desejo de ter relações com outras mulheres.

Diniz & Ribeiro (2009) entendem que durante o século XX, o imaginário que delineava o que teria sido a pré-história, tinha resultado em duas perspetivas que se contrapõem, e que, a título de crítica dos autores, teriam tido como ponto de partida, demasiado próximo, o modelo familiar moderno e, por isso, seria francamente omisso. A primeira perspetiva apresentava a teoria da figura masculina dominante e troglodita, que tudo conseguiria pela força e que, por isso, teria na mulher um elemento mais fraco e submisso, uma propriedade e objeto sexual. Apesar de uma aparente inferioridade da mulher aos olhos dos homens, haveria algo que eles cobiçavam. A maternidade seria um fenómeno que estaria associado a um papel e estatuto social invejado e misterioso, o que terá feito com que, segundo alguns autores, fossem criadas representações do feminino, numa tentativa de chamar a si o poder sobre a capacidade reprodutora da mulher, sacralizando-a. Na teoria oposta surge a figura da mulher poderosa, com papel fundamental, nomeadamente nas organizações sociais matriarcais e dominante na ordem social. No século XIX, o historiador Johann Jakob Bachoten afirmou que a sociedade humana estaria no seu terceiro patamar evolutivo, a sociedade patriarcal, que sucedeu à promiscuidade primitiva e à sociedade matriarcal, defendida também por Gimbutas (1991). Outras teorias sobre o papel da mulher na sociedade pré-histórica, como de Knight; Power & Watts (1995), apresentam a mulher associada ao uso do seu próprio corpo para conseguir obter favores ou produtos, ou a abstinência sexual para obrigar os homens a sair para procurar alimento, numa associação imediata ao sucesso da caça com a abundância, celebrada nos corpos. Esta ideia é refutada por Adovasio; Soffer & Page (2007)<sup>5</sup>, entendendo que tal como existiria sexo sem alimento, existiria alimento sem sexo. De qualquer das formas, a expressão dos relacionamentos amorosos estarão representados em alguns exemplos de descobertas antropológicas, como o caso do Casal de Mâtua ou Valdaro (“Gli Amanti di Valdaro”) (Figura 3) encontrado em 2007, num eterno abraço há 5 ou 6 mil anos, do período neolítico, pela equipa de Elena Menotti, ou o exemplo da descoberta do mais antigo

---

<sup>5 5</sup> “Meat sharing by male non-human Primates occurs frequently between non-consorts (the equivalent of friends), but estrous females typically attract more meat than non-estrous ones. At the same time, non-estrous females are less social and less pushy, so they tend not to be present at hunting events. Overall, among chimps and baboons, males can get sex without providing meat, and females can get meat without providing sex. By implication, the same was true of hominids”. A mesma opinião também é partilhada por Hollimon (2000) e Prine (2000).

par de namorados da história, encontrados na mesma altura, em Hakemi Use, no sudeste da Turquia, com mais de 8 mil anos, abraçados e de pernas entrelaçadas.



Figura 3 - Amantes de Gumelnita. (à esquerda) e Casal de Mântua (à direita). Fontes: <http://pueblos antiguos.com/2013/08/parejas-antiguas.html>. e <https://tendimag.com/tag/corpos-petrificados/>

Sobre o papel que cada elemento do casal teria numa relação, nomeadamente ao nível do exercício do poder, os “amantes de Gumelnita”, encontrada no sul da Roménia, e que dataram aproximadamente da segunda metade do V milénio antes da nossa era, poderão ser a primeira representação de um casal heterossexual ou do matrimónio sagrado. Torna-se interessante analisar as duas figuras, que se apresentam de idêntico tamanho, podendo antever um igualdade nos papéis sociais, ou no reconhecimento de um equilíbrio de forças.

De qualquer das formas, será difícil não assumir que o sexo era fundamental para a organização dos grupos, de uma hierarquia e solidariedade, já que era a partir dele que se gerava e assegurava a descendência, a continuidade da espécie, se protegiam as crias, e de dava uma ordem ao grupo, em modelos comportamentais que se iriam perpetuando ao longo dos tempos, em diferentes formas de organização social.

No entanto, as representações são raras. Na arte rupestre do período Calcolítico, ao nível da cópula, Diniz & Ribeiro (2009), referem que há registo do que representaria a relação de homens com animais. Questiona-se realmente se representaria o coito efetivo ou a invocação de domínio sobre a espécie retratada, numa associação à mitologia. Quanto à representação da sexualidade de um casal, é extremamente rara. Cite-se o caso das paredes da caverna de La Marche, no oeste de França, que exibem diversas imagens com mais de 14000 anos. Outro exemplo é a descoberta do Adonis de

Chernitz em 2003, que os especialistas acreditam que represente uma cena de cópula. Os peritos definem o Paleolítico Médio e Superior como a época em que terá sido criada a estrutura monogâmica, que asseguraria a proteção das crias e a uma aliança entre progenitores para, dessa forma, assegurassem a vida dos dependentes. Desta época, e no que diz respeito à arte rupestre nas grutas, figuram elementos temáticos, como os animais e a figura humana. Apesar de a representação das práticas sexuais (entendidas normalmente como metáforas, e não como alusões ao sexo e erotismo, como já acima tínhamos descrito), na arte do Paleolítico de 35000 a.C., têm evidenciadas as características sexuais: o falo e os seios, ancas e nádegas, ou na escultura, as Vénus de Willendorf (Figura 4), datadas do Paleolítico, 25000 anos a.C. e as estatuetas femininas, com as mesmas características. Estas imagens representariam, aparentemente, objetos de adoração, símbolos da fertilidade, criadoras da vida, as mães da terra. No entanto, outras interpretações podem ser feitas sobre as mesmas imagens, como a exaltação e o elogio da maternidade. Mais rico em registos é o período pós-glaciar. Também os menires e as interpretações de falos gigantes, formas de marcar o domínio territorial, levantam a discussão a propósito dos seus verdadeiros significados.

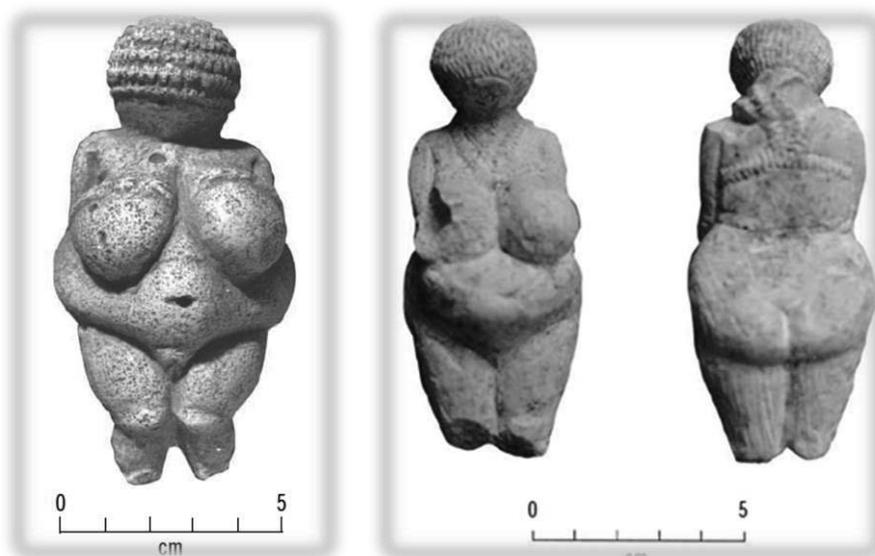


Figura 4 - Vénus de Willendorf. Fonte: ADOVÁSIO, SOFFER & PAGE, 2007:112.

## 2.4. O corpo primitivo

Desvendar aquilo que foram os comportamentos sexuais dos nossos antepassados pré-históricos apresenta dificuldades diversas, pela distância temporal, pelos registos raros, pela escassez de

evidências ou mesmo porque as interpretações daquilo que são os achados arqueológicos não deixam de ser interpretações. De facto, o que nos chegou da época pré-histórica é muito pouco.

Ao iniciarmos a nossa análise, centramo-nos no período pré-histórico, tempo de evolução do ser humano, a começar pela formação e características da própria fisionomia. O espaço temporal é demasiado dilatado, e ausência da escrita faz com que as pinturas rupestres ou gravuras que até hoje perduraram no tempo, artefactos ou objetos singelos, sejam as únicas pistas para projetarmos possíveis formas de viver o corpo. O impulso e a reação automática, em raciocínios mais simples e instintivos de sobrevivência que deveriam ser centrais e principais orientadores de práticas, limita desde logo as possibilidades de interpretação do que nos chega. As representações que figuram na arte rupestre, raramente retratam atos sexuais. Os registos que ilustram situações de coito com animais do período Calcolítico são normalmente entendidos como metáfora e desejo de domínio ou representação mitológica. Já as figuras humanas têm evidenciadas as características sexuais, como no caso das Vénus paleolíticas (25 000 a.C.), interpretadas como manifestações de exaltação e elogio à mulher, de distinção identitária, de estabelecimento de diferença de papéis desempenhados no grupo, ou celebração de momentos ou acontecimentos de importância para a comunidade, como a maternidade ou o parto. Certo, parece à partida, que a representação do ato sexual se relaciona com a necessidade de uma definição de uma hierarquia no quotidiano, e que a sexualidade sempre foi forma de exercer domínio, simbolicamente ou não, sobre o outro (Bozon, 2004). No período pré-histórico, e em diferentes momentos da história, a mulher, e o seu corpo, eram representados como invocação e culto de fertilidade, sustento e abundância. Tucherman (2012) entende que este período da história terá sido o mais animalesco, na medida em que a proximidade com a natureza era maior. O abate do animal, e o seu consumo, tornava o indivíduo semelhante ao outro, numa espécie de identificação instantânea. O instinto para a aniquilação do corpo do outro (animal) ditava de alguma forma, o fim do próprio indivíduo. Surge então o outro como um espelho, uma ambivalência no sentir da finitude do próprio corpo, visto no corpo do outro.

A teoria da seleção natural apresentada por Charles Darwin em 1858 entendia que a definição do poder e da supremacia nem sempre era a tradução do resultado de uma luta entre machos, já que estas nem

sempre existiam<sup>6</sup>. O elemento masculino dominante teria adornos que o identificariam como tal, e a hierarquia seria, por si só, respeitada. A verdade é que vários autores, especialistas do Paleolítico, associam objetos bifaces ao homem, que teriam como função a identificação de um *status* social, que concederiam poder/supremacia no momento de escolher um parceiro sexual, e que se viria a abandonar com a evolução da espécie. No entanto, entendemos que, estes objetos ostentatórios terão sido substituídos por outros ao longo da história, questão que voltaremos a abordar, já que homens e mulheres sempre se fizeram acompanhar por artefactos que lhes atribuíam um *status*, ou o representavam, também de cariz sexual.

Segundo Diniz & Ribeiro (2009) a procriação acaba por impor, durante o Paleolítico Médio e Superior, uma forma de organização doméstica, baseada numa estrutura monogâmica que, para além de criar uma aliança entre progenitores, asseguraria a proteção dos descendentes. A tendência desta ordem patriarcal ao longo da história da humanidade, tem associado a si, não só formas de organização social, hierarquia e papéis sociais, como um outro carácter, o poder simbólico instituído (Bourdieu, 2013), manifestado de diferentes formas ao longo do tempo, desde a celebração do matrimónio à perpetuação do nome, como marca subtil de pertença ao homem, ou a do nome de família na descendência masculina, determinando a tendência de colocar em situação de inferioridade e de mérito menor, o nome e herança materna.

Segundo os trabalhos de 1967 de Levi-Strauss e de 1877 de Lewis Morgan, o modo de organização social, o estabelecimento de relações e de descendentes na pré-história deverá ter assentado desde cedo na negação de relações incestuosas (Diniz & Ribeiro, 2009). Desta forma surgem as primeiras sociedades exogâmicas, que assentam no estabelecimento de relações com elementos externos à comunidade, na época dos caçadores-recolectores e dos agricultores primitivos. Estas teias de relacionamentos, segundo Diniz & Ribeiro (2009) teriam permitido trocas de bens e um compromisso solidário entre diferentes grupos. Os mesmos autores referem que é normalmente aceite pela comunidade científica que as mulheres tenham sido o elemento-chave no e para o estabelecimento das

---

<sup>6</sup> As teorias de Darwin foram questionadas por vários autores, e refutadas por alguns, como Ortega Y Gasset (1963), que considerava que as teorias propostas por aquele autor não eram compatíveis com a experimentação e, além disso, por não parecer lógico que um corpo tão mecânico e racional incluísse algo tão inútil e imprevisível como a componente emotiva, ou seja, a questão seria se o indivíduo era movido por instintos mecânicos, e por que razão seria tão facilmente abalado por questões emocionais.

redes, da ideia de arranjos entre famílias para os seus filhos. Estes casos são reforçados pelas descobertas que se fazem de esqueletos femininos encontrados, partindo da análise de valores isotópicos diferentes dos restantes membros da comunidade, como as mulheres dos concheiros mesolíticos dos bretões de Tévéc e Hoedic, ou o exemplo das mulheres dos grupos dos caçadores-recolectores que terão entrado na comunidade dos agro-pastoris, em 6000 a.C. Assim, no nosso entender, podemos concluir que a entrega de uma mulher a outro grupo, pela vantagem que se auferia de seguida, inscreve esta prática num paralelo com a relação de poder, de interesse, sobrevivência, mercadoria e consumo, para além de meio pelo qual se evitavam as relações de consanguinidade.

Diniz & Ribeiro (2009) consideram que, à ideia da Revolução Neolítica que terá ocorrido em 12000 a.C., na qual Gordon Childe destaca a sedentarização, agricultura, pastorícia, polimento da pedra e cerâmica, se deveria evidenciar a implementação de uma política de demografia, que nos acompanha até aos dias de hoje, em outros moldes, é certo. Assentava no infanticídio, abstinência sexual, amamentação prolongada e uso de plantas para fins contraceptivos ou abortivos, com o objetivo de um crescimento sustentável da comunidade. Segue-se, entre 10000 e 4000 a.C. um aumento da população, assente numa demografia aberta. Segundo os mesmos autores, se a gravidez era desvantagem para os caçadores-recolectores, pelas características do grupo, pela sua constante mobilidade, para os agricultores-pastores, novos elementos representavam novas forças de trabalho. Alguns autores propõem, desde o século XIX, a identificação de grandes diferenças entre estes dois grupos, ao nível da exclusividade sexual, sobre as formas de assegurar descendência dentro da comunidade (que excluía o incesto), à ideia de família, economia e propriedade. Os agricultores-pastores terão sido, pela sua forma de organização social, os primeiros a gerir as relações, em oposição ao outro grupo, mais liberal. Diniz & Ribeiro (2009) referem também que o sexo poderia igualmente ser motivo para violência, na medida em que as mulheres poderiam não ir de livre vontade para outras comunidades, mas serem tomadas, raptadas pela força, por um grupo mais forte do que o da sua origem. Aqueles autores remetem para o achado arqueológico da vala comum de Talheim, que datará de 5000 a.C. associando, mais uma vez às questões de poder e de domínio, fraqueza e dominado, e onde o sexo poderia ser (também) um troféu, como a presa no final da caça.

Quanto ao relacionamento homossexual, alguns estudos argumentam que a partir daquela revolução demográfica, teriam sido condenados pela inutilidade tendo em conta a esterilidade das práticas. No

entanto, não seria feita uma discriminação destes comportamentos, tal como referem Adovasio; Soffer & Page (2007), quando discutem os diferentes papéis e géneros que assumiam na pré-história<sup>7</sup>. A discussão de sexo/sistema de género foi introduzida em 1975 por Rubin (1984) e posteriormente desenvolvida por Judith Butler (1999), que entendia o género como um produto do contexto social e que, por isso, variava entre sociedades. Esta temática tem merecido, recentemente, a atenção de alguns investigadores, que exploram as questões da sexualidade e de género, em áreas como a antropologia, a biologia, a sociologia e a arqueologia, para além de todos os estudos dedicados ao género, no âmbito das ciências sociais, tema que teremos oportunidade de recuperar mais adiante.

A partir do momento em que se estabelecem as relações exogâmicas, a fim de contrariar as relações incestuosas, passaram a ser comuns as relações com elementos externos à comunidade, na época dos caçadores-recolectores e agricultores primitivos, tal como fazem referência Diniz & Ribeiro (2009). Neste contexto, as mulheres teriam já a capacidade de migrar para outros grupos, em arranjos familiares que contribuiriam para a descendência saudável da espécie, assim como o estabelecimento de laços de solidariedade entre indivíduos de grupos diferentes, como dão provas os registos dos casos dos concheiros mesolíticos dos bretões de Tévéc e Hoedic, que, pela análise dos valores isotópicos, permitiu identificar que as mulheres apresentavam valores que indicavam não ser aquele o seu grupo de origem, assim como em casos de passagem de mulheres dos caçadores-recolectores para grupos de agro-pastoris, por volta de 6000 a.C. Neste contexto, a mulher e o seu corpo era potencial de perpetuação da espécie, e eram as suas funções biológicas que lhe conferiam importância. Segundo Bourdieu (2013), as mulheres tornam-se meio de comunicação, forma de implementar políticas de transações, onde é o elemento de troca simbólica (em associação à honra), mais do que económica, contribuindo para o reforço do simbolismo da supremacia masculina.

No entanto, em contraste com estas ideias preconcebidas de força e dominação masculina e delicadeza e submissão feminina na pré-história, defendidas por Knight; Powers & Watts (1995) e Bozon (2004), surgem outras teorias que apresentam a ideologia de sociedades matriarcais poderosas de mulheres

---

<sup>7</sup> "That is to say, he was biologically a man who lived as a woman, did the work of women, and was respected as a woman. This was a common role in several parts of native America. Such person is sometimes called a berdache (a derogatory term from the French) but is usually referred to as a two spirits. The term "two spirits" highlights the fact that in small groups and societies whose survival is not by any means guaranteed, every individual is valuable; there are simply not enough people to exclude anyone for something as unimportant as sexual orientation." Adovasio; Soffer & Page (2007:230).

amazonas, que teriam o homem como escravo sexual (Gimbutas, 1991). Como vimos anteriormente, Adovasio; Soffer & Page (2007), refutam a ideia de que a mulher necessitava de usar o seu corpo como moeda de troca para aceder a alimento, na medida em que defendem que, assim como acontecia sexo sem alimento, existiria alimento sem sexo.

A identificação dos elementos dominantes poderiam estar, como vimos anteriormente, segundo alguns autores, associados ao uso de adereços como os objetos bifaces do Paleolítico, como provas e símbolo de *status* social, que dariam poder no momento escolha de parceiros sexuais, que acabaria por desaparecer ao longo do tempo, segundo Diniz e Ribeiro (2009). Por sua vez, a pintura do corpo estaria associada a rituais, manifestação de invocação de forças protetoras superiores. O homem primitivo teria por impulso uma necessidade de reproduzir o que via acontecer na natureza: o masculino mais belo, adereçado, usando objetos, pintura para dar destaque aos atributos e ao próprio corpo. Se é verdade que os objetos bifaces deixaram de ser usados, outros objetos foram ocupando o seu lugar e função, como é possível verificar ao longo da história. De imediato, e fazendo ponte com a contemporaneidade, podemos já dizer que a sociedade de consumo (Baudrillard, 2011) é marcada por uma ostentação de poder através do uso de determinados objetos que de alguma forma também associam o seu utilizador a um *status* ou grupo social (Veblen, 1974), como nas tribos urbanas, por exemplo.

## **2.5. Corpo e celebração**

Para Araújo (2012:23), o Antigo Egito é caracterizado pela riqueza na arte, política, literatura e religião, como sendo um povo “laborioso e pacífico, amigo da vida aprazível”. A sexualidade teria um grande valor para esta civilização, na medida em que são vários os registos e alusões às manifestações sexuais, não só no domínio humano, mas também do divino. O sexo era entendido como um prazer sagrado, uma hierofania, desejado mesmo depois da morte, na medida em que as crenças religiosas egípcias representavam os deuses como “senhores do prazer”, com comportamentos que serviriam de exemplo para as necessidades sexuais, para além de espelharem o poder que a ele estava associado e que através dele se impunha, como “o mais natural dos atos e o mais poderoso símbolo de fecundidade e de dominação” (Sales, 2009:79).

Sendo a mitologia veículo de imaginação e justificação para as práticas sexuais, Heródoto relatou a bestealidade da necrofilia, que levou à imposição de algumas práticas de desencorajamento desta prática que seria comum entre os embalsamadores.

Sales (2009) refere que na esfera do divino se registam e descrevem uma série de comportamentos sexuais nos diversos textos, como relações de incesto, traição, adultério, filhos ilegítimos, características de vigor sexual e de esterilidade, de consumo de vinho, magia para mudar o corpo, separações forçadas ou proibições de relacionamento (que mesmo assim aconteciam), desejos e fantasias sexuais, abandono de filhos ilegítimos, vingança e assassínio, necrofilia, bestialidade e zoofilia, amamentação (enquanto partilha de fluidos divinos e poderosos), concepção e parto prematuro, homossexualidade<sup>8</sup> e poder, exibicionismo, voyeurismo e violação. A maioria destas práticas são referenciadas quando o autor descreve as relações entre os deuses da quarta geração<sup>9</sup>.

A mitologia egípcia é bastante rica em termos de manifestações sexuais. Em diferentes textos egípcios, como os Textos das Pirâmides<sup>10</sup>, os Textos dos Sarcófagos ou o Livro dos Mortos, descrevem o processo criador do Cosmos, a Enéade, assim como se apresentam evocações mágicas para assegurar

---

<sup>8</sup> Segundo Sales (2009:76), este ato sexual está representado como “uma clara ameaça à ordem estabelecida, suscetível de fazer regressar o caos”.

<sup>9</sup> Osiris e Ísis representavam os férteis, e Seth e Néftis os inférteis e turbulentos. Néftis terá, pela magia, se transformado em Ísis para assim ter relações com Osiris. Desta relação resultou Anubu/Anúbis que Néftis abandonaria e que Ísis assumiria como filho. Por sua vez, Seth, pelo ciúme engendraria o assassínio violento de Osiris (preso vivo num sarcófago feito para si, com a ajuda de setenta e dois convidados que ajudaram Seth no seu plano), lançado o sarcófago depois ao rio, que Ísis iria procurar, encontrar e esconder. Apesar disto, Seth voltaria a encontrar o corpo e o teria partido em catorze ou vinte e seis pedaços (conforme as fontes), recolhidas depois por Ísis, exceto o falo, que teria sido engolido por um peixe oxirinco (depois divinizado e, portanto, não consumido no Edito, por ter dentro de si o falo de Osiris). Para a vida no Além, todas as partes eram necessárias e, por isso, Ísis, pela magia, criou um falo a partir da argila, completando Osiris com um dildo. Desta forma, e pela magia, Ísis concebeu com ele um filho. Que vingaria pai e mãe, Harpócrates/Hórus, filho de Ísis, herdeiro e exemplo para os faraós. Nascido prematuro, foi amamentado e protegido pela mãe, tendo acabado por ganhar a disputa pelo trono a Seth. Sales (2009) identifica também as práticas de voyeurismo e exibicionismo, associado ao conto anterior. A luta pelo trono teria sido decidido pela via judicial, num coletivo de trinta juízes a que presidia Ré-Horakhti (responsável por lunu) e que defendia os interesses de Seth. Foi questionado e colocada em causa a sua posição e autoridade por Babai, outro deus-juíz, que tinha como característica o vigor deus-babuino. Furioso, Ré sai da sala e dirige-se ao jardim. Na sala os deuses revoltam-se com Babai. A deusa-juíza Hathor, e filha de Ré, saiu da sala para acalmar a situação, o que conseguiu depois de se despir em frente ao Presidente do Tribunal e seu pai, e que regressando de bom humor, depois de se ter rido muito e, assim, relaxado, terá ordenado que a causa entre Hórus e Seth fosse defendida por eles mesmos. Nas lutas entre Tse e Hórus o autor refere que está descrita a ablação dos testículos de Seth como símbolo de perda de poder, e a perda de um olho, de Hórus, assim como a tentativa de violação e relação homossexual de Set para com Hórus, retratada de forma bastante negativa. A tentativa de colocar Hórus em papel de inferioridade que, se consumada retiraria a Hórus a condição para obter o trono. Para ajudar Hórus, Ísis ter-lhe-á cortado a mão (substituindo, por magia, por outra) e a terá mandado à água. Depois, recolheu o sêmen de Hórus seu filho, e regou com ele as alfaces que Set viria a comer.

<sup>10</sup> Que deverão ter sido escritos por volta do século XXIV a. C.

virilidade sexual e uma vida feliz depois da morte. Para alguns autores, a origem da teologia falocrática surge com a criação do deus Atum que, sozinho no “mundo”, se masturbou e assim deu origem aos gémeos “Chu e Tefnut”, ato que também foi atribuído ao deus Ré, conforme o 17º capítulo do Livro dos Mortos (Araújo, 2012). Assim, a criação de tudo surge em resultado do prazer sexual, da autossatisfação, do onanismo. A representação de Atum é de um ser completo, na medida em que a sua boca terá servido de útero materno, como um ser andrógono. O processo criador do deus deu origem à Enéade de Heliópolis, que constituía um grupo de nove deuses, sua descendência. Para além do deus criador, Sales (2009) considera que vários são os deuses, com diferentes poderes e de atuação em diferentes esferas, que se relacionam com o erotismo e a sexualidade: Hathor, Min, Bés, Meskhenet, Khum, Heket, Bastet, Tauret, Banebdjedet, Ápis, Meruer ou Bukhis, ao que Araújo (2009) acrescenta Ísis e Amon. Numa referência a Karol Mysliwiec, conceituado egiptólogo, Araújo (2009:24) entende que o mundo dos deuses representa o mundo dos humanos, das suas vidas, problemas e prazeres e que, a experiência erótica é um importante elemento para o culto da fertilidade, não sendo entendido nem tratado como um assunto tabu, na cultura egípcia, pela sua importância no quotidiano.

Mas não só nos textos e na mitologia o sexo e o erotismo estariam presentes. Estavam também referenciados em objetos do quotidiano, nos livros de sonhos, nas receitas de afrodisíacos, em papiros e óstracos<sup>11</sup>, em decorações tumulares, em objetos diversos, registos escritos (como em hinos, contos e textos), escultura (de baixo relevo e estatuária) pinturas de morais, poesia lírica e amorosa ou no Papiro Pornográfico de Turim (Figura 5). Araújo (2012) propõe a análise destes registos em duas dimensões: profilática e demiúrgica. Na dimensão profilática apresentam-se os objetos descritos anteriormente, como os óstracos, papiros, assim como as inscrições tumulares, que serviam para representar e invocar a abundância e presença do que era representado, a felicidade na vida do Além. Na esfera demiúrgica, os comportamentos (masturbação criadora de Atum) ou as características de deuses e deusas (potência sexual de Amon-Ré ou o erotismo da deusa gata Bastet, Hathor, (deusa do amor, música, embriaguez e maternidade) e a deusa Ísis, exemplo de esposa e mãe, que orientavam os comportamentos dos humanos. A relação incestuosa que se relatava entre deuses repetia-se na realeza, como estratégia para perpetuar a descendência real dos faraós.

---

<sup>11</sup> Fragmento de cerâmica, normalmente proveniente de um vaso.

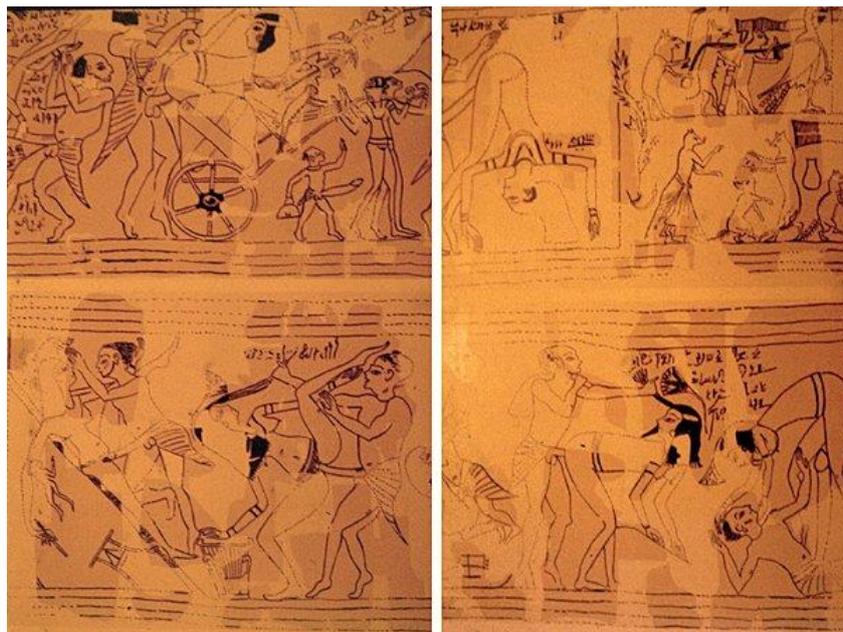


Figura 5 -Detalhe do Papiro de Turim. Fonte: <http://obviousmag.org>

As representações na arte, nomeadamente nas esculturas, tanto na estatuária como no baixo-relevo, nas pinturas murais e nas inscrições tumulares mostram a presença assumida e respeitada da mulher, já que estava reproduzida de igual tamanho e, muitas vezes, a abraçar o homem, marido e filhos, cujos sentimentos se pretendia eternizar, que para Araújo (2012:33) demonstram “a grande união da estável família monogâmica”, mesmo estando também presentes as concubinas, mas de forma diferente, “mais gráceis e desregradas, volteando airosamente ou dobrando-se em ginásticas erotizantes”. Os jovens iniciavam cedo a sua vida sexual e os casamentos eram combinados desde muito cedo e aconteciam por volta dos doze ou treze anos nas raparigas, e entre os catorze e os dezasseis anos nos rapazes. Os príncipes adolescentes tinham harém privado e os homens com poder poderiam ter concubinas.

Quanto às representações da sexualidade nos túmulos, para além do já descrito anteriormente, a crença assentava na ideia de que tudo teria sido criado a partir do sexo e que, portanto, o erótico sagrado também deveria acompanhar o fim da vida, como esperança de continuidade no Além, tendo representados variados temas eróticos, desde o casal, a flor de lótus, o pato e símbolos hatóricos e objetos de uso quotidiano associado à beleza e bem-estar.

De acordo com o retrato das pinturas de Tebas, os banquetes incluíam nacos de carne, pato assado, codornizes grelhadas, tâmaras, uvas, figos e romãs, bolinhos, cerveja de cevada ou de pasta de

tâmaras, vinho licoroso com mel. Serviam-se e comiam com as próprias mãos (lavadas), sem talheres, em pratos de travertino e bebiam em taças de cristal ou ouro. Era também usual haver um espaço especial para vomitar e se seguida se poder continuar a comer e beber. Já do descanso do corpo na época, retrata-se os lençóis de linho e almofadas de plumas que esperavam pelo fim do banquete (Araújo, 2009).

Estas festas eram fortemente marcadas pelos prazeres sensuais e acompanhadas com música feita por tocadores de flauta, harpa, alaúde e pandeireta e animadas por danças acrobáticas, eram locais para que as mulheres fizessem jogos de sedução. As perucas eram seriam bastante valorizadas, pelos tipos de materiais com que eram concebidas, assim como pelas formas e aspetos variados que poderiam tomar. O uso deste adereço era utilizado para distinguir estatutos sociais, e usadas por concubinas, adquirindo carácter erótico. A flor de lótus estava muitas vezes presente e associada às perucas, para além de que as suas qualidades narcóticas e eufóricas, um estimulante da antiguidade egípcia. Para além destes, existem relatos e retratos de cones de perfume, adornos de cintura, as joias em lápis-lazúli, cabeças de Hathor, espelhos, ou o uso de pendentes e outros objetos que funcionavam como amuletos, como figuras do deus Min, os anões itifálicos, os síricos pilares *djed* ou os falos testiculados. O ideal de mulher egípcia seria de cabeleira preta, dentes brilhantes, esbelta e de peito firme. Também estão referenciados outros cuidados de higiene e beleza egípcios que incluíam os banhos, as massagens, os perfumes e as pinturas por todo o corpo, as perucas e os vestidos de linho.

Ortega y Gasset (1963) considerava que a primeira ação artística executada pelo homem terá sido a adornação do corpo, com o objetivo de atrair para si as atenções. Antes de conseguir assimilar a ideia de identidade, do “eu”, o individuo adquire a ideia de posse, do “meu”, fazendo com que o autor afirme que é a partir dos objetos, que o individuo inicia o seu processo de autoconhecimento<sup>12</sup>.

Já na Mesopotâmia, localizada entre os vales dos rios Tigre e Eufrates, que corresponde atualmente ao Iraque e terras circundantes, teria no casamento o pilar em que assentaria a estrutura social, as relações económicas e negócios familiares, para assegurar a descendência, o nome e um legado. No casamento e na casa, o domínio era feito pelo homem e a mulher tinha o seu lugar no espaço doméstico. No âmbito do casamento combinado entre famílias, tendo em consideração tão-somente os interesses

---

<sup>12</sup> “El hombre empieza a conocerse por las cosas que le pertenecen.” Ortega y Gasset (1963:395).

económicos e garantia de vida familiar, o casamento não representava a comemoração do afeto, mas sim do contrato, e o tesouro que caberia à mulher levar, para depois do casamento, era a virgindade. No entanto, e apesar da instituição legal do casamento e das suas regras, as relações antes do casamento e o adultério registavam-se no domínio da clandestinidade, no desvio à ordem e na transgressão das regras. Por outro lado, eram práticas toleradas a poligamia, o concubinato e a prostituição. Caramelo (2009:131), na análise que faz à poesia “*balbale*” e nas cantigas de amor do período neo-sumérico, descreve os preparos da noiva na noite de núpcias: “toma banho, unge-se com óleo perfumado, enverga um vestido branco e põe as suas joias (...) põe *khol* nos olhos, (...) cabelos soltos” e evocam-se “ambientes naturais, idílicos e propícios ao enlevo dos jovens amantes”. Por sua vez, José (2009), ao estudar os textos narrativo-poéticos de Canaã (próximo do limite norte turco-sírio), pela sua importância cultural, identifica neles uma presença e importância do corpo e da relação com o corpo, projetado do mundo terrestre para o mundo divino, à imagem e semelhança do homem, mas com maior exagero e intensidade dos acontecimentos e factos. Para Arruda (2009:210), foi o monoteísmo que teve a responsabilidade de mudar a “visão festiva, fecundadora e erótica do sexo”, resultado do crescimento da forma religioso monoteísta.

O entendimento a propósito do que era e o que representava a prostituição na Mesopotâmia não é consensual. Da religião à prática vulgar, os investigadores interpretam os diferentes registos escritos e literários, sobre a prostituição, em particular na Babilónia, como prática que foge ao controlo sociocultural, do entendimento de papel social, de profissão ou de relação com o templo de Inanna. A prostituição sagrada tinha como imagem representativa a deusa Astarté, que correspondia a Inanna (na Suméria), Istar (assírio-babilónica), Afrodite (grega) e Vénus (romana). Segundo os relatos de Heródoto no século V a. C. (citado por Palma 2009:151), esta prática seria a “mais condenável dos costumes babilónicos”, por estabelecer que uma vez na vida, todas as mulheres deveriam ter relações com um estranho no templo de Mitra, a que Heródoto associava Afrodite. Segundo Palma (2009), o entendimento de que a prostituição representa um desvio ao padrão, é produto da cultura ocidental, que colocava no extremo oposto da mulher do ocidente (casta e fiel), a mulher do oriente antigo (associada à prostituição<sup>13</sup>). No entanto, a autora entende que “a união sexual (real ou simbólica)

---

<sup>13</sup> Para BOURDIEU (1998), “o comércio do sexo continua a ser estigmatizado, tanto na ciência comum como no Direito”, pelo facto de que “a vagina continua sendo constituída como fetiche e tratada como sagradas, segredo e tabu”, que faz com que se exclua a hipótese de que “as mulheres possam escolher dedicar-se à prostituição como um trabalho”.

subjacente à hierogamia mais não foi do que um ato de culto, uma expressão da sinergia divina-humana que se cumpria na manutenção da ordem estabelecida e na legitimação do poder real consequente” recusando o carácter marginal que lhe é atribuído.

## 2.6. Corpo modelo

Assente num sistema de oposição binário, que posteriormente Bourdieu (2013) também viria a explorar para evidenciar a dominação masculina, os filósofos gregos definiram uma forma de ver e entender o mundo ocidental. Num jogo de opostos que permitiria manter o cosmos em equilíbrio, a definição do ser e não ser, materializava de alguma forma os conceitos. Materializando-se, tinham um corpo e, também o corpo humano tinha uma forma desejada e idealizada, possível de identificar e de se ver “no espelho”. No período da Grécia antiga, o corpo do homem livre/cidadão era considerado interesse do Estado. Por isso, tinha grande importância, era estudado, moldado, trabalhado e treinado de forma a corresponder aos modelos e ideais estéticos. Este modelo estético do corpo grego, de Atenas em particular, era expresso no corpo dos cidadãos e na arte. O físico perfeito tinha associado a si um espírito perfeito, incluindo-se no seu cuidado, as meditações, o culto do intelecto e uma conduta sóbria, no que dizia respeito aos prazeres da mesa e da carne. Nesta competição constante que culminava nos Jogos Olímpicos, os homens eram desafiados a assemelhar-se aos deuses, à perfeição. Nesta sociedade, o corpo nu era admirado, quando associado a saúde, treino e fertilidade. Era comum a nudez masculina em ginásios<sup>14</sup> e o uso de roupas leves na polis. Já as mulheres deveriam estar sempre cobertas, por que a noção de corpo perfeito e desejado só se aplicava aos cidadãos homens, excluindo-se, portanto, as mulheres e escravos. Sobre esta questão do nu permitido, Tucherman (2012:36,37) cita Tucídides: “o corpo nu e belo não é uma dádiva da natureza; a nudez é uma conquista da civilização”, fazendo prova do domínio dos homens livres, assim como de uma obra grega de projeção e concretização do modelo estético do corpo. O ginásio era espaço de culto do corpo, mas também do intelecto, pelos encontros e debates que promovia.

No estudo que dedicou à sexualidade no mundo ocidental, Foucault (1984a) apresenta a forma como na cultura antiga grega relacionava os prazeres do sexo e da mesa (comer e beber), e que todos foram alvo de uma avaliação moral, já que tinham associada uma tendência para serem vividos com excesso,

---

<sup>14</sup> A palavra ginásio provém de “*gymnos*”, que significa “nu”.

o que deveria ser evitado. Segundo Xenofonte, Aristóteles ou Plutarco, aquando da discussão da temperança dos comportamentos e pensamentos, caracterizaram os *aphrodisia*, ou as “obras ou atos de Afrodite”, e que estavam associados aos prazeres do corpo, incluindo o “toque e o contacto com a boca, a língua e a garganta (para os prazeres da alimentação e da bebida), contacto com as outras partes do corpo (para o prazer do sexo)” (Foucault 1984a:50). Estes prazeres associavam-se à intemperança, excetuando-se as massagens e outros prazeres “da vista, dos ouvidos e do odor” (Foucault 1984a:49), que se consideravam nobres. No entanto, advertiam para a necessidade de precaução “em relação aos sons, imagens, perfumes (...) porque há [aqueles que] são capazes de formar a alma indolente e evocar a recordação da coisa desejada” (Foucault 1984a:50).

Os autores gregos entendem a atividade sexual como algo natural, mas também indispensável para a reprodução, manutenção e perpetuação no futuro dos legados antigos. Assim sendo, a prática sexual não poderia ser considerada como má, apesar de ser alvo de uma preocupação moral. Para os gregos, a temperança representava uma arte de viver e era o que lhes permitia tirar o maior ganho dos prazeres da vida.

No livro VI das Epidemias de Hipócrates, considerado o pai da medicina e que viveu na Grécia entre 460 a.C. a 377 a.C., são apresentadas recomendações para o bem viver, em forma de regime. Neste integravam os orientações para a prática de exercícios, bem como os alimentos e bebidas a privilegiar, as formas de os tomar, aqueles que deveriam ser evitados, da mesma forma que apresentava orientações claras para o sono e as relações sexuais. Os exercícios apresentavam-se divididos entre os naturais (caminhar e passear) e os violentos (corrida e luta), prescritos de acordo com “hora do dia, da altura do ano, da idade do sujeito e da alimentação que segue” (Foucault, 1984a:118) e que se poderiam associar a banhos “mais ou menos quentes” de acordo com “estação, a idade e das atividades e das refeições já feitas ou a fazer” (Foucault, 1984a:118). Já a comida e bebida consumida deveria ter em consideração “a natureza e a quantidade daquilo que se absorve, o estado geral do corpo, do clima, das atividades realizadas” e que eram expurgadas, quando se traduziam em excesso. Também ao sono eram concedidos critérios como “o tempo que se lhe consagra, as horas que se escolhem, a qualidade do leito, a sua dureza e calor” (Foucault, 1984a:118). As prescrições teriam como objetivo contribuir para o cuidado do corpo e, ao mesmo tempo, contribuir para o bem-estar espiritual, essencial para uma vida com qualidade e equilíbrio.

No século I e II, médicos e filósofos revelavam alguma desconfiança em relação aos prazeres, centrando-se nas consequências para o corpo e alma, valorizando o casamento e, assim, afastando relações extraconjugais e relações entre homens. Será a partir desta ideologia da moral que alguns autores cristãos se vão inspirar posteriormente. Foucault (1984a) entende que é no mundo helenístico e romano, que se encontrava em crescimento, que surge uma preocupação pela cultura de si, e que se tornaria recorrente. Mais do que fazer exercícios e tornar-se guerreiro, a necessidade de cuidar de si próprio, de ocupar-se de si próprio, era uma forma de estar na vida, tinha uma série de práticas e treinos associados, dependiam e faziam-se depender de terceiros e, por isso, era encarado como uma arte, para indivíduos com cultura. Para esta arte, entendia-se necessário cultivar a alma, tratar da sua purificação, através da filosofia, da razão, e que se devia fazer durante toda a vida. Este cuidado consistia num conjunto de práticas e treinos diários com o corpo físico e com a alma, através de meditações e exames. Também estavam incluídos os diálogos, e é aqui que a prática se torna social, porque o cultivo se fazia nos locais de ensino e no espaço profissional, mas também no seio familiar da amizade, da procura do eu no outro, nos seus conselhos e reciprocamente. Para Foucault (1984a), esta atenção ao corpo assume um carácter médico, na medida em que se centra na preocupação de prevenir o mau estar físico, para que a alma não fosse afetada, desenvolvendo-se uma série de técnicas que tinham como objetivo treinar o indivíduo para os tempos de privação, ao realizar exames de consciência e exercícios de abstinência, voluntários e de pobreza fictícia, de modo a perceber que o indivíduo era capaz de dispensar o supérfluo e viver melhor. Tudo isto concorria para o domínio dos impulsos e dos desejos, para ser possível ter o domínio sobre si mesmo.

No período clássico, e em particular na cultura Grega, ausentes as classificações modernas de orientação sexual, o domínio e o poder era manifestado pela submissão do outro. O papel desempenhado, ativo ou passivo, no ato sexual, definia o dominador e o dominado. O casamento era comum, mas os homens mantinham relações sexuais com escravos, prostitutas e concubinas<sup>15</sup>, para além das relações com jovens cidadãos. Tal como em ambiente de ginásio, o convívio entre homens era muitas vezes erotizado e as práticas sexuais associadas a uma pedagogia. O entendimento dos especialistas sobre a pederastia dividem-se entre a leitura da prática como um ritual de iniciação para

---

<sup>15</sup> “Temos as heteras para o nosso prazer, as concubinas para as nossas necessidades diárias e as esposas para nos dar filhos legítimos e cuidar da casa.”, Demóstenes, século IV a. C., citado por Dolby (2014:12).

a vida adulta ou na antecipação do desejo de reprodução masculina (Garton, 2004). Esta aparente liberalização das práticas sexuais tinha, na verdade, associada a si orientações muito claras, regulamentos e regras de conduta, de controlo e domínio do próprio corpo.

No caso de adultério era considerado menos problemático se fosse com uma prostituta já que não comprometia o casamento de outro cidadão. O declínio do império Ateniense no século VI a. C. levou Solon (estadista e legislador) a criar bordéis estatais, cujos impostos contribuía positivamente para o império. A isto está associada a descoberta arqueológica com uma primeira forma de divulgação fazendo uso de umas sandálias com um relevo na sola, com a expressão “AKÓLOUTHI”, “Segue-me”, como forma de convite ao lupanar (Ullmann, 2007).

Segundo Foucault (1984a), em Roma, as uniões tinham como base o amor, fazendo com que a relação social do casal fosse destacada das restantes. A generalização da prática do casamento fez com que este perdesse o seu interesse económico de fortunas de família, como forma de assegurar castas ou de deixar heranças. A partir do momento em que o casamento se torna na união de duas pessoas por sua vontade, e se inicia o declínio das cidades-estado, o homem teve de repensar o seu estatuto, bem como redefinir as atitudes e comportamentos convenientes para a sua nova condição. No período romano, a orientação do prazer com os rapazes foi passando gradualmente para o desenvolvimento de um culto individual, o cuidado do eu e do corpo, a continência sexual e o autocontrolo.

Na Roma antiga, caracterizada por este cuidado com o corpo como forma de alcançar a saúde da alma, a medicina esteve bastante presente e as atividades eram de cuidado e zelo. Mais do que o exibicionismo das formas e de modelos de corpos cuidados que lhes eram prestados, eram premissas para garantir, antes de mais, uma moral desejável e uma vida melhor. Destacam-se neste período a frequência das termas, espaços públicos recomendados pelos filósofos para práticas que permitiriam alcançar a mente sã em corpo sã, mas também como lugares de prazeres diversos, de nudez e de encontros. As termas estavam publicamente disponíveis para os cidadãos, mas era frequente que os governadores e os elementos da alta sociedade tivessem as suas próprias termas privadas.

Durante a Antiguidade Clássica, se por um lado as mulheres casadas eram descritas como uma propriedade do marido, objeto sexual, passivas, de dominação, não se nega serem também figuras de extrema importância na gestão da vida doméstica. Contrastando com o que se verificava em Atenas, as

mulheres romanas tinham uma vida pública e social partilhada entre mães, comadres e amas, que discutiam assuntos femininos, vistas como guardadoras de tradição e cultura, fazendo com que, gradualmente, também passassem a ser mais representadas nos objetos do quotidiano, pela importância que lhes era reconhecida. O casamento romano poderia resultar em divórcio se justificado por práticas de adultério, a infertilidade ou comportamentos desadequados, bem como por comportamentos impróprios como a entrega aos prazeres da bebida e embriaguez.

Especialmente no início do Império Romano, foi atribuído um valor excepcional ao relacionamento conjugal, como evidenciado no caso das alterações à lei promovidas pelo Imperador Augusto, em resposta política em favor da natalidade, que se encontrava em crise. Algumas das medidas foram determinadas por legislação e visavam a obrigação de as viúvas e divorciadas se voltarem a casar, assim como outras alterações que incluíam incentivos financeiros a famílias numerosas (Dolby, 2014).

Numa análise à iconografia da sexualidade na Cultura Romana, Morais (2009:507) afirma que apesar de as representações serem maioritariamente masculinas, existiria um espaço erótico e sexual para as mulheres, como os festivais das Bacantes, em honra do deus Baco (Resende, 2009), equiparados às Tesmofórias de Atenas<sup>16</sup>, onde era celebrado um culto de fertilidade e imperava a “embriaguez, os gestos obscenos e o comportamento desviante”, como as “Matronalia”, as “Bona Dea” e as “Nonas Caprinas”, sendo registo de manifestações religiosas com uma forte carga erótica. O celibato das mulheres das famílias nobres romanas foi usado simbolicamente como forma de garantir a prosperidade de Roma. As virgens vestais juravam o celibato à deusa do lar, a deusa Vesta, e a violação do compromisso, que deveria durar trinta anos, resultava na morte da mulher. No domínio masculino, destacavam-se as festas “Liberalia”, que funcionavam como passagem ritual e social dos rapazes. O mesmo autor descreve as “Saturnalia”, eventos eróticos e sexuais que aconteciam em Roma, no solstício de inverno, durante a noite, para mulheres, e que duravam três (e posteriormente cinco) dias. Tais comemorações foram proibidas pelo senado em toda a Itália e, só poderiam acontecer com pedido ao senado e com participação de um dos senadores. Segundo Dolby (2014), este culto foi posteriormente redesenhado por Júlio César, que o recuperou como procissão, com atividades mais comedidas.

---

<sup>16</sup> Na Grécia, os festejos em honra de Afrodite e Deméter eram só para mulheres.

Este controlo sobre as práticas e comportamentos das mulheres na Antiguidade Clássica estava relacionado com a ideia da sua representação ora como possuidoras de uma natureza animalesca de luxúria e impulsos sexuais, ora desconhecedoras dos assuntos eróticos. Só no final do período helenístico se verifica um maior equilíbrio e abertura à convicção de que o amor mútuo e as ideias de prazer e fidelidade no casamento eram favoráveis e desejáveis, tendo sido tema em vários dramas e poesia latina (Garton, 2009). Os casos extraconjugais eram punidos de forma severa, tal como estão descritos nos registos criminais e judiciais. Em caso de adultério, e de forma a contornar a lei romana que confiscava às mulheres um terço dos seus bens, aquelas registavam-se como prostitutas. Esta prática cresceu de tal forma que levou a que o Senado do imperador Tibério, no século XIX a. C. decretasse a proibição do trabalho de prostituta a mulheres casadas ou descendentes de cidadãos romanos (Dolby, 2014). Se esta era considerada uma prática indesejável, não há evidências de preocupação semelhante em relação às práticas homoeróticas femininas. A poesia de Safo (século VII a.C.) e a de Sulpícia cantam estas relações<sup>17</sup> que terão sido generalizadamente criticadas e entendidas como um desvio, por desafiar o culto do falo, e do poder masculino da antiguidade pagã e cristã (Brooton, 1996).

Para além de alguns achados arqueológicos que poderiam representar objetos de masturbação feminina como dildos feitos de madeira ou de couro acolchoado, há registo de práticas eróticas e sexuais entre mulheres<sup>18</sup>.

A importância e atenção dada às preocupações sobre o corpo masculino e feminino também estará baseada na ideia clássica proposta por Hipócrates e Aristóteles. Segundo o primeiro, e partindo de uma análise sobre a biologia da condição masculina e feminina, Hipócrates acreditava que homem e mulher eram totalmente diferentes e opostos na maioria das situações. À fragilidade feminina, associado à perda de sangue menstrual, contrapunha-se a ideia de força e robustez masculina. Já para Aristóteles, a mulher era um ser imperfeito, um homem não desenvolvido biologicamente. Assim, a preocupação centrava-se no ser completo, e era o homem o alvo de todas as recomendações.

---

<sup>17</sup> Segundo Garton (2009:92), nomes como “tribas, virago, frictix e lesbia serviram para representar mulheres masculinizadas, sexualmente agressivas, ativas, como algo a temer”.

<sup>18</sup> “Os Gregos designavam as lésbicas por “tribas”, palavra que derivava do verbo tribo - «esfregar» em grego, embora a palavra homossexual se aplicasse a homens ou mulheres, decorrente do homo, homem. Só no século XIX é que a palavra lésbica evoluiu de Lesbos, a ilha natal da poetisa Safo”. (Dolby, 2014:17).

A passividade de elementos masculinos era atribuída a figuras chamadas *public cinaedi*, que eram os homens passivos ou prostitutas. Para alguns autores, a forma como se vestiam ou os seus maneirismos definiram uma das primeiras subculturas sexuais. Rabun Taylor<sup>19</sup> refere que estes homens estavam associados a dois grupos: um de culto à deusa-mãe da fertilidade, que festejavam travestidos, e outro que surge no século XVII em espaço urbano associado a “banhos, bordéis, casas de passe, semelhantes às *molly houses* do século XVII”<sup>20</sup>.

No que diz respeito às mulheres, Resende (2009:514) propõe uma diferenciação do entendimento sobre a prostituta e a meretriz na Roma Antiga. A última era o modelo de mulher que procurava “estabelecer relações a longo prazo com homens ricos e atraentes”, enquanto a prostituta mantinha relações com diferentes clientes, e era-lhes reconhecida uma função essencial, de “preservar a família, evitando aos homens o perigo do adultério, proporcionando-lhe prazeres sem futuro nem consequências (2009:514). As prostitutas trabalhavam nos lupanares ou em tavernas que serviam comida e bebida, e que teriam um espaço reservado para a prostituição (a *cella meretricia*). Neste contexto, a prostituição era reconhecida como atividade e estava sujeita a impostos. As mulheres que se prostituíam eram “educadas para a conversação e para o prazer. Segundo (Resende,2009:515) estas deviam vestir de forma diferente e pintar o cabelo ou usar perucas amarelas”. Na análise de medalhões de aplique de vasos de cerâmica foram identificadas representações que o autor entende como semelhantes ao Kama Sutra, destacando muitos exemplares que se poderiam enquadrar no âmbito sadomasoquista, vislumbrando assim a origem do sadomaso, muitas vezes associado à mentalidade cristã. Já Pimentel (2009) faz referência ao facto de ser comum, durante este período, servir pão com formas obscenas, de acordo com descrições de Marcial.

Por sua vez, Guerra (2009:473) descreve o Lupanar de Pompeios como local onde se “desenvolvia uma atividade destinada a proporcionar favores sexuais a pagamento, a par de outros serviços” e que se localizava num edifício de dois andares, numa zona muito concorrida, perto do fórum, mas numa rua estreita e discreta e, conseqüentemente, com menor tráfego. Este edifício tinha cinco quartos por piso, pequenos, pouco iluminados e com espaço para uma latrina. Os frescos que decoravam a casa ilustravam o deus grego menor da fertilidade. Príapo (Figura 6) está sempre representado com ereções

---

<sup>19</sup> Citado por Garton (2009:79).

<sup>20</sup> Este tema será retomado posteriormente.

e anunciava sorte para o cliente. Nas paredes constavam pinturas oficiais dos *pornographoi*, assim como grafitos feitos pelos clientes, com vocabulário de baixo nível e descrições das suas experiências ali. Já no que se refere aos espaços conhecidos como *camponar*, *popinae* e *thermopolia* eram “lugares em que se desenvolviam atividades paralelas às do lupanar” (Guerra, 2009:478). O autor refere também outros espaços do género, como Campona de Euxino, Campona de Donato e Verpo e a Taberna de Verecundi.



Figura 6 - Príapo na Casa dos Vetti em Pompeia. Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/490610953126409848/>

Os cuidados estéticos das mulheres romanas eram evidentes, apesar de as vestes serem mais conservadoras do que as das mulheres gregas. No entanto há registo do uso de produtos de maquilhagem como bases, sombras e linhas que pintavam nos olhos, pós e pastas para lábios e maçãs do rosto, que aplicavam com pinceis, esponjas e escovas. Os cabelos eram preferencialmente penteados em cachos, pintados, ou eram usadas perucas pelas mulheres mais ricas, a que se juntavam óleos perfumados e joias (Dolby, 2014). Tal como acontecia na cultura egípcia, também os dentes brancos eram preocupação de beleza, e a depilação era prática comum. Os homens também tinham práticas de depilação e usavam barba escanhoada. Para eles, o uso de *piercings* nos mamilos nos tempos de Júlio César era símbolo de virilidade e lealdade a Roma pelos centuriões.

## 2.7. Do Corpo ausente ao corpo individual

O Cristianismo foi criado a partir da ideia de que todos os indivíduos eram vistos da mesma forma, e eram todos filhos do mesmo Deus. O novo homem crente deveria abandonar os prazeres da carne e aproximar-se de Deus, resistindo às tentações. Só este comportamento contido levaria à salvação da alma, ideia que se consolidaria durante a Idade Média. O pecado e o castigo era sintomatizado pelo corpo, e traduzido em doença. A instituição da religião cristã no Império Romano, em 380 pelo Imperador Teodósio, impõe a todo o estado uma nova conduta. O corpo que até então era exibido durante os Jogos Olímpicos perdia o palco. Em 393, Teodósio proíbe a realização das Olimpíadas, por serem consideradas manifestações pagãs<sup>21</sup>. Os indivíduos ficavam reservados à esfera privada, mas partilhada, já que todos deviam estar em alerta e num sentido de vigia e controlo sobre o outro (Tucherman, 2012). Nesta altura, os trovadores cantam o amor pelo olhar, enaltecem a paciência e a espera. O amor cortês entre 1100 e 1350 foi influenciado pela poesia e filosofia árabe, cantado na poesia como um amor sedutor e utópico, espiritual, sofrido, cuja consumação nunca acontecia. Esta representação terá influenciado e sido influenciada pelas próprias as normas de conduta que seriam desejáveis a desempenhar tanto pelos homens como pelas mulheres (Dolby, 2014).

No século VI, o Cristianismo implementou mudanças ideológicas que se viriam a refletir nos comportamentos, tanto no Oriente sob influência de S. João Crisóstomo, como no Ocidente, por Santo Agostinho. Ambos defendiam o combate ao pecado original, e entendiam o sexo como desestabilizador e catalisador da desgraça, sendo a mulher a responsável pelo perigo da tentação e perdição, à semelhança de Eva, responsável pela expulsão do Paraíso. Mesmo o incentivo ao casamento, teria como premissa a relação sexual apenas como meio de reprodução/procriação. O casamento era uma forma de tentar dominar a luxúria, mas deveria seguir regras apertadas de conduta, no que dizia respeito ao prazer da carne. Assente numa ideia de monogamia, castidade e fidelidade, foram definidos comportamentos ideais de negação do prazer e que contribuíram para a demonização do poder sedutor feminino. No século XI foram proibidos os casamentos dos clérigos e pôs-se fim aos mosteiros partilhados por homens e mulheres. Especialmente a partir dos finais do século XIII, apesar de um

---

<sup>21</sup> E assim permaneceu até 1986, aquando da sua restauração pelo Barão de Coubertin.

aumento das punições sobre as práticas desenfreadas, como o adultério e a prostituição, não existem evidências de uma verdadeira diminuição destes comportamentos.

O ideal cristão consistia no abandono dos prazeres carnis, na continência, como forma de alcançar uma esfera espiritual e o divino, recorrendo a mutilações, castração ou retiros para travar ou esmorecer as tentações e os prazeres da carne, pelo celibato, culto da virgindade e abstinência. Para auxiliar no combate à tentação, nesta altura usavam-se adereços que causavam desconforto e dor, como os cilícios, que permitiam alcançar a mortificação da carne, ou seja, obter a vida virtuosa pelo sacrifício, ou o perdão dos pecados pelas práticas públicas e privadas de flagelação, prática perseguida posteriormente pela Inquisição, ou pelo pagamento das indulgências. Por outro lado, alguns autores defendem que esta ideia austera sobre os prazeres teve início ainda na cultura pagã, em momentos em que a taxa de natalidade diminuía e colocava em risco o império, obrigando a tomar as primeiras medidas de incentivo à natalidade, nomeadamente a proibição do divórcio, incentivo ao matrimónio e procriação. Segundo Garton (2009), o Cristianismo transferiu o sexo, o corpo e o desejo para o ponto central da problemática moral, o que foi reforçado pelo Concílio de Trento (1545-63), através daquilo que regulamentou, nomeadamente na esfera da família, o casamento e o corpo.

As representações sobre o casamento na literatura Renascentista apresenta dois domínios: um, dos que entendiam o casamento como uma união contratual, de laços de sangue e convenções sociais; outro, das histórias de amor que combatiam, transgrediam e faziam valer o amor pela paixão e pelo desejo. Os dramas amorosos de grandes pares apaixonados como Tristão e Isolda, Abelardo e Heloísa, Guinevere e Lancelot, e, mais tarde, Dido e Eneias e Romeu e Julieta, são representações dos pares que se arriscavam a desafiar a ordem e se as suas consequências foram trágicas, eram também invocadores de razões de amor maior.

Segundo o ideal de castidade da Igreja, o sexo e o prazer pelo corpo eram manifestação de tentação aos argumentos do diabo, afastando o indivíduo da salvação. Para esta ideologia não haveria posições intermédias entre santo e pecador, e só haveria uma forma de estar longe do pecado, num constante esforço de repressão total dos instintos fazendo uso de objetos para alcançar este objetivo. Os cintos de castidade ou florentinas terão sido inventados no século XIV e integraram os catálogos de instrumentos cirúrgicos até 1930, tendo sido usados também no combate à Sífilis. A eminência da possível morte motivada pela Peste Negra que foi sentida pela população da Europa a partir de 1348

desenvolveu um espírito hedonista que se vivia nos bordéis e tabernas. Apesar dos riscos que esta concentração de pessoas apresentava para a propagação da doença, era evidente a necessidade de se entregarem aos prazeres da vida (Dolby, 2014), face ao fatalismo que se enfrentava. Esta teoria de que em momentos críticos a sexualidade toma uma dimensão preponderante foi evidenciada por Rubin (1984).

Apesar deste círculo apertado, Garton (2009) refere que haveria literatura popular, médica e científica que apresentava outras visões sobre a problemática, incluindo conselhos e técnicas sexuais, numa vertente mais preocupada em compreender o corpo. A literatura romanesca da Idade Medieval e Renascimento é rica em referências a namoros, o canto aos amores não correspondidos e ao desejo. Além disto, ao mesmo tempo que se proclamava a necessidade de castidade, práticas refutadas pela doutrina continuavam a acontecer, como o divórcio, a celebração de segundos casamentos, o concubinato ou a prostituição, especialmente na aristocracia e na corte, ou em zonas geográficas que apresentassem características culturais mais liberais e onde fosse permitida a prática sexual fora do casamento. Em 1161 o Rei Henrique II de Inglaterra publicava a Portaria de Regulação das Casas de Passe de Southwark, que eram inspeccionadas por oficiais de justiça e sob o poder do Bispo de Winchester, tratando-as como qualquer outro local de diversões públicas, mas com regras de conduta estabelecidas. Apesar de trabalharem em casas que não eram suas, os proprietários não podiam ter interação com as prostitutas nem lhes emprestar dinheiro, para desta forma não as poderem explorar. As multas, antes de mais, representavam fonte de rendimento para o rei. A prática de lenocínio no século XIV era penalizada aos homens com o ato de rapar o cabelo e barba, deixando franja com cinco centímetros, para além de passarem a noite amarrado no pelourinho. No caso das alcoviteiras e *madames*, faziam corte de cabelo curto ou tijela e também ficavam no pelourinho para humilhação pública. Apesar de terem sido tomadas providências para erradicar os bordéis como aconteceu no século XIII no reinado francês de Luís IX, a insegurança pública fez acreditar que aqueles espaços seriam um mal menor que deveriam ser suportados e continuar a existir para garantir a segurança das mulheres em geral (Dolby, 2014). Para Garton (2009), o cerne da preocupação centrava-se na mulher imoral, e não nos clientes que frequentavam tais espaços, considerando-as como transgressoras sociais. Posteriormente desencorajadas pela Igreja, há referências ao facto de nas comitivas dos cruzados que partiam em batalha também integrarem mulheres que lhes prestavam serviços como prostitutas, e que viam ali uma oportunidade de trabalho.

Assombrados pelos Sete Pecados Capitais, a soberba, a avareza, a luxúria, a ira, a gula, a inveja e a preguiça, revistos pelo Papa Gregório I no século VI, avolumaram-se obras de literatura especializada em identificar práticas indesejáveis, que tiveram inspiração em Santo Agostinho, São Jerónimo e São Tomás de Aquino, assim como o desenvolvimento e identificação de técnicas de expiação de pecados através do ato de confissão. Estes atos eram orientados por livros penitenciais desde o século XI, que definiam quais as práticas proibidas e que, segundo Gordon (2009:109), eram ricos em “vocabulário sexual, abordando problemas como a fornicação, o adultério, o uso de afrodisíacos, a masturbação, o incesto, a violação, a poluição noturna e a sodomia”<sup>22</sup>. Os retiros religiosos, apesar das regras apertadas da Igreja, pela intensidade das vivências em clausura, também poderão ter sido lugares de tentações, havendo evidências disso na literatura satírica da época que descrevia estes espaços como zonas de luxúria. Para além do recurso a concubinas pelos padres, ou à evidência do homoerotismo feminino entre freiras, a confissão promovia um contacto muito próximo entre o confessor e o representante da Igreja. Assim, e por razões que aparentam ser óbvias, a partir de 1560, o confessionário passou a ser dividido e fechado<sup>23</sup>.

Por outro lado, De La Croix (2004) entende que apesar do estigma associado ao prazer introduzido pela Igreja, durante os tempos medievais foram-se desenvolvendo formas alternativas de encarar a sexualidade e que, por isso, não devemos entender a Idade Média como um período homogéneo, de um só comportamento, norma e regra. Enumera alguns exemplos como o de Félicien Rops, um dos ilustradores mais reconhecidos de pornografia, considerando assim que o erotismo na Idade Média existiu enquanto contracultura.

Na Idade Média e Renascimento, as práticas homossexuais foram amplamente banidas, já que contrariavam o natural, não tinham em vista nem permitiam a reprodução da espécie. A sodomia foi então julgada como anti natura, como evidencia a Lei da Sodomia de 1533, proclamada por Henrique VIII e mantida até ao século XIX, que entendia esta prática como um crime contra o rei, já que incluía a pederastia, o incesto, a bestealidade e a bruxaria, incluindo também a felação, praticada por homens ou mulheres. A par desta lei foi decretado o encerramento de todas as casas de passe em Londres.

---

<sup>22</sup> A prostituição era pecado menos quando comparado com o adultério, o incesto, a homossexualidade ou o controlo da natalidade. Dolby (2014).

<sup>23</sup> As representações destes espaços de confissão e de tentação são recorrentemente sugeridos em diferentes filmes e obras literárias.

Assim, o sexo assumia como fim único, a procriação. No entanto, generalizar o homoerotismo é bastante difícil, uma vez que temos de ter em consideração variáveis como a cultura, subcultura e identidade. No entanto, se comprarmos o alvo de preocupação das práticas homossexuais entre a Antiguidade e o Ocidente Cristão, tinha mudado a dicotomia que analisavam. Isto é, na Antiguidade estava em discussão o papel e o estatuto no binómio ativo/passivo. O Cristianismo julgava qualquer um dos intervenientes em práticas de sodomia, a partir do binómio natura/contranatura; heterossexual/homossexual (Garton, 2009).

Durante a Idade Média, os banhos, as massagens e as termas romanas foram abandonadas. O corpo, em especial o das mulheres era totalmente coberto, assim como os cabelos, presos em toucas. A vaidade era ténue, destacando-se apenas os cuidados de depilação de sobrancelhas e da linha dos cabelos, a fim de aumentar a testa. Para Tucherman (2012), da Idade Média até ao século XVIII, não terão havido modificações sobre a conceção da imagem e uso do corpo. Só no Renascimento se volta a introduzir a maquilhagem e os decotes descem um pouco, resgatando-se o ideal de beleza grego. Neste período a arte renascentista substitui a religião como tema de referência pelo Homem e a vida quotidiana passa a ser mais representado e, por esta razão fontes interessantes para conhecer as práticas da época.

## **2.8. Hetero**

Durante os séculos XVI e XVII, o casamento no seio da aristocracia representava a consolidação de laços sociais entre famílias, através dos herdeiros, não sendo entendida como uma relação para a satisfação de desejos sexuais, mas sim de carácter contratual, sendo comuns os relacionamentos extraconjugais, as amantes e concubinas. Trata-se da influência de Martinho Lutero e das suas “Noventa e Cinco Teses sobre o Poder e Eficácia das Indulgências” que refutavam a prática dos pagamentos das misericórdias, do voto de celibato e dos abusos do clero, e que deram início à Reforma Protestante. O protestantismo defendia o ideal de família cujas virtudes assentavam numa moral reta, restringindo os impulsos sexuais, que só teriam lugar em casa, na esfera doméstica, que reconhecia com naturalidade a celebração do casamento pela relação sexual, associado a um ideal romântico e consumado por amor. As mulheres ganharam alguns direitos e o matrimónio tornou-se numa relação de respeito e equilíbrio, apesar de haver evidência de que a violência e o adultério tenham continuado a ser prática comum. Fora do domínio doméstico, o vício sexual representava a decadência e o fim da

sociedade organizada e harmoniosa. Surgem movimentos de homens e mulheres que se dedicam a tentar colocar fim a estas práticas. Impulsionado também pela imprensa de Gutenberg, no século XVI regista-se um aumento da literacia, contribuindo para um novo fôlego para os *media*, que agora produziam em escala diferentes conteúdos, incluindo a sátira, a pornografia e davam voz a políticas radicais (Garton, 2009), proliferando e difundindo-se uma literatura erótica, de pornografia e obscenidade, potenciado pela libertinagem e a quebra dos limites do prazer, como são exemplo os “Sonetos Luxuriosos” de Pietro Aretino (2011), que serviram, de ilustração à coletânea de gravuras eróticas de Marcantonio Raimondi, conhecidas por “I Modi”, “Os Modos”. Neste contexto também foi potenciado o travestismo e o transsexualismo, enquanto passatempo, mas também, como forma de desafio à ordem estabelecida, como provocação à tolerância social. A aparente liberdade dos indivíduos não terá sido vivida de igual forma por homens e mulheres. Para alguns autores, todo este movimento levou a uma associação drástica da mulher ao objeto sexual e à prostituição, restringindo ainda mais as suas liberdades e manifestações de comportamentos, numa continuada submissão às vontades masculinas. Por outro lado, no ano de 1415 em Florença estabeleceram-se os bordéis sexuais numa tentativa de desencorajamento da homossexualidade. No entanto, a partir de 1495, com a proliferação da grande peste da sífilis, apelou-se a uma nova ordem moral que via no encerramento destes estabelecimentos uma possível solução para o problema de saúde pública. Apesar dos esforços, a prostituição não diminuiu, passando a acontecer nas ruas, levando à reabertura das casas de passe, ou com a presença evidente das prostitutas em tabernas, a prestar serviços de forma ilícita. Algumas cortesãs foram expulsas e recebiam castigos físicos, muitas vezes sádicos, e os depravados usavam colarinhos amarelos e verdes como forma de identificação, estigmatização e humilhação pública (Dolby, 2014).

Durante um longo período de tempo, imperou a ordem da privação e do puritanismo. Da privação do alimento, da contenção, da resistência ao prazer, a todos os prazeres. As práticas de lazer estavam espartilhadas, já que era o trabalho que glorificava o filho de Deus, e não a entrega aos prazeres mundanos. Torna-se ritual o ato da confissão, momento de descrições pormenorizadas, de acordo com as orientações definidas nos documentos oficiais para confessores e penitentes. A este período pós-Renascentista, nos tempos da Contra-Reforma, Ortega y Gasset (1963) associa o início do império do espírito, numa ânsia constante de tapar todo o corpo, e até mesmo o cabelo, como aconteceu no século XVIII. Para Foucault (1976) a Contra-Reforma implementa a prática do autoexame em alta voz e

sobrevaloriza a penitência, através da expressão oral pormenorizada de pensamentos, palavras, atos e omissões, naquilo que chama de fenómeno da “discursificação do sexo”. Os objetivos da Contra-Reforma recuperaram o poder da Santa Inquisição, usando-a na perseguição a comportamentos imorais e de heresias sexuais.

A vida nas cidades, o trabalho pago e a independência que tal concedia, impulsionou uma liberdade para a satisfação das necessidades e prazeres, em resultado das oportunidades que o próprio capitalismo potenciou. Os exageros do clero e das práticas nas cortes, como é disso exemplo o Banquete das Castanhas ou das Cortesãs, que terá acontecido no dia 30 de Outubro de 1501, promovido em Roma pelos Bórgias, denunciavam os excessos e a falta de coerência com os valores orientadores proclamados pela Igreja. O Bispo Johann Burchard, também ele um Bórgia, descreveu no seu diário aquela festa que terá culminado numa orgia que contou com a participação de convidados, entre eles membros do clero, e de cinquenta prostitutas, no Palácio Apostólico que de alguma forma retratam a vida na corte e do clero durante o Renascimento (Dolby, 2014).

Apesar de se evidenciar uma ideia de fim do puritanismo moral, uma crítica ao voto de celibato e uma condenação de práticas como a prostituição, o aborto, a sodomia a contraceção ou o adultério, alguns autores apontam um crescimento da prostituição na América e Europa, e um perfil de conduta mais libertino, assim como a concretização da ideia de heterossexualidade, enquanto definição de encontro entre dois sujeitos diferentes (Trumbach, 1998; Laqueur, 1990). A libertinagem sexual, enquanto forma de encarar e viver a sexualidade, os impulsos e as paixões como algo natural e desejável, tem início em grupos restritos na corte inglesa, ainda no século XVII. A promiscuidade, o adultério, a sedução, a moda que evidenciava ou expunha o corpo, os clubes de sexo para homens, festas privadas, os brinquedos e os preservativos proliferam e tornam-se comuns. As práticas da corte, desde os numerosos casamentos e amantes oficiais, como o conhecimento dos casos tórridos de Henrique VIII de Londres, Carlos II de Inglaterra ou Luís XIV de França, de Catarina a Grande ou de Joana Antonieta<sup>24</sup>, eram exemplo de um modo de vida que era mimetizado por outras classes sociais, fazendo com que novas práticas se fossem generalizando em toda a sociedade. A literatura de Marquês de Sade é muitas vezes apontada como expressão dos ideais libertinos. Ficou conhecido por práticas sexuais violentas,

---

<sup>24</sup> Joana Antonieta era também conhecida por Madame de Pompadou e o seu bordel privado criado para Luís XV, o Parque dos Veados.

e o seu nome é associado aos atos que provocam excitação a partir do sofrimento do outro, o sadismo. A sua perversão foi inspiração para os romances pornográficos de que foi autor, como “Justine e os Infortúnios da Virtude” e “Juliette ou as Prosperidades do vício”, ou “Cento e Vinte Dias de Sodoma”, assente na crítica social e religiosa, usando-as também para denunciar práticas sexuais que eram comuns na sociedade. Também o Clube do Inferno que foi perseguido pela Lei Contra a Imoralidade proclamada em Londres por Jorge I ganharia nova fundação com a Ordem dos Cavaleiros de S. Francisco em 1746. Eram clubes para cavalheiros e aristocratas em casas particulares, que foram recorrentemente associados a grandes festas e palcos de depravação e libertinagem (Dolby, 2014), inspirados em divindades e práticas pagãs, que perduraram até 1966.

No princípio da era moderna registava-se uma estabilidade da população. O Ensaio sobre o Princípio da População que Thomas Malthus escreve em 1798 é a primeira pedra no charco, que questiona o futuro e os problemas sociais que um desequilíbrio de recursos despoletaria. Os poucos recursos disponíveis impunham um controlo da natalidade, pela castidade que era incentivada pela Igreja, sempre vista como uma virtude. Desta forma, foi despoletando uma consciência de necessidade de controlo da população, associando-se a outras questões legais, levando a que as famílias passassem a entender que ter vários filhos não garantia riqueza. Este controlo de natalidade tinha de recorrer a métodos de prevenção da gravidez, através do coito interrompido, relações sem ejaculação ou de fazer uso de esponjas, diafragmas, pessários. Assim, o recurso aos serviços da prostituição ou relações com indivíduos além-fronteiras ou de classes sociais mais baixas salvaguardava uma gravidez inesperada no casal. As deslocações em trabalho por longos períodos promoviam relacionamentos extraconjugais, a prostituição e relações fugazes, orientadas pelo prazer. Era a própria ideologia Iluminista que também influenciava tais comportamentos, desde logo, da rejeição das imposições religiosas e o puritanismo sexual, em defesa da paixão natural e do prazer carnal. Por outro lado, as prostitutas recorriam a técnicas de controlo de natalidade, pelo aborto, infanticídio ou pelo uso de preservativo feito de intestino de ovelha, que surge no fim do século XVII. Como alternativa, os casais recorriam a longos períodos de amamentação ou a jogos eróticos que envolviam o contacto, mas que excluía o coito. Garton (2009:142) refere que alguns trabalhos como de Shorter e John Gillis “consideram a adolescência na Europa, no início da era moderna, uma época de divertimento sexual e protelamento do matrimónio” e que “no casamento, o coito interrompido, a amamentação, a abstinência e os jogos sexuais ajudavam a manter a taxa de natalidade relativamente estável”.

O século XVIII foi palco de transformações sociais, económicas e políticas, profundas. Na primeira metade do século, assiste-se a um crescimento da população. Para isto concorreram as melhorias nas condições de vida, nomeadamente nos rendimentos resultantes de uma industrialização e de novos contextos de vida na urbe. O número de casamentos aumentou e a idade dos cônjuges diminuiu, traduzindo-se numa transformação dramática na formação da família da Europa Ocidental e na América (Garton, 2009). Os números também revelam que os filhos legítimos e ilegítimos cresciam em igual ritmo, o que pode sugerir que isto fizesse parte de um padrão de comportamento social, isto é, que as práticas sexuais fora do casamento fossem de alguma forma toleradas. Se para uns o decréscimo da fertilidade traduzia uma abstinência sexual, outros faziam destacar a eficácia do uso dos métodos contraceptivos, o controlo efetivo do número de filhos desejados ou uma evidência da consciência do poder da mulher na decisão sobre a gestão da gravidez, do seu controlo sobre a natalidade, que pela reivindicação e ativismo se traduziu, para alguns autores, numa revolução sexual.

Inicia-se, no século XVIII, uma sobrevalorização do corpo e da sexualidade, na medida em que passa a ser alvo de análise e preocupação de diferentes disciplinas, numa abordagem e tratamento racional, mas também com impacto na imagem, como é exemplo o uso de perucas e maquilhagens exageradas e dramáticas, os decotes profundos, as rendas, os cetins e os espartilhos. Com o evoluir da história, este entendimento e discurso racional sobre a sexualidade, faz com que vá sendo, progressivamente, alvo de estudos das áreas mais diversas, como a demografia, a política, a medicina, a psiquiatria e se torne o centro de tudo, que se assuma a sua importância pela incapacidade de se manter na sombra, apesar de ter sido tratado como um segredo (público) durante séculos. Nesta constante aproximação ao racional, e numa época em que a medicina ganha uma nova força, inicia-se a fase de medicalização. A psicanálise de Freud propunha o entendimento das pulsões do indivíduo, acima referidas, e abriu oportunidade para o estudo das mulheres histéricas, até então nunca escutadas, apenas tratadas como doentes. Foucault (1976:75) entende que nesta fase houve uma “multiplicação e intensificação dos prazeres ligados à produção da verdade sobre o sexo”.

Numa altura em que a medicina e os pareceres médicos ganham mérito, o que por eles era definido ganhava peso e importância de lei. O orgasmo e a masturbação foram práticas controladas e perseguidas por preocupações médicas, assentes na crença de que eram responsáveis pelo esgotamento de energias, e que trariam consigo, mais cedo ou mais tarde, implicações de saúde. Às

classes mais baixas, a informação mais ou menos credível sobre estes assuntos chegava através de revistas, jornais e panfletos de pouca confiança e que divulgavam e promoviam informações pouco verdadeiras, a fim de desenvolver um comércio de charlatães que vendiam técnicas e receitas para o sucesso sexual, ou o controle das pulsões (Garton, 2009).

No fim do século XVIII surge uma nova análise do corpo. Definem-se e identificam-se diferenças anatómicas e fisiológicas que colocam um ponto final na teoria de um só sexo, e aceita-se oficialmente a dicotomia masculino/feminino. Apesar disso, esta acarretou comportamentos associados à condição, isto é, o homem associado à promiscuidade e ao domínio ativo enquanto as mulheres seriam castas e passivas. O sexo envolveria dois corpos distintos, com diferentes funções na relação. A aceitação desta distinção, no entanto, não implicou direitos iguais a homens e mulheres. A passividade e submissão associada às mulheres manteve-lhe associada a sua fragilidade e alargou o estigma a homens que se comportavam de forma mais feminina. No fim do século, alguns autores identificaram o aparecimento de um terceiro género: “sodomita adulto efeminado”, os “borboletas”, que “adotavam hábitos distintos de falar e de vestir, muitas vezes usando roupas de mulher ou adereços extravagantes, e juntavam-se em clubes especiais para beber, dançar, namorar e terem relações sexuais” e que “frequentavam parques, latrinas públicas, ruas e arcadas em busca de parceiros sexuais” (Garton, 2009:154), a que podemos associar os dandies em geral e ao seu estilo de vida prazeroso e indulgente que para muitos corresponde ao perfil de Oscar Wilde. Quem tinha este estilo de vida foi alvo de perseguição, de punições e violências. Quando relacionados à prática de sodomia, que passa a associar-se essencialmente a relações entre homens, a cultura homoerótica feminina não foi tão perseguida neste momento histórico, mas a “tríbade e a amiga”, no século XIX, estava inscrita nos contornos no lesbianismo como patologia clínica.

A era Vitoriana foi, durante muito tempo associada a um período de repressão sexual, de um puritanismo absoluto, uma moral rígida e disciplina severa e de comportamentos orientados para o trabalho, a família, a fé e a contenção, que teria tido início em Inglaterra, mas cujos ideais teriam afetado todo o Ocidente. Como diria Ussel (1975:172), “o processo de expansão do puritanismo pode considerar-se esquematicamente como a passagem do carácter público à dissimulação e à clandestinidade do domínio privado”. A imposição de uma moral e postura casta terá derivado do pesar da Rainha Vitória pela perda do seu marido e, se ela estava de luto, todo o reino estaria também. Nesta

altura, tudo o que era considerado desvio torna-se ainda mais exacerbado e, apesar deste controlo imposto em 1857 pelo Ato das Publicações Obscenas na Grã-Bretanha, que ordenava a destruição de qualquer produção ou reprodução de material obsceno, é neste momento que o vício do sexo ganha expressão pelo contrabando próspero de um submundo do obsceno e da prostituição. A expressão da pornografia neste período pode ser vista pela coleção particular de 15299 livros que Henry Spencer, escritor, terá deixado ao Museu Britânico, que representa a principal coleção de pornografia da época vitoriana. Rojek (1999:87), fazendo referência ao trabalho de Theweleit (1987) sobre a imagem da meretriz, refere que no século XIX era imposto que as mulheres de respeito não deveriam frequentar a via pública, sendo que o seu carácter passivo e limpo ser mantido em casa. Esta diferenciação dos espaços das mulheres respeitáveis e as outras, as “*red women*” foram fetichizadas, criando-se todo um estereótipo associado<sup>25</sup>.

No século XIX surgem os preservativos de borracha vulcanizada, mas estes não eram acessíveis a todas as classes sociais. Na Antiguidade Clássica, os Romanos terão criado os primeiros em couro, e a sociedade egípcia usava o linho para evitar a gravidez. Em 1665, o Coronel Condom desenvolve uma técnica com uso de tripas de animais, também com intenção de prevenção de disseminação de doenças venéreas. No fim do século, surge a manteiga de coco, a glicerina, o pó ácido e o gel espermicida para contraceção. Apesar destas inovações, o ciclo menstrual da mulher ainda não era conhecido, e os métodos empregues falhavam regularmente. Nesta altura de desinformação e dissimulação da sexualidade (Ussel, 1975) floresce o negócio de interrupção da gravidez, com recurso a plantas ou a intervenção cirúrgica<sup>26</sup>. O combate a esta prática iniciou-se ainda no século XIX, até ter sido legalizado na América e Europa, no início do século XX.

Esta caracterização e associação extrema do período em que governou a rainha Vitória, deveu-se, segundo Garton (2009), mais ao que os liberais sexuais advogavam ser os seus direitos, do que pelas imposições e limitações que efetivamente foram colocadas durante a era vitoriana. Queremos dizer com

---

<sup>25</sup> “They were seen as undisciplined, sexually experienced and above all available (...) created a fantasy-tipe. She potently signified free licence, sexual abandonment, amorality and the laughter of the carnival, now subdued or lost in the arid acres of rationalized society; but she also signified disease, defilement and death. Hence the guilt, self-recrimination and hatred of women that men often spoke of (and still speak of) after spending their leisure time ‘with ladies of the night’”. (Rojek, 1999:87)

<sup>26</sup> Garton (2009:169) dá conta de que em 1898 Londres contava 10 mil clientes enquanto que em França aconteciam entre 100 a 500 mil abortos por ano.

isto que este período é bastante contraditório e que são vários os autores que refutam a definição clássica de vitorianismo, nomeadamente a partir da análise de diários ou de fontes judiciais, que evidenciavam um interesse em atividades com vista à satisfação sexual, bem como um conhecimento e gosto pela vida erótica por parte da classe média do século XIX<sup>27</sup>. Já no que se refere à classe trabalhadora, Garton (2009:187) revela que vários historiadores desvendaram narrativas vibrantes de perigo sexual e uma rica cultura erótica e obscena, alimentada por publicações, clubes, bares, cabarés, espetáculos musicais, bailes, bordéis e prostitutas de rua, no século XIX, em Nova Iorque ou em Londres, como é exemplo o bordel da Madame Theresa Berkeley, pioneira nos serviços de sadomasoquismo, naquele que seria um bordel especializado, depois de ter publicado em 1718 a obra “Tratado sobre o uso do açoite”. Esta prática passou a ser conhecida como “Depravação Inglesa” e terá motivado a criação de diversos acessórios (Dolby, 2014). Para Michel Foucault (1984c) este foi um período de verbalização da sexualidade, tanto pelas práticas de confissão como pelo estudo científico do sexo. As restrições faziam com que qualquer desvio fosse potenciado pela imaginação e, por outro lado, sendo desvio, exigia-se que fosse feito registo dele, em pormenorizadas descrições, tanto na religião como na ciência. O período de vigência da era vitoriana é, desde logo, alvo de discussão. Apesar de a rainha Vitória ter governado entre 1837 e 1901, esta época alarga-se no tempo, desde os meados do século XVIII até meados do século XIX.

A contrastar com a ideia de contensão, identificavam-se cerca de cinquenta mil prostitutas em Londres, na era vitoriana. Entendido como um mal necessário, que permitia um casamento casto, a prostituição era tolerada pelas autoridades e a preocupação médica centrava-se nas doenças venéreas e na sua disseminação. A prostituição floresceu ao longo do século XIX na Europa e América e as prostitutas eram vistas sob diferentes prismas. Para uns eram o pior da sociedade, estavam perdidas e desencaminhavam pessoas de bem. Outros viam nelas seres débeis e frágeis, que teriam sido levadas e abandonadas naquela vida. A prostituição foi perseguida e combatida, obrigando as mulheres envolvidas a agir num novo *modus operandi*. As prostitutas tiveram de se associar, entre elas ou a exploradores, que lhes “garantiam” meios de proteção à perseguição policial, mas acabavam reféns da sua própria condição. Quando se tentaram fechar bordéis, as ruas encheram-se de prostituição e com

---

27 Garton (2009:185) afirma que “havia debates, discussões e diferenças de opinião sobre questões como a necessidade do orgasmo para a concepção, os efeitos físicos e mentais da masturbação, a existência da paixão feminina, a desejabilidade da “associação sexual” regular, as causas das doenças venéreas e a capacidade de os homens manterem continência sexual”.

ela veio a decadência, especialmente presente nas mulheres afro-europeias e asiáticas, que não entravam no role de preocupações da teoria da escravização branca. Dolby (2014) descreve uma hierarquia da prostituição em Londres. No topo estariam as mulheres que viviam perto dos palácios de St. James, Westminster, Mayfair e Marylebone, que vinham de famílias respeitadas mas que viam naquela atividade uma forma de ultrapassar as suas dificuldades económicas com a prestação de serviços a clientes ricos. As casas de passe de classe superior encontravam-se em St. James e Soho, ao estilo dos salões franceses. A Casa da Madame Charlotte Hayes era a mais luxuosa de St. James, e os seus serviços constavam do guia de prostituição em bordel, dos banhos e dos haréns, conhecido por “Nocturnal Nights Revels”. Na ordem hierárquica surgiam depois as casas de prostituição de Convent Garden, que viam renascer a prática dos banhos e a proliferação do comércio do sexo. Também a elevada oferta de serviços foi indexada e feita catálogo por Samuel Derrick, em 1757, que chegou a vender mais de oito mil cópias por ano, durante meio século, e que era conhecido como “A Lista da Harris”, que inventariava e caracterizava todos os serviços prestados pelas Ladies de Convent Garden.

A prostituição de rua era a menos valorizada apesar de ser comum usar os jardins de chá ou de recreio para viver paixões e fazer deles locais de libertinagem. Em 1777 registos judiciais faziam referência ao flagelo da prostituição infantil, revelando que esta seria a opção dos menos afortunados que se viam obrigados a estas e outras atividades criminais como o roubo ou a mendicância.

Os cafés eram locais de encontros de personalidades e celebridades que ali desfrutavam de momentos de convívio social contanto com a companhia ou presença de grupos de prostitutas, alcoviteiras, proxenetas e criminosos.

Os banhos também estavam integrados na oferta sexual da cidade de Londres, reaparecendo no final do século XVII. Oficialmente eram tratados como espaços para tratamentos de saúde e bem-estar, apesar de funcionarem também para encontros clandestinos como aparece em evidência em dicionários da época.

As *molly houses* eram espaços de luxúria e evidência de liberdade de expressão do prazer e amor entre homens, mas também com mulheres. Para os autores, nestes espaços haveria possibilidade de inversão de papéis sociais, isto é, de dominador e dominado ou ativo e passivo, funcionando como um espaço sombra de alternância. Tanto os espaços como os prostitutas que trabalhavam nas *molly*

*houses* eram bastante mais perseguidos, tendo em conta que a legislação decretada por Henrique VIII, em 1533, definia a sodomia como um crime capital e as punições eram mais violentas nestes casos, sendo tratados como bordéis homossexuais. Também há registos de outras práticas como bailes de travestis e o consumo de clorofórmio como afrodisíaco.

Durante os séculos XVIII e XIX havia uma clara e evidente associação dos corpos femininos, em particular das mulheres da classe trabalhadora e das prostitutas, à degradação e à doença, por via das práticas sexuais. Esta imagem contrastava com a mulher burguesa, casta e respeitável, frequentemente remetida ao seu palácio nos subúrbios. As mulheres trabalhadoras e as prostitutas eram, com frequência, o mote para a pornografia e a divulgação obscena, símbolos eróticos que promoviam, ao mesmo tempo, um jogo e uma encenação de poder de uma burguesia que as procurava, manifestando assim um poder de classe e uma hierarquia que tomava outros contornos no sexo. A erotização da força de trabalho feminina foi mote em textos literários e diários, que sugeriam, pelas descrições eróticas, uma prática de sadomasoquismo. Neste jogo erótico, acabava-se muitas vezes por inverter os papéis sociais, e atribuía-se, em parte, controlo ao elemento mais frágil. Garton (2009:199,200) afirma que “através das fantasias sexuais, os homens da classe média conseguiam representar a dominação através do sexo. As relações de classe podiam intensificar e dar forma ao desejo sexual e este podia cimentar as relações sociais de dominação e submissão”. Os espetáculos de cabaret eram palcos de adoração à beleza do corpo pelo erotismo e sensualidade da dança, ao mesmo tempo que ridicularizava as normas impostas à burguesia (Ussel, 1975).

A luta feminista deste período é associada frequentemente à reivindicação do direito de voto reivindicado pelas sufragistas. Aquilo que num primeiro olhar poderia parecer apenas uma vontade política, traz consigo outras manifestações e reivindicações, nomeadamente como no campo da sexualidade. As feministas mais conservadoras debateram-se para implementar alterações no domínio da exploração sexual. Se médicos faziam acreditar que a única forma de dar respostas ao impulso sexual masculino e de manter a ordem social era pela prostituição, o que levou a que municípios criassem os bairros vermelhos, onde procederiam a um controlo de doenças venéreas nas prostitutas, as feministas reivindicavam que a atenção deveria concentrar-se nos homens que procuravam estes serviços. Este grupo defendia o fim destes bairros para assim salvar as mulheres que tinham caído em desgraça, cabendo aos homens serem mais castos. Aos poucos, esta reivindicação resultou na

imposição de um aumento da maioria para as primeiras relações sexuais, colocou o incesto no grupo das práticas ilegais, forças de segurança feminina em espaços como prisões e hospitais para defesa das mulheres, assim como direitos no casamento, a independência económica, a possibilidade de divórcio, emprego e salários iguais. As convicções de feministas mais conservadoras foram abaladas pelas abordagens da sexologia e psicanálise do final do século XIX e início do século XX. As teorias apresentadas por autoridades como Henry Havelock Ellis<sup>28</sup>, Iwan Boch, Augustin Foul, Magnus Hirschfeld, Edward Carpenter e Sigmund Freud, assumiam que a sexualidade era essencial para o equilíbrio individual e que não haveria forma de dominar instintos sexuais (Ussel, 1975). Aliás, a repressão sexual, vivida pelas mulheres, traduzia-se na abundância da patologia da histeria, que para Ryan & Jethá (2011) só vem provar que toda a dissimulação imposta só terá contribuído para dar ainda mais poder ao erótico. Esta enfermidade estava relacionada com um role de sintomas como falta de ar, instabilidade emocional, dores de cabeça, um mal-estar geral, que só encontrava cura, temporária, com o paroxismo histérico ou orgasmo, em sessões terapêuticas em sofás de desmaio e uso de mecanismos elétricos, que vieram a ser comercializados entre 1870 e 1930 como vibradores ou massajadores. Assim, as mulheres e as feministas, em particular, viram surgir uma “nova mulher”, uma “rapariga moderna”, “economicamente independente, socialmente ativa, desportista, com posições políticas claras”, que “rejeitava o casamento por ser uma forma de escravatura sexual e era a favor da liberdade sexual” (Garton, 2009:247), e que era representada dessa forma em revistas e jornais femininos.

No século XIX, os diferentes tempos, trabalho e lazer, foram-se apropriando-se de espaços que ficaram cada vez mais especializados. O desafio deste tempo era associar o comportamento sexual ao espaço, adequar ao contexto público e privado, num equilíbrio que não ferisse susceptibilidades. O individualismo do mundo moderno toma lugar numa sociedade secular que passa a perceber a saúde como resultado de um investimento e cuidado próprio, ao invés da punição de um deus castrador. A anatomia e a medicina colocam o corpo no centro de tudo, e tudo funciona como um corpo. A higiene torna-se parte de um novo modo de vida, que tem como objetivo garantir a saúde, transformando os hábitos e as vestes. Os banhos, os perfumes e os cuidados corporais voltam a ganhar importância, que tinha sido perdida na idade média. O indivíduo moderno recupera o seu corpo, a noção de si, e luta pela sua liberdade de pensamentos e atos. Surgem também os primeiros cafés em Inglaterra, que

---

<sup>28</sup> Henry Havelock Ellis foi pioneiro na pesquisa dos comportamentos sexuais.

representavam espaços de socialização, de encontros e relações, também extraconjugais, de ocupação de tempos improdutivos, e que se foram reinventando desde então.

## 2.9. Exotismo e Poder

A expansão colonial e imperial dos povos promoveu uma divisão entre o Oriente e o Ocidente. Os conquistadores assumiam-se como mais conhecedores e detentores de um poder que permitiu subjugar outras culturas aos seus desejos, económicos, políticos e sexuais. O ímpeto da conquista além fronteira impunha uma adrenalina de domínio sobre a descoberta. Segundo Garton (2009:202), “a fronteira imperial era uma terra virgem, ou seja, sensual e exótica, enquanto o Ocidente era venerado em metáforas masculinas de frieza, dureza e vigor”. Este exotismo e erotismo era evidenciado uma vez que contrastava com o mundo casto europeu. Neste campo onde se discute o dominador e o dominado, diferentes historiadores defenderam entendimentos distantes. Se por um lado era assumido um controlo absoluto pelos ocidentais, outras fações identificavam a resistência dos orientais. A história, como sempre, terá constantemente diferentes pontos de vista. A análise e interpretação do que fazemos, dos factos, relatos ou textos, passa pelo primeiro filtro de quem o descreve na primeira pessoa. Assim, as descrições que nos chegam do mundo Oriental no período colonialista e imperialista provém, na maioria larga, de homens, de juizes, procuradores, polícias, tropas. Chegados a terras novas o deslumbre caiu sobre aquilo que mais atenção e desejo lhes despertava: mulheres. As diferenças culturais evidenciaram certamente alguns atributos, e o novo e o exótico foi sexualizado por homens e por isto, também o imaginário que criamos a partir destas descrições, afunilam o nosso entendimento e visão, por muito isenta que seja a nossa intenção. Este imaginário, aliás, foi trazido para o Ocidente, embrenhou-se nas representações Ocidentais, numa primeira fase de globalização (Garton, 2009).

A supremacia imposta também se manifestava em relação à raça. No entanto, sob influência das ideias de Darwin que previam uma ameaça na miscigenação, as relações fugazes ou duradouras que cruzavam diferentes origens, comuns em territórios de fronteira foram desincentivados e legislados veementemente, quando o racismo se afirmou no final do século XIX. Quem fosse suspeito de ter interesse em quebrar as regras, era perseguido, como aconteceu com homens negros, por grupos como o Ku Klux Klan.

Hyam (1990) desenvolveu uma investigação sobre o colonialismo e a sexualidade, no Império Britânico. Segundo este autor, ao longo do século XIX, o entendimento sobre as relações sexuais nas novas terras do império passaram de uma aparente tolerância para uma negação das mesmas, em prole da pureza racial e social. Se durante os primeiros tempos, aqueles que partiam em missão tinham relacionamentos pontuais, ou estabeleciam relações sérias com as nativas acabando por regressar posteriormente com a nova família à Grã-Bretanha, a pressão de negação de relacionamentos inter-raciais fez com que se preferisse a prostituição e os relacionamentos pontuais e despreocupados. Também nos relacionamentos sexuais, a implementação da emenda de Labouchere que ilegalizava relações homossexuais em 1880, fez das terras do novo império um palco para práticas de alternidade, exóticas, eróticas, secretas e “permitidas”, por serem com nativos, longe da sociedade organizada, zelosa, casta, séria e pura da capital do império. O domínio pela via sexual traduziu, em diferentes períodos históricos e zonas geográficas, uma propriedade política, expressão de supremacia e de poder, traduzida muitas vezes em barbaridades física e sexual, pelas violações e desprezo das vontades de quem vivia nas terras novas do império. As relações sexuais ou prostituição eram permitidas para dar resposta a necessidades dos colonizadores sendo, no entanto, impostas regras sociais aos nativos, para assim assegurar uma organização social á medida do ocidente, como a tradição monogâmica. Por outro lado, também foram implementadas medidas protecionistas, contra explorações abusivas.

A manifestação do domínio pelo sexo estava presente tanto pela atração e consumação de desejos, como pelo afastamento e recusa de contaminação da pureza social, pela negação de envolvimento entre ocidentais e nativos dos territórios coloniais. A influência cultural das colónias teve impactos culturais, como foi o caso da introdução do consumo de ópio, e de uma inclusão de maneirismos orientais nos estilos de vida e práticas sexuais, pelo Kamasutra indiano, a imagem das gueixas japonesas ou os alimentos afrodisíacos, que se perpetuaram e contribuíram na construção de fantasias, pelos seus códigos e símbolos, para a definição do erótico e das práticas associadas.

## **2.10. Sexo e Ciência**

A sexualidade ganha um carácter científico no fim do século XIX e início do século XX, época em que se multiplicam estudos sobre o tema, com destaque para as investigações de Richard von Krafft-Ebing, Sigmund Freud, Havelock Ellis e Magnus Hirschfeld.

É nesta altura que surge a sexologia enquanto disciplina e ciência que trouxe consigo uma nova forma de entender a sexualidade, que passa de um contexto de silenciamento a um estudo quase obsessivo (Ussel, 1975). Neste período dá-se maior atenção às perversões sexuais, e só posteriormente são estudadas práticas que não estavam associadas a patologias. A medicina tinha reclamado para si a responsabilidade de identificar e tratar as doenças nervosas, que estavam estreitamente relacionadas com as pulsões sexuais. Surge a classificação da homossexualidade enquanto identidade, isto é, que não dizia somente respeito à orientação sexual, mas a um elenco de comportamentos, estilos de vida, códigos, maneirismos, etc. Esta característica era entendida como um desvio e uma anormalidade, o que fez com que durante muito tempo os homossexuais tenham sido vistos como portadores de um problema que merecia tratamento, sendo presos e punidos. Havia um estigma associado, na medida em que era entendido como uma perversão, tal como outras práticas e comportamentos de sadomaso, fetichista, travestismo e hermafrodita. O controlo dos comportamentos tornou-se forma de garantir uma sociedade normalizada. Esta monitorização era feita por organismos e instituições encarregues de dar abrigo aos indivíduos que apresentavam características que representassem uma ameaça à ordem, que eram conduzidos, quando criminosos, para as barras dos tribunais, ou que acabavam os seus dias em asilos. Estes eram espaços que albergavam grupos sujeitos a tratamentos como era a estimulação elétrica, ingestão de drogas hipnoses, a fim de tratar patologias sociais. Desenvolviam-se estudos sobre estes indivíduos de classe média, numa associação entre estes problemas e os novos estilos de vida da era moderna, que teriam levado a população para uma degeneração anunciada, repleta de “enervamento, exaustão, histeria, egoísmo e inércia” (Garton, 2009:368), e que teria sido incentivada na literatura por autores<sup>29</sup> que desafiavam o ideal másculo, que sugeriam a sensibilidade masculina, ou que exaltavam perversões, bem como pelas subculturas sexuais clandestinas de casas de diversão erótica e sexual (Ussel, 1975), num período de desenvolvimento crescente de grandes cidades na Europa e América.

A pressão do carácter científico da medicina levou à definição de uma saúde sexual-norma, que fez com que se tratasse a homossexualidade, a contraceção, o aborto como problemas individuais (Ussel, 1975). A grande questão em estudo e debate era a da importância que teria a hereditariedade (eugenia) ou da influência do meio, no aparecimento das perversões sexuais e dos degenerados, incluindo-se,

---

<sup>29</sup> Como Jean-Jacques Rousseau, Marquês de Sade, Marcel Proust, Colette, Fiodor Dostoievsky, George Sand, Louis Couperus, Emílio Zola e Leopold von Sacher-Masoch.

as amizades românticas também estigmatizadas e associadas ao desvio lésbico, e que as orientou para a clandestinidade, em muitos espaços sociais das metrópoles.

Todos os agentes políticos afirmavam a necessidade de travar as doenças venéreas, as relações extraconjugais e a prostituição, mas também estavam preocupados com o casamento e com a natalidade, nomeadamente com as práticas de interrupção da gravidez (Ussel, 1975).

Nos anos 30 do século XX, entre as duas Grandes Guerras, viveu-se um período hedonista onde proliferavam os prazeres urbanos em “clubes de dança e de jazz, de parques de diversões e os encontros amorosos” (Garton, 2009:250), assim como o cinema era tela de apresentação de novos comportamentos eróticos e sexuais (Ussel, 1975), na urbe, que ousavam contrariar as imposições da época vitoriana e as teorias dos sexólogos contribuindo para que caíssem muitas restrições sexuais. Para que as mulheres também se libertassem, impôs-se uma luta sobre o controlo da natalidade, que acabaram por justificar e assumir diferentes opções de vida diferentes para algumas mulheres que viviam com outras mulheres ou que se vestiam como homens, mesmo continuando a ser considerada uma prática sexual desviante.

Depois de um período particular em que o estudo da sexualidade se centrava na análise e classificação de perversões e de definições de tratamentos adequados, os sexólogos foram dando atenção às manifestações de descontentamento e insatisfação com a vida sexual de quem não tinha uma patologia identificada. Esta conjuntura obrigou a uma tentativa de descortinar quais eram os comportamentos padrão e, conseqüentemente, desvio da população em geral, no que dizia respeito às práticas sexuais.

Nos anos 20 e 30 do século XX, vários autores, com destaque para Marie Stopes e Margaret Sanger, iniciam a reivindicação por uma sexualidade com prazer, contrariando a moral e religião que entendiam o sexo como forma exclusiva de procriação. Estas ideias foram difundidas pelos meios de comunicação que se transformavam nesta altura em *mass media*. As revistas, manuais, o rádio ou os jornais tornavam-se veículo de promoção do prazer sexual, numa cidade de portas abertas aos espaços de convívio social, como os salões de jogos, clubes noturnos, bares, onde se encontravam jovens homens e jovens mulheres.

Toda esta liberdade foi posta em causa por um movimento conservador que dizia que estes comportamentos e ideologia contrariavam os valores morais, a pureza social e a eugenia. No entanto, também foi um período de manifesta insatisfação sexual, levando a que esta fosse investigada.

Os primeiros estudos exaustivos do sexo foram feitos a reclusos e internados em alas psiquiátricas. Nestes e noutros estudos, a mulher e o seu comportamento sexual desviante, fosse ele a frigidez (associada à classe média), fosse a promiscuidade (da classe trabalhadora), era bastante mais problematizada do que qualquer outra condição masculina. Face à ciência, a Igreja foi perdendo autoridade moral no que se referia à discussão dos problemas da sexualidade (Ussel, 1975).

No século XX, a investigação sexual passa a ter como objeto de estudo privilegiado as relações e práticas dos sujeitos comuns. Os inquéritos sexuais foram instrumentos que proliferaram neste momento histórico, e foi a partir destes que se começaram a definir padrões que iriam clarificar as classificações de práticas padrão e práticas desvio.

A definição do período da modernidade sexual não é consensual, mas diferentes historiadores identificam acontecimentos catalisadores de um período mais liberal, nos anos 1920 ou nos anos 1950, com os relatórios de Kinsey ou a revolução dos anos 1960.

Alfred Kinsey tornou-se numa das figuras incontornáveis do estudo da sexualidade. Com dezoito mil casos analisados, as obras de Kinsey também lhe valeram várias críticas. No entanto, e apesar das possíveis debilidades dos seus métodos, foi aclamado valor ao trabalho desenvolvido, nomeadamente com o avançar de proposta alternativa à oposição da classificação homo e hétero, defendendo e acreditando que existiriam sete categorias possíveis nesta escala, defendendo a convicção de que a maioria dos sujeitos seria bissexual (em paralelo com o que acontecia com os mamíferos), que o sexo era excitação e clímax, e que era mensurável. Para além de os seus estudos terem revelado algumas conclusões que chocavam com os ditames institucionais religiosos e com as convenções morais instituídas, nomeadamente de um maior ganho de prazer quando o sujeito desafiava esses mesmos ditames e convenções (Morantz, 1977). Além disso, ao verificar-se e comprovar-se a regularidade de determinadas práticas consideradas ilícitas, obrigou a que estas se passassem a ser consideradas “normais”, o que acabou por representar a invocação de conclusões que serviram de argumentos na luta pela liberalização sexual. Ainda no campo das investigações sobre o sexo, devemos lembrar os estudos sobre o orgasmo feminino feitos por William Masters e Virginia Johnson, assim como outros

estudos dos anos 1970 conduzidos por mulheres, como Mary Sherfey, Lonnie Barbach, Mary Calderon e Helen Singer, que estudaram a insatisfação sexual das mulheres e refutaram a ideia de passividade sexual feminina (Robinson, 1976).

Estes contributos foram centrais para a vivência da sexualidade a partir de então, para a emancipação da sexualidade, comportamentos revolucionários na moda, na presença da nudez, nas práticas eróticas e sexuais que deixaram de ser classificadas como patologia e passaram a afirmar-se nos tempos de lazer.

## 2.11. Revolução

A campanha pela liberdade sexual que foi desafiada pelas contraculturas *hippie*, *underground* e *yuppies*, verbalizava posições claras contra o poder político, numa atitude de provocação e de reclamação de uma alteração de valores e resolução de problemas, usando o amor como arma. Nas décadas de 1960 e 1970, vivenciava-se o sexo de uma forma mais liberalizada. Para os historiadores, a tentativa de estancar nestas décadas o período de transformações que reverte um período de repressão é problemática, já que também é comum identificar-se nos anos 1920 alterações significativas. Outros ainda vêm na época vitoriana a verdadeira revolução.

De qualquer das formas, esta transformação marca a modernidade sexual numa nova sociedade individualista, consumista e orientada para o prazer (Hagg, 1999), afirmando-se a homossexualidade, as relações por amor e a igualdade entre o prazer de homens e mulheres (Garton, 2009). Para isto terá contribuído a força dos *media*, a maior liberdade dos mais jovens na escolha dos parceiros, sem interferência dos pais, a emancipação feminina, a proliferação das práticas sociais e culturais de lazer e as profissionais do sexo, as “amadoras” que aliciavam os homens para experiências sexuais antes do casamento.

No caso da subcultura *gay*, a liberdade permitiu uma perseguição mais apertada e violenta, já que os locais de reunião eram conhecidos, como bares, clubes ou balneários, bailes de travestis, paradas, numa altura marcada pela repressão maccarthista. Segundo alguns autores, esta perseguição e controlo foi motivado pela proliferação dos vereditos patológicos do sexo e da associação da homossexualidade à perversão, entendida como crime, herdada dos anos 1930. Nos anos 1960 e 1970, o debate pela emancipação, direito ao prazer foram motes para a luta feminista. Depois dos acontecimentos de

Stonewal em 1969, a comunidade *gay* e lésbica debatia-se pela sua libertação, altura em que os termos médicos passavam a ser usados pelos elementos da comunidade como nome/identificação orgulhosa, como estratégia para lhe retirar a conotação negativa (Weeks, 1977). Entre o fim do século XIX e o início do XX, há registo de esforços para uma mobilização da comunidade social e científica que pretendia pôr fim à criminalização da homossexualidade. No entanto, muitas destas intenções foram travadas por regimes fascistas que anularam qualquer hipótese de tal acontecer.

Assim, a revolução sexual dos anos 60 e a permissividade sexual invocada, eram a resposta a um modelo capitalista imposto que tendia a anular os verdadeiros impulsos individuais. A liberdade sexual serviria para refutar essas imposições e afirmar um poder individual sobre o sistema. Social e politicamente viviam-se tempos de grandes transformações, marcados por acontecimentos como o Maio de 1968 em Paris, o assassinato dos Kennedy, a Guerra no Vietname, os incidentes em Stonewall e o Woodstock. O sexo era peça chave na manifestação e invocação da liberdade sexual, mas também forma de expressão contra questões políticas. Segundo Garton (2009: 332), a “nudez, o amor livre, a androginia, a troca de casais, o erotismo mais explícito nos meios de comunicação de massas, tudo isto representou uma liberalização significativa das atitudes públicas face ao sexo”. Esta revolução assentava numa cultura sexual consumista, criada nos anos 50, assente em ideais machistas, conservadores e alimentados pelos meios de comunicação. Este período foi marcado pelo surgimento de ícones de popularidade, como Elvis Presley e Marilyn Monroe, que se assumem como *sex-symbols*, e que servem de inspiração e modelo de imagem e comportamentos. A rebeldia e extravagância proliferou na televisão, nas revistas e no cinema, e era copiado pela população em geral. O que era vivido por estas personalidades era ambicionado, mimetizado e legitimado pela audiência. Nesta altura a idade do casamento era cada vez mais tardia, a taxa de divórcios crescia exponencialmente e os meios de contraceção ganhavam adeptos entre 1960 (com pílula, DIU ou esterilização), contribuindo para comportamentos mais permissivos e levando a uma democratização do erotismo (Ussel, 1975), potenciado pela venda do erótico pelos consumos e estilos de vida.

Nos anos 70 o cinema pornográfico tem grande desenvolvimento, influenciando a construção do imaginário erótico, a projeção de performances e práticas e reforçar estereótipos.

Também neste período, as feministas combatem-se por direitos iguais na sociedade e na vida quotidiana. Alguns grupos de feministas e o próprio poder político refutavam esta ideia de liberdade

total, por considerarem que toda a liberalização sem freio poderia trazer consigo tudo o que na realidade se queria refutar, nomeadamente pelo que era advogado pelo movimento de libertação da mulher.

Nos anos 80 e 90, as doenças sexualmente transmissíveis, nomeadamente o VIH/SIDA tiveram uma crescente associação à liberalização sexual e a uma decadência social (ao nível da família e consumo de drogas) que incitou a necessidade de um novo período de moralidade conservadora. No entanto, mantinha-se o sucesso da pornografia, potenciada mais tarde com a Internet, a cultura da dança e o recurso a drogas alucinogénias como o *ecstasy*, pelos meios de comunicação e pelo uso explícito que faziam do sexo como técnica de propaganda, assim como a crescente visibilidade gay e lésbica nas produções cinematográficas.

A assunção de que a identidade sexual é algo mais plural do que hetero e homo, fez com que as fronteiras fossem quebradas. Esta abertura permite a migração de elementos femininos para o domínio dos homens e vice-versa, como produto promovido por uma cultura massificada que erotiza os corpos ambíguos.

## **2.12. O contexto Português**

Em Portugal, os anos 1950 e 1960 foram vividos num ambiente de profundo conservadorismo, imposto pelo regime político do Estado Novo. O autoritarismo e nacionalismo ditatorial fazia cumprir os valores e ideologia católica e tradicional no domínio da moral. A doutrina do Estado Novo era defendida e orientada por “Deus, Pátria e Família”, o que impunha condutas e práticas controladas e restritivas, de maneira a que todos os cidadãos dessem e fizessem “Tudo pela Nação, Nada contra a Nação”.

No que diz respeito às práticas sexuais, era reconhecida e valorizada a relação que visava a procriação pelos elementos do casal, que fossem abençoados pelo casamento religioso católico. Todas as restantes eram fáceis e amplamente estigmatizadas. No entanto, o controlo e pressão moral não fez desaparecer os casos extraconjugais e os filhos ilegítimos. Segundo o Anuário Demográfico de 1959 das Nações Unidas, Portugal era o país da Europa onde se registava um maior número de filhos de relações extraconjugais (Alpoim, 2013). Quanto à mulher, era valorizada a sua castidade e virtude, já que o ideal feminino foi também moldado pela religião, à imagem da Virgem Maria, símbolo da pureza idealizada, estereótipo que acabaria por influenciar os comportamentos e o imaginário, especialmente

num período em que pouco se sabia sobre a sexualidade<sup>30</sup>, mas que se mantinha fortemente associada à mulher, símbolo de tentação, agora sob a imagem e exemplo de Eva. A virgindade detinha um valor tal que, de acordo com o Código Civil de 1967, artigo 1636º, se legitimava a anulação do casamento se tal não fosse comprovada. Para além disto, outras práticas que rompessem com o instituído política e religiosamente, como era se a mulher fumasse ou usasse calças, eram associadas a comportamentos e condutas, nomeadamente sexuais, desviantes.

Em especial nos anos 60, altura em que se intensifica a influência internacional, a imagem sedutora dos ícones femininos, mas também os cuidados estéticos, a moda e os acessórios contribuíram para uma erotização da imagem da mulher. O uso da minissaia, das calças ou do biquíni representou uma afronta para o poder, mas também um perigo para a moral instituída (Alpoim, 2013). Progressivamente as mulheres foram conquistando os seus direitos na sociedade, em especial depois do fim do regime de ditadura, em 1974, tanto no casamento, na gravidez, ou no poder parental. Algumas dessas alterações podem ser analisadas no Quadro 3.

ANO PROMULGAÇÃO	DIREITOS INSTITUÍDOS
1962	- A venda da pílula contracetiva feminina e o preservativo másculo eram vendidos se associados a prescrição médica.
1976	- Reconhecimento da igualdade entre homens e mulheres. Direitos e deveres partilhados, assim como no domínio do poder parental.  - Igualdade de direitos para filhos legítimos e ilegítimos.
1977	- Casais heterossexuais em união de facto são equiparados a casados perante a lei.
1982	- Aprovação do direito à educação sexual e planeamento familiar.
1994	- Progressivas eliminações de diferenças entre casamento e coabitação.
1997	
2001	
2001	- Legalização da contraceção de emergência
2007	- Descriminalização da interrupção voluntária da gravidez, em resultado do referendo nacional.

Quadro 3 - Alterações legais e direitos das mulheres. Elaboração própria a partir da leitura de Alpoim (2013).

<sup>30</sup> Só em 1975 surge a figura do sexólogo e se institui a sexologia em Portugal.

Tal como já referido anteriormente neste capítulo, a homossexualidade deixa de estar associada a uma patologia em 1973 mas, apesar disso, em Portugal continua a constituir-se como crime até 1982. Identificado como grupo de risco, os homossexuais, pouco tempo depois de se terem visto livres de perseguição, tortura e deportação que a sua ilegalidade implicava, sofreram um período de forte discriminação quando surge a epidemia do VIH/SIDA, registado pela primeira vez no país em 1983. A doença foi associada ao estereótipo da promiscuidade homossexual, bem como aos toxicod dependentes. Atualmente, mesmo depois de se saber do risco e elevada prevalência da doença na população heterossexual, as relações homossexuais continuam a ser estigmatizadas. Nos anos 1980 intensificaram-se as discussões e a luta em torno dos direitos sobre a orientação sexual e de identidades de género, claramente defendidas por movimentos LGBT<sup>31</sup>, que se debatem contra a discriminação e a favor da igualdade de direitos destes grupos. Desde os anos 80 que têm vindo a conseguir afirmar e reforçar direitos sociais e políticos, como o casamento e, atualmente, a discussão da adoção de crianças (Alpoim, 2013).

Quanto às práticas sexuais, onde obviamente se inclui a prostituição, fazem parte de uma indústria, do sexo, que apesar de se saber ser uma das mais rentáveis, o acesso a dados que representem a sua realidade é bastante dificultada.

A Pornografia em Portugal surge em 1974, com a exibição em estreia do filme de Eduardo Guedes, “Sofia ou a Educação Sexual”, e em 1980 surgem os primeiros clubes de vídeo, que tinham áreas de acesso restrito a filmes para adultos. O aluguer para consumo doméstico possibilitou o consumo deste produto em espaço privado, enquanto no domínio da imprensa, as revistas mais conhecidas eram a revista Gina, de carácter pornográfico, e a revista cómico-erótica Gaiola Aberta.

Nas últimas décadas têm vindo a surgir e a desenvolverem-se oferta de produtos e serviços que exploraremos no capítulo dedicados às práticas de lazer eróticas e sexuais, não sem antes nos dedicarmos ao estudo do lazer em particular.

---

<sup>31</sup> Sigla de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgéneros.

### 2.13. Síntese

Inevitavelmente presentes ao longo dos tempos, as práticas sexuais são influenciadas pelos contextos históricos e culturais. Para além do desejo e do prazer que as motiva, são também representações simbólicas de poder e de identidade cultural. Por outro lado, as imposições políticas, a regulação religiosa excessiva, as reivindicações e a liberalização das práticas em diferentes períodos demonstram também o carácter mutável das práticas.

Apesar de raro, o que nos chegou da Pré-história tem referências claras à sexualidade, seja pelas representações em pinturas ou nas figuras de Vénus de Willendorf. Já na cultura Egípcia, as manifestações sexuais verificavam-se no domínio do sagrado, dos deuses do prazer. A mitologia serviu de veículo de imaginação, mas também de justificação de algumas práticas, fazendo com que os adoradores se aproximassem assim dos seus modelos. No Egito antigo, o erotismo e a sexualidade eram temas bastante presentes, tanto nos objetos do quotidiano, como na arte, nos túmulos, nas festas e nos cuidados de beleza.

Já na Grécia Antiga, os filósofos assumiam um sistema de oposição binária que garantiria um equilíbrio desejado. O homem livre era considerado interesse do Estado e, portanto, adorado e cultivado para corresponder ao modelo estético, em associação a um culto do intelecto. Os prazeres eram questionados, estudados, balanceados, alvo de uma preocupação moral e médica, mas considerados naturais e indispensáveis. No entanto, só a temperança lhes garantiria a arte de viver e ter, assim, maior prazer.

Na Roma Antiga, as termas eram espaços de cuidado do corpo, mas também de nudez, de prazeres e de encontros. Especialmente no início do Império Romano, o relacionamento conjugal ganhou especial importância, enquanto meio político de resposta às preocupações com a natalidade, num período em que os Lupanares e as tabernas eram espaços de lazer e prazeres.

A afirmação do Cristianismo cobriu os corpos que os trovadores passaram a cantar com paciência, amavam pelo olhar e o sentimento tornava-se espiritual, utópico e sofrido. As mudanças ideológicas do século VI marcaram profundamente os comportamentos, orientados para a castidade, monogamia e fidelidade, num incentivo ao abandono dos prazeres carnis. O casamento torna-se um vínculo contratual e é encarado como uma relação de maior respeito e equilíbrio no século XVI e XVII, enquanto

o vício sexual e a libertinagem representavam a decadência e o fim da sociedade organizada e harmoniosa. A ordem da privação imperou, mas as práticas eróticas e sexuais continuavam a desenvolver-se num submundo clandestino. A instabilidade fez com que se desse atenção ao Ensaio sobre o Princípio da População de Thomas Malthus em 1798, e o efetivo controlo da natalidade tornara necessário recorrer a métodos de prevenção e à entrega às ideias Iluministas, desde a rejeição das imposições religiosas e do puritanismo sexual, em prol da paixão natural e do prazer carnal.

A sobrevalorização do corpo e da sexualidade no século XVIII levou a que se afirmasse uma preocupação racional e científica, nomeadamente pela psicanálise. No final desse período, a clara distinção dicotómica entre homem e mulher valeu associações a comportamentos típicos de dominação masculina e fragilidade feminina, condição alargada ao terceiro género, como os *dandies*, fortemente perseguidos e estigmatizados.

Já no período Vitoriano, tudo o que era considerado desvio torna-se ainda mais exacerbado. A contrastar com a ideia de contenção, a prostituição proliferava, assim como os cafés, os banhos, e as *molly houses*, toleradas pelas autoridades, cujas preocupações se concentravam no controlo das doenças venéreas.

O colonialismo teve grande influência e impacto cultural nas práticas eróticas, com a valorização do exótico sensual no período da conquista imperial e de afirmação da supremacia da raça pela força. No final do século XIX e XX surge a sexologia como disciplina, reafirmando-se as noções de norma e desvio, em associação com os estilos de vida modernos, num estilo hedonista. A cultura *hippie*, *underground* e *yuppie* reclamavam o amor livre, o que para muitos representou uma verdadeira revolução, onde o sexo era a peça-chave. A rebeldia e a extravagância proliferava nos *media* e é mimetizado pela sociedade. O casamento tardava e o divórcio tornava-se comum, assim como os comportamentos mais permissivos. Em Portugal, em particular, o conservadorismo do regime político marcou as décadas de 1950 e 1960, e todas as práticas fora do casamento foram altamente estigmatizadas.

Progressivamente, os tempos de lazer ganham importância e os espaços tornam-se especializados. A centralidade e importância do corpo atribuído pela medicina reafirma a tendência de individualismo do mundo moderno, bem como a centralidade do tempo de lazer, tema a desenvolver no capítulo seguinte.



CAPÍTULO III  
LAZERES E CONSUMOS





## CAPÍTULO III LAZERES E CONSUMOS

### 3.1. Introdução

No presente capítulo dedicamos atenção à análise dos tempos de lazer, em especial a partir do momento em que a sociedade se transforma e assimila as alterações trazidas pela revolução industrial e da conseqüente e necessária discussão entre tempo de trabalho, ócio e tempo de lazer até ao período contemporâneo. Abordaremos também as alterações mais recentes, que levaram a um período pós-moderno/hipermoderno, e a diferentes comportamentos, nomeadamente de consumo. A norma e a discussão da transgressão serão o ponto de partida para uma introdução e contextualização das práticas eróticas e sexuais, ou comportamentos sexuais e de lazer dos capítulos seguintes.

### 3.2. Produção, Capitalismo e Consumo

O termo “capital” provém do latim *capitalis* e do proto-indo-europeu *kaput*, conceito em tempos aplicado para fazer referência às cabeças de gado, e forma de apurar a riqueza dos seus detentores. Apesar de só ganhar o sentido que conhecemos hoje em 1902 na obra “Capitalismo Moderno” de Werner Sombart e, em 1904, em “Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo” por Marx Weber, foi usado pela primeira vez em 1848 no “Manifesto Comunista”, de Marx & Engels.

O capitalismo enquanto sistema socioeconómico e político dos finais do século XVIII, desenvolve-se, em grande parte, a partir de propriedades privadas e do modelo de mercado livre. Os indivíduos participam com a sua força de trabalho no sistema de produção para poderem auferir capital e, com este, dar resposta às suas necessidades de consumo.

Na doutrina capitalista, o indivíduo é entendido como único responsável pelo seu progresso, dependendo somente do seu esforço para gerar riqueza, de acordo com os ideais de inspiração

Iluminista<sup>32</sup>. Assim, o sistema capitalista criou um grupo de trabalhadores assalariados, que se tornava, ao mesmo tempo, instituição indispensável e parte integrante do próprio sistema. A teoria da Racionalização defendida por Marx & Engels (1848) e evidenciada no Manifesto Comunista, suportava-se na crença de que o Homem detinha a capacidade e poder para criar e definir o seu próprio destino, num modelo conflito/revolução.

Neste contexto surgem duas doutrinas que modelaram o entendimento sobre o capitalismo. Por um lado, a teoria capitalista de Marx (1976) partia do princípio que este sistema socioeconómico assenta numa base de exploração e alienação dos próprios trabalhadores. Para aquele autor, tal só poderia ser contrariado fazendo uso dos ideais comunistas, numa revolução da força trabalhadora, pelo estabelecimento de uma associação entre produtores livres e socialistas, que assegurariam uma forma de organização alternativa, livre das imposições, interesses e constrangimentos da máquina capitalista<sup>33</sup>. Já para Weber (1904), considerado como um dos fundadores da sociologia moderna e que entendia que os significados dos comportamentos deveriam ser interpretados a partir do conhecimento do contexto em que acontecem, o capitalismo era permeado pelas características e influências do Protestantismo ascético, espelhado numa crescente racionalização e num desencantamento do mundo, num pensamento que estava assente na razão sobre os valores morais e tradicionais, que provocava o abandono da componente mística da religião, substituindo-a pela ética. Esta ideia que fazia acreditar e atribuir ao indivíduo a responsabilidade de controlo do seu próprio destino, acabaria por contrastar mais tarde com o entendimento de Baudelaire (1964:13), que entendia que a capacidade de controlo não passaria de pura ilusão, face ao contexto de imprevisibilidade, dúvida e volatilidade da vida moderna, que classificava como “efémera, contingente e fugitiva”<sup>34</sup>.

A Revolução Industrial foi responsável pela criação de um espaço de trabalho sem relação com o lar. Multiplicaram-se os locais de produção fechados, ordenados e coordenados por tarefas sistemáticas e rotineiras, que desenvolveram uma lógica de especialização que se viria a estabelecer na era fordista. Este modelo de produção afirmou-se entre 1940 e 1970, e caracterizava-se pela capacidade de

---

<sup>32</sup> Este ideal, conhecido como “*self-made-man*”, foi bastante criticado na medida em que o sucesso depende também se identificam outras condicionantes, seja o ambiente, as possibilidades ou o grupo de pessoas que de uma forma ou de outra contribuem colaboram, cooperam ou trabalham para aquele objetivo, ou seja, sob a perspetiva de que ninguém alcança o próprio sucesso sozinho.

<sup>33</sup> Na sua versão original, “*socialized, associated producers, through the transcendence of capitalism*”. Marx (1977:820)

<sup>34</sup> Tradução livre.

produção em grandes quantidades, de forma massificada e que permitia e impulsionava o desenvolvimento do consumo nos mesmos moldes. Se o trabalho era organizado, rígido, centralizado, hierarquizado, repetitivo e rotineiro, os trabalhadores eram nele incluídos da mesma forma, para dar respostas às necessidades do processo de produção. Prevalecendo uma economia doméstica, o capital gerado circulava dentro de fronteiras. Só partir de 1970, terminada a Segunda Guerra Mundial e potenciado pelo fenómeno da globalização e da livre circulação de bens e capitais se instaurou o sistema pós-fordista ou toyotista, assente num modelo de acumulação flexível. Este sistema fez uso dos meios tecnológicos que garantiam uma maior produtividade com menos recursos, tornando possível a garantia de maiores lucros. Ao mesmo tempo, trouxe consigo transformações que se fizeram sentir no domínio pessoal, social e de noção de espaço e território. Se por um lado se regista uma crescente individualização do trabalho e do trabalhador, por outro, a sociedade e economia tornam-se cada vez mais globais. As condições de trabalho transformaram-se, registando-se uma crescente flexibilidade laboral, uma rotatividade das equipas, e um conseqüente sentimento de insegurança, tanto ao nível das garantias de manutenção do local de trabalho, do conceito de carreira, mas também no que diz respeito à crescente sensação de instabilidade nas próprias relações interpessoais. Por outro lado, as empresas saem reforçadas, as marcas ganham projeção global e vão-se associando entre si até formar grandes monopólios enquanto forma de domínio do próprio mercado. As principais características de cada modelo de produção apresenta-se resumidas no Quadro 4.

Devemos notar também que a industrialização não só alterou o sistema de produção, como também as formas de consumo. O dia-a-dia passou a apresentar necessidades cuja satisfação exigem o ato de aquisição de bens e serviços de forma quase inconsciente, frequente e incontornável, fruto das constantes ofertas lançadas para o mercado e dos mecanismos usados pelos promotores para que sejam percecionados como indispensáveis. Progressivamente, os produtores e consumidores deixam de ter como objetivo garantir um longo prazo de vida dos produtos, já que pela facilidade de produção, compra e substituição, se torna muitas vezes mais vantajoso optar por um produto de carácter mais efémero e descartável. O desempenho desse produto torna-se a prova efetiva do seu valor, já que é isso que dará resposta à necessidade identificada.

FORDISMO		TOYOTISMO
1940-1970	Período	1970 -
Produção em massa Linha de produção Racionalização da produção capitalista Linha de montagem	Características da produção	Modelo de acumulação flexível Maior produtividade com menos recursos humanos e materiais Uso da tecnologia para garantir máximo lucro
Economia Doméstica Circulação de bens e capitais a nível nacional	Escala	Economia Global Globalização: circulação de bens e capital a nível global
Produção em Massa	Produção	Acumulação Flexível
Organizado Rígido Centralizado Hierarquizado Repetitivo Rotineiro Automático	Características do trabalho e impactos	Flexibilidade laboral Alteração noção de carreira Rotatividade Insegurança Individualização

Quadro 4 - Modelos de produção: fordista e toyotista. Elaboração própria, a partir das leituras de Rojek (1999).

São agora as exigências do aqui e agora, do imediato e dos interesses dos clientes reais e potenciais que passam a ditar as regras. Toda a estrutura está orientada para dar respostas a necessidades do mercado, que se apresenta com um carácter cada vez mais temporário, uma constante dinâmica de reprogramação do sistema de produção, do *brainstorming* de inovações e de fórmulas melhoradas, que o trabalhador-consumidor terá de, rápida e instintivamente, acompanhar, com uma atitude e capacidade de flexibilidade e de adaptação a próximas, incertas e imprevisíveis alterações ou atualizações, num ciclo contínuo e veloz de produção-consumo. Para Sennett (2007), é a natureza rotineira da indústria que ameaça o indivíduo e o seu carácter, uma vez que os objetivos das técnicas de produção implementadas apenas têm como objetivo o sucesso económico, ignorando toda a componente social

e individual. Com a progressiva mecanização do trabalho, o trabalhador viu-se obrigado a abandonar os seus ofícios tradicionais, e foi-lhe exigido que se reinventasse constantemente<sup>35</sup>.

Esta realidade de mudança constante descaracteriza as relações interpessoais, anula a ligação ao local de trabalho e enfraquece o potencial dos valores da equipa, da lealdade, da confiança e da entrega aos projetos (Sennett, 2007). Os laços passam a ser temporários, os postos de trabalho e as equipas cada vez mais rotativas, traduzindo-se numa progressiva fragilidade das relações interpessoais, que antes alicerçavam um trabalho sólido e de cooperação. Este desprendimento vai-se alargando também ao campo das relações sociais, às tarefas atribuídas, regras e formalidades, enfraquecendo-se os valores que antes eram pilares estruturantes de alguns modelos de relação familiar. O mesmo autor considera que o próprio consumo acaba por ser um ato de alienação, e que contribui para um afastamento do indivíduo do grupo, já que se encontra focado na satisfação das suas necessidades individuais, sejam elas reais ou criadas pelo próprio sistema. Para Lipovetsky (2006:249),

*“É este estado de solidão, de angústia, de infelicidade subjetiva que desencadeia no indivíduo, em certa medida, a fúria de consumir, como forma de se satisfazer, de alcançar pequenos prazeres que compensam a falta de amor, de laços sociais ou de reconhecimento. Quanto mais frágeis ou frustrantes se tornam as relações sociais e interindividuais, mais se agudiza o mal-estar e mais o consumismo assume o papel de refúgio, evasão, pequena «fuga» que atenua a solidão e os sentimentos de incompletude”.*

No estudo que analisa o aumento dramático do volume de trabalho nos Estados Unidos da América, Schor (1993) identifica uma dupla alienação do consumidor. Por um lado, o indivíduo sente insatisfação pela falta de tempo livre que a necessidade de trabalho impõe para ter o que deseja, e por outro, a alienação dos consumidores é constante, já que não se conseguem verdadeiramente libertar do ciclo de desejo-compra-desejo.

A exigência de uma constante flexibilidade no trabalho afetou a própria conceção de ideia de carreira profissional, que deixa assim de ter uma condição regular e que era projetada para ser desenvolvida ao

---

<sup>35</sup> Segundo Baudrillard (2011:35), “A pressão psicológica e social da mobilidade do estatuto, da concorrência a todos os níveis (rendimento, prestígio, cultura, etc.) torna-se cada vez mais pesada para todos. Necessita-se de mais tempo para se recriar e reciclar, para recuperar e compensar o desgaste psicológico e nervoso causado por múltiplos danos: trajeto domicílio/trabalho, superpopulação, agressões e *stress* contínuo”.

longo da vida. Atualmente, a flexibilidade e o *multi-tasking* são *skills* vantajosas e preferenciais para aqueles que procuram ingressar ou manter-se no mercado de trabalho. Por outro lado, prolifera e incentivam-se as especializações que se acumulam e devem servir para acompanhar e dar resposta a um mercado de trabalho que muda e exige novas competências a grande velocidade.

Neste domínio do trabalho e da produção, Sennett (2007) identifica três características na modernidade. Em primeiro lugar, a imprevisibilidade e insegurança que em muito se deve à constante invenção e inovação por parte das próprias instituições. Este contínuo estado de alerta a que os trabalhadores se vêm obrigados, para além de os transtornar, faz com que muitas vezes deixem de investir nas suas tarefas, afetando desta forma a produtividade, tal é a incerteza que vivem. Em segundo lugar, destaca o facto de os produtos apresentarem ciclos de vida cada vez mais curtos e ajustados à procura. Esta tornou-se bastante flutuante, na medida em que os consumidores têm interesses que se vão modificando com frequência, especialmente quando os produtos integram o campo tecnológico e da inovação. Seguir, acompanhar ou, preferencialmente antecipar as tendências é, tanto para o consumidor como para as marcas, forma e indicador de afirmação e diferenciação perante os demais. A sensação que o consumidor tem sobre a sua capacidade de escolha é contrariada pela terceira característica da modernidade identificada por Sennett (2007), e que denuncia uma clara autoridade e concentração de poder nas estruturas capitalistas e que, na verdade, promovem relações desiguais de influência no consumo.

A origem latina da palavra consumo, *consumere*, remete-nos para a destruição e vazio. Esta conotação negativa associada ao desperdício e perda que tinha o consumo antes do século XIX, foi sendo substituída gradualmente por um processo de desejo, aquisição, posse e descarte (Schor, 1993). Bauman (2006) faz um paralelo entre o processo de consumo e os laços humanos, cuja discussão recuperaremos mais adiante.

Dubois (1993) sugere que uma análise do comportamento do consumidor deva ter em consideração três dimensões. Em primeiro lugar, deveremos atender a *Quem Compra*, isto é, à identidade do consumidor ou à unidade de decisão de compra, quando são tomadas pelo núcleo familiar. A fim de observar o processo de aquisição de bens e serviços, das suas etapas e do tempo que é necessário até se concretizar, deveremos dar atenção à forma *Como Compra*, Por fim, conhecer e analisar as razões

da aquisição, *Porque Compra*, consiste na observação dos fatores explicativos e dos motivos que levam à aquisição dos produtos. O mesmo autor sugere que o processo de consumo se processa em três níveis, como se apresenta graficamente na Figura 7. O primeiro nível, o pessoal, tem em consideração o perfil e personalidade do consumidor, as suas percepções e atitudes; o segundo nível está mais sujeito aos modelos que influenciam as suas preferências e, portanto, fortemente relacionado com a autoridade dos grupos de referência ou dos líderes de opinião. O terceiro, e último, relaciona-se com o domínio social e cultural, onde o consumo se deixa influenciar pelas variáveis da classe social, do estilo de vida ou da cultura em que se enquadra. Esta última dimensão, em particular, traz à discussão o entendimento de Gervasi, referido por Baudrillard (2011), que considera que nenhuma forma de consumo é concebida sem ter em si valores e significados sociais, colocando assim em evidência uma pressão ou controlo que o grupo exerce tanto sobre o indivíduo, como na esfera dos seus consumos privados.

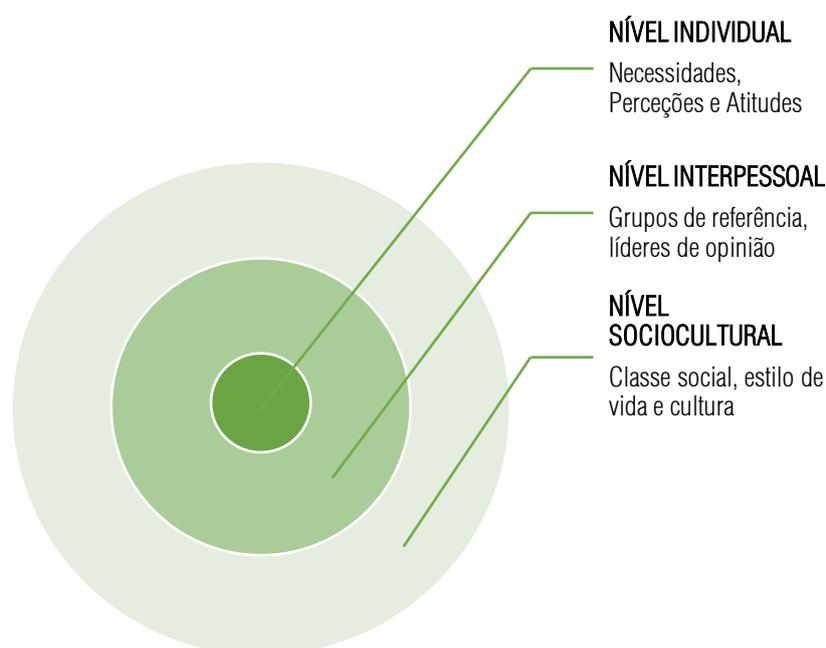


Figura 7 - Os três níveis do comportamento de compra. Adaptado de Dubois (1993:25).

Quando se iniciaram os estudos sobre o consumo, viviam-se tempos em que os bens de primeira necessidade eram o pão, o vinho e o sal. A fim de o compreender, os economistas propuseram um modelo que o evidenciava somente enquanto ímpeto de dar respostas claras a necessidades individuais, o que acabou por ser posteriormente criticado pela explicação simplista que propunha para entender o complexo ato de consumo. Segundo aquele modelo, o consumidor identificava as suas

necessidades, as suas prioridades, conhecia os produtos que existiam no mercado para o satisfazer e, a partir disso fazia a sua escolha, tomava a sua decisão e procedia à sua compra, tendo em consideração uma hierarquia de preferências entre produtos, preço e o princípio da maximização da utilidade marginal<sup>36</sup>.

Para além das características demasiado racionais da análise do consumidor identificadas por Veblen (1904), Dubois (1993) criticava também a abordagem individual e simplista daquela proposta, especialmente porque considerava que ignorava a influência do contexto e da sociedade onde esse processo de consumo estava inserido, realizando uma análise estática, que não tinha em consideração as experiências anteriores do consumidor. O carácter determinista e definitivo que esta teoria atribuía ao consumo, ignorava a influência que os clientes tinham nos preços (Dubois, 1993), assim como o carácter ostentatório que o consumo tinha para os consumidores. A fim de ultrapassar as fragilidades da teoria microeconómica, Dubois (1993) sugere que seja feita uma análise conjunta com o Método Lancaster, cuja teoria definia que o que mais interesse tinha para o cliente no momento de escolha e aquisição de produtos eram as possibilidades e contrapartidas que estes apresentavam, ou seja, o que é que ganhava com o seu consumo, e não os seus atributos.

Pela sua importância, as motivações tinham recebido atenção nos estudos de Sigmund Freud (1923) que destacou a influência que as motivações inconscientes, nomeadamente as sexuais, tinham no processo de consumo a partir da teoria psicodinâmica. Entendia que as ações resultariam de um processo dinâmico assente nos três elementos da personalidade, Id, Ego e Superego, que juntos dariam origem aos comportamentos humanos complexos. No caso do processo de consumo, este seria desencadeado pelas necessidades e impulsos primários do Id, que funcionaria como o motor de toda a energia psíquica, pedra basilar da personalidade e que responde ao princípio do prazer, que estaria presente desde o nascimento e que assegura a satisfação das necessidades imediatas ou do desencadear de mecanismos que o provoquem, como o choro das crianças. À medida que se dá o crescimento do indivíduo, do desenvolvimento do Ego torna-se responsável por identificar de forma realista e adequada de quais são as opções que dão resposta às necessidades identificadas, de acordo

---

<sup>36</sup> Dubois (1993), fazendo referência ao trabalho de A. Marshall, na sua obra "*Principles of Economics*", de 1890, clarifica este princípio da maximização da utilidade marginal da seguinte forma: "Um consumidor reparte as suas compras entre diferentes artigos em função da satisfação suplementar introduzida pelo consumo de uma unidade de produtos, tendo em conta o preço".

com o princípio da realidade, depois de analisados e ponderadas as vantagens e desvantagens da ação. Segundo aquela teoria, este processo poderia resultar na satisfação, no atraso da gratificação, ou na substituição desse processo por outro. Por fim, aconteceria o desenvolvimento do Superego, orientado pelas normas morais e sociais, e que permitiria uma distinção entre o certo e errado. Para além de negar as necessidades intoleráveis do Id, tenderia a ajustar as decisões do Ego para aquilo que é o ideal.

Já a análise das transformações do consumo podem ser, segundo proposto por Lipovetsky (2006) analisadas em três fases. A primeira é caracterizada pelo surgimento dos mercados de produtos de massa nos anos 80 do século XIX, e que tiveram o seu fim com a Segunda Guerra Mundial. Durante este período, os progressos tecnológicos permitiram uma produção em maiores quantidades, de forma mais rápida e com menos custos associados, uma forte expansão do comércio, registando-se uma maior facilidade no escoamento dos produtos. Surge uma nova filosofia para a economia de consumo que dita que os produtos devem ser acessíveis à maioria da população, e a forma de garantir o lucro é pela margem ganha nos baixos custos de produção, possíveis pelo desenvolvimento da maquinaria. No entanto, esta ideologia que proclamava uma democratização do acesso aos produtos não era plena, na medida em que a maioria dos produtos só eram acessíveis para a burguesia. É nesta altura que surgem e se desenvolvem estratégias de marketing que os produtos passam a estar associados a um nome e a uma marca. É ela que agora atesta a qualidade dos produtos, transformando os comerciantes em meros intermediários. Uma grande variedade de produtos passa a ser vendida em grandes armazéns, organizados e dispostos de forma estratégica, a preços mais competitivos e previamente marcados. A constante novidade potenciada pelo grande fluxo de mercadorias seduz o cliente para a compra, num convite para que acompanhe as tendências, que esteja informado e na moda. Aliás, e recuperando Freud (1927), é a novidade [que] constitui sempre a condição para o prazer. Lipovetsky (2006) identifica neste período muita oferta e variedade de produtos, que se traduz no surgimento do “consumo-sedução”, e da “sociedade do desejo”, coincidindo com uma segunda fase do consumo. Este aliciar do cliente pela imagem do produto e da marca, desencadeia um sentimento de constante necessidade, mas é também face à abundância e variedade das ofertas que se consolida o consumo em

massa<sup>37</sup>. Este período desenvolve-se entre 1950 e 1970, altura em que é sentido um reforço económico do poder de compra, depois do crescimento e do aumento da produtividade do pós-guerra. Para além da generalização da democratização do consumo que passa a abranger agora a compra de produtos duradouros, o crédito torna-se sistema facilitador de aquisição de bens, ao mesmo tempo que passam a contribuir para a definição de estilos de vida. As vantagens trazidas pelo taylorismo dão espaço para que se reclamem melhores condições de vida, e para que o progresso e o conforto se tornem características centrais do dia-a-dia.

A sociedade é alvo de constantes apelos sedutores, de campanhas que a convencem à entrega ao prazer, à satisfação dos desejos e ao consumo hedonista. Tudo se torna mais leve, numa “*fun morality*” (Lipovetsky, 2006) permanente, que contraria os valores vitorianos, passando a assistir-se a uma crescente centralidade do indivíduo. O consumo torna-se, antes de mais, um meio de garantir a satisfação e resposta às carências e necessidades individuais face às necessidades do grupo. Assim, a satisfação pelo consumo dá, antes de mais, respostas individuais, personalizadas, identitárias, deixando para trás as imposições de grupos ou classes.

Os consumos e os objetos vão contribuindo desta forma para a construção de um estilo de vida, que é caracterizado por um conjunto de práticas necessárias e rotineiras, mas também por outras de consumo opcional, que acabam por contribuir para a construção de uma identidade (Giddens, 1994). Se o lazer integra a lista de consumos, concorre também para a definição de estilos de vida de quem os consome. O consumo tem deixado de ser orientado por uma necessidade (Dubois, 1990), adquirindo na sua vez um carácter hedonista. Segundo Santos (2002), ao integrarem os produtos de consumo, as práticas de lazer contribuem para a definição dos estilos de vida e de imagem individual, transformando o tempo livre e de lazer como “valores de classe”. O mesmo autor evidencia a contradição entre a ideia de uma crescente democratização no acesso ao consumo, incluindo o de lazer, e as evidentes e reais diferenças nos níveis de acesso. Nos finais da década de 70, o consumo afirma as suas motivações privadas, marcando o início da terceira fase proposta por Lipovetsky (2006), do hiperconsumo. Já em 1899 Veblen (1904) identificava o consumo como uma forma de garantir uma diferenciação social, o estatuto

---

<sup>37</sup> Baudrillard (2011) fala da sociedade de abundância e considera que esta só existiu nas sociedades primitivas onde o valor da troca estava na relação social, no gesto e objetivo comum de sobrevivência, fazendo com que tudo o que estava disponível fosse suficiente/abundante, já que estas trocas, as heranças partilhadas eram comuns, ao passo que hoje, o valor é atribuído ao objeto, fazendo com que exista uma relação de poder (compra/venda) pelo valor do objeto.

e a afirmação de classe, ao que Baudrillard (2011), em 1970 acrescenta ser uma forma segura de inclusão e meio de contrariar frustrações. Nesta lógica, o consumo contribui para que o indivíduo se aproxime do estatuto e estilo de vida que projeta, fazendo com que se sinta incluído no grupo com que se identifica, já que é desta forma que vê possível a felicidade e o prazer de fazer parte do grupo pela aquisição dos símbolos e dos signos. No entanto, o grupo pode exercer também forças contrárias, através de um conjunto de normas e valores morais<sup>38</sup> do grupo, seja pelas atitudes, práticas ou consumos do indivíduo.

A herança cultural, seja ela mais puritana ou hedonista acaba por ditar, ou pelo menos influenciar, de que forma se deve o indivíduo comportar, de acordo com os ideais defendidos. No entanto, alguns autores consideram esta leitura bastante incompleta, como é proposto por Dichter (1964) e, mais tarde, por Lipovetsky (2006). Considerando que o indivíduo também consome para seu próprio bem-estar e conforto, e sob os desígnios de um estilo de vida. Progressivamente, os produtos passaram a ser vendidos como meios de vivenciar experiências e de aceder a momentos sensoriais. Lipovetsky (2006), em particular, evidencia que mais do que alcançar um estatuto de forma ostensiva pelos produtos, o sujeito quer satisfazer-se e agradar-se a si próprio, à medida que se desenvolve a ideia do lazer como contributo para o bem-estar e para a saúde, um lazer medicalizado, evidenciando um progressivo libertar dos constrangimentos externos que anteriormente Baudrillard (2011) e Veblen (1904) identificavam.

Do ponto de vista de Rojek (1995), a Modernidade teve como impulso o surgimento de uma motivação para a acumulação de valor, colocando em evidência a passagem de uma obsessão da produção para uma igual fixação no consumo, sem que isso tenha afetado os interesses dos produtores. Com recurso às tecnologias, os produtos são produzidos e reproduzidos mais facilmente, assim como difundidos rapidamente pelos media, pelo *merchandising* e pela publicidade, contribuindo para a sua omnipresença para um desencadear de apelos constantes ao seu consumo<sup>39</sup>. Rojek (1995:84) questiona a noção de realidade e autenticidade a partir do momento em que se torna tão simples a reprodução e manipulação de imagens, na medida em que esta facilidade contribui para a criação de

---

<sup>38</sup> Os valores enunciados por Baudrillard (2011:27) são os “do voluntarismo, da ação, da eficácia e do sacrifício”.

<sup>39</sup> Tal como sugere Marx na sua obra “Capital” (1977,III:279), “*the process of circulation is a phase of the total process of reproduction*”.

um “estado de crise permanente”<sup>40</sup>, dificultando a clara distinção entre realidade e simulação. Se por um lado se procura e se reclama por produtos e experiências autênticas, por outro, assistimos à proliferação dos não-lugares (Augé, 1992), do *patch*, e da simulação (Baudrillard, 1991). O aparente poder de escolha, de manipulação, de criação de respostas à medida dos interesses e gostos dos consumidores, esconde uma realidade, também ela, manipulada. Ao mesmo tempo que pretende viver mais intensamente, os consumidores enfrentam realidades que tornam cada vez menos reais e mais manipuladas, resultando mais naquilo que querem que seja do que naquilo que seriam na realidade. Nesta discussão sobre a capacidade de manipular a realidade e de pagar por isso, Rojek (1995) avança com o exemplo dos espetáculos de sexo ao vivo em Berlim, que permitem que os clientes definam de que forma aqueles acontecem e qual o tipo de desempenho que pretendem de cada um dos intervenientes do espetáculo que estão a assistir.

Numa sociedade onde a simulação passou a ser recorrente, assiste-se, ao mesmo tempo, a uma proliferação da imagem enquanto prova. As fotografias reforçam o seu valor de testemunho quando se torna difícil saber o que é a realidade. Esta dupla função, de ostentação (de mostrar que se tem, que se esteve, que se consumiu) e de prova, é promovida em redes sociais, em publicações duradouras ou, propositadamente, temporárias, dando origem à partilha de um volume de (des)informação. De acordo com a página oficial da rede social Instagram, que apresenta como característica principal o “*visual storytelling*”, registava em Junho de 2016 cerca de 500 milhões de utilizadores (em 2017 já rondam os 700 milhões), que publicavam mais de 95 milhões de fotografias por dia.

O desenvolvimento tecnológico tem permitido ultrapassar, em certa medida, as barreiras do tempo, como acontece na recuperação instantânea de programas de televisão. Os *coaches*, físicos ou intelectuais são, antes de tudo, pessoais, que apresentam programas individualizados e ajustados às características de cada cliente. Se atendermos às características dos serviços, verificamos que apenas ajustam propostas estandardizadas em função de características-chave do cliente. Até a publicidade que chega aos internautas via *pop-ups* surge de acordo com o perfil e interesses dos utilizadores, de acordo com o rasto que deixam na web. No entanto, esta individualização não deixa de ser impessoal.

---

<sup>40</sup> Tradução livre. Para Rojek (1999:84), “*The critical affect of mechanical reproduction is to detonate the authority of high culture by making its relics and rituals more accessible. Surrounded by images, treatments and distortions of the unique object we are no longer able to distinguish between the original and facsimile, the authentic and the artificial*”.

Lipovetsky (2006:10) coloca este entendimento em evidência ao considerar que “quanto mais o hiperconsumo detém um poder que ainda há pouco lhe era desconhecido, mais o mercado faz alastrar os seus tentáculos; quanto mais o comprador se encontra num estado de autoadministração, mais se verifica a extradeterminação ligada à ordem mercantil”.

Na caracterização que apresentou em 1970, Baudrillard (2011) afirma que a sociedade de consumo é caracterizada pela solícitude, pela proliferação da atenção personalizada, do trato individual, do atendimento particularizado, dos produtos à medida, de serviços acompanhados de agradecimentos constantes, num culto ao cliente (cada vez mais egocêntrico). Considera que é desta forma que a intimidade é simulada. Os produtores auxiliam-se de técnicas de publicidade que “aproximam” os consumidores dos seus semelhantes, que surgem na televisão para contar de que forma aquele produto mudou a sua vida. O autor evidencia que esta relação de socialização se rege pelas mesmas regras de produção industrial, sendo oca de verdade e que qualquer sensação de proximidade e sinceridade é irreal, cabendo apenas a cada um o desempenhar de diferentes papéis no jogo social, enquanto prestador ou consumidor de produtos e serviços. Com o crescimento do número de colarinhos brancos, o setor dos serviços ganhou forma e força, que faz com que Baudrillard (2011) tenha identificado a solícitude como característica da sociedade de consumo. A atribuição de valor desmedido aos objetos faz com que estes representem o meio para alcançar o estatuto. Os objetos são símbolos e signos, com significado e valor determinado pelo grupo, integrando a definição e construção da identidade do próprio indivíduo pela vantagem que o objeto lhe atribui. O autor entende que todos os consumos são inicialmente realizados pelas classes de elite e que, com o tempo, vão descendo na escala de acessibilidade e oportunidade para as classes mais baixas.

Para além de discursos entusiasmados, “testemunhos reais”, enredos que captam a atenção, a linguagem utilizada nas campanhas promocionais tenta comprovar resultados de produtos que foram testados e garantidos, para que não hajam dúvidas quanto à veracidade e qualidade daqueles produtos. Certamente que muitos cumprem com aquilo que prometem, mas também por esta via é possível ajustar as expectativas do consumidor às limitações do produto.

Ao incluir-se no ciclo de consumo, o indivíduo é consumidor dos produtos e pode até usufruir do estatuto que estes lhe conferem, mas também permite que eles o moldem e transformem, pelo menos pela imagem que cria de si mesmo e que apresenta na sociedade.

O já referido trabalho de Juliet Schor (1993) apresenta as transformações da sociedade americana, e da forma como o consumo descontrolado se tornou numa obsessão e num vício. A visita a centros comerciais tornou-se numa prática de lazer por si só, passando a ser uma das ocupações primordiais de tempo livre da população. Esta transformação deveu-se em muito à proliferação dos espaços comerciais de grande superfície e à facilidade com que chegamos até eles, tal é a sua comum presença e distribuição geográfica. As facilidades de crédito, as possibilidades de pagamento fracionado e o potencial da tecnologia, em particular da internet, facilitou o consumo e promoveu a criação e desenvolvimento do mercado *online*, que impulsiona a compra compulsiva e imediata, convida à reserva, à constituição de “*wish lists*” e à sua partilha nas redes sociais, contribuindo para a construção da ilusão de felicidade que é alcançada pelo consumo (Lipovetsky, 2006).

Qualquer loja, incluindo-se aquelas que se encontram em museus ou em parques nacionais, tornaram-se numa valência extra. Para quem visita, são espaços que oferecem a possibilidade de materializar a experiência turística pelo *souvenir*. Para os agentes de turismo, tornou-se numa fonte de rendimento, algo criticado também por Schor (1993). Para esta autora, o consumo tornou-se numa recompensa<sup>41</sup>, numa forma de representação do progresso e desenvolvimento, mas também de autossatisfação e de encontro de sentido para a própria vida. No entanto, esta fixação com a necessidade de aquisição toma em troca o tempo, e faz com que, por muito que ganhem e que muito que possam gastar, diminuto é o tempo para usufruir. A autora critica a ideia de fatalismo associada à condição de insatisfação constante do sujeito, enquanto característica incontornável da sua personalidade. Para ela, é possível controlar o impulso e obsessão pela compra, já que o consumismo é uma criação do sistema capitalista, assente na aquisição de produtos que estão muito para além daquelas que são consideradas as suas necessidades básicas. O produtor cria novas necessidades a partir do desenvolvimento de novos produtos, ou de produtos com extras, *designs* renovados, últimas tendências, novas facilidades, ao

---

<sup>41</sup> “*Materialism would provide no relief from the tedium, the stultification, the alienation, and the health hazards of modern work*”. Schor (1993:120).

que o consumidor reconhece valor, num ato de “criação de uma insatisfação organizada<sup>42</sup>”. Schor (1993), numa referência ao historiador Frederick Lewis Allen, acredita ter sido descoberta a forma de lidar com o consumidor: através da pressão e ultimato. A propaganda apela à urgência da compra, o imperativo faz-se ler e ouvir, anunciando a satisfação de todas as necessidades, se adquirir o produto, “antes que esgote”. Por outro lado, e conscientes do que provoca a gratificação, os produtores usam-na muitas vezes para orientar o próprio consumo. Isto é visível, não só pelas ofertas e promoções, mas em particular nos jogos eletrónicos. São chamadas de recompensas as vantagens que o jogador recebe por aceder ao jogo diariamente, assim como recebe prémios de cada vez que cumpre com os objetivos e missões. Os desempenhos são ordenados num *ranking* dos competidores que pode, inclusivamente, ser partilhado nas redes sociais, para que outros vejam os feitos alcançados. Se tudo falhar, há sempre opções de compra de novas oportunidades (de vidas-extra), de truques que ajudam a ultrapassar os obstáculos, porque o consumo assim permite o progresso das conquistas.

Também os consumos e práticas de lazer se foram transformando em atividades de e para massas, enquadradas e resumidas em “cartões-oferta”, encaixotados em pacotes e programas organizados, em “caixas-experiência”, e acondicionados em prateleiras de supermercado, organizados tematicamente (Fim de semana, Escapadinha a dois, Aventura...) para aliciar e tornar assim mais fácil e acessível a compra. Face à antecipada preparação e manipulação dos produtores, Rojek (1995) afirma não ser possível encontrar autenticidade na cultura de massas, na medida em nada mais é verdadeiramente original ou espontâneo.

Do kitsch ao gadget, são promovidos inúmeros objetos inúteis que atraem os consumidores pelo seu carácter lúdico e pela simulação que lhe está associada. Baudrillard (2011) negava que, naquela que viria a ser a nova sociedade de consumo, existisse qualquer sentimento de paixão por tais objetos, na medida em que tal exigiria uma entrega total e intensa, e aquilo a que se assistia era a um mero interesse pelo seu carácter de passatempo e de ocupação. Nos *media* massificados, o que importa não é a mensagem *per se*, mas a comunicação enquanto meio de partilhar e reprodução de informação. Também pouco importa qual é o produto que promovem mas sim a sua intenção, e a forma como tal

---

<sup>42</sup> Este termo foi usado por Charles Kettering, diretor geral da General Motors, como sendo o objetivo principal do negócio, já que é ao fazer com que o consumidor sinta que o que tem já não lhe é suficiente, que este sente o impulso ou a necessidade de uma nova compra. (Schor, 1993:120).

vai garantir uma uniformização de ações de compra. Atualmente, numa simulação tecnológica permanente, os signos são projetados e manipulados por meios e técnicas capazes de condicionar o comportamento do consumidor, o que já Baudrillard (2011) identificava no caráter profético da propaganda, já que aquilo que se propunha era anunciar aquilo que só pelo consumo pode ser comprovado.

Para além daquela que era a estratégia recorrente para a divulgação de produtos e apelar ao consumo, com o desenvolvimento da internet e da consequente facilidade com que se partilham informações, outras formas de promoção se têm vindo a desenvolver. Já vimos anteriormente que a associação de valor a determinados objetos se relaciona com as representações da cultura e do estatuto, e que haverá uma tendência para que os da base da estrutura social se orientem pelas tendências do topo, e que as assimilem, absorvam e mimetizem. Numa era digital e de redes sociais virtuais, as bases e os topos são muitas vezes avaliados em função do número de seguidores das páginas pessoais, pelos perfis, pela quantidade de “likes” nas publicações, ou pelo número de visualizações registadas. Numa sociedade da imagem, são aqueles que são reconhecidos publicamente que muitas vezes marcam as tendências da moda, das dietas, do estilo, do corpo, das férias, das relações. Para além das páginas oficiais dos produtos e das marcas, são as personalidades sociais, as “hit-girls”, os famosos, os ídolos, que, ao partilharem os seus consumos e os seus estilos de vida, vão desenhando caminhos para os seus seguidores. Os *bloguers* e os *youtubers* publicam as suas experiências, as suas compras, as suas vidas, adornadas de objetos e produtos de marcas, com que, tantas vezes, estabelecem parcerias. A publicação e partilha de determinado consumo (produto ou serviço) equivalem a selo de garantia, prova de qualidade. Se há a sensação de que a necessidade de diferenciação individual se acentua e se materializa em consumos, vamos dando conta que aquilo que se prolifera são ecos e réplicas de gestos semelhantes, registos fotográficos encenados e rituais mimetizados.

A sociedade de consumo exalta a compra e cria necessidades. São lançados produtos em coleções, listas de destinos, de restaurantes, de hotéis, de atividades a não perder, a fazer pelo menos uma vez antes de morrer, identificadas as experiências inesquecíveis a vivenciar, definidos os “goals”, que prometem transformar o consumidor. A reinvenção de produtos, com as fórmulas melhoradas, ou em nova embalagem, conduz o consumidor a uma reexperiência, como forma de comprovar tais

transformações. Multiplicam-se as promoções, os produtos com brinde ou a oferta de outras gamas de produtos para provocar a experiência e a posterior necessidade.

Os tempos de lazer, pela carga simbólica associada, também ganharam lugar na produção de identidades pelo consumo. De acordo com Laermans (1994), as práticas de lazer integram o sistema de construção de identidade, na medida em que são produtos de consumo dotados de valores simbólicos e emocionais. No entanto, apresenta o contraditório que se enfrenta quando se identifica uma criação pela identidade quando, ao mesmo tempo, esta carece da aceitação da sociedade que a aprovará ou não, de acordo com critérios de plausibilidade e credibilidade. Mais ainda, o autor identifica uma verdadeira pressão para a criação destas identidades pela própria sociedade, que o leva a questionar a noção e valor de liberdade associado normalmente às práticas de lazer.

As profundas alterações anteriormente descritas desencadearam uma transição na sociedade. Importa agora analisar as características da sociedade Pós-Moderna ou Hipermoderna.

### **3.3. Ócio, lazer e trabalho: consumos e estilos de vida**

Muito antes de poder ser analisado do ponto de vista económico, o lazer esteve sempre presente nas diferentes sociedades a ao longo dos tempos. A ele eram atribuídos diferentes valores e significados, foi vivenciado e manifestado de acordo com características culturais, mas também políticas. Se recuarmos à Grécia Antiga, eram as atividades intelectuais, o culto do espírito e uma atitude mais contemplativa dos cidadãos que integravam os tempos que hoje entendemos como lazer. Os pensadores discutiam os excessos e a forma como o exagero e o supérfluo afetava o carácter individual, louvando os “atletas da temperança” (Foucault, 1994b). Também na Antiguidade Clássica Grega, os filósofos entendiam que os homens livres só se deveriam ocupar e cultivar com exercícios e com “jogos da inteligência”<sup>43</sup>. Trabalho era coisa dispensável, e deixada para os escravos. Já em Roma era notória a diferença entre as atividades das elites e as atividades do povo. Enquanto os mais afortunados se instruíam intelectualmente, a maioria divertia-se com o circo, os espetáculos dos gladiadores, a

---

<sup>43</sup> “(...) a natureza não criou nem sapateiros nem ferreiros; tais ocupações degradam as pessoas que as exercem (...)” Platão, in República, livro V, citado por Lafargue (1998:65). Segundo a mesma fonte (1998:66), citando Cícero, in Dos Deveres, t.1.tit.II, cap. XLII, “(...) devemos considerar como algo baixo e vil o ofício de todos quantos venderem o seu esforço e a sua indústria; pois quem quer que troque o seu trabalho por dinheiro vende-se a si próprio e coloca-se no nível dos escravos”.

pantomina e nas termas (Hourdin, 1970). Posteriormente, a sociedade rural é dominada pela religião cristã que exerce grande influência para que a entrega aos prazeres seja contrariada. Para isso, a Igreja passa a regular os tempos religiosos dedicados aos rituais de oração e culto, e os profanos, que se dividem entre o trabalho e o lazer (Nadais, 2010). Por sua vez, o Cristianismo atribuiu ao consumo desenfreado o pecado e na política Napoleão acreditava que só o trabalho garantia resistir aos vícios<sup>44</sup>. A moral oficial foi impondo uma valorização do tempo de trabalho e dos hábitos de poupança enquanto meios de resistência à preguiça, à improdutividade e ao pecado do ócio. Hourdin (1970) atribui a esta norma, o embrutecimento e a vida miserável experienciada pelos operários, que se refugiavam depois no alcoolismo e na prostituição, e se espelhavam na doença e no analfabetismo.

Na Idade Média registou-se a prática de muitos jogos, mas sem que estes apresentassem grandes inovações criativas, na medida em que resultavam de recuperações de práticas anteriores, exceto no que diz respeito aos jogos do amor cortês (Silveira, 2016). O lazer evidencia o estatuto social dos seus praticantes pelas atividades desportivas e de guerra, assim como outras ligadas à política, ciência e religião (Brasileiro, 2014). A partir do século XVII, potenciado posteriormente pelas Revoluções Francesa e Industrial, os lazeres vão desenvolvendo um sentido mais técnico e prático, à medida que se valoriza o trabalho e se afirmam novos valores sociais, onde o puritanismo inglês e a racionalidade deixaram vincada a ideia de salvação pelo trabalho e a drástica desvalorização dos períodos improdutivos.

Inicia-se então a Modernidade, num período em que o trabalho ocupava entre doze a dezasseis horas diárias e o indivíduo parece condenado a trabalhar para se salvar. O lazer ocioso manteve-se para as classes sociais burguesas, e continuou a ser vivido e promovido socialmente como forma de ostentação e riqueza. No entanto, não podemos ignorar que este tempo livre dependeu do trabalho escravizado dos menos afortunados (Brasileiro, 2014).

No que diz respeito às atividades e trabalhos agrícolas, estavam dependentes das condições e oportunidades da natureza, das suas estações, da abundância ou escassez de água e de outros recursos, fazendo com que as atividades se organizassem em função dessas mesmas circunstâncias. Os jogos e

---

<sup>44</sup> Em 1897, no dia 5 de Maio em Osterode, Napoleão afirmou: “Quanto mais os meus povos trabalharem, menos vícios haverá” (Lafargue, 1998).

festejos que ocupavam os tempos de pausa impostos pela natureza evidenciam um carácter cultural, mas também de lazer. Ao mesmo tempo, Hourdin (1970) reconhece nestas práticas um prolongamento das atividades de trabalho, que incluíam o canto e o jogo enquanto formas de relacionamento interpessoal e de fomento da relação social.

Antes do século XIX, o lazer era então um tempo de ócio e de contemplação que, por um lado, era alvo de hostilidade pela moral que sobrevalorizava o trabalho (Corbin, 2001), mas por outro, era entendido como um luxo, só acessível aos grupos sociais dominantes, a que, posteriormente, Veblen (1974) chamou de classe ociosa. As transformações que se fizeram sentir depois da Revolução Industrial no que diz respeito à organização do tempo, instituiu a generalização de dedicação a atividades de ocupação de um tempo que se tornara livre e que poderia ser ocupado por atividades de lazer. Veblen (1974) evidenciou a distinção estabelecida pela burguesia entre as atividades rotineiras e indignas daquelas que tinham associadas a proeza e o talento, que classificavam como dignas. Esta diferenciação terá contribuído claramente para a definição da classe ociosa, cuja gestão do tempo e a escolha das atividades de lazer evidenciavam o estatuto adquirido pela posse e propriedade. As alterações nos métodos e formas de produção, nomeadamente a mecanização dos processos, representou uma ameaça para os trabalhadores e para os seus postos de trabalho. Por outro lado, a gradual eficiência dos processos mecânicos, e a crescente autonomia tecnológica permitiu libertar tempo de trabalho aos operários. Posteriormente, também o aumento do número e variedade de serviços e a terciarização da sociedade (Gama & Santos, 1992) reorganizou os tempos e os espaços que faziam parte da rotina quotidiana, e a diminuição do número de horas de trabalho foi entendida como uma conquista social, política e económica.

Naquela altura, a máxima “tempo é dinheiro<sup>45</sup>” impôs um ritmo de constante produtividade, estando-lhe associada um elevado número de horas de trabalhos rotineiros e mecânicos. Ainda quando a sociedade era dominada pelo ritmo laboral, em 1880 Lafargue (1998:7) invocava o direito à preguiça que considerava indispensável por “uma questão de higiene psicofisiológica”. Na sua exposição evidencia a convicção de que o trabalho era “causa de toda a deformação orgânica” (Lafargue, 1998:15), e que conscientes deste carácter prejudicial eram os espanhóis, que se permitiam à sesta da tarde. Para

---

<sup>45</sup> Atribuiu-se normalmente esta expressão a Benjamin Franklin, numa carta que se intitula “*Advice to a Young Tradesman, Written by an old one*”, no sentido de se usar o tempo de forma produtiva.

o autor esta obsessão pela produtividade era resultado da moral cristã e económica. Na sua perspetiva, o proletariado deveria limitar-se a “não trabalhar mais do que três horas por dia” e se “dedicar à mandriice e às boas comezainas durante o resto do dia e da noite” Lafargue (1998) atribuía ao trabalho todas as maleitas e problemas da sociedade, e identificava uma mutação de comportamentos provocados pela produção capitalista, não só dos operários mas também na vida da burguesia<sup>46</sup>, antecipando a posterior valorização dos tempos de lazer.

A Sociedade do Trabalho que se estabelece no século XIX é resultado das alterações que organizaram e estruturaram a comunidade, tanto do ponto de vista económico como social. Nas sociedades modernas ter um trabalho tornava-se condição essencial para que o indivíduo se sinta integrado na sociedade. Na obra “O Capital”, Karl Marx (1976) coloca em evidência a diferença entre o ato laborioso da aranha (ou abelha) e do indivíduo<sup>47</sup>. O trabalho assumia um carácter indispensável na definição individual, já que resulta da projeção de um plano que foi elaborado de forma consciente, à luz da percepção que o sujeito tem de si mesmo, e do que pretende concretizar. De acordo com o autor, era por esta razão que a condição de desemprego representava a negação de um instinto de criação e de incapacidade de concretizar os projetos individuais. A atividade remunerada passava a ser representação e símbolo da inovação e do progresso, ao permitir o sucesso e o desenvolvimento da sociedade. Por outro lado, o trabalho é forma de reconhecimento social, de símbolo e significado de

---

<sup>46</sup> “No início da produção capitalista, há um ou dois séculos a esta parte, o burguês era um homem pacato, de costumes razoáveis e pacíficos; contentava-se com a sua mulher ou pouco mais; bebia à medida da sua sede e comia à medida da sua fome. Deixava para os cortesãos e cortesãs as nobres virtudes da vida debochada. Hoje em dia, não há filho de novo-rico que não se sinta na obrigação de desenvolver a prostituição e de cobrir o seu corpo de mercúrio, para dar um fim ao labor que sobre si impõem os operários das minas de mercúrio (...) o burguês não só foi obrigado a violentar os seus gostos modestos, a abandonar os seus hábitos laboriosos de há dois séculos atrás, pelo luxo desenfreado, as indigestões trufadas e os deboches sífilíticos, como ainda a subtrair ao trabalho produtivo uma enorme massa de homens para os auxiliar”. (Lafargue, 1998:40-41).

<sup>47</sup> “A spider conducts operations which resemble those of the weaver, and a bee would put many a human architect to shame by the construction of its honeycomb cells. But what distinguishes the worst architect from the best of bees is that the architect builds the cell in his mind before he constructs it in wax. At the end of every labour process, a result emerges which had already been conceived by the worker at the beginning, hence already existed ideally. Man not only effects a change of form in the materials of nature; he also realizes [verwirklicht] his own purpose in those materials. And this is a purpose he is conscious of, it determines the mode of his activity with the rigidity of a law, and he must subordinate his will to it. This subordination is no mere momentary act. Apart from the exertion of the working organs, a purposeful will is required for the entire duration of the work. This means close attention. The less he is attracted by the nature of the work and the way in which it has to be accomplished, and the less, therefore, he enjoys it as the free play of his own physical and mental powers, the closer his attention is forced to be. The simple elements of the labour process are (1) purposeful activity, that is work itself, (2) the object on which that work is performed, and (3) the instruments of that work.” (Marx 1976:284, vol. I, Parte III, Cap. VII).

honra, de estatuto e de papel na comunidade, mas também veículo de integração do indivíduo no próprio sistema de consumo, já que dos seus ganhos garante a possibilidade de aquisição e satisfação de necessidades, por intermédio de produtos disponíveis no mercado. Substituindo a função da Igreja, passa agora a ser o trabalho a ditar os períodos de produção assim como, direta e indiretamente, os restantes tempos, nomeadamente os de lazer. O tempo torna-se de tal forma valioso que deixa de poder ser desperdiçado, passando a ser cronometrado, dividido pelo trabalho e pelos outros afazeres, no sentido de ser produtivo. A associação do lazer a um ideal de momento de fuga transformou-se numa nova forma de regulação moral.

É neste contexto de excesso de trabalho, mas também de uma progressiva valorização do tempo livre, que na segunda metade do século XIX emerge uma complexa discussão sociológica, num período em que as revoluções burguesas reclamavam, juntamente com o proletariado, por melhores condições de trabalho. Invocavam-se argumentos que reconheciam uma necessidade de uma progressiva libertação do trabalho, em prole de atividades que reconhecessem o direito ao descanso.

Este poder que o tempo de lazer ganha posteriormente claros defensores, que alegavam o potencial de criatividade e de poder de expressão que potenciava, como Veblen (1974). A orientação quase exclusiva para a produtividade, produção e consumo, desencadeou análises críticas a sociedades capitalistas, centradas no lucro e na produtividade, tendo em vista consumos considerados supérfluos, processo considerado como sendo um meio de opressão capitalista (Bennett, 2008).

Karl Marx (1976) foi inspiração para os críticos da cultura de massas, já que defendia que a revolução industrial tinha alterado as relações sociais e que o capitalismo impôs uma ordem social hierárquica a partir das relações laborais, transformando o proletariado numa força subserviente às necessidades do capitalismo. Segundo esta perspetiva, tudo aquilo que seria colocado à disposição da população, incluindo a cultura, era um veículo para a exploração económica e ideológica da classe trabalhadora, na medida em que a sociedade se organiza a partir da ideia de um sistema de poder, que influencia as relações (Bennet, 2008). Com a difusão dos veículos de comunicação em massa, difundem-se as ideias que se pretendem perpetuar como modelos sociais, influenciando os comportamentos dos consumidores, de acordo com aqueles que são os interesses do topo da hierarquia. Os principais autores neomarxistas eram alemães, da conhecida Escola de Frankfurt. Segundo eles, o poder de

manipulação pelos *mass media* eram preocupantes, apontando como exemplo as campanhas tomadas a cabo por Hitler. Entendiam que a cultura de massas se estava a transformar numa ferramenta tecnológica de controlo social, pela sua habilidade de manipulação pelo lazer e pela distração para massas, que se mascaram de liberdade depois do trabalho, mas que representa uma ferramenta de controlo, de imposição de rotina laboral, cujas paragens são o lazer e que servem para recuperar para uma nova jornada. Os mesmos autores consideram que a própria indústria cinematográfica de Hollywood reproduzia aquilo que se espera das massas, das rotinas, do que era permitido ou não, até para as crianças<sup>48</sup> (Rojek, 1995).

Em oposição à escola de Frankfurt, surge a meio do século XX uma teoria académica, os Estudos Culturais, que contraria o negativismo anterior, que se concentrava no egoísmo e individualismo do capitalismo moderno e nos valores tradicionais de cultura e que destacava as mutações na sociedade como algo natural e inevitável, evidenciando, no entanto, alguma preocupação com a forma como se poderiam manter os valores e o sentido comunitário da cultura no seio destas transformações sociais. Segundo este ponto de vista, o poder na sociedade era algo que era passível de transitar com facilidade para o lado oposto, na medida em que era possível de ajustar e reajustar. No final de contas, os consumidores teriam a palavra final, e a sociedade e cultura de massas obrigada a que as repostas às suas necessidades também fossem ajustadas, em função daquilo que seria do seu interesse (Bennet, 2008). Apesar de criticados pela subjetividade das suas posições, os Estudos Culturais contribuíram para enriquecer a discussão sobre o “*everyday life*”, a partir do momento em que instituíram ao consumidor o papel de agente cultural. É também neste contexto que Dumazedier (1979) e Friedman (1972) identificam o surgimento da sociedade de lazer, fruto das transformações que colocam esta atividade com um papel central da sociedade. Este conceito foi amplamente discutido na sociologia. Estas análises revelaram a dificuldade de definir o “*everyday life*”, ou o dia-a-dia, especialmente a partir dos séculos XX e XXI, com a rutura da modernidade e das principais transformações que daí decorreram. Bennet (2005) faz a análise dos tempos de lazer depois de explorar um conceito, para ele ambíguo, de dia-a-dia, “o *everyday life*”. No seu entender, este conceito engloba um conjunto de

---

<sup>48</sup> Adorno criticava a produção musical popular, que se opunha à cultura erudita. Adorno criticava o facto de a produção popular seguir modelos de composição que não exigiam grande esforço de compreensão do consumidor, na medida em que aquilo que se pretendia era uma uniformizada perceção do produto, e que este fosse acolhido pela maioria, pelas massas.

atividades e tarefas que não são possíveis de associar a tempos estanques, como o trabalho, fazendo sim, parte das atividades rotineiras que integram nas rotinas diárias dos indivíduos<sup>49</sup>.

O tempo ganha um valor, transformando-se em objeto com importância no mercado: de tempo de trabalho, que é vendido; de tempo de lazer, que é comprado. Na caracterização da sociedade de consumo, Baudrillard (1991) ressalva a capacidade reversível da noção tempo/objeto na medida em que o consumo de determinado bem ou serviço poderia representar um ganho tempo, tempo de lazer, a partir do momento em que contribuísse para economizar tempo. Já para Hourdin (1970), a conquista do tempo livre terá surgido da capacidade de contrariar o relógio do patrão burguês. Progressivamente vai surgindo o “*homo faber*”, posteriormente identificado por Dumazedier (1967), que caracteriza como um trabalhador mais independente face ao sistema de produção e muito mais, e cada vez mais, concentrado em produzir ou em criar valor que lhe dê acesso ao lazer. Este entendimento contribui para o desenvolvimento de uma moral de felicidade e o aumento de uma urgência de aproveitar este novo tempo de atividades prazerosas no século XX. Corbin (2001) evidencia a dificuldade que os operários tinham em ocupar os seus tempos livres e, por temerem a ociosidade, fez com que se desenvolvessem esforços, e se agudizasse uma moral, para que o tempo de lazer fosse produtivo, forma ou meio de cultivo e investimento individual. Também Russel (2002) evidenciava que o sistema educativo, exceto o da elite, nunca teria preparado os indivíduos para o lazer, nomeadamente para a sua dimensão criativa da vida, algo que se pode estender ao tempo livre. De outra forma, para Dumazedier (1979), o lazer caracterizava-se pela associação ao momento de descanso, como um meio de recuperar da fadiga, ao divertimento que contrastava com o tédio rotineiro e ao desenvolvimento, em oposição ao automatismo do quotidiano laboral.

O lazer funciona assim como um tempo de recompensa pelo esforço e trabalho e forma de o valorizar. No entanto, e apesar de intimamente ligados, há uma tendência para manter uma separação clara das duas esferas, como se do sagrado e do profano se tratasse: “Trabalho é trabalho, conhaque é conhaque”. Assim, o lazer ganha, desde a década de 1960 um valor social (Lipovetsky, 2006; Nazareth, 2007), contrapondo-se com uma conceção inicial que se reporta à Antiguidade Clássica, da ideia de ócio, enquanto tempo não produtivo, não desejável, uma perda, um gasto desnecessário, e que não

---

<sup>49</sup> Bennet (2005:1) cita Featherstone, que considera que o estudo do “*everyday life*” envolve “*the necessity of subjecting one’s own activities to practical knowledge and routines whose heterogeneity and lack of systemacity is rarely theorized*”.

estava acessível nem era moralmente permitido à maioria dos indivíduos. A gestão dos tempos era uma resposta clara e evidente a ritos e rituais, imposições instituídas pela religião, sociedade, pela cultura e pela política. Já na viragem do século, Veblen (1974) rejeita a associação negativa do ócio, sobre o que Marques (2013:64) comenta “o ócio (lazer) é um símbolo de classe, não designa um estado de repouso ou preguiça, mas sim um consumo improdutivo do tempo”.

Mesmo quando se iniciam as negociações para as férias pagas, se teme que tais transformações de organização social fossem alimentar um conjunto de comportamentos ociosos e indesejáveis. As reivindicações para uma efetiva redução do número de horas de trabalho diário, que surgem, por um lado, para contrariar os excessos que se faziam sentir, eram também motivadas por transformações sociais que contribuiriam para a valorização do tempo de lazer. Em torno destes temas, foram muitas as discussões sobre o uso do tempo, sobre a legitimidade de entrega aos prazeres ociosos ou dos males que eram trazidos pelo trabalho. Por outro lado, o período de descanso alargado foi por alguns entendido como forma de potenciar o retemperar de forças quando fosse altura de voltar ao trabalho, argumentando que passaria a legitimar a pausa e que esta deveria ser defendida como tempo indispensável e benéfico para todos os trabalhadores, acautelando desta forma os problemas de saúde que o aumento dos ritmos de produção trazidas pelo taylorismo tinham potenciado, representando vantagens também para os interesses da produção. Já para Krippendorf (1986), é o lazer que torna possível a recuperação de forças para nova jornada. Desta forma, defende o tempo livre como meio para recuperar as energias necessárias, mas considera que o tempo livre não deveria ter um caráter tão consumista. Prevê uma sociedade de consumo que assenta na ideia de que o tempo livre é um tempo privilegiado para fins lucrativos mas que, progressivamente, também durante o tempo de trabalho o desenvolvimento permitirá que o trabalhador reúna condições de liberdade que não lhe faça sentir tanta necessidade de fuga. Para o autor, o lazer passa a definir um novo estilo de vida, caracterizado pela tendência na atribuição de uma maior importância ao ter do que ao ser.

Apesar de o consumo se ter tornado gradualmente mais obsessivo e compulsivo, o trabalho continua a ter um valor superior. No entanto, surgem autores como Aronowitz & Cutler (1998), Gorz (1999), Beck (2000) que criticam a aguda independência entre o consumo de lazer e o trabalho remunerado. As transformações e os desequilíbrios que a dispensa de mão-de-obra pela substituição de máquinas autónomas e mais eficientes deram origem a dois grupos antagónicos: um submerso em trabalho e

preso a horários e rotinas, e um segundo, sem ocupação. A este fenómeno dão o nome de “*post-work society*”, um modelo de desenvolvimento económico e social que se integra na comunidade e sociedade (Rojek, 2004).

A definição comum de lazer apresenta-o como um conjunto de atividades que são realizadas de livre e espontânea vontade e que têm como objetivo primordial resultar em momentos de satisfação (Bennet, 2005), mas também representa meio libertador da criatividade e forma de alcançar a felicidade (Corbin, 2001). A escolha pressupõe experiências prazerosas, é percebida, muitas vezes, como uma recompensa ganha depois do esforço exigido pelo trabalho. Se para Hourdin (1970), o lazer é produto dos tempos modernos que atribuíram um carácter obrigatório ao trabalho industrial, tendo surgido o tempo livre como conquista e como uma liberdade, para Rojek (1999), a modernidade trouxe consigo a dúvida dos limites, mas também a possibilidade de os ultrapassar. O lazer engloba agora todo o tempo de atividades prazerosas, um valor positivo, de satisfação, um tempo de, cada vez mais, autossatisfação e entrega ao hedonismo. Dumazedier (1979) entende que isto só se tornou possível com o processo de democratização do lazer, resultado de um equilíbrio entre o acesso a este e ao trabalho.

Tempo de fruição e deleite, o tempo de lazer opõe-se ao tempo de trabalho. As transformações decorrentes da Revolução Industrial abalou as ideias de dedicação ao trabalho que surge no Renascimento, impondo a pausa de deleite como um tempo cada vez mais valorizado pela sociedade ocidental. O tempo livre é ocupado por atividades de escolha individual, orientadas para o prazer, numa democratização do lazer<sup>50</sup> crescente, com ofertas cada vez mais diferenciadas e acessíveis à generalidade da população. Leif (1992) definiu o lazer como uma atividade que acontece no tempo livre, que não envolve remuneração e que tem como motor uma motivação do indivíduo para a prática de uma atividade que lhe é agradável e prazerosa. O direito ao lazer é reclamação de um direito a uma pausa, um descanso, a uma contrariação do espectáculo rotineiro. Para Rojek (1995), o lazer não é um tempo totalmente separado<sup>51</sup>, fazendo parte de um processo histórico e, por isso, não deve ser

---

<sup>50</sup> Apesar de generalizada, continua-se a apontar limitações à ideia de democratização do lazer. Vários estudos evidenciam que as mulheres são discriminadas na remuneração laboral e, conseqüentemente têm acesso condicionado aos consumos de lazer, assim como se registam constrangimentos nas escolhas e acesso a atividades particulares de lazer. O problema não está somente na distribuição, mas também pelo excesso de trabalho e conseqüente falta de tempo livre (Schor, 1993).

<sup>51</sup> Para Rojek (1995:102), o lazer “*is a combination of continuous and discontinuous processes*”.

analisado sem ter em conta o seu contexto. O autor critica o facto se extremarem posições sobre o lazer, ao ser visto como representação da evolução social, ou forma de afirmação da liberdade.

Progressivamente foi sendo deixada de lado a ideia primária do descanso como recompensa e reação necessária às exigências do trabalho (Wilensky, 1960) e a atenção passou a focar-se no potencial da recuperação que os tempos de lazer propiciavam. O lazer passa a ser reivindicado como forma de garantir o bem-estar, ideia que se vem a reforçar ao ser incluído em decisões políticas, apresentado como uma atividade que deve estar acessível a todos. No entanto, para Corbin (2001), apesar deste processo, não deixou de ser evidente uma apropriação do tempo livre pelo trabalho, já que o último passou a usar os tempos livres em próprio benefício. Esta dependência entre trabalho e lazer também foi registada anteriormente por Hourdin (1970) que entende que se por um lado o lazer se apresenta como tempo de recompensa pelo esforço no trabalho, o primeiro só se alcança depois de cumpridos os rituais e obrigações. Será também interessante analisar a proposta de Parker (1983) e as três tipologias que aponta para a relação entre trabalho e lazer: extensão, oposição e neutralidade. A primeira relação de extensão analisa as duas componentes de forma pouco separada, numa analogia que confunde práticas de lazer e de trabalho, de forma voluntária pelo indivíduo, apresentando escolhas e práticas de lazer de áreas próximas daquelas em que exerce a sua profissão. A relação de oposição define uma separação clara entre trabalho e lazer, fazendo com que os dois domínios, de forma deliberada, não se cruzem. Enquanto ao lazer se associa uma liberdade de escolha, ao trabalho identifica-se um sentimento de obrigação. Por fim, a terceira tipologia representa uma relação neutra, que é atribuída quando não há relação entre as duas.

A ideia de uma sociedade de lazer pós-industrial defendida por Dumazedier (1967), Bell (1973), Kerr *et al* (1973), era entendida como uma verdadeira alternativa ao capitalismo industrial, já que tinha por base a crença de que o progresso tecnológico libertaria progressivamente o sujeito para o descanso, e para os tempos livres e, conseqüentemente para o lazer. Esta teoria era uma visão otimista face às transformações a que se assistiam, e sustentava-se por acreditar na possibilidade de assegurar um planeamento racional e equilibrado do trabalho para assim ter acesso ao tempo de lazer. Ulrich Beck (2000) considera que esta conceção ignorou, no entanto, as conseqüências negativas da industrialização, já que para ele era fácil identificar uma minoria com rendimentos mas sem tempo para o lazer, e uma maioria precária e marginalizada.

O tempo disponível, incluindo as pequenas pausas em período de trabalho, os microlazeres (Estanque, 2005), ou as “*burbujas de ocio*” (Igarza, 2009), as ocupações livres depois das obrigações, o tempo verdadeiramente livre, é dedicado a atividades prazerosas. No entanto, toda a mecanização e transformação no trabalho que faria prever um aumento efetivo do tempo livre, segundo Schor (1993) ainda não acontece porque os indivíduos estão focados num constante “*work-and-spend*”, isto é, estão afetos a um ciclo fazendo com que se sintam numa constante necessidade de trabalhar para poder consumir. Já Lafargue (1998:38) tinha sido crítico quando a máquina passa a ser incluída nos processos de produção e evidenciado que o operário ao invés de aliviar a sua carga e força de trabalho, redobra os esforços, “como se quisesse rivalizar com a máquina”, abandonando os seus antigos rituais de “os seus lazeres para desfrutar as alegrias da terra, para fazer amor e divertir-se; para se banquetear alegremente em honra do prazenteiro deus da Mandriice” (1998:38-39).

Relativamente à noção de tempo foram feitas diferentes abordagens que muitas vezes se adversam. As sociedades organizadas atribuem ao tempo um valor, ao contrário do que acontece com as sociedades primitivas, para quem este conceito é completamente ausente e sem sentido, já que a sua vida é orientada por rituais e atividades coletivas Baudrillard (1991). Pela noção da própria finitude, mas também das motivações e impulsos que nos são inatos ou que desenvolvemos, a passagem do tempo é algo que, de determinada forma, se quer contrariar (num correr contra o tempo, numa sociedade supereficiente e veloz), para, no final de contas, se ficar com mais tempo livre. Se à partida este tempo sem constrangimentos nos traria uma sensação de liberdade, rapidamente Baudrillard (2011) leva-nos a concluir que, na verdade, não é completamente livre, já que foi condicionado pelo limite de tempo que se tem disponível, até se voltar ao tempo para se dedicar às suas obrigações.

Baudrillard (1991:191) afirmava que o tempo verdadeiramente livre é o da infância e que o tempo de lazer é forçado, “na medida em que, por detrás da aparente gratuitidade, reproduz fielmente todos os constrangimentos mentais e práticos do tempo produtivo e da quotidianidade escravizada”. Se antes o lazer na infância era livre e sem grandes condicionantes, assistimos hoje a uma tentativa para que também estes passem a ser produtivos. Estão inscritos, desde tenra idade, nos mais variados cursos, atividades, clubes e modalidades, pelos quais têm de dividir aquele que era o seu tempo livre. Inscritos em tudo pelos seus responsáveis, que não querem que lhes escapem oportunidades, num investimento para desenvolver as suas competências e aptidões seja na música, na dança, no desporto, ou nas aulas

de línguas estrangeiras. Baudrillard (1991:189) entendia que, na verdade, os tempos e espaços de lazer seriam encenações de uma liberdade, são um “mecanismo funcional, não um ritmo”, uma vez que todos os constrangimentos e regras do tempo de trabalho também estariam presentes nos tempos de lazer. Segundo o autor, o tempo de lazer é o ato consentido de perder tempo, de gastar tempo produtivo, em forma de atividades lúdicas, de repouso, evasão, descanso e distração, com o principal objetivo de se perder, no sentido de ser um preço a pagar por todo o esforço feito ao longo do ano, no caso das férias.

As práticas e modas de lazer instituídas (praias, museus, bronzeados, destinos em voga, etc.) são as tendências que o próprio mercado quer que sejam seguidas e consumidas. Se se agudiza a individualização, recordemos a contradição identificada por Baudrillard (1991), que retrata a fuga do trabalho em direção à multidão, à concentração turística, motivada essencialmente por aspirações culturais das classes mais baixas. Considerava ainda que o lazer, incluindo os seus tempos e espaços fazem parte de uma norma social imposta que tem como objetivo o contribuir para potenciar ao máximo a produção, seja pelo tempo de recuperação que concede aos trabalhadores, seja pelo consumo que estes realizam no seu tempo de descanso, para além de potenciar e de identificar as necessidades e a exigência da sua satisfação, ao mesmo tempo que anula o ócio. Incluir o trabalhador na cadeia de consumo de lazer, numa orientação para uma ocupação proveitosa do tempo livre contraria a entrega ao ócio improdutivo, garante consumidores para os produtos que eles próprios criam, e permite que este se sintam incluídos socialmente. Se recuperarmos a teoria de Veblen (1974), a entrega aos prazeres do ócio associa-se à aspiração a um estatuto burguês, e que, apesar de ser um tempo improdutivo se ressalva que há uma produção de valor não económico, mas social: um “valor de distinção, valor estatutário, valor de prestígio” (Baudrillard, 1991:194).

De forma a rejeitar o ócio como atividade de lazer, a modernidade desenhou-o como um conjunto de atividades frutíferas e produtivas. Com ele surgiu o “*flanêur*”, que para Baudelaire (1964) representa uma personalidade psicológica comum nas cidades, de indivíduos que estão constantemente em busca estímulos, em resultado da incapacidade de ter tempos não-produtivos, mesmo que estes façam parte da natureza e da própria dinâmica urbana.

No entanto, há um esforço para manter a distância, a separação ou, pelo menos, a ideia de distinção entre espaços de lazer e espaços de trabalho, numa tentativa de manter a sacralidade do tempo livre, longe dos constrangimentos e rotinas do trabalho. Porém, Lefebvre (1991), não esquece que os espaços de lazer estão organizados, foram planejados ao detalhe para provocar comportamentos no consumidor, que respondam positivamente aos interesses e propósitos daqueles que proporcionam os espaços de lazer: o consumo. Para Rojek (1995), os espaços de lazer projetados como lugares e tempos de escolha, de individualidade e liberdade, representam, na verdade, um planejamento detalhado de espaços espartilhados pelos interesses do consumo e de produção, sendo controlados, e ativados por estímulos para manter uma compulsividade de compra. Tudo o que está disponível não representa a totalidade das possibilidades, mas sim, aquelas opções que maior benefício trazem para quem promove o serviço, aqueles que lhe trarão mais proveito e lucro. Não estão, nunca, completamente orientados para os interesses do consumidor, já que este está sempre condicionado a fazer uma “escolha” dentro daquelas que são as ofertas previamente disponíveis. Como não controla as propostas, a sua escolha nunca é verdadeiramente livre. As próprias opções têm muitas vezes associadas campanhas e promoções que levam o indivíduo a fazer aquela escolha em detrimento de outras que seriam tão ou mais proveitosas para ele, mas esta “orientação” provoca no consumidor exatamente aquele comportamento que é mais do interesse do promotor. Assim, no entender do autor, o lazer não é verdadeiramente livre enquanto atividade de consumo, mas sim orientado por e para os interesses daqueles que detém o mercado, a produção e que ganham pelos consumos realizados. Nem mesmo o espaço privado onde se passaram a ter tantas práticas de lazer está a salvo destes interesses, na medida em que esta conquista contribui para a manutenção da falsa liberdade das escolhas. Ao mesmo tempo, Rojek (1995) identifica a tendência para que os lazeres sejam cada vez mais semelhantes nos diferentes pontos do globo, fruto do processo de globalização.

No século XX, o crescimento do lazer e do consumismo, resultava também do aumento de direitos dos trabalhadores, do poder dos *media* e da capacidade de produzir e comunicar em massa. O lazer torna-se característica de uma sociedade capitalista, que trabalha para conseguir ter ao seu dispor e de usufruir de mais do que aqueles que são os bens essenciais, para poder disfrutar de atividades de ocupação de tempo livre, fazendo com que estas passem a integrar a lista que define os cânones para a qualidade de vida, na qual antes só integravam produtos utilitários. O supérfluo passa a necessidade

e a contribuir para a definição de estilos de vida. Para a Schor (1993), à medida que o consumidor atinge um determinado patamar de consumo e estilo de vida, habitua-se a ele e torna-o no limite mínimo para a sua ambição seguinte, fazendo acreditar que os indivíduos tenham perdido a noção do valor do tempo livre. Por outro lado, outros autores<sup>52</sup> têm colocado em evidência o desenvolvimento de atividades de cidadania, como o voluntariado, como estratégia de ocupação de tempos livres, sejam eles resultado da libertação do trabalho ou do desemprego. Para contrariar a tendência de hegemonia do capital, surgem formas de organização assentes na troca de produtos e serviços sem ter em vista a obtenção de lucro, numa chamada economia social. Se se tornou evidente que o trabalho tem vindo a perder algumas daquelas que em tempo foram características nucleares, como os horários rígidos, um local de trabalho definido e estável, contratos sem termo e carreiras. De acordo com Brasileiro (2014:45), “os novos formatos de trabalho não só modificam como são modificados pelo tempo livre e de lazer, mas também pela forma como o tempo é estruturado no quotidiano presente”. Assim sendo, torna-se importante analisar de que forma estas transformações no tempo de trabalho afetaram o consumo de tempos, espaços e produtos de lazer.

Apesar das transformações positivas que todo este processo trouxe consigo, o progresso da sociedade não é, aparentemente capaz, por si só, de garantir a felicidade e triunfo da modernidade (Touraine, 2009).

### **3.4. Pós/Hipermodernidade, o lazer e o corpo**

O movimento cultural Iluminista, orientado pelos ideais racionais e pela valorização do conhecimento científico, teve o seu início nos primórdios do século XVIII e perdurou até ao período das Guerras Napoleónicas (1803-1815). As teorias de filósofos como Baruch Spinoza ou do físico Isaac Newton impulsionaram o “pensamento ação”, que atribuía ao indivíduo a capacidade e poder de contribuir para o progresso da sociedade, contrariando os ideais das teorias tradicionais que antecederam e moldaram a sociedade da Idade Média.

Já a Modernidade é caracterizada pela ordem e controlo, harmonia e estabilidade (Rojek, 1995), associado a todo o desenvolvimento industrial que culmina no surgimento da cultura de consumo, na

---

<sup>52</sup> Estanque (2005) refere os trabalhos de Jeremy Refkin, Dominique Méda e Ulrich Beck.

consciência de classe e numa transformação no que diz respeito à consciência individual. Para Laermans (1994), foi este momento que instituiu a consciência de classe e gênero, que moldou o pensamento individual, e que contribuiu para uma homogeneização dos comportamentos e consumos, que permitem o acesso ao grupo.

O abandono do pensamento Medieval e a adoção do Racionalismo de René Descartes numa orientação para o progresso, foram os alicerces para a definição do projeto moderno. A Modernidade<sup>53</sup> teve o seu apogeu com a Revolução Industrial, período em que novos ritmos de produção e industrialização. O desenvolvimento do sistema capitalista, o aumento da produtividade e o progresso científico contribuíram igualmente para alterações as condições e estilos de vida, nomeadamente da burguesia. No entanto, as oportunidades para o indivíduo multiplicam-se, mas Rojek (1995) evidencia que a partir desta altura, tudo, inclusive as relações interpessoais, passam a ser entendidas como instrumentos de produção.

Posteriormente, o crescente efeito da globalização e a desregulação das economias capitalistas, acompanhados por acontecimentos sociopolíticos abalam os ideais modernos. No essencial, as mudanças sociais que aconteceram no final da II Guerra agudizaram um desacreditar progressivo nas ideias do Iluminismo e numa crise generalizada dos valores da modernidade (Lyotard, 2009). Esta segunda fase da modernidade, ou a nova época pós-moderna, teve início nos finais da década de 1950, quando as ideias estruturantes da modernidade e da sociedade industrializada começa a ser questionada, e se registam alterações drásticas na conceção da consciência de grupo, que perde o seu significado e força inicial, para uma crescente e acentuada individualização (Beck, 2008; Laermans, 1994).

Este corte com a Modernidade, com aquilo que eram os pilares que a caracterizavam, provocou o início de uma discussão, entre 1970 e 1980, em redor daquela que seria esta nova condição sociocultural. Se Lyotard (2009) e Baudrillard (1983) apresentam a teoria pós-moderna, como o reflexo do fim da Modernidade e o início de um novo período, outros autores consideram que se trata de uma nova fase

---

<sup>53</sup> Os termos Modernidade e Modernismo surgem várias vezes como sinónimos em diferente literatura. Para o nosso estudo, a Modernidade representa uma definição de ideal ou visão do mundo moderno, associado ao capitalismo e Revolução Industrial. Por sua vez, o Modernismo corresponde ao movimento cultural associado ao estilo e à arte da primeira metade do século XX.

da Modernidade, ou como sendo uma fase de transição. Lipovetsky (2004) chama-lhe de Hipermodernidade, Bauman (2006) evidencia o seu caráter líquido, mas este período é também tratado como modernidade alta ou modernidade tardia (Giddens, 1994), modernidade reflexiva (Beck, Giddens & Lash, 2000), ou era do vazio (Lipovetsky, 2014) e do pós-dever (Lipovetsky, 2010), e que se segue aos conceitos de sociedade de consumo (Baudrillard, 2011), e do lazer (Dumazedier, 1967), orientada para o divertimento (Langman, 1992) e do espetáculo (Débord, 1991), agora num contexto pós-industrial (Touraine, 1969).

Esta nova condição não é consensual na denominação, nem tão pouco naquilo que representa. Consensual é a identificação de claras mudanças e uma preocupação generalizada em fazer leituras sobre o que acontece agora e em tentar prever o que se seguirá. Bennet (2005) sugere três perspetivas de análise da pós-modernidade. A primeira faz a identificação de uma fluidez que se estabeleceu no indivíduo e nas suas relações, a partir do momento em que este transfere a atenção e o foco que antes dava à família e os centra em si mesmo e no seu interesse próprio (Kumar; 1995). Uma segunda linha de pensamento, as características do pós-modernismo possibilitaram uma afirmação livre do indivíduo assim como os seus interesses, que se liberta assim das imposições e estruturas sociais, afirmando-se e definindo a sua identidade pelos signos e significados que figuram nos objetos de consumo. É através destes que o indivíduo se apresenta à sociedade, e que traduzem, pelo que veste, pelo estilo, pelas atividades, que define o seu estilo de vida (Featherstone, 2000) num meio de comunicação. A terceira leitura entende que o pós-modernismo possibilitou a afirmação de um “terceiro espaço”<sup>54</sup>, intermédio, entre as identidades sociais totalmente estruturadas e as flutuantes ou arbitrarias, afirmando-se um espaço para a diferença, a variedade, novos valores, novas lutas, afirmação de poder e reclamação de direitos individuais. Sobre esta reflexividade ou individualização, o trabalho de Bourdieu (1979) coloca em evidência que este fenómeno varia mediante o contexto social e o tipo de educação do próprio indivíduo. A multiplicação de oportunidades percebida pelo indivíduo desencadeia sentimentos de insegurança em relação a si próprio, à sua condição e à sociedade em que está inserido. Gomes (2014) associa a este sentimento a noção de “pequena morte” de Virílio (1991), já que a incapacidade de ter tudo experimentar tudo ou, no limite, ter a certeza que as escolhas tomadas são, foram ou serão as mais acertadas, desencadeia uma frustração e uma insatisfação permanente. Já

---

<sup>54</sup> Langman & Scatamburlo, 1996:128, citado por Bennet (2008).

para Laermans (1994), tal justifica-se já que no processo de tomada de decisão, o indivíduo orienta-se por ideais, moral e valores que considera relacionar-se com a sua identidade e com os seus desejos e objetivos e, quando se vê obrigado a tomar uma decisão está, antes de mais, a questionar-se a si mesmo e à sua essência. Abalados os valores estruturantes da própria sociedade, muitas vezes o sujeito toma decisões que transgridem a norma do grupo ou a norma social, contrariando uma consciência coletiva, mas reivindicando e transformando essa escolha ou atitude como forma de afirmação e definição da própria identidade.

Se a sociedade de consumo tinha possibilitado ou provocado um baralhar de símbolos e dos seus significados (Baudrillard, 1991), no período pós-moderno as vivências tornam-se mais fluidas e os acontecimentos ganham uma maior arbitrariedade, agravando o sentimento de constante imprevisibilidade e simulacro (Bennett, 2005). Rojek (1995) atribui-lhe características de desordem e fragmentação, uma não-realidade, tal é a velocidade com que se registam as transformações. Esta realidade efémera, fugitiva e contingente (Baudelaire, 1964:13), ou esta hiper-realidade (Eco, 1987; Baudrillard, 1991) materializam-se nos espaços, nomeadamente de lazer, como os parques temáticos, os *resorts*, os hotéis temáticos ou pelas atividades virtuais, que mais não são do que realidades temporárias e experiências em contextos simulados (Bennett, 2005).

Será necessário, no entanto, ter em consideração que a noção de autenticidade é resultado também de uma experiência subjetiva individual e que serão várias as situações em que os indivíduos não conseguem fazer a distinção entre realidade ou hiper-realidade: pelo desconhecimento do seu oposto, ou do envolvimento que tais experiências provocam, com recurso a técnicas que desencadeiam esse mesmo esquecimento ou abstração. Se, por um lado, se fazem esforços para a afirmação e valorização dos produtos e patrimónios originais e tradicionais, a ficção também é mote para a criação de produtos de lazer e turismo, como acontece com a literatura e com o cinema (Nadais, 2013), reclamando a si também esses valores. Conscientes ou não destas diferenças entre realidade e hiper-realidade, concordamos com Gomes (2014:180) quando considera que quando o indivíduo, em especial o turista e consumidor de património se depara com esta falta de autenticidade, apesar disso, não muda de rumo e procura uma verdade alternativa: “pelo contrário, a hiper-realidade é saboreada como um fim em si mesmo e desfruta dessa fusão arbitrária e incomensurável de signos e símbolos”.

Já Laermans (1994) considera que a sociedade pós-moderna entende a realidade, não como uma verdade absoluta, mas como uma versão, na medida em que atribui a um resultado decorrente de escolhas imediatas mas facilmente alteráveis, potenciando o seu caráter mutante. Nesta linha de raciocínio, a plasticidade do próprio quotidiano também se afirma, seja no domínio profissional, na procura pela experiência, na volatilidade das relações, pela busca do alternativo. Laermans (1994) justifica esta atitude ou esta orientação dos comportamentos, pela crise dos ideais que homogeneizavam os comportamentos e consumos, e se passam a ver opções e oportunidades, pela liberdade e decisão individual. Livres do dever tradicional imposto, o indivíduo passa a ser referência de si mesmo (Lipovetsky, 2010), apesar de Laermans (1994) considerar que não tenha deixado de haver uma consciência de grupo, que defina e oriente os sujeitos nas normas, valores ou objetivos, apesar das evidentes transformações sociais.

Baudelaire (1964) sublinhava a velocidade e instantaneidade com que se transformavam, se acediam ou se perdiam as coisas. Herdando da própria velocidade e ritmo vertiginoso de produção e consumo que se veio a desenvolver depois da Revolução Industrial, a sociedade pós-moderna vê-se rodeada de estímulos e necessidades que vão criando e alimentando esta repetição, que se traduz num vício e necessidade de respostas. Para Baudrillard (2011), a velocidade imposta pela sociedade hipermoderna, engrenada pela produção, que impõe uma sucessão de acontecimentos encadeados, do acelerar de máquinas e objetos que tão rapidamente surgem no mercado como estão obsoletos, resultando num sentimento de insegurança em relação ao amanhã. Se a produção tem como objetivo um aumento de qualidade de vida, das próprias condições, a entrega a estas tarefas e o desgaste que a velocidade de consumo impõe à produção, faz com que o produtor sofra consequências nefastas e que o crescimento, antagonicamente, represente um definhamento, e um desgaste, do próprio sistema. Na sociedade não se consome só o essencial. Pelo contrário, vive-se para o excedente, já que é o supérfluo que tem valor e, ao permitir-se ao desperdício, o indivíduo torna-se poderoso. Já Nietzsche (2012) tinha identificado este poder e capacidade simbólica de consumo orientado pela ambição inata de o indivíduo querer ter sempre mais, melhor, mais rapidamente e mais vezes.

As estratégias de apelo à compra e ao consumo, com todos os estímulos que usam como despoletadores de desejos, fazem com que o indivíduo queira dar resposta a essa necessidade, numa

altura em que a velocidade e facilidade de acesso potencia o imediatismo de consumação desses desejos.

Lasch (1984) trata a Pós-Modernidade como sociedade do risco, caracterizada pela ansiedade provocada pela desacreditação da ciência e tecnologia. As certezas, a segurança, as vantagens, enfim, a felicidade que a Modernidade prometia, foi sendo progressivamente questionada, à medida que se registava uma instabilidade econômica, não se garantia segurança face aos desastres naturais, e não se encontravam formas de controlar as ameaças terroristas. Este questionar do verdadeiro potencial, mas acima de tudo das verdadeiras capacidades do homem, desencadeou a noção do risco constante, e da incerteza permanente, que levou o sujeito a transformar a sua sensibilidade e de se assumir a si mesmo como central e prioritário, atento e zeloso do seu próprio bem-estar, a responder às suas necessidades individuais, antes de pensar no coletivo. Esta revolução, enquanto reivindicação e desenvolvimento de uma sociedade do bem-estar orientou-se pela procura da felicidade projetada pela Revolução Burguesa. Para Baudrillard (2011:50,51), a procura de felicidade assentava num mito do Ocidente contemporâneo, o mito da igualdade. Tendo origem na teologia cristã, define que “Todos são iguais aos olhos de Deus” e proliferou desde a Revolução Industrial e Revolução Francesa. A urgência em medir e quantificar a felicidade que o autor identifica, só é possível de concretizar pelos objetos, pelos seus signos e significados e de acordo com a seguinte tese: “Perante as necessidades e o princípio de satisfação, todos os homens são iguais, porque todos eles são iguais diante do valor de uso dos objetos e dos bens”. Assim, é atribuído ao objeto, e ao seu consumo, um valor de salvação da infelicidade, já que se torna prova material e visível do sucesso, da efetivação das oportunidades do potencial e das conquistas do indivíduo. Por outro lado, a sociedade do medo de Furedi (2002) levou o indivíduo a fechar-se em si mesmo, a tomar uma postura e a desenvolver uma personalidade narcisista, mas preso à indecisão e ao passado (Rojek, 1995).

De outra perspectiva, Gomes (2014:178) considera antes que se tenha desenvolvido um novo “ambiente mental”, que projeta o indivíduo como o obstáculo a ultrapassar, na medida em que “os novos aventureiros já não se deslocam em busca dos limites do mundo (...). Agora o lema é fazer a exploração de si através do mundo” fazendo com que o espaço onde isso acontece se torne meramente acessório, já que o que se afirma aqui é todo um “processo de personalização [que] é alcançado através de um desprendimento emocional”, que não se relaciona efetivamente com as práticas ou contextos.

Face ao risco, Lasch (1984) identifica formas de lidar com ele, e que Rojek (1995) resume a quatro. A primeira forma é o desprendimento emocional<sup>55</sup> do indivíduo que, face à negatividade e à falta de esperança, opta por se afastar do domínio público e dos seus problemas, recolhendo-se e focando-se na esfera privada e no seu próprio estilo de vida. A segunda forma é a vivência fantasiosa<sup>56</sup>, que se traduz na negação da realidade social, na vida encenada e repleta de fantasia, orientada pela subjetividade das experiências, pela representação de papéis e vivências, a que podemos associar a “*dramatis personae*” de Shields (1992:15) e as múltiplas identidades do indivíduo pós-moderno. A terceira forma de lidar com o risco proposto por Lash (1984) está associada à ideia de fatalismo de toda a conjuntura e situação, para a qual o sujeito só vê resposta na procura religiosa, na mitologia ou na espiritualidade. Por fim, a quarta e última opção relaciona-se com a trivialização do risco, a partir de uma estratégia que assenta em ironizar e humorizar o risco, de forma a ultrapassar-se a si mesmo. Neste contexto de insegurança generalizada, da evidência do risco eminente, da não-realidade e simulação e de uma cada vez mais aguda individualização, as experiências de lazer assumem-se como vivências de valor exponencial (Rojek, 1995). Vimos já anteriormente as transformações de valor que o lazer sofreu, assim como a crescente importância que lhe é atribuída, e de todo o contexto que o suporta. Se o indivíduo se vê coagido a ser feliz e a ter prazer, deve-o ao “princípio da maximização da existência através da multiplicação de signos e objetos, por intermédio da exploração sistemática de todas as virtualidades de prazer” (Baudrillard, 2011:94) e onde se inscrevem os consumos de lazer. Da mesma forma que os tempos e práticas de lazer se definem e caracterizam pela escolha de ocupações, de livre vontade, e que são, por princípio prazerosas, Baudrillard (2011) afirma que é também o prazer que representa a finalidade e objetivo da compra na esfera individual, não esquecendo, no entanto, que o próprio consumo também acontece para que se possa produzir mais, como já foi analisado anteriormente. Rojek (1995), e Baudrillard (2011) reconhecem a importância das ideias de Nietzsche (1978 e 2012) sobre a modernidade, assim como da reflexão sobre a cultura de Dionísio e a relação com o lazer. Para Nietzsche (1978), a modernidade terá imposto ao indivíduo uma ordem de conduta que o aniquila em silêncio, que lhe refreia as paixões, as silencia e faz com que sejam perdidas pelo sujeito, evidenciando, segundo o autor, uma contradição entre uma sociedade que se quer afirmar pela felicidade, mas que, ao mesmo tempo, barra o acesso livre aos prazeres. Para além disto, considerava

---

<sup>55</sup> “*emotional disengagement*”, no original.

<sup>56</sup> “*fantasy voyaging*”, no original.

que também chocasse a livre vontade do indivíduo está em questão, já que não seria desejável que o querer individual choque com a moral nem com normas sociais impostas. Para Nietzsche (1978), só pela livre vontade o indivíduo se poderia afirmar e transcender, numa sociedade moderna que recusava a mudança social. Para Rojek (1995), a noção de super-homem de Nietzsche consiste na afirmação daquele que tem poder sobre a própria criação e definição de si mesmo, de acordo com as regras orientadoras do controlo das paixões individuais.

Os lazeres são, ao mesmo tempo, procura de significados e procura de prazer, na medida em que lhes estão associadas práticas e atividades de escolha individual, da escolha do próprio consumidor, e que vão provocar uma sensação de liberdade, de compensação ou de direito depois do trabalho. No entanto, mesmo conscientes disso, os consumidores acabam por estar sempre condicionados pela indústria que cria estas atividades de lazer, já que estas pausas também são impostas, assim como o trabalho como meio de aceder às práticas (Baudrillard, 2011; Bennett, 2005).

A ideia de sociedade de espetáculo apresentada em 1967 por Debord (1991) sublinha a alienação do indivíduo da realidade e da sua importância relativamente ao que vai acontecendo ao seu redor, assim como na própria vida. Neste contexto, o espetáculo é também simulação, representação de ideal, já que é controlável. Há uma certa segurança no contexto de simulação e do espetáculo, já que os acontecimentos respondem a um guião, e há uma sensação de maior controlo e menor risco. No âmbito das atividades de lazer, as projeções daqueles que são os destinos, de como serão as férias, das oportunidades que essas atividades, são apresentadas de tal forma idílica e espetacular que condenam quem as vivencia a ter, depois, na “realidade”, uma “pálida versão” daquilo que projetaram (Rojek, 1995:89). Para Debord (1991), o carácter organizado e planeado do lazer, faz com que esta prática, em especial o turismo, se tenha transformado na procura do banal. Mesmo a indústria cultural surge de forma estandardizada (Adorno & Horkheimer, 1969), mas sem perder o carácter sedutor, num “fetichismo do lazer e do entretenimento” e que está associada à necessidade de estar constantemente informado, de colecionar informação fornecida pelos media, o que acaba por limitar a capacidade crítica individual (Bennett, 2005:6). O mesmo autor considera ainda que, a partir do momento em que se sacraliza o objeto, o tempo de lazer e o consumo, toda a ação é orientada para os alcançar, um sucessivo cumprimento de objetivos, regras e metas. Deste modo, o consumo estará muito além da subordinação ao processo de produção como defendia Marx (1976), representando hoje a venda de prazeres através

dos produtos. Os consumos são vias de acesso ao prazer, conforto e divertimento (Rojek, 1995:88)<sup>57</sup>, de sonhar e desejar férias paradisíacas, no luxo e na luxúria (Cohen & Taylor, 1992), como forma de resistência ao dia-a-dia.

A sociedade hipermoderna é também a civilização do ligeiro, segundo Lipovetsky (2016). A magreza, a necessidade de praticar atividades que aliviem a pressão e o *stress* do indivíduo, as dietas *detox* e inúmeras terapias de bem-estar com vista a alcançar a harmonia, não só do corpo mas também da mente, tem caracterizado os últimos anos. A tecnologia de ponta, tanto na medicina como nos meios de comunicação, transmitem uma sensação de facilidade em ultrapassar questões e problemas que há décadas atrás representariam o fim, sem que, no entanto, concedam uma segurança inquestionável ao sujeito, que ele reclama. Também a vida erótica deixou de ser governada por imposições rígidas, como é prova a leveza das relações, a fugacidade dos seus tempos, o afrouxar da ideia de pecado e do ideal da virgindade e de casamento enquanto compromisso de uma vida, o que faz com que a culpa não faça parte da equação do prazer.

Nas mais variadas formas que pode assumir, esta busca hedonista é estruturante do indivíduo. No processo de escolha de uma ocupação para o tempo livre, o prazer é premissa orientadora e uma unidade de medida de satisfação e felicidade. O prazer é assim associado às mais variadas experiências e práticas e, por isso, usado como apelo e mais-valia na promoção e divulgação de serviços produtos e vivências.

A livre entrega a um estilo de vida hedonista é criticado pela sua trivialidade, o imediatismo da satisfação e pela negação moral e ética que lhe está associado (Bell, 1967). Se Cohen & Taylor (1992) entendem que o hedonismo e a fantasia são o que asseguram a possibilidade de suportar o dia-a-dia rotineiro, e se Bell (1976) evidencia no julgamento social do prazer hedonista uma tendência para o tratar como patologia, torna-se evidente também um convite para quebrar com a realidade, um apelo constante para a transgressão ou, como refere Santos (2011:324), lembrar que “demasiadas normas levam à procura da transgressão”. Rojek (1995) considera que os estudos do lazer não têm ainda tradição na investigação dos lazeres desviantes e que se tem ignorado a temática do desvio.

---

<sup>57</sup> Citando Williams, 1982:66.

Se a norma social é a instituição de orientações de códigos de conduta, para Clinard & Meier (2011), há quatro perspectivas de identificação do desvio: 1) pelo desvio estatístico; 2) pela contrariação do padrão e norma absolutos; 3) por aquilo que é alvo de reação do grupo e 4) pela definição normativa, que considera que o desvio depende diretamente daquilo que é instituído como uma norma pelo grupo. Conceito que surge em 1950, e associado a estados de guerra, pobreza e situações sociais instáveis, evidencia uma tendência para a homogeneização de comportamentos desejáveis, exaltando o que é regra e rejeitando ou reprovando tudo o que se desvia dela. Surge, no entanto, outro dado que abrandava estas formas de classificação mais radical: a tolerância e o tolerável. Stebbins (1996, 2009) propõe uma diferenciação entre lazeres casuais e lazeres sérios, e uma definição para aquilo que considera ser o desvio tolerável. Este relaciona-se com aquelas práticas que, mesmo sendo controversas para a sociedade e para as normas por ela definidas, acontecem sem grandes reações ou reprovações. Estes desvios toleráveis estão normalmente associados ao prazer e, portanto, classificados como lazeres casuais. No domínio do prazer sexual, Stebbins (2009) apresenta como exemplos as práticas de “*cross dressing*”, a homossexualidade, espetáculos eróticos, o assistir a filmes pornográficos, a troca de casais ou as práticas de sexo em grupo. Sendo a sexualidade influenciada pela sociedade, pelos estímulos, cultura, política, em conjunto com aquilo que nos é instintivo, muitas das práticas eróticas e sexuais são reconhecidas como desvio pela sociologia, ou como patologia, na medicina. Já para Rojek (2005), as práticas podem ser discutidas moralmente quando implicam uma fronteira entre o prazer de um indivíduo e o sofrimento de outro. Recuperando Baudrillard (2011:215), a sociedade encontra-se de tal forma desacreditada que exige a sinceridade e que tal só revela a desconfiança permanente e a distância social que a fluidez das relações imprimiu, passando a tolerância a fazer parte do próprio sistema, e desta forma:

*“A tolerância conota moralmente a relatividade generalizada das funções/signos, dos objetos/signos, dos seres/signos, das relações/signos, e das ideias/signos. Na realidade, encontramos-nos para lá da oposição fanatismo/tolerância e da oposição engano/sinceridade. A tolerância «moral» não é maior que antes. Modificou-se apenas o sistema e passou-se para a compatibilidade funcional”.*

Esta compatibilidade permitiu que se desenvolvessem estilos de vida alternativos, associados a “mundos subterrâneos de lazer alternativo”<sup>58</sup> e que quanto mais alternativos e contra as normas forem, maior é o seu potencial para o desenvolvimento de identidades alternativas, subculturas e transgressão dos limites e normas sociais (Rojek, 1995:100).

As “*S ideas*” do turismo (*Sea, Sand, Sun, Surf, Sex...*) são associadas de forma recorrente ao tempo livre e ao tempo de férias, em locais paradisíacos, que combinam lazer e prazer, nas suas múltiplas formas. Tal como evidenciam Ryan & Hall (2005) nas campanhas publicitárias figuram frequentemente o céu azul, o mar, a areia, os casais românticos e felizes em corpos perfeitos, nas férias de sonho.

Para além do ideal de férias, é possível identificar práticas que estão no domínio do erotismo e da sexualidade, que se multiplicam em número e em formas (Nadais & Santos, 2012). Práticas públicas, privadas, secretas ou virtuais, existe um role de empresas especializadas em produtos e serviços, mas também uma indústria de consumos de experiências, que se dedicam a cuidar, a estimular e a satisfazer pelo corpo. Se, para uns, estas atividades são consideradas desvios, para outros representam a afirmação da liberdade de identidade, do estilo de vida, mas também de sensações, na busca por uma realidade, por si próprio, na fuga à rotina e quotidiano, e que lhes reconhece um carácter de refúgio, de alternidade, num contexto hedonista e permissivo (Lipovetsky, 2014). Por outro lado, Rojek (1995:89) evidencia um progressivo identificar de práticas, incluindo de lazer, que têm um carácter nocivo para o indivíduo e sociedade, a que o autor chama de “lazer letais”<sup>59</sup>, que tiveram o seu ponto mais crítico com o aparecimento e propagação do vírus da SIDA e da associação que era feita às práticas sexuais e à liberdade sexual que se vivia em 1960. Associado à homossexualidade, os termos “*gay*” e “*lésbico*” ganharam força revolucionária, na luta contra a estigmatização das relações homossexuais e as medidas políticas repressivas. Os estilos de vida e as práticas de lazer destes grupos foram entendidos como um perigo eminente para uma sociedade que os estigmatizou, assim como fez com os seus espaços, as suas práticas sexuais, ou destinos turísticos, como o Haiti ou África.

---

<sup>58</sup> Tradução livre.

<sup>59</sup> “*lethal leisure*”, no original.

A cultura sexual global identificada por Altman (2001) potenciada pela comercialização do sexo, pela escravidão sexual, e pelos meios de comunicação que tornam tudo global, fez com que o desejo e o sexo fizessem parte do dia-a-dia, em todas as esferas.

Assim, também o corpo se tornou objeto de consumo, o mais belo de todos eles, segundo Baudrillard (2011). Consumidor e consumido por produtos, o corpo rege-se por definições, cânones e pelos apelos hedonistas e eróticos da sociedade, em especial, a partir do momento em que ganha um destaque que até então era atribuída à alma. O corpo ganha importância e valor de patrimônio, e é alvo de investimento, pelos produtos, tratamentos, cuidados e tempo. Mais do que uma sociedade voltada para o culto do corpo, é uma sociedade para a transformação do corpo, já que as orientações tendem a pôr à prova o corpo natural pelo corpo ideal. A angústia de não ter o corpo modelo, orienta-o para o consumo e para as práticas que o moldem, o cuidem, o adequem e transformem. Agora é o consumo que se torna veículo de autossatisfação. As exigências estéticas, a moda, o expectável, a pose e a postura, tudo é manifestado no e pelo corpo. Quando o ter é mais importante que o ser, o indivíduo torna-se manipulado e manipulável, a fim de corresponder à imagem ideal e segundo o princípio normativo do prazer e do hedonismo (Baudrillard, 2011).

Para Rojek (1995), a Pós-modernidade impôs um ideal de corpo feminino, que foi usado pela indústria do lazer como objeto e símbolo de fantasias, desejo e erotismo. A definição destes modelos, destes corpos idealizados, correspondem à criação de patamares, metas e objetivos, que garantem aprovação na avaliação da condição e aptidão da imagem e corpo, que corresponde aos cânones do desejo comercializado, numa constante provocação e pressão, consciente e inconsciente, dessas mesmas imposições. Assim, o corpo ideal é projetado e difundido pelos media, pelas tendências de culto e cuidado do corpo, assim como por um estilo de vida associado ao prazer. Assim, o corpo vê-se coagido a ser veículo de exibição de consumos, mas também de estilos de vida, de medidas standardizadas e de performances.

Na sociedade de consumo de Baudrillard (2011), a personalidade é criada e adornada por objetos e signos, mas, ao invés da personalização, estabelecer a individualidade e a diferença, vai sim criar padrões e modas e, desta forma, harmonizar os consumidores para necessidades pré-estabelecidas. No entanto, isto não faz com que a discriminação deixe de existir, na medida em que determinados

produtos só estão acessíveis às elites. Segundo o mesmo autor, a sociedade de consumo, o modelo masculino é exigente, elege depois de analisar criticamente cada detalhe, classifica e dita o que é acertado escolher. Por sua vez, o modelo feminino concentra-se na autossatisfação, no narcisismo, complacência e solicitude, o que denuncia uma contínua hierarquia e domínio masculino, assente em valores que se arrastam no tempo. Apesar de uma quase unânime opinião da pressão que é exercida sobre as mulheres, no que diz respeito ao que a sociedade espera delas, desde o desempenho no lar, na academia, no trabalho, na política, na moda, na maternidade e das limitações que por estas e outras razões lhe continuam erradamente a ser impostas, assiste-se a algumas manifestações em sentido contrário ao socialmente esperado. Afirmações e posturas contracorrente têm vindo a multiplicar-se e vindo a ser entendidas como um movimento de poder feminino, sempre que se quebram os padrões tradicionalmente estandardizados. No entanto, não poderemos também ignorar que também os homens são cada vez mais influenciados e pressionados por modas e tendências, das medidas dos corpos de ginásio, aos cuidados estéticos que os definem desde o metrossexual ao *lumbersexual*.

Ainda Baudrillard (2011), entende que o corpo enquanto objeto de culto se orienta por dois eixos que definem uma nova ética: a beleza e o erotismo. Os dois modelos correspondem ao feminino e masculino, o *frineísmo* e o atletismo, estando o primeiro associado à beleza e sedução e o segundo à forma física e ao sucesso social. No caso do modelo feminino, a beleza passa a ser o seu norte, representando um imperativo absoluto e tendo a si associado um valor inquestionável. Relembre-se, por exemplo, a campanha “*Are you beach body ready?*” da marca de suplementos Protein World, no metro de Londres, em Abril de 2015, que lhe valeu milhares de assinaturas numa petição para a retirada do respetivo *outdoor*. Em Junho do mesmo ano, a LS Fitness também fazia campanha para perder o “excesso” ou a “bagagem extra” indesejada para o Verão, como mote para a inscrição nos ginásios. Já Feartherstone (1982) via o corpo como campo de batalha contra destruição e a decadência e os tratamentos para se manter jovem, bonito e garantir o elixir da juventude pelo culto ao corpo. No geral, os objetivos e ideais são de tal forma difíceis de alcançar que resultam numa insatisfação recorrente. Para Rojek (1995), é evidente uma tentativa de contrariar este sentimento pós-moderno recorrendo ao erotismo e ao desejo como forma de compensação ou fuga, mas que, na maioria das vezes, a satisfação é apenas intermitente.

Deste modo, a sexualidade acompanha a afirmação da sociedade de consumo e entra no mercado também como produto. Os apelos, as metáforas, as mensagens subliminares dos produtos, associam-se ao apelo erótico, e ao prazer que através dele o consumidor pode vivenciar. No entanto, Baudrillard (2011) adverte que na publicidade, mesmo que não surja de forma explícita, a sexualidade é usada como forma de manipular os consumidores, fazendo com que seja consumida direta ou indiretamente, já que é usada para despertar ou criar necessidades dos objetos e consumos, e não da sexualidade em si.

É assim que a sociedade pós-moderna associa o consumo o lazer e o prazer. Orientado por modelos e modas, o corpo é de fácil transformação, pelo consumo de si próprio. Produto e produtor de uma sociedade hedonista, está agora (des)orientada por normas liquefeitas, fugazes e temporárias. Os desejos instantâneos ganham respostas em atividades alternativas simuladas e banalizadas, mas também imediatas. Se as respostas aos apelos eróticos e sexuais encontram hoje várias respostas no domínio virtual, mas também em eventos que promovem a sensação de risco, como os encontros com desconhecidos, como veremos no capítulo seguinte. Torna-se indispensável lembrar as conclusões do segundo capítulo desta investigação, já que aquilo que à primeira vista, nos poderia parecer uma invenção dos tempos modernos, ou resultado exclusivo desta crise de valores, é refutado quando se procede a uma análise atenta que demonstra que muitas são as práticas recuperadas e reinventadas do passado. Afinal, o erotismo e a sexualidade não são novidade nenhuma.

### **3.5. Síntese**

Discutir o lugar do lazer, do trabalho ou da religião, a importância que cada uma destas atividades tem nas sociedades é, para além de complexo, tantas vezes contraditório. Tal como o trabalho, o lazer sempre esteve presente ao longo dos tempos, com outras atividades, de forma mais ou menos distribuídos pelos indivíduos, e condicionados à sua situação social.

O tempo e o valor que a ele é atribuído é que nos parece ter sido o responsável pelas mudanças. Se nas atividades rurais se permite tempo para que a natureza desencadeie os seus mecanismos, se dá o tempo necessário para que as culturas se semeiem, cresçam e amadureçam, a apanha também se regula por ciclos. A partir do momento em que passa a haver uma mecanização das tarefas de trabalho, forjam-se os tempos que antes eram respeitados. Cresce a impaciência, acionam-se meios para que as

produções sejam mais rápidas, eficientes, produtivas. Mais, em menos tempo, foi a orientação ganha por contaminação do processo de industrialização. Passa a não haver tempo a perder, numa sociedade que foi acelerada.

Assim, terá efetivamente sido o lazer a ganhar um novo valor? Ou o trabalho? Consideramos que é o tempo, aquela unidade de medida que, na verdade, tão pouco consegue acompanhar a velocidade que hoje permeia todas as atividades sociais. O relógio mantém a sua função de monitorização, mas é o trabalhador que se vê obrigado a ser mais eficiente, bem como em aprender a saber o que fazer com o seu tempo livre, condicionado com o ritmo que traz consigo do trabalho, acabando por imprimir no lazer um ritmo “fast”. As vivências e experiências de lazer mais “slow” são para aqueles que podem esquecer o relógio. Ou para aqueles que depois de trabalharem toda uma vida se ocupam de forma mais prazerosa, uma vez que já não têm pressa.

Se em determinado momento o ócio era a perdição das almas, hoje é o trabalho que acorrenta a impossibilidade de aproveitar a vida. No entanto, devemos ter presente que a discussão das conceções de lazer e trabalho, dos valores que encerram e do que representam, podem facilmente ser refutadas, na medida em que são, antes de mais, atividades sociais e culturais, mas também pessoais. A influência que o modo de experienciar, vivenciar, ou com que o indivíduo se entrega às atividades de lazer, podem-nos facilmente conduzir a contradições, em resultado do esforço e tentativa de racionalizar, normalizar experiências que são subjetivas. Se há aqueles que vivem condições de vida e de trabalho que os levam a entender o trabalho como uma obrigação, uma rotina pouco agradável, mas que à qual não podem fugir, outros acreditam que, ao fazerem tarefas que gostem, não terão de trabalhar um único dia. O valor que cada indivíduo atribui ao trabalho condicionará, certamente, a forma de o vivenciar diariamente.

São criados novos tempos de sociabilidade e novos espaços para o seu desenvolvimento. Ao mesmo tempo, reinventam-se espaços que tinham antes outras funções. A importância atribuída ao tempo e, em particular, ao tempo de lazer, faz com que se inicie uma nova época, do lazer pós-moderno, na sociedade contemporânea. Esta é caracterizada pelo tempo livre (Sue, 1982), contribuindo para uma sociedade do espetáculo (Débord, 1991), do divertimento (Langman, 1992), caracterizada também pela hipermodernidade (Lipovetsky & Charles, 2004).

Em resposta a novos contextos e valores, este tempo de lazer também permeiam as práticas e consumos de caráter erótico e sexual, que foram passando progressivamente do domínio doméstico e privado, para o público, numa erotização da sociedade. São estas práticas que abalam a norma e que, em parte, se associam ao desvio, que dedicaremos o capítulo seguinte.





CAPÍTULO IV  
LAZERES ERÓTICOS E SEXUAIS: PRÁTICAS E  
CONSUMOS





## CAPÍTULO IV

### LAZERES ERÓTICOS E SEXUAIS: PRÁTICAS E CONSUMOS

#### 4.1. Introdução

No presente capítulo abordaremos, tanto quanto possível, as práticas e consumos de lazer erótico e sexual presentes na sociedade hipermoderna, a partir de uma análise transversal dos contributos académicos, que têm vindo a interessar-se recentemente por esta matéria. Aitchison (1999:30) considera que a era pós-positivista da geografia permitiu a discussão de novas áreas a que chama de novas geografias culturais, próximas das temáticas da sociologia e da cultura que agora “se combinam para investigar a multiplicidade de comportamentos, significados tendências de consumo e identidades<sup>60</sup>” no contexto do lazer e do turismo. Para aquela autora (1999:35), até então, o entendimento e interpretação da espacialidade não teria tido em consideração os aspetos de género e sexualidade, mas que atualmente se começa a dar mais atenção a estas questões, no contexto do lazer e do turismo, bem como ao potencial impacto que podem ter na “construção cultural da sexualidade e do corpo em relação ao espaço e aos lugares”.

Dada a importância que a indústria do lazer regista a nível mundial, e num período hipermoderno onde as transformações dos valores sociais e culturais alteraram a própria noção de risco, são vários os autores que entendem ser importante prestar atenção aos desvios. Para Smith & Raymen (2016) o comportamento desviante no lazer tem vindo a ser reclamado e apresentado como forma de resistência, com se verifica em atividades como o graffiti, as corridas de carros ilegais ou os desportos radicais, já que se verifica um entendimento generalizado de que são as ações, nomeadamente aquelas que se encontram em desvio das socialmente normalizadas, que contribuem para a criação ou afirmação de uma identidade. É através delas que se procuram novos sentidos e propósitos, a aventura, o risco, o desafio, e o prazer, movidos pelo desejo de que algo aconteça.

---

<sup>60</sup> Tradução livre.

Torna-se inevitável esta abordagem para servir de suporte aos capítulos que exploram estas práticas em particular, na componente empírica da investigação.

## 4.2. Enquadramento

Nas últimas décadas, a discussão da sexualidade foi passando progressivamente para a esfera pública, numa crescente banalização da temática, entre conteúdos mais ligeiros presentes na comunicação social, ou assuntos terapêuticos, assim como numa trivialização no uso de imagens, palavras ou conteúdos eróticos e sexuais, como arma de propaganda (Alpoim, 2013).

Scoats, Joseph & Anderson (2017) referem que se regista uma tendência para que o desejo e a sexualidade se afirmem como uma forma de consumo, em resposta a uma procura constante de algo de novo nas experiências sexuais, numa democratização do desejo (McNair, 2002), resultado da acessibilidade, mas também do pluralismo das práticas. É neste contexto que pretendemos apurar quais são as ofertas que são divulgadas pelos *media*, quais as perceções e as práticas da população portuguesa na componente empírica do nosso estudo. Worthington (2005) refere que apesar de se saber que os resultados económicos destas práticas são bastante relevantes, são escassos os dados oficiais.

Conhecida como *Evening-Night Time Economy*, o ambiente da noite é para muitos, lugar enquanto espaço de lazer noturno, e tempo de uma metamorfose e de libertação de quem a vivencia. Funciona como um espaço isolado, onde as rotinas são quebradas ou esquecidas, onde a falta de luz confere mais sigilo, mais cumplicidade e maior permissão. Numa referência ao trabalho de Santos & Moreira, 2012, Santos (2011:336) refere que daqui decorrem as transgressões, os desvios, e as consequentes “*alterações das normas de comportamento, através do prazer, da emoção e da excitação*”. O mesmo autor considera ainda que a noite “*contém em si sementes de revolução social e cultural, atitudes em relação ao sexo e relacionamento inter-género e à superlativação do hedonismo*”.

Lembrando Hollands (1997), a cidade é considerada como um local importante para a expressão da modernidade, espaço público onde é bastante mais visível a exibição e reafirmação da identidade. Após o enobrecimento urbano que se deu durante o período de declínio económico mais acelerado, a cidade torna-se alternativa consistente ao sentimento de identidade. Além disso, estes espaços de consumo

não discriminavam a população local, e esta apropria-se dos centros das cidades durante a noite, reclamando certas áreas como suas. Para o autor, o fenómeno de “sair à noite”, enquanto “rito de passagem” temporário, alargou-se em virtude do adiamento do casamento e da transição para a atividade profissional a tempo inteiro, criando uma espécie de perpétua pós-adolescência. O mesmo autor encara este rito de passagem como um espaço mais permanente de formação de identidade, espaço esse que, não só implica elementos de uma cultura ocupacional tradicional reinventada, como também um envolvimento com “culturas de risco” alternativas, que, por seu turno, tendem a extravasar os limites daquilo que são os papéis aceitáveis em termos de classe e de género.

A propósito da discussão sobre as práticas e a contribuição que os estilos de vida dão para a construção da identidade, é inevitável lembrar Bauman (1996), que entende que ela é, antes de mais, uma invenção da modernidade, e que na pós-modernidade o indivíduo já não se preocupa em criar, mas em mantê-la. Para o autor, o turista é uma das suas personagens da pós-modernidade. Bauman (1996) caracteriza o comportamento do turista pela constante procura da novidade, até bizarra, de experiências excitantes, alternativas, mas seguras. De facto não procuram toda aquela verdade, mas apenas querem ser “beliscados”<sup>61</sup> por ela, para que desta forma se consigam sentir em segurança.

Devemos referir, no entanto, que no que diz respeito às práticas de lazer, em particular as associadas a temáticas como o sexo e o erotismo, nem todos se desenvolvem num espaço físico. A internet permite desenvolver uma série de práticas e relações virtuais. Também os serviços por telefone, a televisão e os filmes são hoje de muito fácil acesso à maioria da população. Desta forma, os espaços de lazer também têm sofrido uma transformação, onde a individualização das práticas dentro das paredes do lar é possível, de forma confortável, sigilosa e confidencial. Os trabalhos de Becker (1963) e Garber (1992) contribuíram para mostrar como proliferaram os submundos do lazer, associados a práticas alternativas e desviantes (Rojek, 1995).

Neste contexto, Baudrillard (2011:175) distingue erótico da sexualidade:

*“Importa distinguir o corpo erótico e sexualidade, dos signos cambiados do desejo, do corpo enquanto lugar do fantasma e habitáculo do desejo. No corpo/pulsão e no corpo/fantasma predomina a estrutura*

---

<sup>61</sup> Bauman (1996) usa o termo “tickle”.

*individual do desejo. No corpo «erotizado», predomina a função social da permuta. Neste sentido, o imperativo erótico que tal, como a cortesia ou tantos outros rituais sociais, passa por um código de signos, reduz-se (como imperativo estético na beleza) a variante ou a metáfora do imperativo funcional”.*

Assim, o corpo erotizado não é o erótico original, verdadeiro, mas sim um conjunto de signos que, organizados e potenciados, provocam reações orquestradas. O corpo erótico é preparado, há todo um calculismo para que o corpo seja funcional, provoque reação pelo objeto desejado. O erótico é então um complexo esquema construído socialmente tanto pelas normas aceitas como pelo contexto sociopolítico e económico em que está inserido, bem como pelos signos e símbolos que contribuem para a sua construção, e que concorrem para a própria organização da sociedade.

Como vimos no capítulo anterior, na verdade, o consumo é realizado para que se possa produzir mais, o que revela que, apesar de aparentemente representar o resultado de uma escolha individual, que tem como objetivo a satisfação das suas necessidades, está irremediavelmente relacionado com uma estrutura de produção, não só de objetos, mas também de signos que contribuem, por influência de valores e estatutos, a que outros também realizem os mesmos consumos.

### **4.3. Os espaços e as práticas**

Tentar desvendar e caracterizar as práticas eróticas e sexuais não é possível sem antes dedicarmos um momento à análise do espaço e da geografia.

Incontornável nome da filosofia, Michel Foucault (1967) apresenta uma interpretação das funções do espaço a partir da teoria das heterotopias. Para este autor, as preocupações com a ocupação território existem desde sempre. Durante a Idade Média, o espaço estaria dividido em dois grandes grupos: lugares do homem e lugares da teoria cosmológica. Ao primeiro cabiam os lugares sagrados e lugares profanos, os lugares protegidos e os lugares sem proteção, os lugares urbanos e os lugares rurais. Ao segundo, os lugares supracelestes, lugares celestes e lugares terrestres. A importância dos lugares e dos espaços, não dependem somente de questões de proximidade ou afastamento, mas também das relações que estabelecem com o meio, ou seja, com a forma como influenciam e são influenciados por aquilo que os rodeia (ver Bachelard, 1998).

Foucault (1967:4) evidencia a contínua presença do sagrado nos espaços, mesmo que de forma pouco evidente e considera que tal pode ser verificado na necessidade de um estabelecimento de fronteiras entre espaços que de alguma forma reúnem condições para se considerarem opostas, como o caso “público-privado”, “família-social”, “cultural-funcional”, “lazer-trabalho”. Esta divisão suscita o interesse do autor, na medida em que, partindo do princípio que os sítios são realidades que espelham as relações com o meio, reconhece que alguns espaços têm características tais que “suspendem, neutralizam, ou invertem o conjunto de relações que eles designam, espelham ou refletem”, a que chama de utopias, espelho e heterotopias.

As utopias<sup>62</sup> são espaços irrealis, uma inversão da realidade ou um aperfeiçoamento da mesma, mas que, acima de tudo, não existe. As heterotopias<sup>63</sup> são a materialização das utopias, mas que, apesar de reais, estão à margem. O nível intermédio é o espelho, que é ao mesmo tempo utopia, porque é uma projeção do real, mas não real, e heterotopia, porque o espelho existe e é através dele que é possível ver o próprio reflexo.

As heterotopias, alvo do interesse especial de Foucault, são definidas a partir de quatro princípios, e que apresentamos de seguida:

O primeiro princípio afirma que todas as sociedades e culturas têm heterotopias, fazendo com que não sejam universais. O autor atribui-lhe, no entanto, duas categorias principais: as heterotopias de crise, que representam lugares reservados para indivíduos em estado de crise, onde se incluíam os adolescentes, mulheres menstruadas, grávidas, os idosos, etc., o internato, espaços para “manifestação da virilidade sexual” e “viagem de lua-de-mel”; e as heterotopias de desvio, que substituem as anteriores. Segundo o autor, são “aquelas nas quais se colocam os indivíduos cujo comportamento é de desvio (transgressivo) em relação ao meio ou norma exigida”, como as casas de repouso, clínicas psiquiátricas e prisões. O autor acrescenta (a propósito da velhice entre o desvio e a crise) que na nossa sociedade onde “o lazer é a regra, a ociosidade é uma espécie de desvio” (Foucault, 1967:6). A função

---

<sup>62</sup> Para Foucault (1967:4) as utopias “são lugares sem uma localização real. São lugares que têm uma relação geral de analogia direta ou invertida com o espaço real da sociedade. É a própria sociedade aperfeiçoada, ou é o inverso da sociedade, mas em todo o caso, essas utopias são fundamentalmente, essencialmente, espaços irrealis”.

<sup>63</sup> Para Foucault (1967:4), as heterotopias são “*counter-sites*”, “espécies de utopias efetivamente realizadas nas quais os lugares reais, todos os outros lugares reais que se podem encontrar no interior da cultura são simultaneamente representados, contestados e invertidos; espécies de lugares que estão fora de todos os lugares, mesmo quando eles sejam efetivamente localizáveis”.

de uma heterotopia pode variar de acordo com a sociedade ou cultura em que se insere, na medida em que “cada heterotopia tem uma função precisa e determinada no interior da sociedade e a mesma heterotopia pode, de acordo com a sincronia da cultura na qual ocorre, ter uma função ou outra”, dando o exemplo do cemitério ao longo dos séculos, e do que este representava (Foucault, 1967:6). Dando como exemplo o teatro, o cinema, o jardim, pelos múltiplos espaços que agregam (Foucault, 1967:6) afirma que “a heterotopia é capaz de justapor num único lugar real, diversos espaços, diversos lugares que são eles mesmos incompatíveis”. Refere ainda que “as heterotopias estão ligadas, na maioria dos casos, a recortes do tempo”, como os museus, as bibliotecas, numa “espécie de acumulação de tempo indefinida e perpétua num lugar imóvel”, que se opõem às temporárias, como as feiras e cidades de férias (Foucault, 1967:7,8) e que pressupõem sempre um sistema de abrir e fechar que ao mesmo tempo as isola e as torna penetráveis”, dando o exemplo de “famosos quartos de motel americano onde um homem vai com o seu carro e a sua amante e o sexo ilícito e ao mesmo tempo protegido e totalmente escondido, permanecendo isolado sem entretanto ser permitida a sua abertura” (Foucault, 1967:8,9). Por fim, considera que as heterotopias têm uma função em relação aos outros espaços, que pode ser ou “criar um espaço de ilusão que denuncia com mais ilusório ainda todo o espaço real, todos os lugares dentro dos quais a vida humana é compartimentada” (como os bordéis) ou criar “outro espaço, um outro espaço real, tao perfeito, quanto meticuloso, tão bem arranjado como os nossos são desordenados, mal construídos e confusos” (Foucault, 1967:9).

De outra forma, Cohen & Taylor (1992) apresentam três grupos de atividades de lazer, através das quais se contrariam os constrangimentos da sociedade moderna. As atividades enclave incluem todas as práticas que manifestam uma escolha e autodeterminação, que sejam compatíveis com a rotina, como os *hobbies*, o sexo, o desporto e o jogo. As atividades de “*landscaping*” consistem em mudar de ambiente para fugas fantasiadas, como no caso das férias, e aventuras, como forma de quebrar com a realidade envolvente. Por fim, as atividades de “*mindscaping*” são aquelas que pretendem provocar uma alteração no estado de consciência, e podem acontecer com recurso ao consumo de drogas e terapias, mas tendo como principal objetivo a descoberta de si mesmo.

Numa outra perspetiva, sendo o lazer uma prática que escolhemos por prazer, depois de cumpridas as obrigações e tarefas que nos são impostas no quotidiano, Stebbins (2008) sugere uma distinção entre “*casual leisure*” e “*serious leisure*”. Enquanto o primeiro se refere às atividades de lazer a que o

indivíduo se entrega com naturalidade, o segundo caso refere-se a práticas que, de alguma forma, são reflexo de escolhas ponderadas e tomadas de acordo com a própria identidade e estilo de vida do sujeito, alternativos (Bergstrand & Sinski, 2010) já que estas atividades de lazer também concorrem para a construção daquelas. Se Stebbins (2008) considera que o sexo recreativo faz parte do “*casual leisure*”, Worthington (2005) sublinha o carácter da prática e da forma como esta influencia ou molda o estilo de vida dos participantes, que respondem a normas de conduta, espaços, códigos e valores de algumas práticas de lazer erótico e sexual que têm vindo a afirmar uma definição de cultura própria, como no caso dos *swingers*.

Também alguns eventos apresentam uma função de suspensão da realidade, como apresentado por Rojek (1999) com o seu conceito de Canivalesco na sociedade. Refere como exemplos os parques de diversões e outras atividades e espaços de lazer semelhantes, que se encontravam à margem da sociedade, para funcionar como escape.

Assim, os parques e a atração que eles tinham na população relacionava-se com a exibição *freak* dos seus animadores, com capacidades estranhas ao comum cidadão. Rojek (1995) considera que a presença que o grotesco tem no lazer, assim como a proliferação dessas atividades, contribuiu para que se reforçasse o desejo pelo outro, pelo diferente, e que a conotação negativa associada na modernidade, tenha contribuído para um maior interesse e fascínio pelos corpos e práticas do desvio. Por outro lado, a permissividade que lhes estava associada acabaram por fazer com que caíssem em decadência, também devido às críticas da classe média e daquilo que entendiam que deveriam ser as normas de conduta.

Para Shields (1991) é possível observar uma tendência para a definição de extremos e fronteiras entre esferas, iniciando-se desde logo por perceptíveis diferenças culturais, da conceção de um “superior” e do “outro”, mas também no que se refere a conceções de tempos e espaços liminares, das normas e dos desvios. É a partir desta leitura que concebe os tempos e espaços de lazer, e em especial do turismo, como possibilidades toleradas socialmente de quebrar com a rotina, mas também com determinadas normas, ou adequar comportamentos a uma maior permissividade. Não se trata de um conceder de liberdade total, mas de uma suspensão ou adequação entre as imposições morais e normas sociais e uma reclamação de maior liberdade e libertação de constrangimentos, a que Michel

(2009) chama de tempos-espacos de alternidade<sup>64</sup>. Tal como apresentado anteriormente por Butler (1999), e Aitchison (1999) considera-se que a definição dos limites, fronteiras e normas resultam na verdade do processo de identificação do “outro” e na conseqüente diferenciação daquele, bem como da noção do espaço que é ocupado no contexto normativo. Assim, os participantes suspendem o cumprimento de determinadas normas naquelas atividades e espaços, para que se ajustem às regras, requisitos, condutas, códigos, rituais daqueles espaços onde essas normas também estão ausentes (Green, 2008).

Para além destas questões, aquilo que alguns autores referem como sendo uma tendência para uma maior liberalização das práticas, suscita a discussão de Hubbard (2009) que questiona as preocupações das cidades a propósito do planeamento e, em particular, da forma como se concede licenciamento a espaços de transgressão. Para o autor, as autoridades estão dotadas de meios para que haja um maior controlo sobre o tipo de ofertas e atividades que estes locais apresentam, mas também devem atender à sua localização geográfica.

#### **4.4. Práticas e consumos de lazer erótico e sexual**

A palavra Erótico surge do Grego “*Eros*”, e é usada pela primeira vez em França, no século XVI. Acompanhada pela mais variadas formas de e construções de fantasias, é impulsionada pelo desejo, e representa para Baudrillard (2011) o ponto mais alto do espírito humano.

As transformações que se registam na viragem do período moderno foram responsáveis pelo surgimento de novos estilos de vida que foram conquistando os seus espaços nas cidades, nomeadamente aqueles onde as práticas eróticas e sexuais são mais toleradas, a que Green (2008) chama de “*Erotic Worlds*”. O autor considera que, apesar de alguns reconhecerem nestes espaços plataformas de reivindicação e afirmação de liberdade, não se pode ignorar o seu potencial de exploração e estratificação de acordo com diferenças de sexo, idade, nacionalidade e outras variáveis,

---

<sup>64</sup> “And so the attempt to escape perishes because it depends upon the very conventions wich make everyday life possible. By searching for the total sexual encounter, the orgy of freedom and self-expression, the unbrudled carnivalesque and the other ‘real’ experiences wich lie beyond of civil society, we colide with the antinomies of our desire” (Rojek, 1999:88).

chamando desta forma as discussões sobre o exercício do poder na sexualidade, que já tivemos oportunidade de abordar anteriormente.

Para Smith (2010), um dos símbolos e imagens para o sexo, amor e romance no cinema e nos *media* em geral é a água. O elemento aquático revela emoções através de piscinas calmas, mares tempestuosos, nevoeiro, gelo, pingos de chuva ou falta de água. São inúmeras as fontes cinematográficas que registam estes cenários, e de fácil associação com emoções que se relacionam como o amor, o desejo, o sexo e o prazer. De facto, os cabelos, roupas e a própria pele e as roupas ganham uma nova aparência quando está molhada (como em concursos miss t-shirt molhada ou lutas na lama). O olhar é facilmente atraído para o que é brilhante, das joias, dentes, o óleo ou a água, sendo estes efeitos usados para tornar mais atraentes/atrativos alguns produtos, como as flores ou os modelos.

As alterações de comportamentos de higiene erotizaram os banhos, os cuidados de perfumar o corpo, e o apelo erótico associado às piscinas ou *jacuzzis*. Nos dias de hoje, reconhece-se o valor e poder da água, na publicidade, no imaginário do destino turístico, dos destinos paradisíacos, nos cuidados com o corpo, assim como acontece na arte, no cinema ou na literatura.

Em diferentes períodos da história, o lazer associado à água teve variadas formas. Os Romanos criaram as *Thermae*, o banho público usado como higiene e terapia, mas também como uma prática social. O *Hamam* é associado a métodos terapêuticos usando o vapor. Durante a luta contra a Peste Negra, os banhos públicos tornaram-se proibidos<sup>65</sup>, sendo definidas regras para tomar banho, como “repouso, acamamento, proteção dos corpos com roupas” (Ribeiro, 2009:114). Tomar banho transformava-se numa má prática, associada a falta de higiene. Como exemplo, e por curiosidade, podemos referir que nas cartas de amor para a sua esposa Josefina, Napoleão Bonaparte pedia-lhe que esta não tomasse banho até que ele regressasse da batalha, para assim garantir que reteria o seu cheiro pessoal, havendo uma preferência por odores animais (Dolby, 2014).

---

<sup>65</sup> “os médicos, em tempos de peste, denunciavam as casas de banho onde conviviam os corpos nus e indicavam que as pessoas fugissem das casas de banhos e estufas. Um número cada vez maior de cidades impunha o encerramento das casas de banhos e estufas” (Vigarello, 1996:9).

Assim sendo, e segundo Ribeiro (2009:113), desde o fim da Idade Média, e até metade do século XVIII, “a limpeza dispensava a água e ignorava o corpo, excetuando-se o rosto e as mãos, únicas partes expostas”, já que a água era considerada invasora e facilitadora da impermeabilidade da pele, que se tornava assim mais sujeita a maleitas. O voyeurismo que era visível nos banhos públicos transferiu-se para os banhos privados do século XV, nos quartos, onde os senhores da casa eram “acompanhados” pela presença de criados que os auxiliavam no ritual, ou pela porta entreaberta, como representado na Escola de Fontainebleau. Segundo Ribeiro (2009:115) vários pintores “representaram essas damas nuas parecendo felizes em seu autoerotismo; representavam-nas também posando como Vênus ou Diana, tendo por cenário um bosque com um curso de água para o banho ou em um montículo de terra”. Os banhos privados vão desaparecendo nos séculos XVI e XVII, passando para tanques dos jardins. A higiene do corpo consistia na limpeza com tecidos perfumados, sob orientações de higienistas como Jean du Chesne, e decorrentes de manuais como o de Jean-Baptiste de La Salle, de 1736, sobre o controle corporal e a civilidade. No século XVIII, o banho frio é estudado sob o ponto de vista terapêutico, visando a contração, a circulação e o vigor (Ribeiro, 2009).

Atualmente, a água é usada como símbolo de fantasia e erotismo em diferentes contextos. Os hotéis, e em particular os motéis, oferecem alguns produtos de valor acrescentado que se relacionam com a água, como piscinas, banheiras de hidromassagens, *jacuzzis*, chuveiros, camas de água, banhos de espuma e massagens especiais, explorando a água e o elemento líquido em muitas e variadas formas. As piscinas ganham importância e popularidade em 1800, tornando-se símbolo de *status* social. Outros empreendimentos hoteleiros pelo mundo especializaram-se numa oferta aquática, como são os casos: Hotel subaquático: – Jule’s undersea Lodge, especializado em viagens de curta duração e casamentos; Restaurantes e Night Clubs panorâmicos subaquáticos, como nas Maldivas; um hotel submarino, Lovers Deep, que funciona como motel; casas subaquáticas luxuosas (avaliadas em 10 milhões de dólares) como H2ome. Também na área da saúde e bem-estar as ofertas também se multiplicam, como as massagens aquáticas recorrendo a técnicas de *watsu style* e *shiatsu*.

A pintura é outra forma de representação da água e do seu simbolismo. Diferentes estilos, em diferentes períodos na história representaram este elemento e sugeriram algumas interpretações. É possível

identificar algumas obras de especial interesse em diferentes períodos e estilos<sup>66</sup>, mas também na literatura erótica. Compreendendo histórias factuais e ficcionais com significado erótico, existem coleções temáticas sobre o elemento aquático, como o *Aqua Erotic*, o primeiro livro do género à prova de água.

Estas representações, nos *media* em particular, provocam a imaginação e as fantasias, para além de terem contribuído, ao longo do tempo como uma influência clara para a banalização de determinadas práticas sexuais (Worthington, 2005) Os imaginários do turismo são aquilo que esperamos sobre as nossas férias e sobre os nossos destinos turísticos, fazendo com que o marketing turístico use imagens e discursos sedutores (Salazar, 2012) fazendo do sol, o mar e a areia (*sun, sea and sand*) imagens associadas a praias, ao pôr-do-sol, à água e ao amor.

A associação entre turismo, lazer, erotismo e sexualidade levam facilmente a associações com o turismo sexual (Brás, 2006), prática desencorajada pela Organização Mundial do Turismo, e da preocupação de toda a sociedade, e de especial atenção pelas entidades que asseguram a proteção e que lutam contra a exploração sexual de mulheres, homens e crianças, e que, em alguns casos, envolvem tours e serviços sexuais em países cujas populações são mais desfavorecidas (Evans; Forsyth & Woodgel, 2000). Em particular, o tráfico de seres humanos é muitas vezes conhecido como a escravidão dos tempos modernos, e é uma atividade criminosa que consiste na submissão da vítima a formas de exploração severas para aproveitamento económico do explorador.

Os autores Berbychevsky, Gobson & Poria (2013) evidenciam que se tem vindo a dar uma progressiva maior atenção a atividades não criminosas que estão relacionadas com o turismo e a prática sexual, no que se refere a atividades consentidas e que não tenham um objetivo comercial, como, por exemplo, aquilo a que Worthington (2005) chama de "*sex holidays*" numa referência às ofertas de serviços relacionados com a economia do turismo que apresentam um role de práticas através de agências de viagens especializadas, assim como em *resorts* e clubes de sexo.

---

<sup>66</sup> Nomeadamente do Renascimento: Sandro Botticelli (1483) "Birth of Venus"; Neoclássico: Jean Ingres (1856) "La Source"; Romantic: Nurme-Jones, E. (1875) "The mirror of Venus"; Simbolismo: Waterhouse, J. (1896) "Hylas and the nymphs"; Impressionismo: Klimt, G. (1907) "Dane"; Expressionismo: Gauguin, P. (1892) "By the Sea"; Cubismo: Picasso, P. (1907) "Les Demoiselles d'Avignon; Arte Contemporânea: Filsh, E. (1984) "Cargo cults".

Para Aitchison (1999), o turismo sexual é responsável pela criação, uso e proposta da imagem de mulheres como o “outro” exótico, mas que tal já não acontece nos casos de outros tipos de turismo, como o patrimonial ou cultural, onde esse “outro” feminino é invisível e ausente da paisagem turística imaginada. Esta premissa de um corpo feminino erotizado nos próprios destinos faz com que se ignorem os comportamentos sexuais durante as férias. Contrariando esta tendência, o estudo de Berbychevesky et al (2013) pretendeu analisar, com recurso a entrevistas, o comportamento sexual de mulheres durante as férias. Os resultados demonstram uma associação que as participantes fazem a uma maior sensação de liberdade e espontaneidade, também potenciado pelo anonimato, durante o período de férias. No entanto, apesar de as normas não serem totalmente esquecidas, são claramente alteradas, fazendo com que a análise dos discursos revelasse uma diferenciação entre espaço social e pessoal, interno e externo. Se para alguns inquiridos o comportamento sexual habitual é condicionado diariamente e consegue, em contexto de viagem uma verdade libertadora, também se verificou o registo do contrário, da verdade em casa e de uma encenação no destino turístico. Para os autores, esta aparente contradição não o é realmente, considerando que a viagem, o que permite na realidade, é dar espaço e oportunidade para o surgir de uma nova faceta individual, seja ela qual for.

Vimos já que o aumento da produção, a revolução industrial, o capitalismo e o consumo tiveram um impacto na organização da vida social, económica e política. Os produtos surgem por impulso e são adquiridos na impulsividade. Se recuperarmos o discurso de Paul Lafargue (1998:46), em 1880, vemos que na altura“ (...) o grande problema da produção capitalista já não é o de encontrar produtores e multiplicar as suas forças, mas o de descobrir consumidores, de excitar os seus apetites e de criar neles necessidades fictícias”. Quase 140 anos depois, este processo conduziu a uma “hegemonia do erótico” Wilton (2004). No caso do lazer, os participantes apuram o seu sentido hedonista e exploram as ofertas de produtos e serviços que se relacionam diretamente com o sexo e o erotismo, numa procura de experiências e prazeres diferenciados, na medida em que o consumidor se permite a uma maior excentricidade, e a um desvio à norma padrão. Se em matéria de sexo, as normas e a censura arvoram tabus e preconceitos, também sabemos que o sujeito pós/hipermoderno está recetivo a experiências marcadas pela adrenalina, busca a emoção e o risco, nomeadamente em algumas oferta de lazer e turismo onde o erotismo e o sexo está presente, tanto em estruturas tradicionais como especializadas e alternativas (Nadais & Santos, 2012), também potenciadas pela tecnologia.

De acesso restrito ou condicionado, as ofertas de lazer erótico estão associadas a um submundo económico, de clientes específicos. A necessidade de garantia de anonimato é essencial em algumas situações, mas a exigência de salvaguarda da intimidade e dos olhares da sociedade também. No entanto, regista-se igualmente a existência de ofertas que, ao se apresentarem como uma inocente transgressão, infantilizam-se e tornam brandas as críticas. As despedidas de solteiro representam bem a ironia do festejo de um (em tempos, tradicionalmente) início da sexualidade, com recurso a uma série de objetos *kitsh*. Por outro lado, a noite de núpcias surge associada a uma série de expectativas de celebração pelo sexo a que Shields (1992) chama de “explosão lúdica” que é potenciada por uma série de ofertas providenciadas pelos hotéis, de acordo com ideias preconcebidas (e carnavalescas, para o autor), pelas revistas que exibem ou tratam de forma ligeira a sexualidade, mas que em muito contribuem para a construção do imaginário. Tal também se verifica nos hotéis, apresentados tematicamente, com *jacuzzis*, colchões de água, cadeiras eróticas, entre outras ofertas.

As práticas de futuro estarão certamente relacionadas com a exploração das possibilidades da tecnologia e da internet. Em 2012, numa altura em que se faziam os primeiros testes de voo da empresa de turismo espacial Virgin Galactic, Hugh Hefner, fundador da Playboy, afirmava que a sua equipa estava a trabalhar num projeto para a criação de uma oferta de entretenimento erótico e sexual no espaço (Malick, 2012). Por sua vez, a companhia Flamingo Air, companhia aérea de Cincinnati, criou um serviço de “aventuras românticas” num avião privado que funciona como um motel voador para comemorar datas importantes para o casal.

Os encontros às cegas apresentam-se com frequência na secção dos classificados dos jornais (Kelley & Malouf, 2013). Com a progressiva afirmação das ferramentas digitais, aquela via pode ter perdido participantes, mas continua a ser uma opção para quem não faz uso das novas tecnologias, para ter encontros com desconhecidos. As oportunidades para conhecer pessoas é também promovido através de eventos sociais, por empresas especializadas nos serviços de “*matching*”, de encontros às cegas, sendo que o evento permite um primeiro contacto pessoal, o que se pode apresentar como uma opção mais segura, quando comparada com aqueles agendados através de *sites* ou aplicações para encontros.

Se o desenvolvimento da internet é um marco na transformação em todo o sistema de comunicação, as aplicações móveis (*app*) desenvolveram-se como um *software* com possibilidades múltiplas, por se

tornarem acessíveis a partir da sua instalação em *smartphones*, *tablets*, ou computadores pessoais. As *app* para encontros fazem uso de um sistema de alarme de proximidade de localização para potenciais encontros, ou seja, a partir das coordenadas disponibilizadas pelo GPS, o *software* da aplicação irá encontrar, tendo como ponto de referência a localização geográfica, utilizadores para fazer a correspondência (Blackweek, Birnholtz & Abbott 2014). Estas plataformas ou aplicações de encontros são, antes de mais, sistemas de mediação de encontros, que garantem uma forma de duas pessoas comunicarem entre si, se conhecerem e, se encontrarem. A comunicação a partir destes programas é instantânea e imediata, e recorrentemente vista como mais facilitadora, já que as suas características permitem uma sensação de maior segurança, potenciando um maior à vontade para os participantes se expressarem de forma menos condicionada.

Antes desta nova era de tecnologia de última geração, Lefebvre (2017) lembra que nos anos 1990 os *chats* online eram meios de descrição das características, reais ou não, dos interlocutores, que desta forma se conheciam, mas que a evolução destas ferramentas, e nomeadamente a possibilidade de associar uma fotografia de perfil, acabou por substituir esta componente descritiva, passando a valer a imagem e a popularidade expressa pelos “*likes*”.

As redes sociais *online* multiplicam-se e são também usadas para conhecer pessoas. No entanto, se atendermos somente às aplicações móveis (*app*) para encontros, verificamos que, seguindo uma tendência de segmentação, se vão diferenciando por características que são, ao mesmo tempo, parte integrante da sua identidade.

Uma das aplicações mais populares para encontros é o Tinder. Lefebvre (2017) analisa as características desta aplicação, que surge no mercado em 2012, e está desde sempre disponível de forma gratuita, para além de não exigir qualquer dado de identificação aos usuários. O autor afirma que a aplicação, ao assumir-se como potenciadora de encontros sexuais de diferentes tipos, ganha desta forma um carácter de entretenimento, numa espécie de jogo. O estudo evidenciou que são em 85% os jovens adultos entre os 18 e os 30 anos os que mais acesso têm à internet e que é também nesta fase que estarão mais predispostos a experiências sexuais e a relacionamento, o que muitas vezes acontece através destas aplicações. Os estudos do Pew Research Center (Smith (2016); Smith & Anderson, (2015); e Smith & Duggan (2014)) a propósito destas ofertas e do seu consumo pelos americanos

evidenciam uma maior utilização por jovens entre os 18 e os 30 anos, maioritariamente do sexo masculino (62%) e na sua maioria solteiros (54%). Em 85% dos casos, as idades dos participantes situam-se entre os 18 e os 30 anos.

As aplicações móveis, os *sites* ou as interações virtuais são várias as ofertas no mundo online. Kibby & Costello (2001) consideram que estas plataformas concorrem para a construção das representações sexuais dos próprios participantes, possibilitando uma transgressão das normas, inclusive de género, multiplicando os cenários fantasiosos, como acontece no consumo de pornografia.

Para McNair (2002), a pornografia vai além do erotismo, na medida em que o que representa são as fantasias sem as amarras das normas sociais que, pelo seu consumo carácter reservado e privado e, apesar de acessível, não está totalmente disponível, que consegue manter os segredos da vida privada. As primeiras revistas pornográficas surgem em 1950 e desenvolvem-se ao longo de uma década. Em 1980 a pornografia passa a ser difundida também pela televisão e por videocassetes, que afirmam o seu consumo privado. Na década de 1990, a acessibilidade oferecida pela internet foi crescendo até aos dias de hoje, de forma quase incontrolável, pelo menos no que se refere a um possível controlo ou censura por determinadas entidades. Definida como material que faz referência explícita ao sexo, foi desde sempre retratada pelas diversas culturas, desde as representações em mosaicos gregos e romanos, na poesia, no Kamasutra indiano, nas baladas medievais, no teatro francês ou na arte.

O estudo de Young (2008) atentou à adição de consumo de sexo online, englobando todas as práticas que se relacionassem com ver, armazenar e trocar pornografia via internet, assim como participar em atividades de “*role-play*” ou fantasias em *chat rooms*.

A tendência para o recurso a imagens sexuais explícitas nos meios de comunicação, nomeadamente nos filmes e na publicidade generalizou-se. Para McNair (2002) tal pode não ser considerado como pornografia, mas uma cópia, a que chama de “Porno-chic”. Esta propensão surge em 1990 como expressão cultural de transformações de interesses, em linha com a afirmação do consumismo, e para o autor é o estado atual da evolução da sexualidade, se assim lhe podemos chamar. Deste modo, faz-se uso do poder da pornografia e do erotismo, mas também se vinca uma crescente exposição do corpo e do recorrente uso da nudez em diferentes contextos e com diferentes finalidades.

No que diz respeito às práticas sexuais, Young (2008) considera que a internet se tornou de tal forma poderosa que considera legítimo compará-la a um *sex toy*. Os *chat rooms* apresentam-se aos milhares, muitas vezes associados a temáticas, tornando ainda mais fácil reunir grupos de pessoas com interesses semelhantes. Young (2008) considera que os participantes nestas salas de conversa *online* vão construindo uma espécie de personagem que ocupa um espaço e afirma a sua identidade, e que é muitas vezes usada para explorar fantasias que podem estar reprimidas na vida real, mas que a liberdade e permissividade que o anonimato concede na internet, acaba por promover. Para além desta característica, este tipo de oferta é bastante acessível por várias razões. Tal como acontece com as aplicações mais orientadas para encontros, em grande parte não é necessário proceder a registos de participante, há numerosas ofertas gratuitas e é fácil aceder a elas. Falando de uma nova geração de utilizadores de internet, o autor sublinha que a proliferação do acesso facilitado à internet, tanto pelo acesso móvel ou pelas inúmeras redes *wi-fi* abertas, fará com que este tipo de conteúdos se venha a tornar ainda mais acessível.

No que se refere ao contexto português, e sobre as práticas *online* devemos referir o trabalho de Carvalho & Gomes (2003) que realizaram um estudo ao comportamento sexual dos portugueses no que se refere ao *cybersex*. Os resultados do estudo permitiram-lhes concluir que esta prática é normalmente um ponto de partida para relações *offline*, apesar de muitos dos utilizadores manterem esta prática sem nenhum interesse em relações ou contactos reais. Também ficou evidente que o anonimato é um elemento de segurança, mas também de libertação e potencial facilitador para o desenvolvimento de mecanismos para mais facilmente ser possível o assumir de uma personalidade diferente do que teriam presencialmente. Maioritariamente praticado por homens (78,3%), as idades mais frequentes são aquelas que se situam entre os 15 e os 19 anos (30,8%), seguindo-se a faixa etária entre os 20 e os 24 anos (28,5%), maioritariamente estudantes, sendo que, para 48,8% dos inquiridos, esta é uma atividade que ocupa, em média, 2 horas por semana.

As estatísticas disponíveis sobre os consumos de pornografia *online*, a expressividade da oferta, assim como a rentabilidade que regista, faz com que seja inevitável que lhe prestemos atenção no nosso estudo. Um dos *sites* pornográficos mais populares, o Pornhub, segundo os dados oficiais do próprio site, registou no ano de 2016, 23 biliões de visitantes, e mais de 91 biliões de visualizações de vídeos, o que corresponde a mais de 3 biliões de Gigabytes de dados, correspondendo a mais de 4,5 biliões

de horas de visualização de pornografia *online*. Os Estados Unidos da América são o país que mais tráfego regista, seguindo-se o Reino Unido e o Canadá. Segundo os dados do mesmo *site*, Portugal surge na 41ª posição no que se refere ao tráfego mundial, sendo que 47% dos utilizadores acedem a estes conteúdos a partir de dispositivos móveis como os *smartphones*, e 10% a partir de *tablets*, longe daquela que é a média mundial de 72%. Enquanto a média que tem em conta todos os países regista a participação de 26% de mulheres, relativamente a Portugal os valores ficam-se nos 22%. No que se refere a idades, 58% dos utilizadores portugueses têm entre 18 e 34 anos, registando-se uma média de idade global de participantes com 35 anos. O gasto médio de tempo na visita aos conteúdos é de 9 minutos e 26 segundos, sendo que Porto, Braga, Coimbra, Viseu, Castelo Branco, Aveiro, Açores, Faro e Vila Real registam entre 5 e 25 segundos abaixo da média, enquanto a Madeira, Viana do Castelo, Leiria, Lisboa, Setúbal e Santarém, ficam *online* durante mais tempo, entre 5 e 33 segundos, comparativamente com a média. Em 2015 surge a primeira produtora de filmes pornográficos em Portugal, a Sexplanet, e o seu sucesso foi tal que em dois anos conseguiu recuperar os 75 mil euros de investimento inicial, mesmo não sendo reconhecida como concorrência aos principais produtores pornográficos mundiais (Duarte, 2017).

Países como a Dinamarca ou a Suécia, que descriminalizaram a pornografia por volta de 1970, tornaram-se grandes produtores e exportadores deste tipo de conteúdos (Paasonen, 2009). Os resultados dos estudos de Pappas (2011) revelavam que a posição face à pornografia continua a mesma em comparação com os vinte anos anteriores, mas que o número de espectadores se multiplicava continuamente. Se por um lado tornava evidente uma maior aceitação cultural, por outro sublinhava que o seu consumo não era assumido com facilidade, fosse pelo tabu ou pressão social. Apesar de uma tradicional associação negativa à pornografia, nomeadamente no que se refere à opressão feminina discutida na “guerra dos sexos” (McNair, 2002) e à comercialização oportunista de momentos que ganharam o quarto como palco único e legítimo, assim como as preocupações sobre o acesso a estes conteúdos por crianças, Paasonen (2009) faz referência a trabalhos que estudam a realidade Sueca e que referem que as perceções sobre conteúdos pornográficos se têm vindo a tornar mais positivas desde a década de 1990. A pornografia é mais acessível, seja pelos conteúdos mais “soft” que são exibidos com frequência em ofertas cinematográficas e de televisão, os canais de conteúdo para

adultos<sup>67</sup> em serviços pagos, programas televisivos em canais mais alternativos, como em Portugal é o caso da Sic Radical. No entanto, não poderemos deixar de fazer referência a alguns programas em formato de *reality show* que vivem ou sobrevivem em grande parte pela exposição e exploração de momentos de intimidade entre concorrentes, mas também de programas da temática da sexualidade como foram os da sexóloga Marta Crawford, AB Sexo, ou 100 Tabus.

A comercialização do entretenimento de caráter erótico e sexual do qual fazem parte o *striptease*, as danças exóticas ou os espetáculos eróticos não é propriamente pacífica, devido a uma apropriação do corpo e da sua total ou parcial nudez (Hubbard, 2009). A tradição cultural, o valor atribuído ao corpo, as normas de conduta sociais ou as imposições religiosas ou políticas sobre o corpo foram já anteriormente exploradas, tendo ficado evidentes as diferentes posições sobre este assunto ao longo dos tempos.

Recentemente, em 2013, o Tribunal Administrativo e Fiscal de Almada considerou que os espetáculos eróticos deveriam ser equiparados aos demais espetáculos artísticos, sendo-lhes, portanto, aplicado o imposto de IVA a taxa reduzida (Fonseca, 2013). Para alguns investigadores feministas, a atividade de *striptease* foi analisada da perspectiva em que a mulher se torna alvo de objetivação pelo homem, mas outros entendem que estes espaços contribuem para proteger e normalizar as atividades (Pilcher, 2012). No entanto, esta associação negativa pode ser generalizada a todas as atividades ou práticas sexuais, na medida em que está sustentada pela teoria social da existência de comportamentos expectáveis diferem entre homens e mulheres, nomeadamente no que se refere à sexualidade (Foucault, 1994b), mas também porque está patente uma associação entre a masculinidade e uma certa agressividade em relação á sexualidade, estereotipado como perversão de uns ou pela hipersexualidade de outros, enquanto as mulheres estão associadas a um comportamento mais passivo e vulnerável (Attwood, 2007; Evans, Forsyth & Woodgel2010). Recuperando Paasonen (2009:596), e o seu estudo sobre a pornografia, fica evidente que para a autora, se este género cinematográfico é símbolo de violência, é também de libertação, defendendo que “as críticas anti

---

<sup>67</sup> Para Paasonen (2009) tratar a pornografia como conteúdos para adultos é, antes de mais, um eufemismo, defendendo que a pornografia é um género cinematográfico, apesar da conotação pejorativa que lhe está associada.

pornografia vêm-na como uma forma de violência contra mulheres, enquanto o erotismo é usado para distinguir sexualidade explícita aceitável”.

Já no que se refere aos trabalhadores do sexo, estes são aqueles que tratam os seus serviços eróticos e sexuais como um produto de consumo e portanto, vendem esses serviços. A diferenciação entre prostituição indoor e *outdoor* é importante atendendo às diferenças registadas no estatuto atribuído ao trabalhador, mas também podem diferir nos clientes. Enquanto a prostituição de rua está associada a um carácter inferior, mais estigmatizado, a um “andar na vida” (Oliveira, 2011), o serviço indoor e os serviços de acompanhante de luxo estão normalmente associados a contextos mais favorecidos, na medida em que têm maiores garantias de segurança e proteção, podendo o serviço estar associado a mais do que a prática sexual, mas também a um acompanhamento, um relacionamento que não se regista normalmente nos serviços de rua (Castle, 2008).

Oliveira (2011, 2017) nega a visão da conceção dos trabalhadores do sexo, e em particular das mulheres, como vítimas, já que entende que os serviços sexuais representam uma subversão das normas e que, na verdade, é quem está disponível para prestar um serviço sexual que, a partir do momento em que é abordada, tem o poder de aceitar ou recusar a proposta, definir regras e o preço a pagar. Para a autora, os pressupostos de que os trabalhos sexuais e os seus trabalhadores são sempre degradantes, é desde logo errada, tanto pela legitimidade do uso do próprio corpo, por atribuir um carácter patológico à atividade, e de desclassificação dos seus trabalhadores, o que estigmatiza logo à partida uma atividade laboral feita com a mesma dignidade que qualquer outra. Considera também que os trabalhadores do sexo deveriam ter formas de garantir a defesa dos seus direitos, algo que não acontece em Portugal, onde este tipo de economias estão no limbo entre o legal e o ilegal. Entende ainda que, sejam quais forem as normas morais ou as leis, este tipo de serviços nunca deixará de existir e que, desta forma, a sua descriminalização é o único caminho, tendo em conta a defesa dos interesses de todos os intervenientes.

A economia da prostituição a nível mundial é extremamente expressiva, apresentando 170 mil milhões de euros<sup>68</sup> de receitas, segundo dados da Havocscope (2015). Para além dos serviços de prostituição,

---

<sup>68</sup> 186 mil milhões de dólares.

a mesma fonte revela que duas das profissões ilegais mais rentáveis é o proxenetismo e os salões de massagens eróticas e sexuais (também conhecidas por *massage parlor*).

Evans, *et al* (2010) consideram que se estará em marcha uma mudança na concepção da sexualidade feminina, inevitavelmente associada a um pós-feminismo, assente na recusa da ideia da mulher objeto e erotizada. Entendem que esta nova identidade neoliberal e pós-feminista se concentra mais na autossatisfação do que em esforços para agradar e responder de acordo com outros interesses que não os próprios. Os autores consideram que foi por esta razão, e neste contexto, que se foram apresentando uma série de ofertas de produtos, experiências e serviços que têm vindo a contribuir para o reforço da ideia de controlo da mulher, banalizando-se os consumos em *sex shops*, as aulas de pole-dance, danças de varão, de burlesco, os *blogs* eróticos, a literatura erótica para o público feminino, o já referido *porno-chic* (McNair, 2002), as aulas e programas sobre sexo, entre muitos outros.

Numa análise aos consumos de espetáculos de *striptease* de mulheres e para mulheres (Pilcher, 2012) defende que se deva negar imposição da heteronormatividade e do sentido de objetivação do corpo feminino pelos homens, na medida em que também as mulheres, em contexto homoerótico também o fazem. No entanto, tal não significa que o corpo e os seus atributos percam o seu poder, algo que Griffith *et al* (2016) tiveram oportunidade de provar na investigação que desenvolveram, de análise de anúncios de serviços de acompanhantes. Aquele estudo concluiu que determinados atributos físicos, de facto, influenciam positivamente os preços dos serviços de prostituição e acompanhantes de luxo para além ter revelado a consciência e uma noção de vantagem e competitividade pelas profissionais.

Já o *swing* é uma prática que consiste na troca de parceiro sexual, de forma consentida pelos respetivos companheiros. Para Worthington (2005:227), são experiências proactivas recreativas, onde os participantes são, ao mesmo tempo “criadores e consumidores”. Contrariando a concepção monogâmica dos relacionamentos, os participantes envolvem-se sexualmente com outras pessoas, tanto no domínio privado e particular, mas também a partir de contactos promovidos por páginas *online* sobre a temática, que facilitam este tipo de encontros, assim como clubes de swing e empresas que se ocupam de preparar, em ambiente de festas sexuais, oportunidades de encontros. Worthington (2005) faz referência ao facto de esta prática ter associada a si uma força de voluntariado, na medida em que os participantes acabam por se organizar e preparar os eventos e encontros para *swingers*, e que isso

não tem propriamente objetivos económicos. Considera que esta prática contribui para a criação de várias formas de consumo e que esta oferta também surge integrada nas ofertas de turismo, seja em hotéis, agências de viagens, eventos ou espaços temáticos, ou apenas “*friendly*”. Esta prática está associada a um secretismo acentuado, certamente justificado pela pressão social que o casamento sofre enquanto acordo nupcial que tem por base um comportamento monogâmico. Vaillancourt & Few-Demo (2014) evidenciam provas de estudos que normalmente apontam os homens como aqueles que têm maior conhecimento sobre a prática de *swing* e, portanto, tendem a ser estes a apresentar e integrar as companheiras na atividade, algo refutado por Worthington (2005). Os dois estudos referidos anteriormente, fazem igualmente referência a uma tendência para a identificação de participantes bissexuais, e que, no seu estudo em particular, foi referido diretamente que a própria orientação sexual representa uma das motivações para a prática de *swing*.

A fantasia é um despoletador de prazer. A pornografia em formato de livro de bolso, nomeadamente aquela que tem as mulheres como público primordial, faz parte do leque de ofertas há várias décadas. Desde Bárbara Cartland, a mais famosa escritora do género literário erótico, que viu o seu primeiro romance publicado em 1926, “Blood Money”, à editora Harlequin especializada na temática e aos best-sellers recentes de E.L.James, a literatura erótica ganhou também lugar entre as práticas de lazer erótico. Martin (2013) considera que, em particular, a literatura erótica “Fifty shades of Grey” contribuiu para uma transformação das perceções a propósito das práticas de BDSM<sup>69</sup>, passando de atividades estigmatizadas e marginalizadas para atividades associadas á diversão e ao prazer socialmente aceite. Refere que as *sex shops* souberam rentabilizar o fenómeno que o *best-seller* que vendeu mais de 65 milhões de cópias em todo o mundo despoletou, a partir da criação de kits temáticos que incluem os *sex toys* e os outros adereços sugeridos na obra, mas também aulas e palestras a propósito de produtos que antes se encontravam em zonas mais resguardadas daquelas lojas.

Lojas de venda de brinquedos sexuais (*sex toys*), de pornografia, de acessórios, *gadgets*, *lingerie* e um role de adereços mais ou menos humorísticos da temática do sexo, as *sex shops* existem um pouco por todo o país, mas a característica de montra-barreira ao seu interior é comum e estão definidos legalmente como “estabelecimentos comerciais destinados à venda e exibição de produtos de conteúdo

---

<sup>69</sup> Acrónimo dos termos Bondage e Disciplina (BD), Dominação e Submissão (DS) e Sadismo e Masoquismo (SM).

pornográfico ou obsceno”<sup>70</sup>. Não é possível um contacto diretamente para o interior destas lojas, o que Better (2011) diz ser para garantir a privacidade dos clientes. De acordo com o disposto no Decreto-Lei nº10/2015, de 10 de Março, artº 2º, alínea u), o regime jurídico de acesso e exercício de atividades de comércio, serviços e restauração (RJACSR) também se aplica às *sex shops*. Desta forma, e de acordo com a subsecção III, a propósito do comércio de produtos de conteúdo pornográfico, o artigo 46º define a proibição de exibição de produtos, insígnias, expressões ou figuras pornográficas, obscenas ou ofensivas, nas montras ou na via pública. A instalação destes estabelecimentos deve cumprir outros requisitos, como não ser feita a menos de 300 metros de estabelecimentos de educação, de espaços de jogo e recreio destinados a crianças ou locais de culto. O acesso a estas lojas está vedado a menores de 18 anos e qualquer violação das normas incorre em contraordenação grave. A ascensão da internet e dos motores de busca e base de acesso a lojas *online*, também possibilitou a venda deste tipo de produtos fora das lojas tradicionais. O artigo 48º daquele Decreto-Lei define as leis do comércio fora dos estabelecimentos, verificando-se uma preocupação por garantir que os consumidores tenham mais de 18 anos, assim como a salvaguarda para o uso de expressões e imagens consideradas explícitas. Sobre estes assuntos, deve ainda ser tido em consideração o Decreto-Lei nº 254/73 de 7 de Abril, alterado pelo Decreto-Lei nº 653/76 de 31 de Julho e o Decreto-Lei nº 174/2012 de 2 de Agosto, no que se refere às normas de “publicação e comercialização de objetos e meios de comunicação social de conteúdo pornográfico.

O motel enquanto espaço de desvio e transgressão em diferentes perspetivas é analisado por Treadwell (2005). Iniciando pela sua característica essencial, esta forma de alojamento atende às necessidades daqueles que se encontram em trânsito, de forma anónima em muitos casos, e de maneira mais ou menos onerosa, dependendo das condições que ofereça. A autora refere a associação negativa que o motel tem associado, e tantas vezes representado no cinema, como local privilegiado para o sexo e para o crime. Considera que este meio de alojamento tem, na verdade, um “efeito motel”, que consiste na capacidade de tornar as coisas banais em extraordinárias. Recorrendo à recriação, à cópia, à simulação, ao *pastiche*, o motel recria os ambientes que estão associados á própria conceção e imagem

---

<sup>70</sup> Decreto-Lei nº10/2015, de 10 de Março.

fantasiada do próprio motel. No que às práticas sexuais diz respeito, está associado a um ambiente de anonimato e secretismo.

Os restaurantes eróticos aliam a gastronomia exótica e afrodisíaca e algum espetáculo. Reclamam ser um espaço para a afirmação de fantasias, se bem que algo humorizadas. Em ambiente de restaurante também se regista a existência de eventos como os jantares às escuras, cujo objetivo é apelar e despertar os sentidos.

Festivais, salões ou exposições eróticas, são eventos que apresentam espetáculos de diferentes entidades do mercado erótico, sexual e pornográfico. Além destes, estão também presentes representações de lojas de venda de produtos eróticos, há um programa de eventos e palestras, salas reservadas e exposições de arte. No caso do Eros Porto, registou em 2017 a 10ª edição e é considerado um dos quatro eventos mais importantes do género no mundo. De acordo com os dados divulgados pela organização do evento, a procura tem vindo a aumentar progressivamente, e no último ano, cerca de 70% do público foram mulheres, que visitavam o salão sozinhas ou em casal, fazendo com que a tendência de um público maioritariamente masculino tenha sido invertida.

No domínio do lazer, tempo especialmente dedicado à fruição do tempo livre, e cada vez mais associado ao prazer, surgem novos produtos em resposta a novas procuras, fora do que é o padrão, normalmente reclamando momentos diferentes, de excitação e de risco. Clinard & Meier (2011:27) exploraram os eventos desviantes, enquanto momentos onde a fuga à norma é internamente permitida e promovida, apresentando o exemplo do Mardi Gras, festa de Carnaval de New Orleans, que acontece desde 1889, onde as mulheres festejam mostrando os seus seios nus em troca de colares de contas. Os autores referem que este tempo de exibição é potenciado em conjugação com outras variáveis, como "*o álcool, o próprio ambiente de festa, o desejo de se envolver num risco momentâneo, e um ambiente físico dissociado da atividade sexual*". Assim, por considerarem que as práticas desviantes não acontecem por acaso, os lugares ganham uma importância relevante, a partir do momento em que também eles se tornam parte integrante do desvio, e potenciem condutas que também o sejam. O que para uns representa uma revolução sexual (Clinard & Meier, 2011), para outros são tempos de uma progressiva e crescente permissividade (Scoats *et al*, 2017) em relação a questões sexuais, frutos do próprio contexto económico, político, cultural e social.

Por sua vez, Mason & Lo (2009) analisam os fatores de atração da Parada do Mardi Gras de Sydney pelo público heterossexual que assiste ao desfile *Queer*. Os resultados daquele estudo demonstram que os espectadores do espetáculo consideram que o próprio evento e o seu caráter lúdico, de festa, de simulação, do imaginário, da fantasia e da ficção concedem o direito a que as normas sejam suspensas. Assim, este evento possibilita que “os espectadores se envolvam com desconhecidos, os turistas sexuais deixam-se levar pela sua curiosidade e experienciam a excitação de mergulhar numa transgressão sexual por uma noite” (Mason & Lo, 2009:117).

Storr (1999) explora as identidades sexuais na pós-modernidade, nomeadamente a bissexualidade. Numa análise ao termo, não negando a complexidade que envolve o seu entendimento como acontece às discussões sobre a homossexualidade e heterossexualidade, atendendo à sua presença e expressão ao longo da história, mas considera que foram as transformações que se registaram desde o século XIX que definiram a bissexualidade como pós-moderna. Considera que é todo o contexto de incerteza, instabilidade, velocidade, que tornaram possível o desenvolver ou afirmar de uma orientação sexual de certa forma definido nos mesmos moldes que o seu próprio contexto.

O estudo de Scoats *et al* (2017) apresenta evidências para a defesa da tese de que, cada vez mais se tornam comuns as experiências sexuais entre três pessoas (*threesome, ménage à trois*). Para além de uma aparentemente liberalização das práticas sexuais, sublinham o facto de estas práticas acontecerem entre dois homens que se definem como heterossexuais e uma mulher e que a experiência não desencadeia associações negativas e estereotipadas associadas ao que chamam de homohisteria. Culturalmente, os relacionamentos entre dois homens estavam associados a uma definição de orientação homossexual, que é algo que os autores refutam no seu estudo. Os autores consideram que há uma relação positiva entre a liberalização destas práticas e o consumo e maior facilidade de acesso á pornografia, já que esta contribui para a transformação de aspetos culturais, nomeadamente na contribuição para a aceitação de relações entre três pessoas.

“*Cruising for sex*” é o termo usado para caracterizar a procura de parceiros sexuais em encontros caracterizados pelo anonimato e casualidade, seja em estabelecimentos, eventos ou *online*, através de sites ou aplicações móveis que promovam estes encontros. Esta procura pode acontecer em diferentes tipos de ambientes e estabelecimentos e muitas vezes para públicos específicos.

Esta prática também é comum acontecer em saunas masculinas. Este tipo de estabelecimentos comerciais serão cerca de 10 em Portugal. Segundo Hendrickson (2011), funcionam como clubes privados, organizados para a procura de relações sexuais, salvaguardando que se trata também de um espaço de convívio social e oportunidade para conhecer novas pessoas e apresentam-se como bares, sauna, ginásios ou centros de *fitness*, que dispõem de cabines, zonas de pouca luz, salas de pornografia e serviços de massagens eróticas.

#### 4.5. Síntese

As características que marcam a sociedade hipermoderna levam a que também os tempos e espaços de lazer e os estilos de vida os passem a refletir. A velocidade, o caráter híbrido, instável e fugaz dos objetos e das relações são compensadas por consumos com características idênticas.

As fantasias tornam-se indispensáveis para um viver em diversão, mesmo que num vazio digital. O consumo, de e pela ausência de ligação afetiva, é porta de acesso a práticas que abalem a rotina, numa procura constante pela adrenalina e pelo prazer, a experiências diferenciadoras que concedam excentricidade aos tempos de lazer já conquistados.

Apresentámos neste capítulo algumas das práticas e tendências no domínio do lazer erótico e sexual, tendo em conta as investigações internacionais realizadas neste campo. Os estudos científicos nesta área são ainda limitados, e ainda mais escassos no que se refere ao contexto português, se o seu objetivo versar sobre o estudo destas práticas num enquadramento de atividades de lazer, fazendo com que não seja possível uma descrição e caracterização das práticas do ponto de vista das ofertas, mas também dos seus participantes. No entanto, é claro que estas atividades têm como característica comum a salvaguarda do anonimato, o facto de serem bastante rentáveis e, de pouco se saber sobre elas, já que vivem, na maioria, num submundo a que só os praticantes têm facilidade de acesso.





## CAPÍTULO V

# MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGAÇÃO





## CAPÍTULO V

### MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGAÇÃO

#### 5.1. Introdução

Na sequência do enquadramento teórico até então apresentado, dedicamos neste capítulo a atenção ao processo de investigação empírica. Tal como já tivemos oportunidade de abordar anteriormente, a temática do lazer, espaço e sexualidade tem vindo a ganhar a atenção daquilo a que Aitchison (1999) chama de novas geografias culturais, segundo a qual foi possibilitada pela abordagem pós-positivista da geografia. Aproximando-se de temas de estudo da sociologia e da cultura, o estudo do lazer e do turismo tem também vindo a dar atenção aos comportamentos e aos estilos de vida associados a esses consumos. Seguindo esta abordagem, consideramos que o recurso a métodos quantitativos e qualitativos para estudar o mesmo problema, e de acordo com Henderson (2011), potenciará os resultados das mesmas. Para além disso, tendo em consideração o carácter exploratório desta investigação, consideramos que a combinação entre os dois métodos poderiam concorrer para uma melhor compreensão do problema, apesar de não podermos ignorar que tal implicou um maior gasto de tempo e recursos. De seguida, iniciaremos com a caracterização da componente de metodologia qualitativa, em particular da análise de conteúdo, por ter sido esta a contribuir para algumas decisões de investigação a aplicar na componente de metodologia qualitativa que descreveremos posteriormente.

#### 5.2. Metodologia Qualitativa e Análise de Conteúdo

A metodologia qualitativa tem como base a investigação de fenómenos, a partir da análise de dados textuais ou visuais. Baseando-se no método indutivo, o investigador pretende interpretar ideias e significados em ações individuais ou sociais, atribuindo primazia à riqueza da diversidade individual e só construindo teoria *a posteriori* dos factos.

Depois de identificado o problema, hipótese (neste caso definimos objetivos, por se tratar de uma investigação de caráter exploratório), variáveis e amostra, o investigador procede à recolha de dados empíricos, assim como define que dados vai analisar, quais os instrumentos a utilizar, bem como os critérios que garantam a qualidade da investigação.

Sendo diversas as técnicas possíveis de adotar no domínio da metodologia qualitativa, e tendo em conta que o objetivo principal do presente estudo, apenas nos dedicaremos à análise de conteúdo a fim de identificar a presença de referências a lazeres eróticos e sexuais nos *media*.

Para dar resposta aos objetivos do nosso trabalho, recorreremos a uma das técnicas de pesquisa documental, a análise de conteúdo. Esta técnica consiste em avaliar sistematicamente um texto, “por forma a desvendar e quantificar a ocorrência de palavras/frases/temas considerados “chave” que possibilitem uma comparação posterior” (Coutinho, 2011), permitindo que o investigador faça inferências com base na identificação de padrões ou regularidades, a partir de uma organização em categorias que serão base da teoria a testar.

De acordo com Bardin (2011), no caso particular do nosso estudo, a análise de conteúdo de tipo exploratório terá três momentos: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; e 3) o tratamento dos resultados.

Recorremos à investigação qualitativa assistida por computador, por acreditarmos ser uma ferramenta útil no tratamento de um volume elevado de dados. Assim, utilizaremos o *software* MAXQDA 12 que nos garante, à partida, maior velocidade na gestão e interpretação dos dados, assim como pode contribuir para uma maior qualidade da investigação que pretendemos realizar, nomeadamente no que diz respeito à transparência, o rigor ou a validade.

### **5.2.1. O *corpus* da análise**

Nesta temática, presumimos inicialmente que tanto as revistas femininas como as masculinas poderiam ser uma fonte de informação relevante. Numa primeira fase, realizaram-se algumas leituras livres de revistas daqueles géneros, a fim de apurar a viabilidade da sua análise e se poderiam constituir base para investigação.

No caso da revista Happy Woman, apesar de as referências a práticas eróticas e sexuais serem constantes ao longo da revista, foi identificado, em particular, um suplemento ou eixo, intitulado “A Dois”, que se dedica à temática da sexualidade, sendo rico em depoimentos sobre diferentes temáticas, comentários a novos produtos e referências a tendências.

Em primeiro lugar, o facto de apresentar um suplemento mensal sobre a temática e manter uma estrutura constante e semelhante nos diferentes números da revista, previa que a informação a analisar se garantisse como homogénea e regular, algo que não se verificava em outras revistas. Para além disso, apesar de se tratar de uma revista feminina, este eixo inclui também testemunhos e referências aos participantes do sexo masculino. Para além destes fatores, a escolha dos anos das publicações a analisar foi definida também pela garantia de que seria possível uma análise anual, ou seja, um acesso a todas as revistas dos anos selecionados, para além do facto de garantir que estaríamos a tratar de informações e dados recentes e atuais. Para além disto entendemos que esta delimitação nos salvaguarda de uma maior dispersão na análise dos conteúdos, o que poderia prejudicar o desenvolvimento da investigação.

Assim sendo, a análise de conteúdo pretende identificar pistas daquilo que sejam as ofertas e as práticas de lazer de carácter erótico e sexual, sendo aplicada a todos os números da revista Happy Woman, no eixo “A Dois”, nos anos de 2010, 2013 e 2016, num total de 183 artigos em 36 documentos.

A revista mensal Happy Woman foi criada em 2006 e tornou-se líder de mercado no segmento das revistas femininas logo no ano seguinte, o que se mantém até hoje. Segundo dados da Associação Portuguesa para o Controlo da Tiragem e Circulação (APCT), fazendo uma análise dos anos de edição em estudo, poderemos comparar os números de tiragem e circulação das revistas femininas mensais. Verifica-se que a Happy Woman regista sempre um número superior que a concorrência, tanto na tiragem como circulação, tal como pode ser observado nas imagens no Anexo 1.

Consideramos que esta revista pode representar uma fonte de informação pertinente para o nosso estudo, uma vez que aborda recorrentemente estas temáticas, e se por um lado poderemos analisar o que nos dizem os testemunhos, por outro também se torna possível fazer uma análise da produção deste tipo de informação, tendo em consideração a influência que pode ter nos seus leitores.

### 5.2.2. Análise de conteúdo: procedimentos

Definido o corpus, isto é, o conjunto dos documentos a serem analisados, pelo carácter exploratório da investigação e do tema, consideramos que a regra da exaustividade é aquela que representa maiores vantagens para a investigação. Assim, qualquer artigo que se relacione com o sexo ou o erotismo no suplemento “A Dois” será analisado. Seguiremos procedimentos de exploração a fim de “apreender as ligações entre as diferentes variáveis”, de forma dedutiva e concorrendo para a construção de hipóteses (Coutinho, 2011).

O suplemento “A Dois” explora mais do que um tema por revista. O primeiro artigo refere-se normalmente a curiosidades, dados estatísticos ou estudos recentes sobre a temática da sexualidade e é pouco extenso (ocupando uma página, normalmente). Os restantes artigos têm uma dimensão que varia entre três ou quatro páginas, são normalmente mais longos e estão organizados por temáticas. Apresentam-se inicialmente com uma introdução (com ou sem apresentação de um caso concreto) e depois fazem destaque a “testemunhos reais”, por vezes organizados em caixas de texto. Os destaques a frases curtas são repetições de partes dos testemunhos e, ocasionalmente, em pequenas caixas, surgem informações adicionais ao tema. Apesar de poder ser interessante analisar os destaques feitos pela própria revista a determinados conteúdos, este aspeto não será tomado em consideração para o presente trabalho, dado o tempo disponível e a extensão atual do nosso corpus de análise.

Uma vez que o corpus da análise tem origem numa revista de difusão, não é necessário salvaguardar direitos de propriedade e licenciamento. No entanto, estabelecemos contacto com a editora da revista, Baleska Press, a solicitar colaboração para tornar possível o acesso a alguns números da revista, informando sobre a intenção do nosso estudo e do uso que se faria das informações disponibilizadas.

Apesar de, em alguns casos, os depoimentos presentes nos artigos fazerem identificação do interlocutor, o tratamento dos dados da nossa investigação não fará qualquer identificação ou associação a identidades.

No que diz respeito à catalogação dos dados, a análise será feita por revista (mensal) e pelos diferentes artigos, de forma independente (ex: A2\_HW\_01\_2010 [A Dois, Happy Woman, Janeiro, 2010]), e a organização dos dados será ordenada por data de publicação da revista. As múltiplas entradas de

testemunhos/depoimentos serão contabilizadas como uma entrada, associado ao tema correspondente. A gestão de dados estará exclusivamente a cargo do investigador responsável pelo estudo.

Não foram considerados conteúdos de artigos que não fizessem referência a práticas de lazer de caráter erótico ou sexual. Deve ser tido em consideração que, em relação à idade dos participantes, foi considerada a idade referida no momento do testemunho. Isto significa que, muitas vezes, as práticas possam ter acontecido em idades diferentes daquelas que temos registo, uma vez que os testemunhos referem práticas recentes e passadas.

Tendo em consideração o nosso objetivo de identificar dados relevantes para conhecer as práticas eróticas e sexuais e, tanto quanto possível, as caracterizar, a análise de conteúdo foi realizada a partir da definição de categorias-chave, apresentados no Quadro 5.

<b>Categoria</b>	<b>Descrição</b>
<b>Tipologia de artigo</b>	Possibilita a diferenciação entre as tipologias de artigos analisados, assim como o volume e tipo de conteúdo associado.
<b>Testemunhos</b>	Inclui elementos para a identificação daquele que faz testemunho ao nível do sexo, idade, estado civil, profissão, nacionalidade, referência a filhos, tipo de relação.
<b>Práticas eróticas e sexuais</b>	Agrega todas as referências a práticas de teor erótico e social. Posteriormente foram agregadas em onze subcategorias.
<b>Outros produtos e serviços associados</b>	Identificação de outros produtos e serviços mencionados, que se relacionam com as práticas eróticas e sexuais, mas que não integram nas mesmas.
<b>Contexto</b>	Reúne referências relativas aos tempos e espaços em que as práticas eróticas e sexuais acontecem.
<b>Preço</b>	Valores associados a práticas e produtos sugeridos ou mencionados pelos testemunhos.

*Quadro 5 - Categorias de análise de conteúdo. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo do eixo "A Dois" da revista Happy Woman (2010, 2013, 2016).*

A partir da leitura dos artigos, foram identificados dados que correspondessem às categorias estabelecidas. O esquema de análise a partir de categorias apresenta-se no Quadro 6.

<b>Categoria</b>	<b>Subcategoria</b>	<b>Unidades de análise</b>
<b>Tipologia de artigo</b>	Entrevistas	
	Testemunhos	
	Estudos e curiosidades	
	Reportagens	
	Inquéritos/ <i>Quizz</i>	
	Sugestões	
<b>Testemunhos</b>		Idade
	Feminino	Estado civil
	Masculino	Profissão
		Nacionalidade
		Referência a filhos
<b>Práticas eróticas e sexuais</b>	Encontros	
	Práticas <i>online</i>	
	Práticas sexuais	
	Espetáculos	
	Festas	
	Alojamento e Restauração	
	Comunicação	
	Serviços eróticos e sexuais	
	Consumo de produtos eróticos e sexuais	
	Bem-estar	
<b>Consumo de produtos e serviços associados</b>	Tecnologia	
	Contraceptivos	
	Consumos alternativos	
	Gastronomia e bebidas	
	Cuidados e tratamentos de saúde e bem-estar	
	Moda	
	Perfumaria e cosmética	
<b>Outros produtos e serviços associados</b>	Serviços	
	Lojas	
	Clubes	
	<i>Workshops</i>	
<b>Produtos e práticas de turismo e lazer</b>	Negócios	
	Natureza	
	Gastronomia e vinhos	
	Noturno	
	Desporto e Aventura	
	Cultural	

	Viagens	
	Espectáculos e eventos culturais	
	Transportes	
<b>Contexto</b>	Tempos	Período Celebrações
	Espaços	Espaços públicos e privados Estabelecimentos hotelaria e restauração Destinos
	Companhia	
<b>Preço</b>	Bem-estar	
	Produtos	
	Serviços	
	Experiências	
	Gastronomia	

Quadro 6 - Categorias, subcategorias e unidades de análise de conteúdo. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo do eixo "A Dois" da revista Happy Woman (2010, 2013, 2016).

### 5.2.3. Caracterização da amostra

Procedeu-se à análise de conteúdo do eixo "A Dois" da Revista mensal Happy Woman, nas suas edições de 2010, 2013 e 2016 (n=36), num total de 183 artigos (Quadro 7 e Figura 8). Estes apresentam diferentes formatos, que foram agrupados de acordo com a sua forma e conteúdo. Destes, 36 (19,67%) são artigos de caixa(s), caracterizando-se por serem curtos e fazerem, por norma, referência a estudos ou curiosidades e os restantes 147 (80,33%) são artigos principais.

Tipologia	Frequência	Percentagem
Artigo caixa	36	19,67%
Artigo principal	147	80,33%
Total	183	100%

Quadro 7 - Tipologia de artigos analisados. Elaboração própria, a partir da análise de conteúdo do eixo "A Dois" da revista Happy Woman (2010, 2013, 2016).

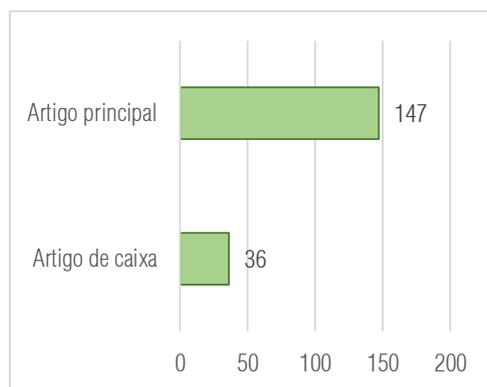


Figura 8 - Distribuição por tipologia de artigo. Elaboração própria, a partir da análise de conteúdo do eixo "A Dois" da revista Happy Woman (2010, 2013, 2016).

Os artigos analisados abordam temas sobre "sexo, relações a dois e temas tabu", tal como definido pela própria publicação (Happy Woman, 2017), em formatos diversos, como testemunhos, inquéritos, sugestões e tendências, reportagens e testes. As distribuições e percentagens apresentam-se no Quadro 8, estando representados na Figura 9.

Subcategorias	Frequência	Percentagem
Entrevista	5	3,42%
Testemunhos	100	68,49%
Estudos e curiosidades	16	10,96%
Reportagem	16	10,96%
Inquéritos/Quizz	8	5,48%
Sugestões	1	0,69%
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>100%</b>

Quadro 8 - Formato de artigos. Elaboração própria, a partir da análise de conteúdo do eixo "A Dois" da revista Happy Woman (2010, 2013, 2016).

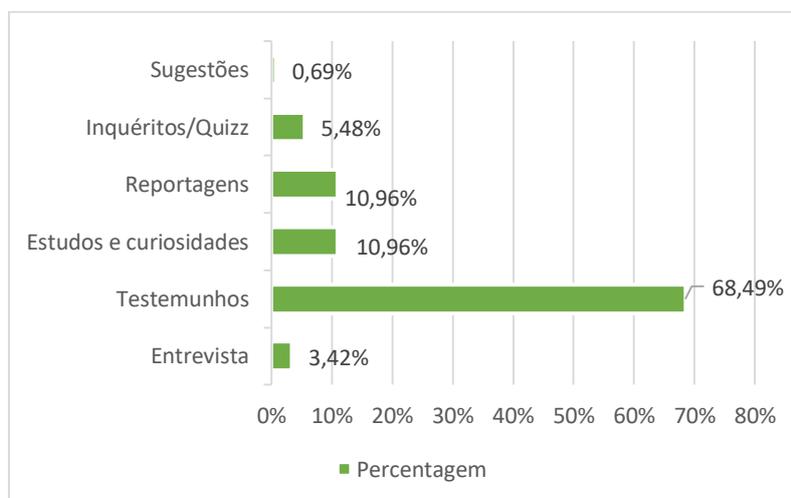


Figura 9 - Representação gráfica da distribuição de artigos principais, por formato. Elaboração própria, a partir da análise de conteúdo do eixo "A Dois" da revista Happy Woman (2010, 2013, 2016).

### 5.3. Metodologia qualitativa e inquérito por questionário.

A fim de estudar um conjunto alargado de atividades, identificadas e selecionadas a partir da análise de conteúdo, e tendo em consideração uma tendência na referência a estas práticas na revista à qual dedicámos a análise, pretendemos averiguar que tipo de atividades e perceções sobre lazeres eróticos e sexuais tem a população portuguesa sobre atividades de lazer de caráter erótico e sexual.

Pelo enquadramento feito anteriormente, consideramos este estudo pertinente e relevante. Se a herança e tradição cultural fez com que se propagassem mitos e se estigmatizassem tanto os que oferecem como os que compram esses serviços, o estudo sobre esta área poderá abrir novas formas de interpretação dos comportamentos da sociedade, em especial no que diz respeito à forma como ocupam o tempo de lazer, o perfil daqueles que praticam estas atividades, ou o seu potencial de desenvolvimento. A sua pertinência justifica-se pela crescente oferta e por uma aparente procura, tendo em conta a sustentabilidade destes negócios. Consideramos que esta será uma das práticas que merecerá maior discussão nos próximos tempos e que este estudo poderá ser um ponto de partida para a investigação dos comportamentos de lazer de caráter erótico e sexual. Num período em que a sociedade regista uma série de alterações, importa perceber como se reflete nas práticas sexuais que se associem ao lazer.

Por ser um estudo exploratório, pretenderá abrir novos campos de exploração, e contribuir para uma familiaridade com o problema, torná-lo mais explícito, concorrer para o enriquecimento das informações até hoje conhecidas, e constituir uma base para a elaboração de hipóteses, para estudos posteriores. Como descrevem Collis & Hussey (2005:24), “a pesquisa exploratória é realizada sobre um problema ou questão de pesquisa quando há poucos ou nenhum estudo anterior em que possamos buscar informações sobre a questão ou problema”. Por ser um estudo exploratório não nos é possível apontar hipóteses, tal como é apresentado por Coutinho (2011). Também Collis & Hussey (2005:24) são da opinião de que “o objetivo desse tipo de estudo é procurar padrões, ideias ou hipóteses, em vez de testar ou confirmar uma hipótese. (...) o foco é obter insights e familiaridade com a área do assunto para investigação mais rigorosa num estágio posterior”.

Entendemos o nosso tema como relevante, no âmbito das ciências sociais e humanas, e em especial da área de investigação do lazer e cultura, uma vez que faz parte da sua génese, da forma como a sociedade se comporta e como evolui, permitindo conhecer as transformações ocorridas nesta matéria.

Numa formulação do problema do nosso estudo<sup>71</sup>, com esta investigação pretende-se apurar quais são as práticas e perceções da população portuguesa em matéria de atividades de lazer de carácter erótico e sexual. Para auxiliar a resposta a esta questão geral, enunciamos outras questões de carácter mais particular, que surgem da revisão da literatura e da recolha de dados.

Tendo em consideração, tanto o problema definido, as questões que lhe darão resposta e a operacionalização dos conceitos presentes no problema, sentimos necessidade de proceder à desconstrução do problema, que apresentamos no Quadro 9.

<b>Problema geral</b>	<b>Definição dos objetivos</b>
Quais são as práticas e perceções da população portuguesa sobre as práticas de lazer de carácter erótico e sexual?	Identificar as práticas e as perceções da população portuguesa sobre as práticas de lazer de carácter erótico e sexual.  Conhecer as perceções da população portuguesa sobre as práticas de lazer de carácter erótico e sexual.
<b>Questões particulares</b>	<b>Definição dos objetivos</b>
Qual o perfil dos sujeitos que participam em atividades de lazer de carácter erótico e sexual?	Traçar o perfil geral do inquirido praticante de lazeres eróticos e sexuais (características biográficas e de estilos de vida).
Qual o conhecimento da localização da oferta destas práticas e qual a relação entre conhecimento e prática efetiva?	Apurar qual a relação entre o conhecimento sobre estas práticas, tanto no domínio do seu conceito como da sua localização, e a prática efetiva das atividades de lazer erótico e sexual.
Que outras práticas estão associadas às atividades de lazer de carácter erótico e sexual?	Apurar o tipo de relação entre os consumos e práticas de atividades de lazer em geral e a prática de atividades de lazer erótico e sexual.

<sup>71</sup> Entendemos por problema o processo de definição do que se pretende estudar, ou o que se pretende conhecer de forma mais aprofundada.

Haverá alguma relação entre as práticas de lazer erótico e sexual e os cuidados estéticos ou de bem-estar físico?	Identificar o tipo de relação entre a prática efetiva de atividades de lazer erótico e sexual, e o uso/consumo de produtos e práticas de cuidados estéticos ou de bem-estar físico.
Qual o potencial de desenvolvimento destas práticas, segundo o nível de interesse dos participantes?	Apurar o nível de interesse e potencial de prática destas atividades no futuro.
Qual a percepção dos inquiridos sobre destinos turísticos e a associação a este tipo de práticas de lazer de caráter erótico e sexual?	Apurar a percepção sobre a associação de determinados destinos turísticos com este tipo de práticas de lazer alternativo.
Em que circunstâncias acontecem as práticas de lazer erótico e sexual?	Identificar a que circunstâncias (espaços sociais e períodos de tempo) se associa o consumo destas atividades de lazer erótico e sexual.

*Quadro 9 - Definição do problema geral e das questões particulares da investigação. Elaboração própria.*

Esta desconstrução surge por considerarmos difícil a definição dos constructos associados a este tema. Para Collis & Hussey (2005:126) é possível identificar uma dificuldade em “definir termos em estudos fenomenológicos, porque a natureza da pesquisa é de exploração e descoberta. Só quando a pesquisa está sendo feita é que as definições emergem”. Além disso, consideramos mais pertinente deixar possibilidades em aberto, já que é um tema com pouca investigação e é difícil prever o que lhe poderá estar associado. À medida que se forem conhecendo resultados, estes servirão de chave para conhecer outras realidades, e aumentar o nosso acesso a novos dados.

Consideramos que toda esta previsão terá de assumir um carácter semiaberto, ou seja, passível de flexibilidade no decorrer da sua evolução, também por ser um estudo subjetivo, de constante descoberta e que assentará numa lógica indutiva.

Os instrumentos de medida não serão standardizados, mas construídos pelo investigador e pelo próprio estudo, devido à falta de fontes sobre a nossa temática. Apesar disso, o inquérito por questionário foi construído tendo em consideração toda a investigação bibliográfica que nos pareceu pertinente, assim como os resultados da análise de conteúdo das revistas.

Os aspetos éticos a ter em consideração neste trabalho são vários, devido à sua temática. Identificamos como aspetos éticos, relacionados com o sujeito estudado, a questão do consentimento, danos e privacidade. Assim, foi elaborado um suporte teórico ao nosso estudo, de forma a estarmos prontos a

esclarecer, o melhor possível, o participante sobre os nossos interesses e os nossos compromissos. Foi tomada em consideração a capacidade do sujeito nos conceder as informações interessantes informando-o sobre o que nos move nesta busca de conhecimento, e estabelecendo a sua participação como sendo expressamente voluntária, realçando a importância do seu contributo, e admitindo a possibilidade de desistência na participação. Relativamente aos possíveis danos, é garantida a máxima proteção do sujeito assegurando desde logo o anonimato e confidencialidade, tanto no que se refere aos questionários preenchidos em formato *online* como em formato papel (Anexo 46 e Anexo 47).

Relativamente aos aspetos éticos referentes ao tipo de investigação, por se tratar de uma abordagem não experimental, não se controlam as variáveis, podendo apenas proceder-se à análise e descrição. Foi garantido o consentimento e a privacidade dos sujeitos envolvidos, suportado por todo um trabalho de confiança entre o investigador e os sujeitos alvo de estudo.

Por fim, tudo foi feito para assegurar a integridade, tanto do investigador como a integridade da publicação, apresentando os dados para que estes correspondam com a realidade estudada.

### **5.3.1. População e Amostra**

A População alvo do nosso estudo é a população portuguesa. Em investigação, a dificuldade em conseguir aplicar os métodos e técnicas de investigação a toda a população, faz com que em muitos casos se determine o estudo de uma amostra. A amostra é “um grupo de indivíduos ou objetos selecionados para representar a população (Charles, 1998:145).

Dadas as características do nosso estudo, optámos por uma modalidade de amostragem não probabilística, a amostragem “bola de neve”. A fim de contrariar a sua possível fraca representatividade, optámos por aplicar os inquéritos por questionário em formato *online* e formato papel, assim como alcançar um número de respostas significativas (n=797), tendo em consideração as orientações de Krejcie & Morgan (1970) e Almeida & Freire (2008).

### **5.3.2. Instrumento**

A elaboração do inquérito por questionário teve em conta os objetivos da nossa investigação. Dada a escassa bibliografia sobre a temática da nossa dissertação, foi realizada a consulta e análise de

diferentes tipos e modelos de inquérito por questionário. Os estudos que foram encontrados que apresentavam temáticas próximas da nossa eram, no entanto, bastante específicos, já que analisavam algumas atividades em particular, como as orientadas para a comunidade LGBT<sup>72</sup> ou produtos especializados. Para além disto, os objetivos daqueles estudos não apuravam dados relacionados com o lazer, mas sim com outras variáveis, fazendo com que não fosse possível replicar ou fazer adaptações.

Esta temática não mereceu, até então, o levantamento exaustivo, que conseguisse reunir todas as ofertas de uma indústria de lazer orientadas para o erotismo e sexualidade. Assim, o instrumento foi desenhado tendo como base alguns dos resultados e conclusões que foram possíveis apurar com a análise de conteúdo das revistas Happy Woman. No entanto, estamos conscientes de que o objetivo de fazer uma cobertura sobre a totalidade dos campos de estudo seria demasiado ambicioso para o tempo e recursos disponíveis, pretendendo-se antes de mais, contribuir para a identificação dessas áreas temáticas de estudo para investigações futuras, com esta primeira abordagem aos conhecimentos sobre as práticas e perceções da população portuguesa sobre os lazeres alternativos, nomeadamente os lazeres eróticos e sexuais.

Os inquéritos foram desenhados em cinco grupos principais, dedicando-se a cada um deles, à exploração de temáticas em particular, tal como pode ser analisado no Quadro 10.

GRUPOS	TEMÁTICAS	QUESTÕES
I	Estilos de Vida	Práticas e preferências de lazer
II	Cuidados estéticos e de bem-estar físico	Prática e consumo de produtos e serviços de cuidados estéticos e de bem-estar físico  Importância atribuída aos cuidados estéticos e de bem-estar físico  Tatuagens e <i>piercings</i>
III	Práticas de turismo e lazer	Viagens de turismo e lazer (frequência, companhia, tipo de destinos)  Viagens de sonho e motivações  Associação destinos a práticas eróticas e sexuais  Hábitos de leitura

<sup>72</sup> Sigla para Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgéneros.

IV	Práticas e percepções sobre lazeres alternativos	<p>Práticas de lazer de carácter erótico ou sexual: conhecimento, localização e participação</p> <p>Participação em práticas de lazer de carácter erótico ou sexual: práticas, como teve conhecimento, circunstâncias, preço, interesse em participar.</p> <p>Perceção sobre promoção de práticas de lazer de carácter erótico ou sexual, razões.</p> <p>Tempo associado às práticas de lazer de carácter erótico ou sexual</p> <p>Percepções sobre as práticas de lazer de carácter erótico ou sexual</p> <p>Consumo de produtos e espaços de lazer</p>
V	Caracterização do inquirido	<p>Idade, Sexo, Estado civil, Residência, Agregado familiar, número de crianças, idades das crianças, Nível de ensino, Situação profissional, Profissão, Orientação sexual, Tipo, tipologia, e relação de posse da habitação, Número e gama de automóveis</p>

*Quadro 10 - Conteúdos do inquérito por questionário. Elaboração própria.*

### 5.3.3. Procedimentos

A temática da sexualidade, tal como já nos foi possível apresentar nos primeiros capítulos, tem associado a si alguns constrangimentos. A abordagem à população em geral sobre esta temática previa-se difícil, e a nossa maior preocupação foi tentar assegurar que o inquirido se sentisse confortável para dar respostas verdadeiras. Inicialmente o método de aplicação destes questionários foi projetado para ser realizado de forma presencial, com abordagens diretas à população. No entanto, na fase de pré-testes do instrumento foi identificada uma enorme dificuldade de o inquirido responder á totalidade do questionário, e uma manifestação, direta ou indireta, de desconforto por estar a prestar informações de um foro mais privado, em voz alta, ao inquiridor, assumindo que as suas respostas poderiam ter sido influenciadas.

Após analisar as vantagens e desvantagens da metodologia que viríamos a implementar, definiu-se como primeira prioridade reunir condições para que o inquirido tivesse o máximo de privacidade no preenchimento deste questionário. O inquérito foi então disponibilizado em formato *online*, com recurso ao *software* LimeSurvey, num modelo de bola de neve. Como estratégia de recolha, foram identificados contactos heterogéneos (em idades, sexo, residência, profissão e nível de instrução) e

foi-lhes solicitado que partilhassem com um grupo de outros contactos, sempre por mensagem privada (para uma primeira seleção e para contrariar a tendência de pessoas com características ou gostos muito próximos, respondessem em massa ao questionário), e que lhes pedissem também para partilhar, seguindo os mesmos critérios.

Os questionários em papel foram distribuídos usando a mesma técnica de amostragem de bola de neve. A garantia de privacidade assegurou-se pela associação de um envelope a cada questionário. O inquirido deveria colocar o questionário dentro do envelope e fechar antes de entregar. Neste caso do questionário em papel, a principal dificuldade que se levanta é a impossibilidade de garantir que o inquirido responda a todas as questões. Foram admitidos para amostra aqueles questionários que, para além de cumprirem com os critérios de inclusão, fossem preenchidos e devolvidos.

Este estudo foi efetuado entre 2 de Agosto de 2016 e 5 Fevereiro de 2017. Do total de 797 questionários validados, 336 foram respondidos e entregues em formato papel e 461 foram submetidos em plataforma *online* (Quadro 11). Nos questionários eletrónicos só se consideraram válidos os que para além de cumprirem com os critérios de inclusão, se apresentavam completos e submetidos.

Para além destes, por não cumprirem com os critérios de inclusão (nacionalidade, residência e idade), foram excluídos 7 questionários, assim como outros 5 questionários em papel que apresentavam respostas pouco fiáveis pelo tipo de vocabulário empregue.

Tipo de recolha	Frequência	Percentagem
<i>Online</i>	461	57,8%
Papel	336	42,2%
Total	797	100,0%

Quadro 11 - Tipo de recolha dos inquéritos por questionário. *Elaboração própria.*

#### 5.3.4. Análise estatística

Para a análise estatística dos dados, recorreremos ao *software* SPSS Statistics 23.0.0. Os resultados foram apurados a partir de análises descritivas para descrever variáveis discretas, ordinais ou nominais (Pereira & Patrício, 2013).

Foram utilizados testes não paramétricos para amostras independentes e o teste de independência do Qui-Quadrado ( $\chi^2$ ). No caso das amostras independentes, o teste de Mann Whitney ( $U$ ) permite testar a igualdade de duas distribuições, no caso de variáveis quantitativas ou qualitativas ordinais, ou

comparar as médias de duas amostras aleatórias independentes (Laureano, 2013). Por sua vez, o teste de Kruskal-Wallis ( $H$ ) é aplicado no caso de estarem a ser testadas três ou mais distribuições nominais e ordinais (Laureano, 2013). No caso do teste do Qui-Quadrado, é aplicado sempre que se pretenda testar se duas variáveis qualitativas nominais são independentes (Laureano, 2013). De referir que, no caso concreto das tabelas de 2x2, foram assumidos os valores da correção de continuidade.

### 5.3.5. Caracterização da amostra

Com o objetivo de caracterizar a amostra do nosso estudo ( $n=797$ ), apresentamos uma análise dos resultados relativos às características pessoais e familiares (sexo, idade, orientação sexual, estado civil, constituição do agregado familiar e distrito de residência) e de instrução e atividade profissional (nível de instrução completo, profissão, situação profissional, classe social e gama automóvel).

#### 5.3.5.1. Características pessoais e familiares

A maioria dos inquiridos da amostra do nosso estudo são mulheres. A amostra é constituída por 64,1% ( $n=492$ ) sujeitos do sexo feminino e 35,9% ( $n= 276$ ) de indivíduos do sexo masculino, tal como pode ser verificado no Quadro 12<sup>73</sup>.

Sexo	Frequência	Percentagem
Feminino	492	64,1%
Masculino	276	35,9%
Total	768 <sup>74</sup>	100%

Quadro 12 - Distribuição dos inquiridos por sexo. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

Tendo em consideração a população portuguesa e os dados INE/PORDATA sobre a “População residente segundo os Censos: total e por sexo” de 2011 (última atualização 26/06/2015), que apontam uma distribuição de 52,2% de sujeitos do sexo feminino e 47,8% do sexo masculino. Apesar das

<sup>73</sup> Para o cálculo de frequências relativas à caracterização da amostra, só foram considerados os dados válidos. A frequência das não resposta, será apresentada em nota de rodapé sempre que se considere pertinente.

<sup>74</sup> Excluídos 29 casos de não resposta.

limitações que a técnica aplicada impõe na seleção dos participantes no estudo, foi possível ter uma aproximação da real distribuição da população por sexo.

Relativamente à idade, o inquirido mais novo regista 18 anos e o mais velho 81 anos<sup>75</sup>. A média de idades é de 37,77 anos, com um desvio padrão de 11,88, tal como pode ser verificado no Quadro 13.

Média de idades	Frequência	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
37,77	752	11,88	18	81

Quadro 13 - Média, Desvio-padrão, mínimo e máximo das idades dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

Considerando apenas três grandes escalões etários, regista-se uma taxa de respostas de 32,2% (n=242) de inquiridos com idades compreendidas entre os 18 aos 30 anos, 63,2% (n=475), o escalão mais representado no nosso estudo, de inquiridos com idades entre os 31 aos 59 anos e 4,7% (n=35) dos inquiridos têm 60 ou mais anos. Esta análise apresenta-se vantajosa para a análise de dados mais adiante. Desta forma, numa análise por grupo etário (Figura 10), podemos verificar que são os sujeitos com idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos que mais predominam, com uma percentagem de 34,2 (n=257). Seguem-se o grupo dos indivíduos que têm entre 35 e 44 anos com 29,0% (n=218), o grupo que regista idades entre os 45 e os 54 anos com 14,1% (n=106), os sujeitos com idades entre os 18 e os 24 anos com 10,8% (n=81). As faixas etárias menos representadas são as que compreendem idades entre os 55 e os 64 anos e que registam 9,7% (n=73) e o grupo com idade igual ou superior a 65 anos, que apresenta valores de 2,3% (n=17)<sup>76</sup>.

<sup>75</sup> Esta questão solicitava a indicação do ano de nascimento dos sujeitos. Foi tida como referência para o cálculo da idade do inquirido o ano civil de 2017, já que foi neste que se concluiu a aplicação do instrumento e que se procedeu ao tratamento dos dados.

<sup>76</sup> Excluídos 45 casos de não-resposta.

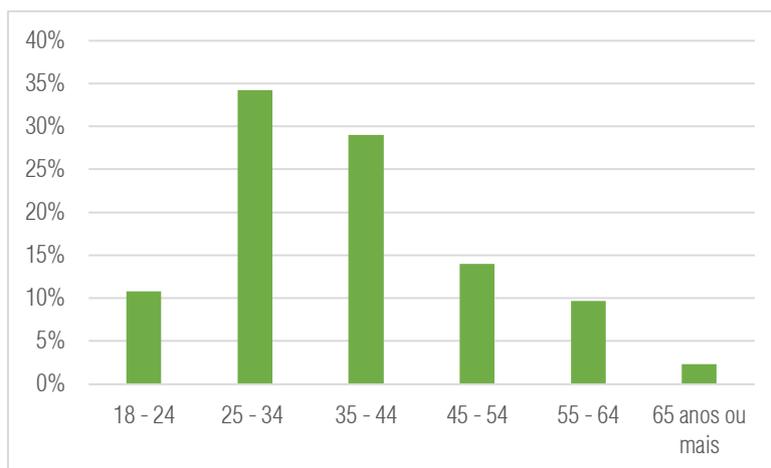


Figura 10 -Distribuição dos inquiridos por escalões etários. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

Quando inquiridos sobre a sua orientação sexual, 91,0% (n=682) definem-se como heterossexuais, seguindo-se 5,1% (n=38) de inquiridos bissexuais e de 3,9% (n=29) de homossexuais (Quadro 14). Apesar da discussão sobre o emprego deste tipo de classificação (Butler, 1999; Foucault, 1994a; Kinsey *et al*, 1948 e 1953), que tendem a categorizar determinadas preferências e práticas sexuais, optou-se por se assumir a orientação sexual por autodefinição. Queremos dizer com isto que as respostas dão conta da orientação sexual de acordo com a definição que fazem de si próprios, independentemente da pluralidade de experiências que possam ter tido.

Orientação sexual	Frequência	Percentagem
Heterossexual	682	85,6%
Homossexual	29	3,6%
Bissexual	38	4,8%
Total	749 <sup>77</sup>	100,0%

Quadro 14- Orientação sexual dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

Do cruzamento dos dados referentes ao sexo e à orientação sexual dos inquiridos (Quadro 15), evidencia-se que a percentagem de homens e mulheres heterossexuais é bastante próxima. Por sua vez, regista-se um maior número de inquiridos homens homossexuais, e que há mais mulheres a identificar-se como bissexuais.

<sup>77</sup> Excluídos 48 casos de não-resposta.

A fim de averiguar a relação entre a variável nominal Orientação e a variável nominal Sexo, foi aplicado o teste de Qui-quadrado ( $\chi^2$ ). O resultado do teste evidencia que existem diferenças estatisticamente significativas com a variável sexo ( $p=.001$ ).

Orientação Sexual		Sexo		Total
		Masculino	Feminino	
Heterossexual	N	247	430	677
	%	91,5%	80,7%	91,0%
Homossexual	N	17	12	29
	%	6,3%	2,5%	3,8%
Bissexual	N	6	32	38
	%	2,2%	6,8%	5,1%
Total	N	270	474	744 <sup>78</sup>
	%	100,0%	100,0%	100,0%
Qui-quadrado	$\chi^2 (2) = 13.173, p = .001$			

Quadro 15 - Cruzamento entre variáveis sexo e orientação sexual dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

Os resultados do Inquérito sobre Saúde e Sexualidade de Alpoim (2010) aplicados a uma amostra da população portuguesa ( $n=3335$ ), com idades compreendidas entre os 18 e os 65 anos, davam conta de uma distribuição em termos de orientação sexual (por autodefinição) maioritariamente heterossexual, com 97,7% ( $n=2923$ )<sup>79</sup>. Dos homens, 0,9% ( $n=15$ ) e 0,5% ( $n=8$ ) de mulheres definiam-se como homossexuais. A resposta bissexual registou 1,4% ( $n=24$ ) de respostas de homens e 1,6% ( $n=26$ ) de mulheres. Quando comparado com os resultados do nosso estudo, apesar de a amostra ser diferente e os valores se apresentarem mais elevados nas categorias homossexual e heterossexual, é possível verificar a mesma tendência para uma identificação maioritariamente heterossexual, o registo de homossexualidade mais elevada nos homens e bissexualidade mais elevada nas mulheres.

Dando agora atenção ao estado civil dos inquiridos (Figura 11) verificamos que 45,2% ( $n=346$ ) dos inquiridos são solteiros, seguindo-se com 35% ( $n=268$ ) de inquiridos casados, 12,7% ( $n=97$ ) que vivem em união de facto, 5,9% ( $n=45$ ) são divorciados ou estão separados e que 1,2% ( $n=9$ ) dos indivíduos são viúvos<sup>80</sup>.

<sup>78</sup> Excluídos 53 casos de não-resposta.

<sup>79</sup> Com uma distribuição de 88,7% ( $n=1505$ ) de homens e 86,6% ( $n=1418$ ) de mulheres.

<sup>80</sup> Excluídos 32 casos de não resposta.

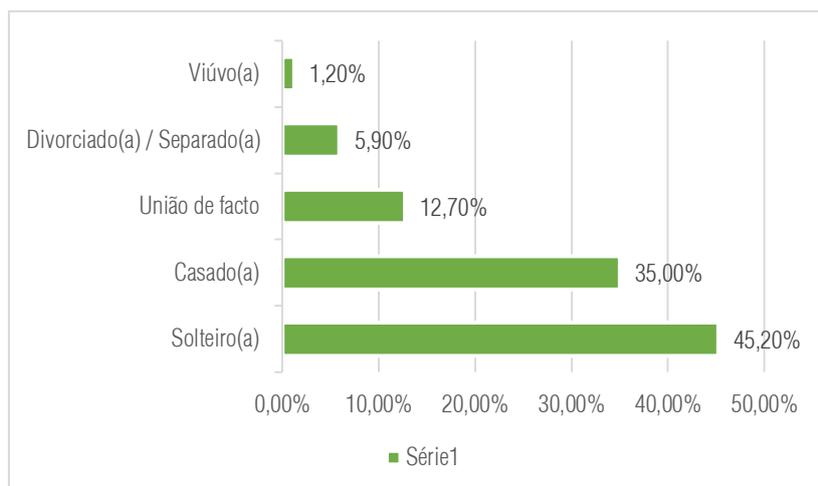


Figura 11 - Estado civil dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

De acordo com os dados INE/PORDATA<sup>81</sup> (última atualização a 08/05/2017) relativa à “Idade média ao primeiro casamento, por sexo”, podemos verificar que, em 2016, a idade dos sujeitos do sexo masculino que se casam era de 32,8 anos, e a dos indivíduos do sexo feminino era de 31,3 anos. Se tivermos em consideração os dados de 1960, altura em que o valor médio de idade que se registava ao primeiro casamento era de 26,9 anos, verificamos que há uma tendência para que o casamento aconteça cada vez mais tarde. Assim, e atendendo aos resultados do presente trabalho, poderemos relacionar a predominância de inquiridos cujo estado civil é solteiro com os resultados obtidos relativamente à idade da maior parte dos participantes no estudo.

No que diz respeito à caracterização do agregado familiar dos inquiridos, a sua constituição é em média, de 2,8 elementos, o número de crianças é de 0,57 e a idade das mesmas é de 5,74 anos. O facto de a maior parte dos inquiridos ser solteiro pode de alguma forma justificar estes resultados. Quando analisados os dados INE/PORDATA (última atualização a 09/02/2017) sobre a “Dimensão média dos agregados domésticos privados” verificamos que, no ano de 2016, era de 2,5 elementos.

Relativamente à representação do território, a amostra inclui respostas das diferentes regiões do país, distribuindo-se da seguinte forma: 45,2% (n=295) da região Centro (45.2%), 22,7% (n=148) da região

<sup>81</sup> <https://www.pordata.pt/Portugal>

Norte, 19,6% (n=128) da Área Metropolitana de Lisboa, 9,5% (n=62) do Alentejo e 3,1% (n=20) do Algarve<sup>82</sup> (Quadro 16).

Regiões	Frequência	Porcentagem
A. M. Lisboa	128	19,6%
Alentejo	62	9,5%
Algarve	20	3,1%
<b>Centro</b>	<b>295</b>	<b>45,2%</b>
Norte	148	22,7%
Total	653 <sup>83</sup>	100,0%

Quadro 16 - Distribuição dos inquiridos por regiões de residência. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

Numa análise mais aprofundada poderemos apurar dados sobre a residência dos participantes (Figura 11) deste estudo, uma vez que foi solicitada informação relativa à freguesia e concelho de residência. No entanto, a grande dispersão que os dados apresentam, dificultava a interpretação de dados, tendo-se optado por uma análise por distritos de residência. Verificamos que os cinco mais representados neste estudo são Aveiro com 31% (n=203), Lisboa com 19,6% (n=128), Porto com 16,4% (n=107), Viseu com 5,7% (n=37) e Évora com 5,4% (n=35)<sup>84</sup>.

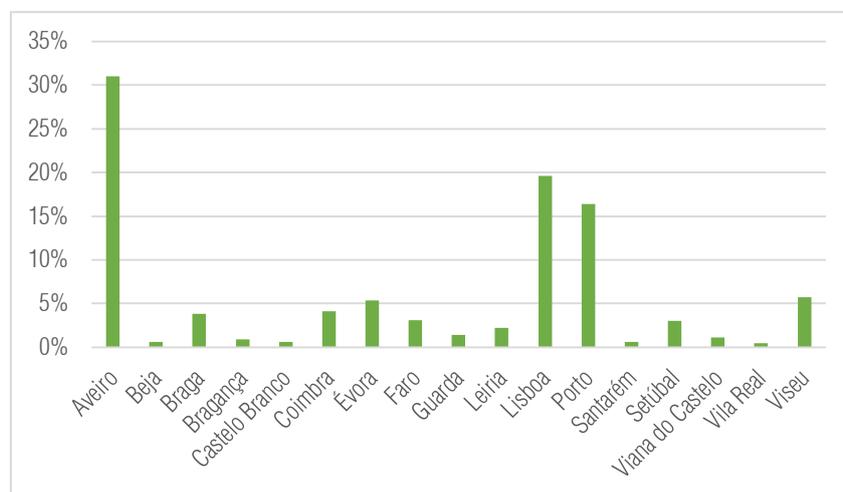


Figura 12 - Distritos de residência dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

<sup>82</sup> Posteriormente, nomeadamente para aplicação de testes estatísticos, serão tidas em consideração apenas 4 regiões, em resultado de se agrupar Alentejo e Algarve, dando origem à categoria Sul, que apresentará uma percentagem de 12,6% (n=82).

<sup>83</sup> Excluídos 144 casos de não-resposta.

<sup>84</sup> Excluídos 144 casos de não resposta.

### 5.3.5.2. Características de instrução e situação profissional

Quanto ao nível de ensino dos inquiridos, verificamos que a maioria dos inquiridos possui formação de nível superior. Da totalidade da amostra, 29,6% (n=227) possui licenciatura, 28,6% (n=220) possui o 12º ano ou 7º ano do liceu, e 24,2% (n=186) tem pós-graduação/mestrado. A distribuição completa pode ser analisada no Quadro 17.

Se fizermos uma análise por grandes grupos de nível de ensino (Figura 13), verificamos que os inquiridos com formação até ao 3º ciclo representam 14,1% (n=108) da amostra, seguindo-se aqueles cujo nível de instrução mais alto é a Pós-Graduação, Mestrado ou Doutoramento com 25,0% (n=192). A maior parte dos inquiridos tem o 12º ano (ou 7º ano do liceu), grupo que apresenta 28,6% (n=220), ou o Bacharelato ou Licenciatura, com uma percentagem de 32,3% (n=248)<sup>85</sup>.

Habilitações	Frequência	Percentagem
Sabe ler e escrever mas não possui nenhum grau de ensino	2	0,3%
1º ciclo (4ª classe)	10	1,3%
2º ciclo (ciclo preparatório / 6ª classe)	13	1,7%
3º ciclo (9º ano / 5º ano liceu / escola técnico profissional)	83	10,8%
12º ano (7º ano liceu)	220	28,6%
Bacharelato	21	2,7%
Licenciatura	227	29,6%
Pós-Graduação / Mestrado	186	24,2%
Doutoramento	6	0,8%
Total	768 <sup>86</sup>	100,0%

Quadro 17 - Nível de instrução dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

<sup>85</sup> Excluídos 29 casos de não-resposta.

<sup>86</sup> Excluídos 29 casos de não-resposta.

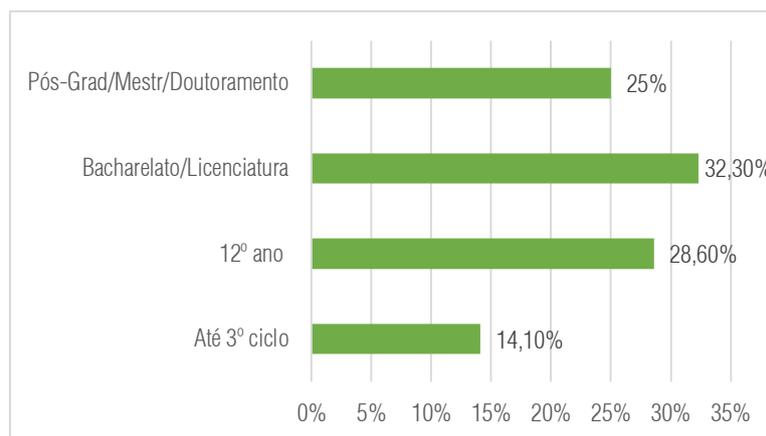


Figura 13 - Análise por grandes grupos do nível de instrução dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

Relativamente às profissões referidas pelos inquiridos, foram analisadas e agrupadas de acordo com a Classificação Portuguesa das Profissões (CCC) 2010<sup>87</sup>. Conclui-se que os grupos mais representados são de inquiridos Especialistas nas atividades intelectuais e científicas, representados com 32,0% (n=207) e os trabalhadores dos serviços pessoais, de proteção em 23,2% (n=150). A restante distribuição pode ser consultada no Quadro 18.

Profissões	Frequência	Percentagem
Profissões das forças armadas	3	0,5%
Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigente, diretores e gestores executivos	22	3,4%
Especialistas das atividades intelectuais e científicas	207	32,0%
Técnicos e profissões de nível intermédio	101	15,6%
Pessoal administrativo	69	10,7%
Trabalhadores dos serviços pessoais, de proteção e segurança e vendedores	150	23,2%
Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices	13	2,0%
Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores da montagem	15	2,3%
Trabalhadores Não Qualificados	5	0,8%
Reformados	20	3,1%
Desempregados	41	6,3%
Estudantes	1	0,2%
Total	647 <sup>88</sup>	100%

Quadro 18 - Profissões dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

<sup>87</sup> Classificação Portuguesa das Profissões 2010, Instituto Nacional de Estatística, Lisboa, 2011.

<sup>88</sup> Excluídos 150 casos de não resposta.

Quanto à situação profissional (Quadro 19), a maioria dos inquiridos são trabalhadores por conta de outrem, num total de 61,9% (n=493) contrastando com o grupo menos representado, dos reformados, com 3,8% (n=30).

Situação profissional	Frequência	Percentagem
Gerente	39	4,9%
Conta própria	101	12,6%
Conta outrem	493	61,4%
Reformado	30	3,7%
Desempregado	52	6,5%
Estudante	82	10,2%
Outro	6	0,7%
Tota	803	100%

Quadro 19 - Situação profissional dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

Segundo Taylor (2011), não se tem dado muita atenção à análise da sexualidade de acordo com as classes sociais e que tal poderá ser bastante importante para a investigação nesta área, já que permitiria apurar se existem diferenças de comportamentos e práticas, de acordo com a classe dos inquiridos. Atendendo a este facto, e do cruzamento entre a profissão e a habitação (Quadro 20), apurou-se a classe social dos participantes neste estudo, concluindo-se que 37,2% (n=237) é da classe C - Média Baixa<sup>89</sup>, seguido por 34,4% (n=219) de inquiridos da classe B-Média Alta, 22,3% (n=142) da classe A-Alta, 6,1% (n=39) da classe D-Baixa.

Classe social	Frequência	Percentagem
A	142	22,3%
B	219	34,4%
C	237	37,2%
D	39	6,1%
Total	637	100,0%

Quadro 20 - Classe social dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

A fim de complementar as informações apresentadas até então, consideramos pertinente ter em consideração o tipo de habitação e número e gama automóvel (Quadro 21). Estas variáveis podem

<sup>89</sup> Pela reduzida frequência da Classe C1, e para ser possível posterior cruzamento com outras variáveis, as classes C1 e C2 foram agrupadas numa única categoria C.

contribuir com dados interessantes ao nível dos consumos e estilos de vida. Quanto ao tipo de habitação, 58,2% (n=449) dos inquiridos vivem em vivendas, seguindo-se o apartamento com 41,4% (n=319) e com expressão residual, aqueles que vivem em outros tipos de habitação.

Tipo de habitação	Frequência	Percentagem
Apartamento	319	41,4%
Vivenda	449	58,2%
Outro	3	0,4%
Total	771 <sup>90</sup>	100%

Quadro 21 - Tipo de habitação dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

A tipologia de habitação (Quadro 22) mais recorrente nas respostas dos inquiridos do nosso estudo são as vivendas ou apartamentos T3, com 36,8% (293) de respostas, seguido pelas habitações T2, com 24,5% (n=195).

No que diz respeito à relação de posse (Quadro 23), a maioria dos inquiridos tem habitação própria, representado com 61,5% (n=490) dos inquiridos.

Tipologia habitação	Frequência	Percentagem
T0	16	2,1%
T1	67	9,0%
T2	195	26,0%
T3	293	39,1%
T4	131	17,5%
T5	40	5,4%
Outro	7	0,9%
Total	749 <sup>91</sup>	100%

Quadro 22 - Tipologia de habitação dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

<sup>90</sup> Excluídos 31 casos de não resposta. Esta questão apresentava-se como sendo de possível resposta múltipla, o que faz com que o total de frequências seja superior à amostra.

<sup>91</sup> Excluídos 55 casos de não resposta. Esta questão apresentava-se como sendo de possível resposta múltipla, o que faz com que o total de frequências seja superior à amostra.

Relação de posse	Frequência	Porcentagem
Próprio	490	64,3%
Arrendado	249	32,7%
Outro	23	3,0%
Total	762 <sup>92</sup>	100%

Quadro 23 - Relação de posse sobre a habitação dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

Por fim, relativamente à posse de veículos automóveis (Quadro 24), a maioria dos inquiridos respondeu ter uma média de 1,46 automóveis por agregado familiar. Segmentando esta informação por gama, verificamos que a maioria tem automóveis de gama média, representado por 67% (n=434) dos inquiridos.

Gama automóvel	Frequência	Porcentagem
Baixa	140	21,6%
Média	434	67,0%
Alta <sup>93</sup>	74	11,4%
Total	648 <sup>94</sup>	100,0%

Quadro 24 - Gama dos automóveis dos inquiridos. Elaboração própria a partir da análise dos resultados dos inquéritos por questionário à população portuguesa.

#### 5.4.Síntese

Dedicando-se à análise da metodologia, métodos e técnicas a aplicar na componente empírica do projeto de investigação, o capítulo divide-se em duas partes. Primeiramente foi abordada a metodologia qualitativa e, em particular, a técnica documental de análise de conteúdo. Foi igualmente apresentado, caracterizado e justificado o corpus da análise e descritos os procedimentos durante o processo, resultando, em suma, na análise de conteúdo do eixo “A Dois” da revista mensal Happy Woman, que por lhe dedicar em exclusivo o tema da sexualidade e por cumprir, nos três anos em análise (2010, 2013 e 2016) uma estrutura homogénea, bem como conteúdos de interesse para a investigação.

Numa segunda parte refletimos sobre a abordagem à metodologia quantitativa, e em particular ao inquérito por questionário. Para além da definição da população e amostra, apresentámos a técnica de

<sup>92</sup> Excluídos 43 casos de não resposta.

<sup>93</sup> Pela reduzida frequência na categoria gama muito alta, as categorias de gama automóvel alta e muito alta foram agrupadas, a fim de se tornar possível estabelecer cruzamentos com outras variáveis ao longo do trabalho.

<sup>94</sup> Excluídos 149 casos de não resposta.

amostragem bola de neve, através de um inquérito por questionário *online* e em papel, já que pelas conclusões dos estudos preliminares, se perspetivou que desta forma fosse mais vantajoso para a investigação. Depois de justificadas as escolhas para os instrumentos a aplicar, para além de uma descrição dos procedimentos gerais e relativos à análise estatística, foi apresentada uma caracterização da amostra (n=797). Na sua maioria é constituída por mulheres (64,1%), numa média de idades de 37 anos, sendo que o grupo etário mais representativo é aquele que inclui os inquiridos com idades entre os 25 e os 34 anos. Registando-se uma representação de inquiridos hétero, homo e bissexuais, verificamos também que 45,2% são solteiros e de classe média/média alta. As cidades mais representadas no estudo são Aveiro, Lisboa, Porto e Viseu.





## CAPÍTULO VI

### PRÁTICAS DE LAZER ERÓTICO E SEXUAL NOS MEDIA: ANÁLISE DE CONTEÚDO





## CAPÍTULO VI

### PRÁTICAS DE LAZER ERÓTICO E SEXUAL NOS MEDIA: ANÁLISE DE CONTEÚDO

#### 6.1. Introdução

O presente capítulo dedica-se à análise de conteúdo do suplemento “A Dois” da revista mensal Happy Woman, relativa aos anos de 2010, 2013 e 2016, com o objetivo de identificar a presença a referências a práticas de lazer erótico e sexual. Porém, antes disso, abordaremos a questão da linguagem, do tabu e dos *media*, a fim de contextualizar a importância e impacto que esta análise poderá ter, tanto no que se refere ao que é apresentado como testemunhos da população, como pela influência que os conteúdos podem ter sobre os leitores, para além de possibilitar um retrato geral das práticas, que possivelmente poderão ser comparadas com os resultados dos inquéritos por questionário.

#### 6.2. Linguagem, sexualidade e tabu

Quando abordamos o sexo e a sexualidade, fazemos uma associação imediata aos momentos íntimos e reservados que fazem parte da vida de um casal. No entanto, o sexo tem vindo a passar da esfera estritamente privada para a esfera pública, através, nomeadamente, dos meios de comunicação (Alexander, 2008). As questões da sexualidade são hoje tema comum, tanto dos noticiários como assunto para discussão pela opinião pública. Isto revela que a sociedade, além de ter quebrado algumas barreiras que deixavam no segredo dos lares estas questões, se preocupa com este assunto, não fosse ele parte integrante e irrefutável da vida. Por isso, trazem-se a praça pública, discussões mais ou menos legítimas e pertinentes, que colocam a nu a evolução da própria sociedade. Uns mais polémicos que outros, são tema os casamentos entre pessoas do mesmo sexo, a educação sexual, as relações dos famosos, os *reality-shows* de vida em direto, os escândalos que envolvem figuras públicas, as sondagens, estatísticas e um sem fim de curiosidades pelos *media*.

No entanto, apesar desta maior permissividade aparente, são também poucos os estudos que se dedicaram a estudar a linguagem e a sexualidade. Weeks (2005:1) considera que, apesar de todos os

desenvolvimentos que a sociedade tem vindo a sofrer, da condenação à desmistificação do sexo, o erótico continua a despoletar perturbação nesta sociedade mais permissiva e liberal.

No plano institucional, Ogas & Gaddam (2001) apontam várias barreiras e dificuldades aos investigadores que se querem dedicar ao estudo do sexo enquanto impulso e desejo, defendendo que estes temas só são aceites caso se relacionem com a saúde ou com os direitos humanos. Os mesmos autores (2001:24) referem a teoria da Regra 34, “*qualquer coisa que imagines há pornografia disso na Internet*” em resultado do desenvolvimento das novas tecnologias, globalização, rapidez e partilha de informação, além da necessidade e característica da sociedade pós-moderna da erotização do comum e do banal. Através de ferramentas como a Internet, há uma liberalização pelo anonimato, que aquela confere aos utilizadores, que assim se sentem desinibidos para adotar novas identidades e comportamentos.

Sem dúvida, esta tem sido uma temática de interesse para diferentes áreas como a sociologia, psicologia, educação, medicina, ciências políticas, humanidades e artes, tornando-se num dos temas centrais de debate, por ser visto como assunto de mudanças históricas. Além disso, e segundo Alexander (2008:1), o sexo e a sexualidade confere-nos personalidade e identidade<sup>95</sup>. Tendo em conta que a própria linguagem e uso de certos vocábulos nos revela informações sobre o interlocutor, sobre a sua formação, idade, identidade, entre outras, podemos afirmar que determinados termos relacionados com a sexualidade são utilizados por uns e não por outros, em diferentes contextos sociais, momentos cronológicos, bem como segundo a própria familiaridade com estes assuntos.

Os estudos de Becker (1963:32) revelam que, nomeadamente, a pornografia se apresenta usando uma linguagem “*estilizada*”, de acordo com os utilizadores e compradores, uma vez que a comunicação feita dentro desse grupo tem no seu núcleo, um role de vocábulos cujos significados são comuns entre os membros. Esta teoria é partilhada também por Piscitelli (2005:296), caracterizando esta linguagem como “*diferenciada (...) específica, relativamente hermética e dinâmica*”.

Segundo Alexander (2008), também foram desenvolvidos estudos no sentido de tentar apurar um padrão no discurso de um público homossexual feminino e masculino, mas os resultados não são

---

<sup>95</sup> “(...) when we talk about ourselves, when we define ourselves, we almost invariably use gendered and sexualized language”. Alexander (2008:2)

considerados conclusivos, devido a infinidade de personalidades que condicionam automaticamente os discursos. Também a linguagem usada pelas trabalhadoras sexuais que praticam os seus serviços através das comunicações telefónicas já foram alvo de estudo. A principal conclusão que foi retirada deste estudo resume-se ao facto de a linguagem utilizada por estas trabalhadoras permitir criar uma identidade ideal, através da representação e assim, satisfazer as fantasias dos clientes, uma vez que quem fornece o serviço se adapta ao próprio cliente.

Segundo Cameron & Kulick (2006:12), o sexo também está presente no domínio linguístico através da sexologia popular e científica, cartas de leitores em revistas, narrativas pornográficas, ficção, mensagens de amor, *talk shows*, material escolar, literatura médica, entre outros. Por outro lado, segundo Alexander (2008) os livros didáticos sobre o tema, têm sido adotados numa tentativa de promover determinados tipos de práticas sexuais e, automaticamente, promover no cidadão determinados comportamentos.

Já no que se refere às revistas femininas, o discurso que nelas consta concede, antes de mais, um grande poder aos estilos de vida representados e relatados, “que buscam a beleza, o prazer, o sucesso e a felicidade”, recorrendo a discursos sexuais que definem o leitor, e potenciados, justificados ou apresentados tendo como solução ou aliado o consumo (Matheson, 2005:62).

Assim, o discurso próximo que é empregue nas revistas femininas aproxima os seus leitores, o que poderá contribuir para que os seus conteúdos possam influenciar as perceções e comportamentos dos mesmos. No entender de Wichels (2013:50) apesar de serem muitas vezes classificadas como “superficiais e fúteis”, estas revistas vão continuar a ter “ um papel fundamental na construção e representação do universo feminino”.

### **6.3. Práticas eróticas e sexuais na revista Happy Woman**

#### **6.3.1. Caracterização dos testemunhos**

O Eixo “A Dois” apresenta-se dividido por artigos, normalmente temáticos. Em cada um deles, salvo no primeiro artigo, de carácter mais curto, são apresentados testemunhos de mulheres e homens, que contam assim, na primeira pessoa, as suas experiências sexuais, numa narrativa que nos permite saber

algumas características pessoais e profissionais, assim como o enquadramento daquelas práticas. Apresentaremos de seguida os resultados da análise de conteúdo.

A referência a práticas eróticas e sexuais registou um total de 513 entradas, das quais 395 (77,0%) se referem testemunhos femininos e 118 (23,0%) a testemunhos masculinos (Figura 14). Desta forma, verificamos que a maioria dos testemunhos, como seria de prever, são do sexo feminino, em linha com aquele que é o público-alvo da revista e, portanto, a população que mais têm interesse em representar nos diferentes conteúdos.

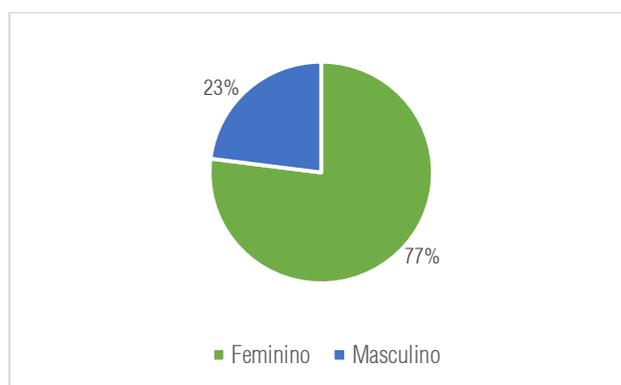


Figura 14 - Caracterização dos testemunhos por sexo. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Relativamente às idades, os testemunhos do sexo feminino apresentam-se com idades compreendidas entre os 18 e os 58 anos, com uma média de 30,90 anos (DP=5,23). Já no caso dos testemunhos masculinos, estes apresentam idade mínima ligeiramente superior, mas uma idade máxima inferior, numa média de 31,57 anos (DP=4,91) (Quadro 25).

Testemunhos	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
Femininos	30,90	5,23	18	58
Masculinos	31,57	4,91	23	45

Quadro 25 - Média, Desvio padrão, Mínimo e Máximo de idades dos testemunhos femininos e masculinos. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Relativamente ao estado civil, raramente são feitas identificações diretas. No caso dos testemunhos femininos, das 72 ocorrências registadas, 48 referem-se a casamento, 20 ao facto de serem divorciadas, e apenas 4 estarem solteiras (Figura 15). Já nos testemunhos masculinos, só se registam 13 referências ao estado civil. Destes, 6 casos são casados e 7 divorciados.

Podemos, no entanto, complementar esta informação com uma outra categoria de análise, o tipo de relação referida no contexto das práticas eróticas e sexuais. De referir que as unidades de análise são múltiplas (por exemplo, “relação extraconjugal com desconhecido”). Neste caso os dados já são mais expressivos, tendo sido registadas um total de 337 ocorrências (Quadro 26).

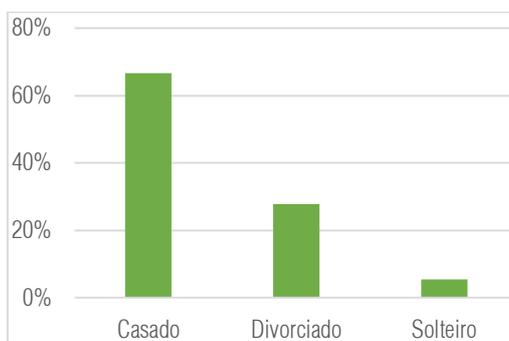


Figura 15 - Estado civil dos testemunhos femininos. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Tipo de relação	Frequência	Percentagem
Extraconjugal	58	17,21%
Com desconhecido	62	18,40%
Conjugal	105	31,16%
Namoro	70	20,77%
Aberta/Sem compromisso	42	12,46%
Total	337	100%

Quadro 26 - Tipo de relação referida pelos testemunhos. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Poderemos então verificar que 31,16% (n=105) dos testemunhos enquadram as suas práticas num relação conjugal, seguindo-se o namoro com 20,77% (n=70). De destacar o número considerável de casos referidos com desconhecidos, que apresenta 18,40% (n=62) dos casos, seguido de perto pelas relações extraconjugais com 17,21% (n=58) (representados na Figura 15). Os restantes testemunhos não deixaram claro qual o tipo de relação em que se encontravam e, por isso, não foi possível nenhum registo. A distribuição completa pode ser verificada na Figura 16. Verificamos assim que, não obstante de serem as relações conjugais e de namoro aquelas que de forma mais frequentemente são enquadradas nas práticas de lazer de carácter erótico e sexual, regista-se uma frequência significativa de referências a relações de risco, nomeadamente aquelas que acontecem com desconhecidos. Já as referências a relações extraconjugais e as abertas/sem compromisso estão de acordo com conclusões

dos capítulos anteriores, que referiam uma aparente maior fragilidade das relações e uma entrega aos prazeres sem compromisso.

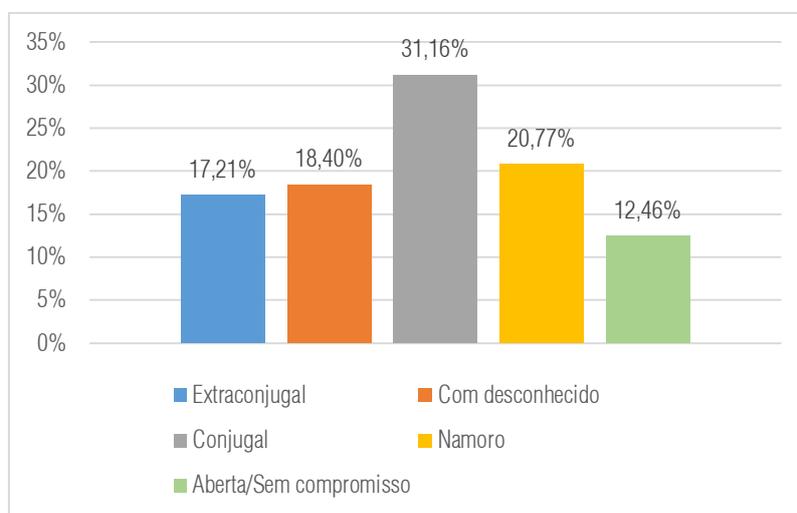


Figura 16 - Tipo de relação referida pelos testemunhos. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).

Nos testemunhos femininos contabilizam-se 44 referências a filho(s), enquanto que no caso dos testemunhos masculinos se regista um número inferior, de apenas 11 casos.

Atendendo às profissões referidas nos testemunhos (Quadro 27), os participantes das práticas eróticas e sexuais enquadram-se, na maioria, nas profissões associadas a classes média-alta e alta.

Profissões	Frequência (Fem)	Frequência (Masc)
Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigente, diretores e gestores executivos	11	1
Especialistas das atividades intelectuais e científicas	30	5
Técnicos e profissões de nível intermédio	4	--
Pessoal administrativo	1	--
Trabalhadores dos serviços pessoais, de proteção e segurança e vendedores	3	--
Desempregados	1	1
Estudantes	7	--
Profissionais do sexo	8	
Total	73	7

Quadro 27 - Profissões dos testemunhos femininos e masculinos. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).

No que se refere a nacionalidades dos testemunhos, serão todos de nacionalidade portuguesa, com exceção de 5 referências a nacionalidades estrangeiras (americana, espanhola, francesa, inglesa e japonesa) nos testemunhos femininos e 1 referência (espanhola) nos testemunhos masculinos.

### 6.3.2. Práticas eróticas e sexuais

Na análise de conteúdo foi possível identificar referências a práticas eróticas e sexuais associadas à definição de comportamentos, relacionamentos e modas, e que apresentamos de forma resumida no Quadro 28.

Comportamentos, tipos de relacionamentos e modas em práticas eróticas e sexuais	
BDSM	Práticas eróticas que incluem atividades de <i>bondage</i> , disciplina/dominação, submissão/sadismo, masoquismo
<i>Benshing</i>	Jogo mental em que um dos envolvidos, o <i>bencher</i> , mantém o outro, o <i>benchee</i> , no purgatório/no impasse, entre avanços e recuos, capaz de destruir a autoestima e futuras relações”
<i>Ghosting</i>	Uma das pessoas na relação desaparece sem razão aparente.
<i>Gouinage</i>	Sexo entre homossexuais, sem penetração.
<i>Blue parties</i>	Festas cujos participantes tomam comprimidos antivirais para reduzir risco de infeção e transmissão de doenças.
Kama Sutra	Práticas inspiradas no livro indiano sobre o amor e comportamento sexual humano.
Pompoarismo	Técnica oriental derivada do tantra, que assenta em técnicas de contração dos músculos pélvicos de forma voluntária, de forma a ter prazer.
Sex roulette	Festas sexuais onde as relações acontecem sem recurso a métodos contraceptivos e onde existe, pelo menos, um participante portador do vírus VIH (SIDA).
Sexless	Abstinência sexual
<i>Shirabi</i>	Bondage japonês
Tântrico	Doutrina de ensinamentos e práticas sexuais e espirituais.
<i>Sexting</i>	Envio de mensagens de carácter sexual/nudez.
Frexting	Envio de mensagens de carácter sexual/nudez para amigos.
Nyotaimori	Jantar erótico
Exibicionismo	Forma de excitação erótica e sexual por via da ostentação
Voyeurismo	Forma de excitação erótica e sexual pela observação de práticas de terceiros
Partilha pornografia	Normalmente por internet, consiste na partilha ou troca gratuita de filmagens de carácter erótico ou sexual.
<i>Swing</i>	Estilo de vida cuja filosofia permite a troca de parceiros sexuais, práticas em grupo, incluindo modalidades de soft <i>swing</i> e hard <i>swing</i>

Quadro 28 - Comportamentos, tipos de relacionamentos e modas em práticas eróticas e sexuais. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

No que diz respeito à identificação das práticas de carácter erótico e sexual, a partir de um total de 740 registos, foram organizados em 10 categorias. No entanto, a fim de se tornar possível tirar algumas

conclusões, a análise descritiva da categoria de Alojamento e Restauração serão tratadas em conjunto. Apresentamos no Quadro 29 a composição de cada categoria.

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>
Encontros	<i>Blind date, speed dating, one night stand, sexo na primeira noite</i>
Práticas sexuais	Exibicionismo, <i>voyeurismo</i> , vídeo caseiro na internet, BDSM, <i>bondage</i> , prostituição de luxo, experiência homossexual, fantasias eróticas, <i>role play</i> , sadomasoquismo, <i>swing, swing hard, swing soft</i> .
Espetáculos eróticos	Cabarés eróticos, <i>peep shows, shows strip, show burlesco, striptease, striptease Masculino e Feminino, striptease</i> , bailarina, <i>stripper</i> , atriz pornográfica(o), <i>camgirl</i> , modelo, profissionais BDSM, pornografia
Festas sexuais	Festa de sexo, festa erótica, festa privada de sexo, festa sexual festa sexual de luxo, orgias sexuais ao luar
Comunicação erótica	Carta erótica, mensagem de imagem (mms), mensagem escrita (sms), chamada erótica, telefonema erótico, conversa erótica, fotos, fotografias, fotografia erótica, foto ousada, registo vídeo
Serviços eróticos/sexuais	Acompanhante de luxo, prostituição, acompanhante, <i>coach sexual, divorce artist</i>
Consumo <i>sex toys</i>	<i>Sex toys</i> , acessórios
Bem-estar	Banhos, massagens
Alojamento	Motel, quartos/espacos BDSM ,
Restauração	Jantar <i>speed dating</i> , Restaurante erótico, jantar erótico, afrodisíaco, <i>bodysushi, bodyshot</i>

Quadro 29 - Composição das categorias de análise das práticas eróticas e sexuais. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Analisando a frequência de referências a práticas das diferentes categorias (Quadro 30), aquela que regista uma maior frequência diz respeito ao consumo de produtos, que surge em 27,63% (n=184) das práticas referidas, seguindo-se as festas com 11,41% (n=76). Por sua vez, a prática menos frequente são os encontros, que registam 3,45% (n=23) das ocorrências.

<b>Práticas eróticas e sexuais</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentagem</b>
Alojamento e Restauração	65	9,76%
Consumos de produtos	184	27,63%
Bem-estar	39	5,86%
Serviços	53	7,96%
Encontros	23	3,45%
Comunicação erótica	64	9,61%
Festas	76	11,41%

Espetáculos	46	6,91%
Práticas <i>online</i>	116	17,4%
Total	666	100%

Quadro 30 - Frequência das práticas eróticas e sexuais por categoria. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.2.1. Alojamento e Restauração

A categoria Alojamento e Restauração inclui todas as referências feitas pelos testemunhos a este tipo de espaços numa associação direta a práticas eróticas e sexuais (Quadro 31). Do total dos 65 registos, 40 deles dizem respeito à categoria de alojamento Motel, sendo a prática mais referida nesta categoria. Foram também mencionados 3 casos de hotel fetiche e 1 referência a apartamentos de acompanhantes ou prostituição. São também referidos 10 casos de espaços temáticos, especializados para práticas de BDSM. Os 11 registos da restauração dizem respeito a restaurantes ou jantares eróticos, e a práticas de *bodysushi* e *bodyshot*.

Categorias	Frequência
Alojamento Temático	10
Motel	40
Hotel	3
Apartamento de acompanhantes	1
Restaurante erótico	11
Total	65

Quadro 31 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria de alojamento e restauração. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.2.2. Consumo de produtos eróticos

Consideraram-se nesta categoria todas as referências diretas ao uso de brinquedos sexuais/sex toys e potenciadores das atividades eróticas e sexuais. Relativamente ao uso de brinquedos, foram registadas 94 entradas, das 154 entradas nesta categoria (Quadro 32).

Produtos	Frequência
<i>Sex toys</i>	94
Acessórios	60
Total	154

Quadro 32 – Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria de consumos eróticos e sexuais – produtos eróticos. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

No que diz respeito aos potenciadores, segundo informação disponibilizada pela marca de produtos Durex<sup>96</sup>, os lubrificantes são produtos classificados como dispositivos médicos que suavizam a secura vaginal e os incómodos íntimos. Fizemos uma análise destes produtos em por três grupos (Quadro 33). Os lubrificantes são os potenciadores mais referidos (n=14). Os fármacos são referidos 10 vezes, 5 dos quais referindo-se a comprimidos de prazer feminino (semelhante ao Viagra), 1 vez associado a antivirais (associado à prática de *sex-roulette* e *blue parties*) e a 4 vezes a comprimidos afrodisíacos. Ao nível da cosmética, são referidos os perfumes e cremes eróticos, assim como os óleos estimulantes para massagens.

Potenciadores	Frequência
Cosmética	6
Lubrificantes	14
Fármacos	10
Total	30

Quadro 33 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria de consumos eróticos e sexuais – potenciadores. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.2.3. Bem-estar

A categoria de bem-estar engloba todas as práticas que se relacionem com práticas de bem-estar, mas que tenham tido associação a prática erótica e sexual. A análise de conteúdo permitiu a identificação de 19 registos associados a práticas de massagens eróticas, 18 registos de banhos e 2 referências a saunas (Quadro 34).

Atividades	Frequência
Sauna	2
Massagens	19
Banhos	18
Total	39

Quadro 34 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria de bem-estar. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

<sup>96</sup> <http://www.durex.pt/produtos/lubrificantes/> (acedido pela última vez em Julho/2017).

#### 6.3.2.4. Serviços eróticos

Nesta categoria enquadram-se os serviços eróticos. O serviço mais referido é a prostituição, em 19 dos 54 totais, seguindo-se o serviço de acompanhante de luxo que é referido 18 vezes. Os profissionais especializados em serviços de BDSM são identificados em 6 vezes, enquanto as modelos, associadas às práticas de *bodysushi* e *bodyshot*, são referidas 2 vezes (Quadro 35). Estas duas práticas consistem em comer, no caso do *bodysushi*, e beber bebidas alcoólicas, sendo o corpo humano a sua base de suporte. Enquanto o primeiro está associado a eventos em restaurantes especializados ou ao domicílio, a segunda prática decorre em estabelecimentos da economia noturna, como os bares e discotecas. Foram ainda identificados 8 tipos de serviços que incluem o *coach* relacional, as *camgirls* e as *divorce artists*. O *coaching* é um processo que tem em vista ultrapassar divergências conjugais. As *camgirls* promovem os serviços de espetáculos eróticos, sexuais ou pornográficos à distância, com recurso à internet como meio de comunicação, em troco de dinheiro. As *divorce artists* são contratadas para provocar a separação do casal, seja por interesses de terceiros ou de um dos elementos.

Serviços	Frequência
Acompanhante de luxo	18
Prostituição	19
Profissional BDSM	6
Modelo	2
Outros	8
Total	53

Quadro 35 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria serviços eróticos e sexuais. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

#### 6.3.2.5. Encontros

Esta categoria inclui todas as referências a práticas que se relacionem com encontros. A prática mais referida é o “*one night stand*”, que se apresenta com 15 referências, e foram associados a tipos de relações sem compromisso ou com desconhecidos (Quadro 36). As modalidades de *speed dating* e o *blind date* são encontros agendados previamente, e têm como objetivo promover o conhecimento de novas pessoas.

Encontros	Frequência
Speed dating	2
<i>One night stand</i>	15
Blind date	6
Total	23

Quadro 36 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria encontros. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.2.6. Comunicação erótica

Consideramos necessária a criação da categoria da comunicação erótica, pelas referências a práticas de escrita, conversas e partilha de imagens por telemóvel. A escrita erótica surge em 35 referências, seguindo-se a conversa erótica com 17 registos. A partilha de fotografias conta com 8 referências, e a partilha de vídeos e de mensagens de imagem (MMS) conta com duas referências em cada caso (Quadro 37).

Comunicação	Frequência
Conversa erótica	17
Escrita erótica	35
Fotos	8
Vídeo	2
MMS	2
Total	64

Quadro 37 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria comunicação erótica. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.2.7. Festas sexuais

As festas sexuais são eventos organizados cuja temática e/ou motivação é o relacionamento erótico e sexual. Das 76 referências, 24 deles são referentes à prática de *swing* (Quadro 38)

Festas	Frequência
Festas de Swing	24
Festas sexuais	52
Total	76

Quadro 38 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria comunicação erótica. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.2.8. Espetáculos

Nesta categoria enquadram-se todas as práticas artísticas de teor erótico e sexual (Quadro 39). A pornografia é referida em 39 dos 46 casos, seguindo-se as performances eróticas como o *striptease* e os espetáculos eróticos e burlescos. Regista-se ainda uma referência a exposições de conteúdo erótico.

Espetáculos	Frequência
Pornografia	39
Exposições eróticas	1
Performance eróticas	18
Total	46

Quadro 39 Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria espetáculos. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.2.9. Práticas online

As práticas *online* estão associadas a referências a sites, redes sociais e aplicações móveis. Numa análise particular a esta subcategoria (Quadro 40), verificamos que o maior número das referências (n=33) é feita a *sites* de conteúdo erótico ou de encontros. Seguem-se as redes sociais como meio de comunicação erótica *online* ou como meio de promoção de encontros. A internet ou o contexto *online* é referido como sendo de suporte ao acesso a conteúdos eróticos. Segue-se a referência ao uso de aplicação para encontros, seguindo-se a prática de sexo virtual e os produtos e serviços *online*, desde a compra em *sex shops online*, o *coach* sexual *online*, consultar anúncios de serviços eróticos e sexuais ou aceder a conteúdos pornográficos.

Práticas online	Frequência
Aplicação encontros	17
Sexo virtual	9
Redes sociais	28
Sites	33
Produtos e serviços online	8
Internet	21
Total	116

Quadro 40 - Frequências de práticas de lazeres eróticos e sexuais na categoria práticas online. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.3. Consumo de produtos e serviços associados

As referências identificadas relacionam-se sempre com atividades e práticas eróticas e sexuais. No entanto, por não ser possível a sua integração na categorização das práticas, optou-se por manter a sua análise, mas como consumo e produto associado, já que fornecem informações interessantes para que seja possível a sua caracterização.

#### 6.3.3.1. Tecnologia

Na categoria da tecnologia estão inventariadas as referências a meios tecnológicos que se relacionam com as práticas atrás descritas. De um total de 31 entradas, 10 são referências a telefone, e 8 a equipamentos que possibilitam práticas como o sexo virtual (Quadro 41). Nesta categoria foram referidos os seguintes produtos: colchão espião *Smarttress* (tecnologia que permite saber a atividade registada na cama), fato de neoprene com elétrodos para sexo à distância, o *Kiss Transmission Device* (que possibilitam o beijo à distância com recurso à tecnologia e à simulação), máquinas de venda de produtos contraceptivos, *Microchip* para registo de atividades sexuais (*Commit Tech*), Mutsugoto (permite produzir desenhos de luz no corpo, à distância), robôs do sexo ou robôs humanos.

Tecnologia	Frequência
Câmaras vídeo	5
Equipamentos	8
Telefone	10
Webcam	7
Televisão	1
Total	31

Quadro 41 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria da tecnologia. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

#### 6.3.3.2. Contraceptivos

A referência a contraceptivos foi registada 14 vezes (Quadro 42). A referência à ausência de uso de preservativo associa-se em particular a uma das festas eróticas, associada à moda da atividade de *sex roulette*. A ausência de contraceptivos é uma das regras para esta prática. No entanto, foi evidenciado que há possibilidade de recurso a antivirais para diminuir risco de propagação de doenças. A pílula de

emergência foi indicada numa das práticas de encontros e práticas de maior risco, como são as que acontecem com desconhecidos.

Contraceptivos	Frequência
Pílula	1
Pílula emergência	1
Preservativos	11
Sem preservativo	1
Total	14

Quadro 42 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de contraceptivos. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.3.3. Consumos alternativos

Foram registadas 15 referências a consumos alternativos (Quadro 43). Enquanto o tabaco (n=4) era associado a um sentido erótico da imagem produzida, o consumo de drogas (n=11) estava normalmente associado a festas, comemorações e práticas eróticas e sexuais. O consumo de álcool também poderia ter sido considerado nesta categoria, no entanto, consideramos mais pertinente a sua análise na categoria de produtos de gastronomia e bebidas a analisar adiante.

Consumos alternativos	Frequência
Droga	11
Tabaco	4
Total	15

Quadro 43 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de consumos alternativos. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.3.4. Gastronomia e Bebidas

Esta categoria foi analisada em três subcategorias. A mais frequente é aquela que se refere a bebidas alcoólicas que regista 93 entradas (Quadro 44). Procedeu-se a uma análise de frequência por subcategorias para melhor conhecer os consumos (Quadro 45). Enquanto as referências aos consumos de álcool se associam a situações de festa e a um maior descontrolo e risco, as alusões a café inserem-se no contexto de encontro social, enquanto o chá está associado a práticas de bem-estar. Os consumos de bebidas ou alimentos afrodisíacos estão associados mais a mitos do que a razões comprovadas cientificamente. No entanto, os consumos enunciados nos afrodisíacos enquadravam-se sempre em discursos que demonstravam um erotismo associado.

Gastronomia e bebidas	Frequência
Bebidas alcoólicas	93
Bebidas não alcoólicas	11
Afrodísíacos	24
Total	128

Quadro 44 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de gastronomia e bebidas. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Gastronomia e bebidas	Frequência por subcategoria
Bebidas alcoólicas	Álcool (51), champanhe (19), vinho (14), caipirinha (2), gin (2), licor (1), cerveja (1), sangria (1), <i>shots</i> (1), <i>whisky</i> (1).
Bebidas não alcoólicas	Café (3), chá (8).
Afrodísíacos (gastronomia e bebidas)	Chocolate (5), gelo (4), <i>sushi</i> (4), ementa afrodisíaca (3), bombons (2), <i>chantilly</i> (1), malagueta (1), marisco (1), morangos (1), ostras (1), tinta comestível (1).

Quadro 45 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na subcategoria de gastronomia e bebidas. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.3.5. Cuidados e tratamentos de saúde e bem-estar

Este grupo de consumos que enquadrámos na temática do corpo relaciona-se, obviamente com todas as práticas anteriormente apresentadas, mas em particular à categoria dos Consumos de Produtos Eróticos. Verifica-se uma forte referência a cuidados de bem-estar (n=44), onde se incluem as massagens, os banhos e os *jacuzzis*. Já os cuidados médicos e estéticos (n=23) dizem respeito a práticas como depilação, esfoliação, tratamentos diversos, cirurgias, terapias, tatuagens eróticas e *personal trainer* (Quadro 46 e Quadro 47).

Cuidados	Frequência
Bem-estar	44
Cuidados médicos e estéticos	23
Total	67

Quadro 46 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de cuidados e tratamentos de saúde e bem-estar. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Cuidados	Frequência por subcategoria
Bem-estar	Massagens (34), Banhos (9), Jacuzzi (1).
Cuidados médicos e estéticos	Depilação (5), Esfoliação (5), Tratamentos (5), Cirurgias (3), Terapias (2), Tatuagens eróticas (2), <i>Personal trainer</i> (1).

Quadro 47 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na subcategoria de cuidados e tratamentos de saúde e bem-estar. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.3.6. Moda

Esta categoria está especialmente relacionada com o consumo de produtos eróticos, na medida em que identifica outros produtos de moda associados (Quadro 48). Foram contabilizadas 107 referências a consumos de outros produtos associados às práticas eróticas e sexuais. Nestes incluem-se roupa feminina (n=28) e masculina (n=11) ou determinado tipo de roupa (n=7), apresentados de uma maneira que sempre valorizaram a imagem, acontecendo o mesmo quando referido calçado (n=7) (como os sapatos de salto alto). As referências a roupa interior (n=48) são geralmente a *lingerie*. Os acessórios (n=6) referidos não incluem *sex toys*, na medida em que estes já foram integrados numa das categorias das práticas.

Moda	Frequência
Roupa feminina	28
Roupa masculina	11
Calçado	7
Roupa interior	48
Acessórios	6
Tipo de roupa	7
Total	107

Quadro 48 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de moda. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.3.7. Perfumaria e Cosmética

Na categoria de perfumaria e cosmética (n=14) foram registadas todas as referências feitas ao uso de maquilhagem (=5) e perfumes (n=7) em associação às práticas eróticas e sexuais (Quadro 49).

Perfumaria e cosméticos	Frequência
Maquilhagem	5
Cosmética	2
Perfumes e óleos	7
Total	14

Quadro 49 - Frequências dos consumos de produtos e serviços associados a práticas de lazer erótico e sexual, na categoria de perfumaria e cosmética. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.4. Outros Serviços e empresas associados

Relativamente a esta categoria, foram registados 53 entradas que se associam a empresas ou prestadores de serviços (Quadro 50). Procedendo-se a uma análise por subcategorias, verificamos que nos serviços e empresas gerais (n=9) foram referidos agências de acompanhamento e organização de casamentos singulares, detetives, empresa de eventos eróticos, escola de sexo. As *sex shops*, loja de *lingerie*, boutiques eróticas e erotecas representam a totalidade de registos na subcategoria de lojas (n=11). Também foram registadas 21 entradas que se referem a clubes (n=21), na sua maioria de *swing*. Na categoria de *workshops* integram referências a aulas de sexo, de pole dance, de burlesco ou tantra erótico, entre outros.

Outros serviços e empresas	Frequência
Serviços e empresas gerais	9
Lojas	11
Clubes	21
<i>Workshops</i>	12
Total	53

Quadro 50 - Frequências de outros serviços e empresas associadas a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.5. Produtos e práticas de turismo e lazer

As práticas de lazer registadas (n=199) associadas às práticas de lazer erótico e sexual foram agrupadas por categorias (Quadro 51). Analisando os resultados, podemos verificar que, quando referidas, na

maioria das práticas de lazer erótico e sexual se referem a práticas de lazer e turismo associada a gastronomia e vinhos (n=66), seguindo-se as de desporto e aventura (n=30) e as de natureza (n=28). Já os meios de transporte associados às práticas eróticas e sexuais são maioritariamente terrestres, seguindo-se as referências ao transporte aéreo (Quadro 52).

Práticas de lazer e turismo	Frequências
Negócios	11
Natureza	28
Gastronomia vinhos	66
Noturno	11
Desporto e Aventura	30
Cultural	13
Viagens	24
Espetáculos e Eventos Culturais	16
Total	199

Quadro 51- Frequências de práticas de turismo e lazer associadas a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Meio transporte	Frequência
Aéreo	6
Aquático	4
Terrestre	22
Ferroviário	1
Total	33

Quadro 52 - Frequências de meios de transporte associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.6. Contexto

A fim de contextualizar as práticas eróticas e sexuais, os testemunhos foram analisados de forma a recolher informações sobre os locais onde acontecem, o tempo e a companhia.

#### 6.3.6.1. Destinos

No que diz respeito ao destino, foram identificadas 159 referências a localização das práticas eróticas e sexuais (Figura 17). Iniciamos por referir que apesar de em número próximo, são os destinos estrangeiros que são referidos em maior número (n=88) face aos destinos nacionais (n=71) quando se refere a práticas de lazer de carácter erótico e sexual.

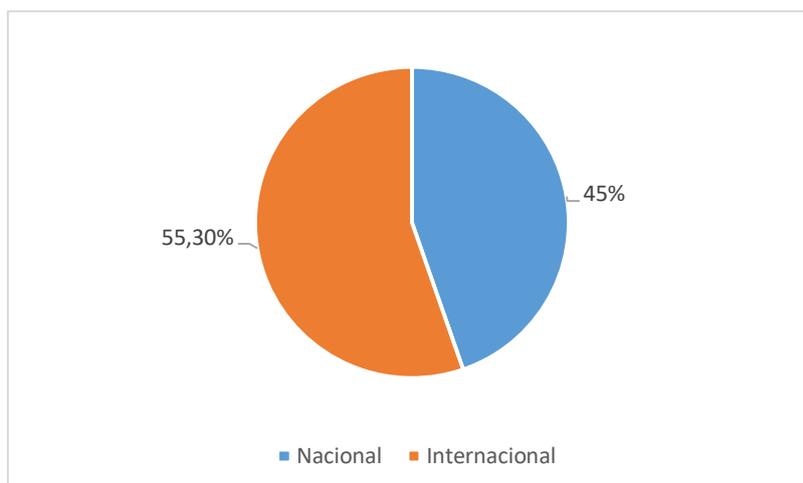


Figura 17 - Frequências das referências a destinos nacionais e internacionais, associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Numa análise aos destinos nacionais (Quadro 53), verificamos que a maior parte das referências são associadas à zona de Lisboa (n=44). A segunda região mais vezes mencionada é o sul, com 13 referências (2 delas no Algarve e as restantes no Alentejo e Ribatejo), seguindo-se o Norte com 10 referências (7 das quais ao Porto), 2 referências à zona Centro (Coimbra e Leiria) e 2 referências a zonas urbanas não especificadas.

Destino nacional	Frequência
Lisboa	44
Sul	13
Centro	2
Norte	10
Zona urbana	2
Total	71

Quadro 53 - Frequências das referências a destinos nacionais, associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Tal como pode ver verificado no quadro 54, no que se refere aos destinos internacionais, aquele que regista um maior número de referências é Espanha (n=14), seguindo-se França (n=12) e Itália (n=11). Inglaterra surge com 7 referências, Estados Unidos da América com 5, Brasil e Holanda com 4 referências cada. As restantes referências são feitas a diferentes destinos que não contam com mais de uma referência, exceto os casos de Marrocos (n=3), México (n=2), Turquia (n=2), Japão (n=2) e Alemanha (n=2).

Destino Internacional	Frequência
Espanha	14
França	12
Itália	11
Inglaterra	7
EUA	5
Brasil	4
Holanda	4
Marrocos	3
México	2
Turquia	2
Japão	2
Alemanha	2
Outros	20
Total	88

Quadro 54- Frequências das referências a destinos internacionais, associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).

Dada a grande dispersão, agrupando os destinos por continente (Figura 18), verificamos uma maior referência a países do continente europeu (n=60), seguindo-se a América (n=13) e a Ásia (n=10). Os países do continente Africano (n=1) e da Oceania (n=1) são os menos referidos.

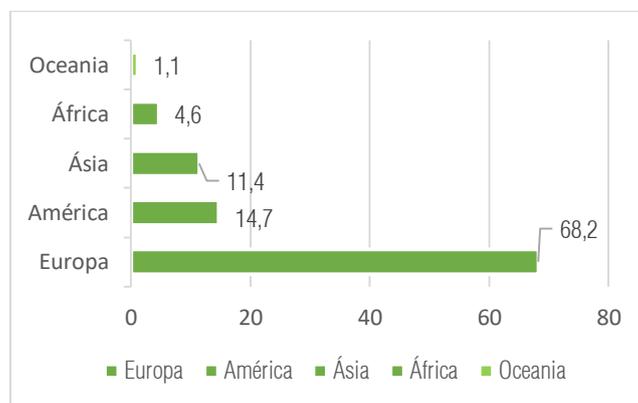


Figura 18 - Frequências a destinos internacionais, por continente, associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).

### 6.3.6.2. Espaços

Dos espaços referidos (n=280), cerca de 62% (n=174) dizem respeito a estabelecimentos hoteleiros e de restauração, sendo que as restantes referências a espaços onde decorrem as práticas eróticas e sexuais dizem respeito a espaços privados ou domésticos (n=58) e espaços públicos (n=48). (Quadro

55). Devemos destacar a grande frequência de referência a estabelecimentos de alojamento (n=93), assim como de estabelecimentos de bebidas (n=34) e restauração (n=26). Os espaços de diversão noturno foram referidos 20 vezes. O espaço de diversão menos referido foi um parque aquático (Quadro 56).

<b>Espaços</b>	<b>Frequência</b>
Estabelecimentos de alojamento, restauração e bebidas	174
Espaços públicos	48
Espaços privados	58
Total	280

Quadro 55 - Frequências dos espaços associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

<b>Estabelecimentos de alojamento, restauração e bebidas</b>	<b>Frequência</b>
Alojamento	93
Restaurantes	26
Bebidas	34
Noturnos	20
Diversão	1
Total	174

Quadro 56 - Frequências da subcategoria de estabelecimentos de alojamento, restauração e bebidas, associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

### 6.3.6.3. Tempos

Relativamente ao período temporal em que foram descritas as práticas de lazer erótico e sexual, foram registadas 262 entradas, incluindo referências a períodos do dia, semana ou ano, como é possível verificar no Quadro 57. O período mais frequente é a noite (n=112), seguindo-se as comemorações (n=42), o período de férias (n=28) e o fim-de-semana (26). No que diz respeito às celebrações em particular, verificamos que são os aniversários aqueles que têm mais referências a práticas eróticas e sexuais (Quadro 58).

<b>Tempos</b>	<b>Frequência</b>
Dia	39
Noite	112
Trabalho	3
Fim-de-semana	26
Verão	10

Viagem	2
Férias	28
Comemorações	42
Total	262

Quadro 57 - Frequências dos tempos referidos, associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

Comemorações	Frequência
Aniversário	13
Efemeridades	8
Despedida solteira(o)	2
Dia dos namorados	10
Festa	9
Total	42

Quadro 58 - Frequências dos tempos referidos, na subcategoria das comemorações, associados a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

#### 6.3.6.4. Companhia

Não se considerando a companhia do companheiro(a) de relação, verificamos que a referência à companhia nas práticas de lazer erótico e sexual mais frequentemente identificada são os amigos, tal como pode ser verificado no Quadro 59.

Companhia	Frequência
Amigos	24
Colegas trabalho	3
Casais	2
Sozinho	1
Total	30

Quadro 59 - Frequências da companhia, associada a práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas *Happy Woman* (2010, 2013, 2016).

#### 6.3.6.5. Preço

Foram registadas 163 referências a preços de práticas eróticas e sexuais. A representação por categoria apresenta-se no Quadro 60. Podemos concluir que as práticas mais dispendiosas são aquelas que se relacionam com a requisição de serviços por profissionais do sexo, como acompanhantes ou prostitutas(os). A compra de produtos eróticos é a prática com um preço médio associado mais baixo, seguindo-se a gastronomia, e as atividades de bem-estar.

Categorias	Frequência	Média	Mínimo	Máximo	Desvio padrão
Bem-estar	54	147,50€	10€	350€	61,61€
Produtos	39	42,44€	0€	143,90€	37,32€
Serviços profissionais do sexo	32	1546,25€	10€	18000,00€	3335,97€
Experiências	18	271,44€	40€	595€	130,50€
Gastronomia	20	93,80€	20€	310€	104,55€
Total	163				

*Quadro 60 - Frequências, Médias, Mínimo, Máximo e Desvio-padrão dos preços das práticas de lazer erótico e sexual. Elaboração própria a partir da análise de conteúdo das revistas Happy Woman (2010, 2013, 2016).*

#### 6.4. Síntese

Os estilos de vida e os consumos são fortemente difundidos pelos media. No caso particular das revistas femininas, estes veículos de informação e entretenimento tendem a apresentar conteúdos que sejam do interesse dos seus leitores, onde se inclui a temática da sexualidade.

Atendendo ao poder que as representações nos meios de comunicação podem ter (Matheson, 2005) na influência das perceções, bem como dos comportamentos dos leitores, procedemos a uma análise de conteúdo de 3 anos (2010, 2013, 2016) do Eixo “A Dois” da revista Happy Woman. Pretendeu-se, sobretudo, identificar referências a práticas de lazer erótico e sexual, assim como outros consumos associados.

Para além da caracterização dos testemunhos, foi também possível analisar as práticas de lazer erótico e sexual, a partir de uma proposta de divisão por 10 categorias (Alojamento, Consumo de produtos, Bem-estar, Serviços, Encontros, Comunicação erótica, Festas sexuais, Espetáculos eróticos, Práticas online e Restauração) e apurar quais as atividades mais referidas em cada categoria.

O mesmo aconteceu na análise de consumos de produtos e serviços associados, outros serviços e empresas associadas, produtos e práticas de turismo e lazer. Foram também tidas em consideração as referências que pudessem caracterizar o contexto (destinos, espaços, tempos e companhia), bem como as referências ao preço dessas mesmas atividades.

As principais conclusões da análise de conteúdo apresentam-se de seguida. Tal como expectável, por se tratar de uma revista dirigida ao público feminino, verifica-se um maior número de testemunhos de

mulheres (77%). A média de idades dos testemunhos femininos e masculinos é de 31 anos e o tipo de relação que referem aquando da prática, atividade ou consumo dos lazeres eróticos e sexuais é a relação conjugal (31%), seguindo-se o namoro (21%). No entanto, é de salientar que as relações com desconhecidos, assim como as extraconjugais, rondam os 18% em cada caso, o que sugere a presença ou procura do risco, assim como da volatilidade das relações conjugais.

A análise das práticas por categorias revelou que é a categoria referente aos consumos de produtos eróticos, como os *sex toys*, que mais é referida (25%), seguida pelas práticas de comunicação erótica (12%), as práticas *online* (11%) e as festas sexuais (11%). Também ficou evidente uma associação destas práticas a consumos de outros produtos e serviços, desde os alternativos, os de estética, cosmética e moda, assim como uma franca associação a produtos e práticas de lazer (que contabilizou 199 entradas). A referência à prática, consumo e participação nestas atividades é ligeiramente superior em território nacional (55,3%), sendo a região de Lisboa a mais referida. Já no que se refere aos espaços, a maioria das referências associa as práticas a estabelecimentos de alojamento, restauração e bebidas (n=174), para além de referência a outros espaços públicos (n=48) e privados (n=58), para além de estarem maioritariamente associados a períodos de noite (n=112) e a comemorações (n=42). Quando identificadas outras companhias que não um parceiro da prática, são os amigos que mais vezes surgem referidos.

Por fim, a última categoria analisada dizia respeito ao preço das atividades. Considerando as referências feitas nas categorias de bem-estar, consumo de produtos eróticos, serviços por profissionais do sexo, experiências e gastronomia, verificamos que o valor do gasto mais elevado se regista nos serviços, numa média de 1546,25€, enquanto a média mais baixa, de 42,44€ se encontra associada à categoria dos consumos de produtos eróticos e sexuais.





## CAPÍTULO VII

### LAZERES ERÓTICOS E SEXUAIS: PRÁTICAS, CONSUMOS E PERCEÇÕES DA POPULAÇÃO PORTUGUESA





## CAPÍTULO VII

### LAZERES ERÓTICOS E SEXUAIS: PRÁTICAS, CONSUMOS E PERCEÇÕES DA POPULAÇÃO PORTUGUESA

#### 7. Introdução

Considerando o objetivo de estudar um conjunto alargado de atividade de lazer de caráter erótico e sexual, e tendo em conta as tendências nas referências a este tipo de práticas na revista *Happy Woman*, e a que dedicámos o capítulo anterior, pretende-se apurar quais são as práticas e perceções da população portuguesa em matéria de atividades de lazer de caráter erótico e sexual, através da aplicação de inquéritos por questionário (n=797). Procederemos à análise de resultados da aplicação dos questionários em três grandes grupos. Num primeiro dedicamos a atenção ao conhecimento dos cuidados estéticos e bem-estar físico, onde se inclui a análise de práticas de caráter semanal, mensal e anual, o uso de *piercings* e tatuagens corporais, assim como o consumo de produtos e perfumaria e cosmética e uma reflexão sobre importância da saúde física e mental. O segundo grupo a analisar, estuda os estilos de vida e, em particular os consumos de lazer, os consumos de literatura, categorias de práticas de lazer, viagens e turismo, bem como perceções sobre a existência de destinos turísticos associados a práticas de lazer erótico e sexual. O terceiro grupo dedica-se à investigação das práticas e perceções sobre os lazeres alternativos como são os de caráter erótico e sexual. Analisando os resultados a partir da definição de dez categorias que, ao todo, incluem dezanove práticas, identificaremos os níveis de conhecimento, capacidade de localização e efetiva participação naquelas práticas pelos inquiridos. Para além disso, em particular os participantes e cada prática, serão caracterizados segundo o sexo, idade, estado civil, orientação sexual, classe social e região de residência. Tentaremos também apurar a relação entre o conhecimento e a capacidade de localização com a participação efetivas nas diferentes atividades, bem como apurar o valor médio de gastos. Seguir-se-á uma identificação do contexto e da companhia durante estas práticas, assim como a existência de outros consumos associados. Investigaremos igualmente a relação entre a participação

neste tipo de práticas e os cuidados estéticos, assim como o potencial interesse nestas atividades pelos inquiridos.

### 7.1. Cuidados estéticos e de bem-estar físico

No que se refere aos cuidados estéticos e de bem-estar físico dos inquiridos, procedemos a uma análise por atividades de frequência semanal, mensal e anual (Quadro 61). Sobre as atividades de frequência semanal, verificamos que o ginásio é uma atividade praticada por cerca de 32% dos inquiridos ( $n=257$ ), e que o recurso a acompanhamento de treino físico com *personal trainer* é de apenas 4,6% ( $n=37$ ). Cerca de 38% dos inquiridos recorrem cerca de 1,69 vezes ( $DP=1,05$ ) mês a tratamentos estéticos. Com a mesma frequência, uma percentagem que ronda os 18 % ( $n=143$ ) dos participantes no inquérito faz tratamentos de massagens e spa. As atividades termais são praticadas por apenas 8,4% ( $n=67$ ) dos inquiridos, numa frequência média inferior a duas vezes ( $DP=3,06$ ) por ano.

Serviços e cuidados estéticos e de bem-estar físico	N	%	Mín.	Máx.	Média	Desvio Padrão
<b>Por semana</b>						
Ginásio	257	32,2%	1	7	2,78	1,41
<i>Personal Trainer</i>	37	4,6%	1	5	1,81	0,94
<b>Por mês</b>						
Massagens e Spa	143	17,9%	1	20	1,69	1,99
Tratamentos estéticos	302	37,9%	1	6	1,69	1,05
<b>Por ano</b>						
Termas	67	8,4%	1	24	1,93	3,06

Quadro 61 - Medidas de tendência central que caracterizam o recurso a serviços de cuidados estéticos, de saúde e bem-estar físico. Percentagens calculadas tendo por base 797 questionários. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Com o objetivo de testar a igualdade das distribuições no que diz respeito à frequência com que os inquiridos recorrem a estes serviços de cuidados estéticos e de bem-estar físico em função do sexo, procedemos à aplicação do teste de Mann-Whitney ( $U$ ). Por sua vez, recorreremos ao teste de Kruskal-Wallis ( $H$ ) para comparar as distribuições por idade, classe social e orientação sexual.

Iniciando a análise pelas práticas de frequência semanal, os testes indicam não existir diferenças estatisticamente significativas nas idas ao ginásio entre homens e mulheres ( $p=.531$ ). Ao analisar as médias (Anexo 2), verificamos uma frequência bastante próxima entre os dois grupos: os homens apresenta, uma média de 2,86 vezes ( $DP=1,46$ ) por semana e as mulheres uma média de 2,76

( $DP=1,39$ ). Nas atividades de Ginásio, Tratamentos estéticos, *Personal trainer* e termas, os testes não revelam diferenças estatisticamente significativas em nenhuma das variáveis testadas.

No que se refere aos serviços e produtos de massagens e spa, os testes só evidenciam diferentes distribuições ao nível do sexo ( $p<.001$ ). A este serviço recorrem mais frequentemente as mulheres ( $n=113$ ) comparativamente com os homens ( $n=30$ ), mas estes fazem-no numa média superior, de 2,53 vezes por mês ( $DP=3,50$ ), contrastando com uma média de 1,47 vezes por semana ( $DP=1,25$ ) pelas mulheres.

Como discutido nos capítulos teóricos, o corpo pode ser veículo de expressão de moda e estilos. Neste âmbito, inquirimos os participantes sobre o uso de *piercings* e de possuírem tatuagens corporais (Figura 19 e Quadro 62). Concluimos que cerca de um quarto da população inquirida ( $n=200$ ) dos inquiridos têm tatuagens e que cada indivíduo apresenta em média 2,46 ( $DP=4,46$ ) tatuagens no corpo. Uma percentagem inferior dos inquiridos, que em pouco ultrapassa os 16% ( $n=128$ ), possui *piercings*, e em quantidade média de 2,30 ( $DP=1,96$ ) (Anexo 4).

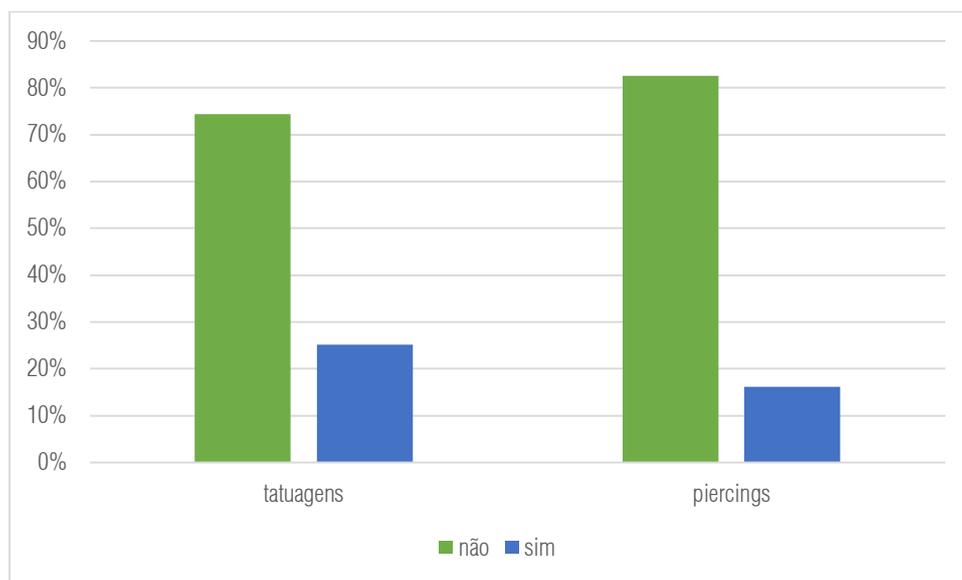


Figura 19 - Uso de piercings e tatuagens corporais. Percentagens calculadas tendo por base 797 questionários. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa

	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão	N	Missing
Tatuagens	1	15	2,46	2,46	190	10
Piercings	1	10	2,30	1,96	118	10

Quadro 62 - Medidas de tendência central que caracterizam a posse de piercings e tatuagens corporais pelos inquiridos. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Avaliamos também a importância que os cuidados físicos e estéticos (Anexo 3), a ideia do corpo são e mente sã e a moda como valorização da aparência física para os inquiridos. Tendo em vista a facilitação da leitura dos resultados apurámos os valores médios<sup>97</sup>. Tal como representado (Figura 20) é possível concluir que os inquiridos dão mais importância à ideia de corpo são e mente sã com um valor de 3,79 pontos ( $DP=0,90$ ), seguindo-se o cuidado físico com o seu corpo com 3,55 ( $DP=0,89$ ), o cuidado estético (beleza) com 3,39 ( $DP=0,88$ ) e, por último, a moda enquanto forma de valorização da aparência física, registando um valor médio de 3,19 ( $DP=0,88$ ) (Quadro 63).

	Média	Desvio Padrão	N
Ao cuidado físico com o seu corpo	3,55	0,89	788
Ao cuidado estético (beleza) com o seu corpo	3,39	0,88	788
À ideia do corpo são e mente sã	<b>3,79</b>	0,90	787
À moda enquanto forma de valorização da aparência física	3,19	1,01	782

Quadro 63 - Média e Desvios-padrão do grau de importância atribuído aos cuidados físicos, corpo e moda. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

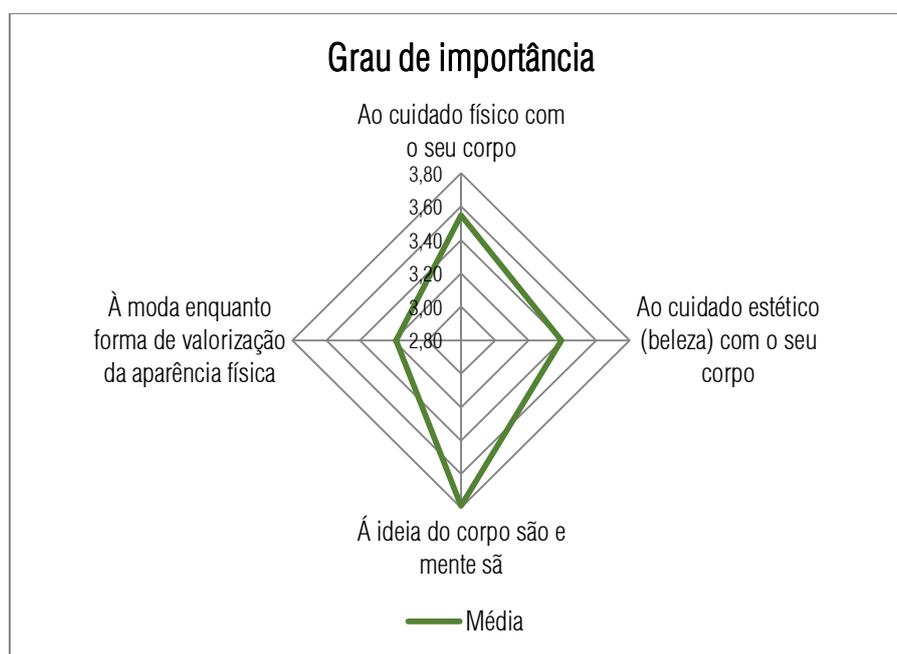


Figura 20 - Radar de Médias e Desvios-padrão do grau de importância atribuído aos cuidados físicos, corpo e moda. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

<sup>97</sup> A partir da escala de Likert utilizada, em que 1 corresponde a importância "Muito baixa" e 5 equivale a uma importância "Muito alta".

No que respeita ao consumo de produtos de perfumaria e cosmética pelos inquiridos (Quadro 64), o perfume surge como sendo o mais utilizado, e numa média de 6 vezes ( $DP=2,17$ ). Os produtos menos utilizados são os cremes adelgaçantes ( $n=107$ ), mas quando usados, têm uma frequência de pelo menos 4 vezes por semana.

Produtos	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	N	Percentagem
<i>After shave</i>	1	20	4,05	2,78	183	23,0%
Maquilhagem	1	8	4,51	2,30	387	48,6%
<b>Perfume</b>	<b>1</b>	<b>20</b>	<b>6,10</b>	<b>2,17</b>	<b>668</b>	<b>83,8%</b>
Água-de-colónia	1	20	5,46	2,73	136	17,1%
Cremes Hidratantes	1	20	6,16	2,53	639	80,2%
Cremes Adelgaçantes	1	20	4,38	3,01	107	13,4%
Outros <sup>98</sup>	1	40	5,45	5,71	49	6,1%

Quadro 64 - Frequência de utilização de produtos de perfumaria e cosmética. Percentagens calculadas tendo por base 797 questionários. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa

## 7.2. Estilos de vida e consumos de lazer

Para análise do estilo de vida questionamos os participantes sobre o número médio de horas/vezes que realizam algumas atividades de lazer. De acordo com os dados INE/PORDATA, se já em 1995 a posse de televisão pelos agregados familiares privados registava valores acima dos 95%, em 2015 atinge os 98,9%. Neste espaço temporal de vinte anos, os serviços de televisão por cabo ou satélite registaram um crescimento extremamente significativo, de 7,6% para 74,3%. Semelhante crescimento também se regista na posse de computador e no acesso à internet. Quando comparados os anos de 2002 e 2015, verificamos que o número de famílias com acesso a este equipamento mais que duplicou, passando de 16,9% para 71,1%. No que diz respeito a computador com ligação à internet em casa, fica evidente semelhante aumento, de 15,1% para 74,1% em 2016. Se tivermos em conta o número de indivíduos assinantes de acesso a internet, verificamos que em 2015 já era superior a 3 milhões.

<sup>98</sup> Os inquiridos referiram ainda a utilização frequente de outros produtos, que foram analisados e agrupados em categorias, e que se apresentam no quadro seguinte. Estas repostas vêm reforçar a tendência já evidenciada no padrão de respostas dadas nas questões de carácter fechado: Produtos de cuidados com a pele ( $n=24$ ), Desodorizante/anti-transpirante ( $n=14$ ), Produtos para cabelos ( $n=6$ ), Produtos de cuidados para a barba ( $n=2$ ), produtos dentários ( $n=1$ ), produtos estéticos ( $n=1$ ), óleos essenciais de aromaterapia ( $n=1$ ).

Analisando as respostas dos participantes no nosso inquérito, (Quadro 65), verificamos que ver televisão é uma atividade de 88,7% ( $n=707$ ) dos inquiridos, numa média de 2,24 horas ( $DP=1,82$ ) por dia. A utilização de internet para fins de lazer é a atividade que 94,4% ( $n=752$ ) dos inquiridos fazem, numa média de 2,78 horas diárias. O uso de computador é referido por cerca de 88% ( $n=646$ ) o que quando comparado com o consumo de internet, poderá revelar que o acesso à *web* pode ser feito por via de outros equipamentos que não o computador, como o *tablet* ou através do telemóvel. A informação *online* está hoje mais acessível, tanto pela modernização dos equipamentos como pela generalização da distribuição de redes abertas *wireless*, que facilitam o acesso gratuito fora de casa.

Quanto ao número de horas dedicadas à prática de exercício físico, 78,3% dos inquiridos ( $n=624$ ) indicam ser igual a 4,58 horas por semana ( $DP=7,17$ ). No grupo das atividades mensais vemos que os inquiridos fazem, em média, 4,58 refeições fora de casa ( $DP=5,02$ ) por lazer e vão 1,58 ( $DP=1,36$ ) vezes por mês ao cinema. De acordo com os dados oficiais INE/PORDATA, esta atividade de lazer registou um decréscimo significativo entre 2006 e 2014, tendo recuperado o interesse dos consumidores nos últimos dois anos, podendo relacionar-se com a crise financeira vivida nos últimos anos, ou com a facilidade e popularidade que os filmes *online* ou *on demand* têm vindo a afirmar.

No que diz respeito a espetáculos musicais registaram-se uma média de 5,51 ( $DP=8,09$ ) concertos anuais. A ida ao teatro e ao museu são atividades que registam valores médios mais baixo, com 3,22 ( $DP=5,17$ ) e 3,09 ( $DP=3,28$ ) vezes por ano respetivamente.

	N	%	Mín.	Máx.	Média	Desvio Padrão
<b>Por dia</b>						
Horas de televisão que vê	707	88,7%	0,08	24	2,24	1,82
Horas de utilização de computador para fins de lazer	646	81,1%	0,16	35	2,29	2,51
Horas de utilização de internet para fins de lazer	752	94,4%	0,16	24	2,78	2,80
<b>Por semana</b>						
Horas de exercício físico	624	78,3%	0,41	150	4,58	7,17
<b>Por mês</b>						
Vezes que faz refeições fora de casa por lazer	736	92,3%	1	64	4,55	5,02
Idas ao cinema	365	45,8%	1	10	1,58	1,36
<b>Por ano</b>						
Livros que lê	611	76,6%	1	100	5,92	8,81

Concertos musicais a que assiste	589	73,9%	1	100	5,51	8,09
Peças de teatro a que assiste	347	43,5%	1	60	3,22	5,17
Museus que visita	512	64,2%	1	30	3,09	3,28

Quadro 65 - Média e Desvio Padrão do tempo despendido em práticas de lazer. Percentagens calculadas tendo por base 797 questionários. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa

O Quadro 66 caracteriza as práticas de leitura dos inquiridos. Relativamente a práticas de leitura, os inquiridos referiram ler, em média, 5,92 ( $DP=8,09$ ) livros por ano. Apesar de as práticas de leitura não se revelarem uma atividade muito recorrente, as leituras mais assíduas dizem respeito a literatura, revistas de lazer e revistas de turismo, que se apresenta com uma média de 2,84 ( $DP=1,23$ ). Os tipos de leitura menos frequentes são a literatura erótica e revistas masculinas que são as menos lidas pelos inquiridos, como representado na Figura 21.

	Média	Desvio Padrão	Frequência	Missing
Livros Científicos	2,37	1,21	770	27
<b>Literatura</b>	<b>2,84</b>	<b>1,23</b>	<b>773</b>	<b>24</b>
Revistas Científicas	2,33	1,13	760	37
Revistas de Lazer	2,70	1,02	773	24
Revistas de Turismo	2,46	0,99	765	32
Banda Desenhada	2,03	1,00	764	33
Literatura Erótica	1,68	0,87	763	34
Revistas Masculinas	1,54	0,80	763	34
Revistas Femininas	2,07	1,05	766	31
Revistas de Desporto	2,11	1,16	766	31

Quadro 66 - Médias e Desvio-padrão dos hábitos de leitura. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

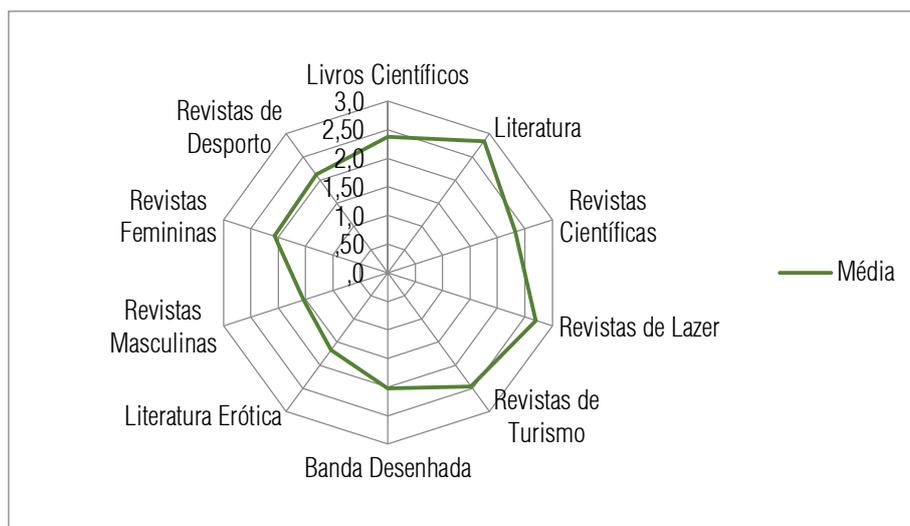


Figura 21 -Radar de representação das médias e desvios-padrão dos hábitos de leitura. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Para testar a independência da distribuição entre o hábito de leitura de literatura erótica e as variáveis sexo, estado civil, orientação sexual e região de residência, procedemos à aplicação do teste do Qui-quadrado ( $\chi^2$ ), já que se tratam de variáveis nominais (Anexo 43). Os resultados apresentam evidências estatísticas para se afirmar que o hábito de leitura de literatura erótica ( $p=.001$ ) e a orientação sexual influencia aquela prática, já que apresenta um valor de  $p < .005$ . Analisando a média de frequência desta prática<sup>99</sup>, verificamos que são os inquiridos bissexuais que apresentam a média mais elevada, de 2,32 ( $DP=1.16$ ), comparativamente com os homossexuais ( $M=1,55; DP=0,74$ ) e os heterossexuais ( $M=1,5; DP=0,85$ ). Também foi possível identificar diferenças estatisticamente significativas na variável região de residência ( $p=.031$ ). A média de frequência de leitura de literatura erótica verifica-se mais elevada na A. M. Lisboa, com 2,34 ( $DP=1,12$ ), seguindo-se os residentes da região centro com 2,05 ( $DP=1,02$ ), os inquiridos do sul do país com 2,01 ( $DP=1,06$ ) e a região norte, com a frequência mais baixa, de 1,86 ( $DP=1,01$ ).

Os testes aplicados às variáveis sexo e estado civil não apresentam resultados que evidenciem uma relação de dependência com a leitura de literatura erótica. O mesmo podemos dizer dos resultados do teste de Kruskal-Wallis ( $H$ ) aplicado às variáveis idade e classe social.

Cumprindo os mesmos procedimentos, procedemos à aplicação dos testes para a frequência de leitura de revistas masculinas e femininas. Quanto às revistas masculinas, os testes somente revelam

<sup>99</sup> Em que 1 corresponde a nunca e 5 corresponde a muito frequente.

diferenças estatisticamente significativas na variável sexo ( $p<.001$ ). Como seria de esperar, a maior frequência de leitura é registada nos inquiridos do sexo masculino, apresentando uma média de 1,74 ( $DP=0,74$ ). Por sua vez, relativamente às revistas femininas, os testes provam dependência com as variáveis sexo ( $p<.001$ ) e região de residência ( $p=.031$ ). Como expectável, as mulheres evidenciam práticas de leitura destas revistas mais regulares, com uma média de 2,36 ( $DP=1,08$ ). Mais uma vez, é na região da A.M. Lisboa que se registam valores mais elevados, agora com uma média de 2,34 ( $DP=1,12$ ), seguindo-se a região centro com 2,05 ( $DP=1,02$ ), os inquiridos da região sul do país com 2,01 ( $DP=1,06$ ) e a região norte com a média mais baixa, correspondente a 1,86 ( $DP=1,01$ ).

Práticas e Atividades de Lazer	Média	Desvio Padrão	Frequência
Gastronomia e Vinhos	4,13	0,87	787
Espetáculos musicais	4,32	0,67	794
Saúde e Bem-Estar	4,10	0,68	790
Eventos Culturais	4,11	0,71	786
Lazer Noturno	3,96	0,86	786
Desporto e Aventura	4,06	0,81	788
Visitas Culturais	4,01	0,74	786
Natureza	4,46	0,66	791
Património e História	3,99	0,81	782
Religião e Espiritualidade	3,23	0,98	778
<b>Viagens</b>	<b>4,69</b>	<b>0,55</b>	<b>779</b>
Outra <sup>100</sup>	4,36	0,93	58

Quadro 67 - Médias e desvios-padrão das preferências de práticas e atividades de lazer. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

A fim de fazer uma análise geral das preferências por áreas de lazer e turismo, solicitámos aos inquiridos que nos indicassem o seu grau de preferência relativamente uma lista de práticas e atividades sugeridas. Com o objetivo de tornar a interpretação dos dados mais clara foi calculada uma média de referências<sup>101</sup> (Quadro 67). Pela análise dos resultados (Figura 22) verificamos que a atividade de lazer preferida dos inquiridos é viajar, ao apresentar uma média igual a 4,69 ( $DP=0,55$ ), seguido de práticas e atividades de Natureza ( $M=4,46$ ;  $DP= 0,66$ ). As práticas que apresentam valores que revelam menor

<sup>100</sup> Os inquiridos indicaram outras práticas e atividades de lazer variadas, que foram analisadas e agrupadas por categorias, da seguinte forma: artísticas e intelectuais ( $n=17$ ), Convívio social ( $n=5$ ), *bricolage*, jardim e labores ( $n=4$ ); entretenimento ( $n=4$ ), físicas e desportivas ( $n=4$ ), motorizados ( $n=4$ ), passeio ( $n=4$ ), técnicas/especializadas ( $n=3$ ), contemplação ( $n=3$ ), não produtivas ( $n=3$ ), eventos ( $n=2$ ), *gaming* ( $n=2$ ), autoconhecimento ( $n=1$ ), cariz solidário ( $n=1$ ).

<sup>101</sup> A partir da escala de *Likert* utilizada, em que 1 equivale a “Detesto” e 5 corresponde a “Adoro”.

interesse pelos inquiridos são as do domínio da Religião / Espiritualidade com média igual a 3,23 pontos (DP=0,98) e o lazer noturno (M=3,96; DP=0,86).

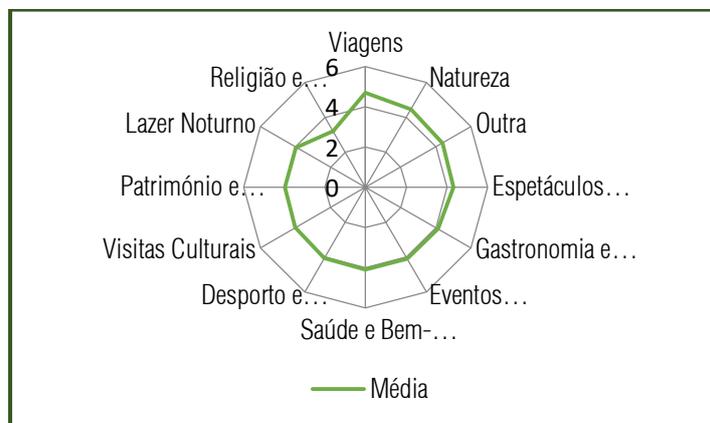


Figura 22 – Radar de Médias e Desvios-padrão das preferências das práticas e atividades de lazer. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

### 7.3. Práticas de turismo e lazer

O terceiro grupo de questões relacionam-se com as práticas de turismo e de lazer do inquirido. A fim de conhecer a frequência com que os inquiridos viajam para fora do seu local de residência por motivos de lazer (Quadro 68 e Figura 23), verificamos que o mais frequente são as viagens de seis em seis meses com cerca de 22% (n=178), seguindo-se aqueles que viajam uma vez por mês (19,4%; n=155) e o grupo de inquiridos que viaja uma vez por ano (14,7%; n=117).

Frequência de viagens	N	%
Todas as semanas	74	9,3%
De 2 em 2 semanas	80	10,0%
1 vez por mês	155	19,4%
De 2 em 2 meses	56	7,0%
De 3 em 3 meses	91	11,4%
<b>De 6 em 6 meses</b>	<b>178</b>	<b>22,3%</b>
Uma vez por ano	117	14,7%
Outra <sup>102</sup>	17	2,1%

<sup>102</sup> Nesta opção os inquiridos apresentaram a seguinte frequência de respostas: “Nunca” (0,9%); “Sempre que tenho oportunidade” (0,4%), “2 a 3 vezes por ano” (0,3%), “2 vezes por ano” (0,3%); “Férias de verão” (0,3%) e “3 vezes por ano” (0,1%). A indicação destas respostas pode ter resultado de uma interpretação literal das opções apresentadas na questão.

Missing	29	3,8%
Total	797	100,0%

Quadro 68 - Frequência de viagens para fora do local de residência, por motivos de lazer. Percentagens calculadas tendo por base 797 questionários. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

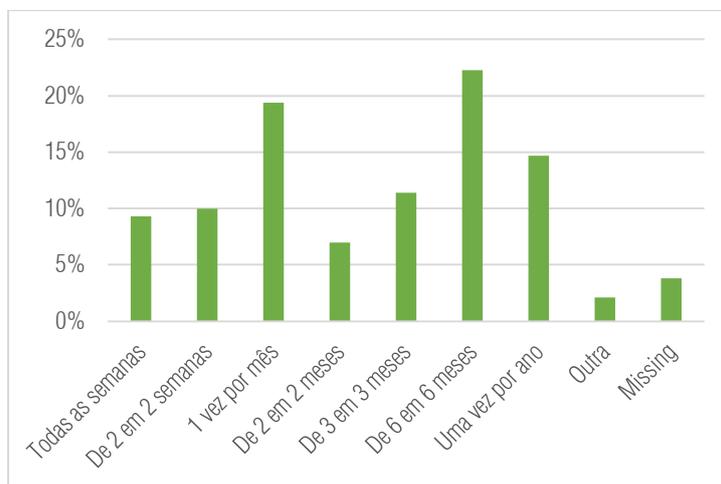


Figura 23- Frequência de viagens para fora do local de residência, por motivos de lazer. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Cruzando os resultados obtidos nesta questão com algumas características dos sujeitos inquiridos, podemos observar algumas diferenças entre grupos, mas elas tornam-se ainda mais perceptíveis se fizermos a análise em 4 grupos de categorias: I) Todas as semanas; II) Pelo menos uma vez por mês; III) Pelo menos uma vez a cada três meses; IV) Pelo menos uma vez por ano (Quadro 71).

Através da aplicação do Teste do Qui-quadrado ( $\chi^2$ ) é possível identificar a independência da distribuição da variável frequência de viagens e as variáveis sexo, estado civil, orientação sexual e região de residência. Os resultados obtidos demonstram que há diferenças estatisticamente significativas em termos de sexo ( $p < .001$ ); estado civil ( $p = .045$ ); e região de residência ( $p = .008$ ). No que diz respeito à orientação sexual o teste revela que o valor de significância é superior a 0.05 ( $p = .142$ ), não existindo diferenças estatisticamente significativas com esta variável. Por sua vez, com o teste de Kruskal-Wallis ( $H$ ), é possível averiguar a relação entre a variável frequência de viagens e as variáveis idade e classe social. Os resultados demonstram que o valor de significância é superior a 0.05 para a idade ( $p = .053$ ), que permite concluir que não existem diferenças estatisticamente significativas com esta variável, ao contrário do que acontece com a classe social ( $p < 0.001$ ), ao apresentar valor de significância inferior a 0.05.

Assim, e procedendo a uma análise do cruzamento das variáveis (Quadro 69), verificamos que os resultados nos indicam que são os inquiridos do sexo masculino que viajam com maior frequência, representando 53,5% ( $n=38$ ) dos inquiridos que viajam todas as semanas. No entanto, em todas as restantes categorias de frequência de viagem, são as mulheres que apresentam resultados mais significativos. Quanto ao estado civil, verificamos que são os solteiros que registam uma maior frequência de viagens por motivos de lazer. Relativamente à região de residência, são os moradores do centro do país que apresentam um maior número de viagens anual. Dos indivíduos que viajam todas as semanas, 33,9% ( $n=20$ ) enquadram-se na categoria da classe B.

Frequência		I	II	III	IV	Total
<b>Sexo</b>						
Masculino	N	38	96	43	87	264
	%	53,5%	43,0%	29,7%	30,1%	36,3%
Feminino	N	33	127	102	202	464
	%	46,5%	57,0%	70,3%	69,9%	63,7%
Total	N	71	223	145	282	728
	%	100%	100%	100%	100%	100%
Qui-quadrado		$\chi^2 (3) = 21.075, p < .001$				
<b>Idade</b>						
18-30	N	27	65	56	86	234
	%	38,6%	29,3%	39,2%	30,9%	32,8%
31-60	N	39	144	81	186	450
	%	55,7%	64,9%	56,6%	66,9%	63,1%
≥ 60	N	4	13	6	6	29
	%	5,7%	5,9%	4,2%	2,2%	4,1%
Total	N	70	222	143	278	713
	%	100%	100%	100%	100%	100%
Kruskal-Wallis		$H(3) = 7.695, p = .053$				
<b>Classe social</b>						
A	N	15	47	41	32	135
	%	25,4%	25,4%	33,6%	13,3%	23,3%
B	N	20	51	49	94	214
	%	33,9%	27,6%	40,2%	39,2%	35,3%
C	N	18	74	30	99	221
	%	30,5%	40,0%	24,6%	41,3%	36,5%
D	N	6	13	2	15	36
	%	10,2%	7,0%	1,6%	6,3%	5,9%
Total	N	59	185	122	240	606
	%	100%	100%	100%	100%	100%
Kruskal-Wallis		$H(3) = 22.926, p < .001$				
<b>Estado civil</b>						
Solteiro	N	38	96	83	115	332
	%	53,5%	43,6%	57,6%	39,9%	45,9%
Casado	N	25	75	38	111	249
	%	35,2%	34,1%	26,4%	38,5%	34,4%
União de facto	N	4	28	17	45	94
	%	5,6%	12,7%	11,8%	15,6%	13,0%
Divorciado/Separado	N	3	18	5	15	41
	%	4,1%	8,2%	3,5%	5,2%	5,7%
Viúvo	N	1	3	1	2	7
	%	1,4%	1,3%	0,7%	0,7%	1,0%

	%	1,4%	1,4%	0,7%	0,7%	1,0%
<b>Total</b>	N	71	220	144	288	723
	%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Qui-quadrado</b>		$\chi^2(12) = 21.373, p = .045$				
<b>Orientação sexual</b>						
<b>Heterossexual</b>	N	59	196	130	263	648
	%	84,3%	89,9%	91,5%	92,9%	90,9%
<b>Homossexual</b>	N	7	10	4	7	28
	%	10,0%	4,6%	2,8%	2,5%	3,9%
<b>Bissexual</b>	N	4	12	8	13	37
	%	5,7%	5,5%	5,6%	4,6%	5,2%
<b>Total</b>	N	70	218	142	283	713
	%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Qui-quadrado</b>		$\chi^2(6) = 9.6.6, p = .142$				
<b>Região</b>						
<b>A.M. Lisboa</b>	N	9	43	27	42	121
	%	13,6%	21,7%	24,8%	17,1%	19,5%
<b>Centro</b>	N	32	83	36	127	278
	%	48,5%	41,9%	33,0%	51,6%	44,9%
<b>Norte</b>	N	19	48	25	48	140
	%	28,8%	24,3%	22,9%	19,5%	22,6%
<b>Sul</b>	N	6	24	21	29	80
	%	9,1%	12,1%	19,3%	11,8%	12,9%
<b>Total</b>	N	66	198	109	246	619
	%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Qui-quadrado</b>		$\chi^2(12) = 26.836, p = .008$				

Quadro 69- Frequência de viagens por motivos de lazer. I) Todas as semanas; II) Pelo menos uma vez por mês; III) Pelo menos uma vez a cada três meses; IV) Pelo menos uma vez por ano, segundo as variáveis sexo, idade, classe social, estado civil, orientação sexual e região de residência. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Relativamente à companhia durante as viagens por motivos de lazer (Quadro 70), 61,1% ( $n=487$ ) dos inquiridos revela que viaja com a família e que 46,4% ( $n=369$ ) o faz com amigos. De acordo com os resultados, o tipo de destino de férias preferido dos inquiridos é a praia. Cerca de 79,7% ( $n=635$ ) escolhem-na como destino de férias, seguindo-se a cidade com 43% ( $n=343$ ) e o campo para 36,9% ( $n=294$ ).

	Frequência	Percentagem <sup>103</sup>
<b>Companhia</b>		
Sozinho	137	17,2%
<b>Família</b>	<b>487</b>	<b>61,1%</b>
Amigos	369	46,3%
Companheiro(a)	288	36,1%
Outro	5	0,6%
<b>Tipo de destino</b>		

<sup>103</sup> A percentagem de respostas é superior a 100% por se tratar de uma questão com respostas múltiplas (cada inquirido pode escolher mais do que uma opção de resposta. Por exemplo, um inquirido pode ter por hábito viajar com a família mas também com amigos.

Campo	294	36,9%
Cidade	343	43,0%
Montanha	230	28,9%
<b>Praia</b>	<b>635</b>	<b>79,7%</b>
Outro	19 <sup>104</sup>	2,4%

Quadro 70 - Companhia nas viagens e tipo de destino. Percentagens calculadas tendo por base 797 questionários. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Os dados INE/PORDATA sobre “Viagens: total e por destino principal – Portugal” (última atualização a 1/08/2016), reportam uma tendência de aumento do número de viagens turísticas pelos portugueses, em território nacional e estrangeiro. Em 2015, 90% das viagens realizaram-se em território nacional. O destino mais procurado por mais de 30% daqueles que realizaram viagens turísticas internacionais naquele ano foi Espanha, seguindo-se França com 14,5%, e o Reino Unido com 9,3%.

Quando solicitados para identificar os três últimos destinos de férias, os inquiridos preferiram destinos nacionais aos estrangeiros (Quadro 71). Atendendo à média de respostas nos três destinos indicados, verificamos que cerca de 54,1% ( $n=431$ ) dos inquiridos visitam destinos nacionais, contrastando com os 33,5% ( $n=267$ ) que viajam para fora do país. Estes resultados vão ao encontro da tendência evidenciada nos resultados oficiais do INE/PORDATA, anteriormente referidos.

Destino de férias	N	1º Destino	N	2º Destino	N	3º Destino	Média (N)	Percentagem (N)
Destino Nacional	456	57,2%	435	54,6%	402	50,4%	431	54,1%
Destino Estrangeiro	276	34,6%	266	33,4%	259	32,5%	267	33,5%
Missing	65	8,2%	96	12,0%	136	17,1%	99	12,4%
Total	797	100%	797	100%	797	100%	797	100%

Quadro 71 - Três últimos destinos escolhidos como destino de férias, por comparação por nacional e internacional. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

O quadro 72 indica-nos, de uma forma global, os últimos destinos de férias escolhidos pelos inquiridos. Analisando por destinos nacionais e estrangeiros escolhidos pelos inquiridos (Anexo 5), concluímos que os destinos de férias mais frequentados pelos inquiridos situam-se em Portugal, e que

<sup>104</sup> Foram indicados 2,4% ( $n=19$ ) na opção “outro tipo de destino de férias”, distribuídos da seguinte forma: Nenhum 0,5% ( $n=4$ ); Estrangeiro 0,4% ( $n=3$ ); Visitas culturais 0,3% ( $n=2$ ); Natureza 0,3% ( $n=2$ ); Caminhadas 0,1% ( $n=1$ ); Campismo 0,1% ( $n=1$ ); Casa de familiares 0,1% ( $n=1$ ); Espiritual 0,1% ( $n=1$ ); Festivais 0,1% ( $n=1$ ); Ilha 0,1% ( $n=1$ ); Países exóticos 0,1% ( $n=1$ ); NR 0,1% ( $n=1$ ).

o Algarve é o primeiro nas preferências, seguindo-se o Alentejo e Lisboa. Analisando os destinos estrangeiros encontramos em primeiro lugar Espanha, seguindo-se França e Inglaterra, em linha com os dados oficiais INE/PORDATA, sobre aqueles que são os destinos de férias mais frequentes no estrangeiro.

Destino Férias	N	1º Destino	N	2º Destino	N	3º Destino	Total (N)	Total (%)
<b>% TOP 5 Nacional</b>								
Algarve	168	43.0%	120	30.7%	103	26.3%	391	16.4%
Lisboa	31	24.8%	56	44.8%	38	30.4%	125	5.2%
Alentejo	47	38.2%	45	36.3%	31	25.2%	123	5.1%
Aveiro	18	24.3%	26	35.1%	30	40.6%	74	3.1%
Gerês	26	41.33%	17	27.0%	20	31.7%	63	2.6%
<b>% TOP 5 Internacional</b>								
Espanha	84	34.0%	83	33.6%	80	32.4%	247	10.3%
França	31	45.6%	17	25.0%	20	29.4%	68	2.8%
Inglaterra	17	26.1%	25	38.5%	23	35.4%	65	2.7%
Itália	20	37.7%	14	26.4%	19	35.9%	53	2.2%
Holanda	10	29.4%	14	41.2%	10	29.4%	34	1.4%

Quadro 72 - TOP 5 de destinos de férias nacionais e internacionais. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

O tempo médio de estada em destinos de férias é igual a 7,31 dias, porém, existem diferenças mediante os destinos escolhidos (Quadro 73). Analisando a tabela seguinte constatamos que o tempo médio de estada em países estrangeiros é superior ao tempo médio de estada quando o destino é nacional, e isso estará relacionado certamente com as imposições das ligações de transportes, as características de eventuais pacotes turísticos ou a tendência para “rentabilizar” as despesas, tempo de viagem e a oportunidade de viagem.

	Média 1º Destino	DP	Média 2º Destino	DP	Média 3º Destino	DP
Nacional	7,84	6,04	6,98	6,87	6,26	5,25
Estrangeiro	8,27	7,25	7,19	6,68	7,34	8,17
Missing	9,89	4,65	6,10	3,71	5,35	3,63
Total	8,05	6,49	7,03	6,73	6,65	6,51

Quadro 73 - Número médio de dias de estadas nos destinos de férias. Valores mínimos e máximos: 1º destino: 1 - 60; 2º destino: 1 - 90; 3º destino: 1-90. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Analisando a estada média em dias, verificamos que os inquiridos que escolhem o Algarve como destino de férias permanecem em média 10 dias, enquanto que quando escolhem o Gerês a estada

média baixa para 5 dias. A França é o país estrangeiro onde os inquiridos passam mais tempo de férias, quando comparado com os restantes países do TOP 5 da lista apresentada (Quadro 74).

	Média	Desvio Padrão	N
<b>Destino Nacional</b>			
<b>Algarve</b>	<b>9,47</b>	<b>6,33</b>	<b>165</b>
Alentejo	6,47	4,01	47
Lisboa	5,73	4,36	22
Aveiro	6,67	6,85	18
Gerês	5,15	4,80	26
<b>Destino Internacional</b>			
Espanha	6,71	5,57	84
<b>França</b>	<b>8,00</b>	<b>7,59</b>	<b>31</b>
Inglaterra	5,71	3,84	17
Itália	6,25	3,08	20
Holanda	5,70	2,41	10

Quadro 74 - Estada média em destino nacional e internacional. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Relativamente aos destinos que os inquiridos mais gostaram de visitar (Quadro 75), mais de metade indicam destinos estrangeiros (Anexo 6 para totalidade de destinos), nomeadamente destinos de Espanha, França e Itália. A tendência para a indicação de um destino estrangeiro sai ainda mais reforçada quando questionados sobre os seus três destinos de sonho. Em média, a maioria dos inquiridos, 85,2% (n=679) identifica os destinos internacionais como os seus preferidos. No que respeita aos destinos nacionais aqueles que mais agradam os inquiridos são Algarve, Alentejo e Açores.

Na identificação dos destinos de sonho (Quadro 76), os Estados Unidos da América destacam-se como o destino de eleição para 26,5% dos inquiridos, seguindo-se o Brasil (15,9%) e a Itália (13,3%). A primeira referência a um destino português aparece em 17º lugar e diz respeito às ilhas dos Açores (4,4%). (Anexo 7/).

	N	1º Destino	N	2º Destino	N	3º Destino	Média (N)	Percentagem (N)
<b>Destino Preferido</b>								
Nacional	225	28,3%	229	28,7%	268	33,6%	241	30,2%
<b>Estrangeiro</b>	<b>492</b>	<b>61,7%</b>	<b>462</b>	<b>58,0%</b>	<b>404</b>	<b>50,7%</b>	<b>452</b>	<b>56,7%</b>
NR	80	10,0%	106	13,3%	125	15,7%	104	13,1%

Total	797	100,0%	797	100,0%	797	100,0%	797	100%
<b>Destino de sonho</b>								
Nacional	26	3,3%	27	3,4%	33	4,2%	29	3,6%
<b>Estrangeiro</b>	<b>694</b>	<b>87,0%</b>	<b>682</b>	<b>85,6%</b>	<b>661</b>	<b>82,9%</b>	<b>679</b>	<b>85,2%</b>
NR	77	9,7%	88	11,0%	103	12,9%	89	11,2%
Total	797	100,0%	797	100,0%	797	100,0%	797	100%

Quadro 75 - Destinos preferidos e destinos de sonho dos inquiridos, numa análise nacional e internacional. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

TOP 5 Destinos que mais gostaram de visitar								
Nacional	N	1º Destino	N	2º Destino	N	3º Destino	Total (%)	Total (N)
<b>Algarve</b>	<b>42</b>	<b>28.8%</b>	<b>50</b>	<b>34.2%</b>	<b>54</b>	<b>37.0%</b>	<b>146</b>	<b>5.7%</b>
Alentejo	19	27.5%	22	31.9 %	28	40.6%	68	2.9%
Açores	33	49.3%	21	31.3%	13	19.4%	67	2.8%
Lisboa	20	27.4%	19	26.0%	34	46.6%	73	3.1%
Gerês	31	50.8%	16	26.2%	14	23.0%	61	2.6%
Internacional								
<b>Espanha</b>	<b>92</b>	<b>11,5%</b>	<b>100</b>	<b>12,5%</b>	<b>97</b>	<b>12,2%</b>	<b>289</b>	<b>12.1%</b>
França	42	5.3%	40	5.0%	42	5.3%	124	5.3%
Itália	45	5.6%	35	4.4%	34	4.3%	114	4.8%
Inglaterra	37	4.6%	35	4.4%	36	4.5%	108	4.5%
Brasil	26	3.3%	22	2.8%	21	2.6%	69	2.9%

Quadro 76 - TOP 5 de destinos de férias nacionais e internacionais que mais gostaram de visitar. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa

Os inquiridos indicaram também que os motivos que os levam a identificar aqueles como os seus destinos de sonho, são a Cultura (61,5%), a Natureza (47,9%) e a Aventura (45,2%) (Quadro 77).

	Frequência	Percentagem
Aventura	360	45,2%
Descanso	319	40,0%
Natureza	382	47,9%
Tranquilidade	238	29,9%
Paraíso	322	40,4%
Montanha	119	14,9%
Atividades radicais	57	7,2%
Clima	281	35,3%
Praias	359	45,0%
<b>Cultura</b>	<b>490</b>	<b>61,5%</b>

Liberdade	227	28,5%
Outro	34	4,3%

Quadro 77 - Motivos de escolha dos destinos de sonho. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Também foram indicados outros motivos que foram analisados e agrupados em categorias. Estas respostas vêm reforçar a tendência já evidenciada no padrão de respostas dadas nas questões de carácter fechado. Destas respostas, destacamos 3 referências a motivos de conotação erótica ou sexual, como a referência ao sexo como motivo para viajar<sup>105</sup>.

Quando questionados sobre a sua opinião relativamente à existência ou não de destinos turísticos que estejam mais associados a práticas eróticas e sexuais em tempos de lazer, 50,1% ( $n=399$ ) dos inquiridos considera que não existem destinos que se destaquem por práticas eróticas e sexuais em tempos de lazer. As opiniões dividem-se, como podemos confirmar na figura 24.

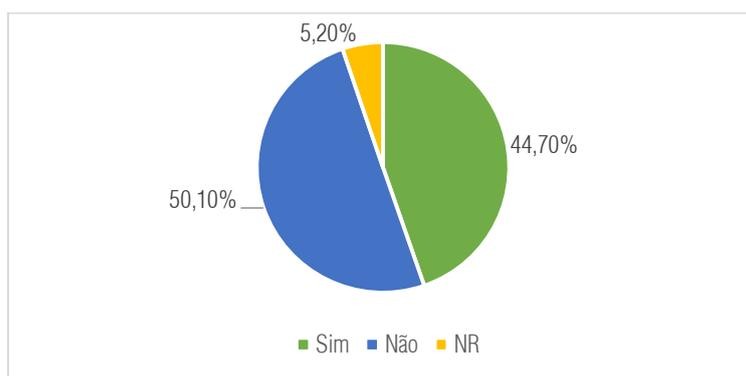


Figura 24- Percepção sobre a existência de destinos turísticos associados a práticas eróticas e sexuais em tempos de lazer. Percentagens calculadas tendo por base 797 questionários. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Pela aplicação do teste do Qui-quadrado ( $\chi^2$ ), é possível identificar a independência da distribuição da variável opinião sobre a existência de destinos associados a práticas eróticas e sexuais e as variáveis sexo, estado civil, orientação sexual e região de residência. Com o teste de Mann-Whitney ( $U$ ) é possível reportar se está presente uma relação significativa com as variáveis idade e classe social. Os

<sup>105</sup> Foram indicados 4,3% ( $n=34$ ) na opção “outros motivos”, distribuídos da seguinte forma: Culturais 1,0% ( $n=8$ ); Aventura 0,6% ( $n=5$ ); Diversão 0,5% ( $n=4$ ); Técnicas/Especializadas 0,5% ( $n=4$ ); 0,4% ( $n=3$ ); Eróticas e Sexuais 0,4% ( $n=3$ ); Físicas e Desportivas 0,4% ( $n=3$ ); Convívio social 0,3% ( $n=2$ ); Gastronomia 0,3% ( $n=2$ ); Natureza 0,3% ( $n=2$ ); Artísticas 0,1% ( $n=1$ ).

resultados demonstram que há diferenças estatisticamente significativas em termos de sexo ( $p=.006$ ); do estado civil ( $p=.007$ ); de orientação sexual ( $p=.009$ ); e de região de residência ( $p<.001$ ).

Analisando o cruzamento das variáveis (Quadro 78), verificamos que os inquiridos do sexo masculino são os que em maior número identificam a existência de destinos que estão mais associados a práticas eróticas e sexuais, com cerca de 53% ( $n=143$ ). Quanto ao estado civil são os divorciados que mais têm percepção sobre estes destinos, com cerca de 68,3% ( $n=28$ ), contrastando com os casados, que têm percepção contrária. No que diz respeito à orientação sexual, é o grupo dos inquiridos bissexuais que regista um maior número de respostas no sentido de existirem destinos a que associam práticas eróticas e sexuais, com cerca de 71,4% ( $n=25$ ), enquanto os inquiridos homossexuais se dividem nas opiniões. Por fim, 66,1% ( $n=84$ ) dos inquiridos residentes na A.M. Lisboa consideram que existem destinos que estão mais associados a práticas eróticas e sexuais, enquanto os do centro do país são os que menos consideram a sua existência.

Quando davam resposta positiva à questão anterior, os inquiridos eram convidados a indicar três destinos que para eles se relacionassem com práticas eróticas e sexuais. Os participantes do nosso estudo associam, sobretudo, a Tailândia (14,6%), o Brasil (13,9%) e a Holanda (8,8%), resultados que se aproximam daqueles que são normalmente associados ao turismo sexual. A Tailândia e o Brasil figuram nos primeiros quatro destinos de sonho, como foi possível de verificar anteriormente.

TOP 15	Frequência	Percentagem
Tailândia	156	14,6%
Brasil	148	13,9%
Holanda	94	8,8%
Espanha	59	5,5%
Estados Unidos da América	42	3,9%
França	29	2,7%
Cuba	21	2,0%
Indonésia	18	1,7%
Itália	17	1,6%
China	16	1,5%
República Checa	15	1,4%
Caraíbas	14	1,3%
Grécia	12	1,1%
República Dominicana	11	1,0%

Filipinas	10	0,9%
Maldivas	10	0,9%
Outros	180	16,9%
NS/NR	216	20,2%
Total	1068	100,0%

Quadro 78 - TOP 15 dos Destinos turísticos que mais se associam a práticas eróticas e sexuais em tempos de lazer. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

#### 7.4. Práticas e percepções sobre lazes alternativos

Com o objetivo de conhecer o que pensam e quais são as atividades de lazer erótico e sexual praticadas pela população portuguesa, questionamos os participantes no nosso estudo sobre se conheciam ou já tinham ouvido falar das práticas, se conheciam a sua localização ou sabiam como as poderiam encontrar, e se já tinham efetivamente participado nelas. Foi apresentada uma lista de dezanove práticas/atividades/ofertas de lazer erótico e sexual, que trataremos agora por categorias, tal como apresentado no Quadro 79.

Categorias	Práticas
Encontros	Encontro às cegas
	<i>Speed dating</i>
Práticas <i>online</i>	<i>Sites</i> infidelidade
	<i>Sites</i> e <i>app</i> encontros
Espetáculos eróticos	Festivais eróticos
	Danças
Festas sexuais	<i>Swing</i> /Troca de casais
Comunicação erótica	Canais televisão para adultos
Serviços	Acompanhante de luxo
	Prostituição
Consumo de produtos	<i>Sex shops</i>
Bem-estar	Massagens eróticas
	<i>Bodysushi</i>
Restauração	<i>Bodyshot</i>
	Restaurante erótico
	Jantar às escuras
Alojamento	Cruzeiro de solteiros
	Motel
	Motel voador

Quadro 79 - Categorias das práticas eróticas e sexuais em análise. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Numa análise geral a todas as práticas, verificamos que a oferta de lazer menos conhecida é o motel voador, que apenas 8,6 % (n=63) dos inquiridos dizem já ter ouvido falar. Nas práticas mais conhecidas podemos destacar três: a prostituição é reconhecida por 95,4% (n=730), seguindo-se o serviço de acompanhante de luxo com 95,4% (n=726) e as *sex shops* com 95,4% (n=729) (Anexo 8 e Figura 25).

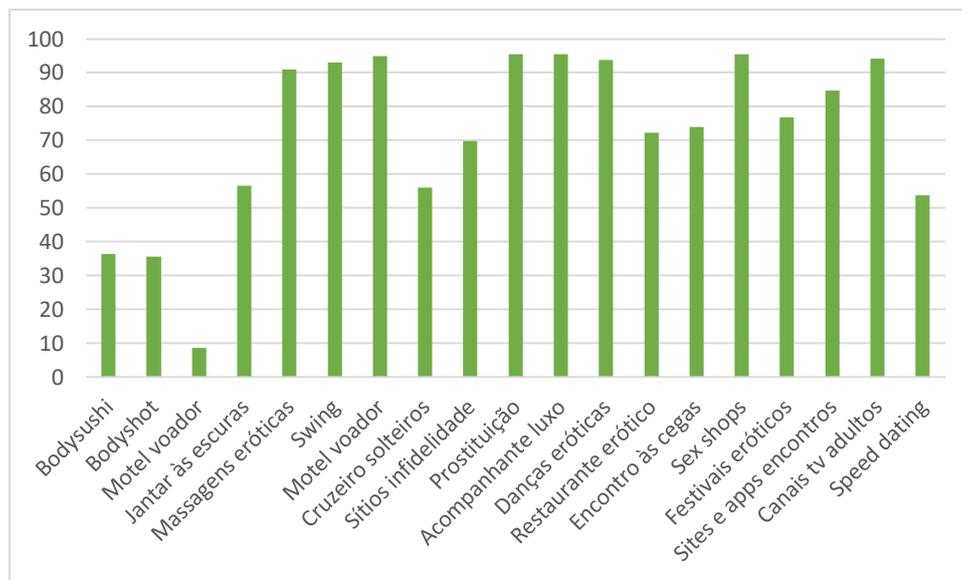


Figura 25 - Conhecimento ou já ter ouvido falar nas práticas. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Quanto ao conhecimento da localização destas ofertas e práticas (Anexo 9), verificamos que os canais de televisão com conteúdo para adultos é aquele que parece mais acessível para 81,6% (n=616), seguindo-se as *sex shops* com 80,4% (n=607) e o motel com 76,8% (n=580). Pelo contrário, os inquiridos demonstram que as práticas cuja localização menos conhecem são o motel voador já que só 3,2% dos inquiridos (n=24) dizem conhecer. Da mesma forma, apenas 6,5% dos inquiridos (n=49) disse saber onde pode encontrar a atividade de *bodysushi*, 10,9% (n=86) o *bodyshot* e 11,6% (n=86) saber onde acontecem encontros do tipo *speed dating* (Figura 26).

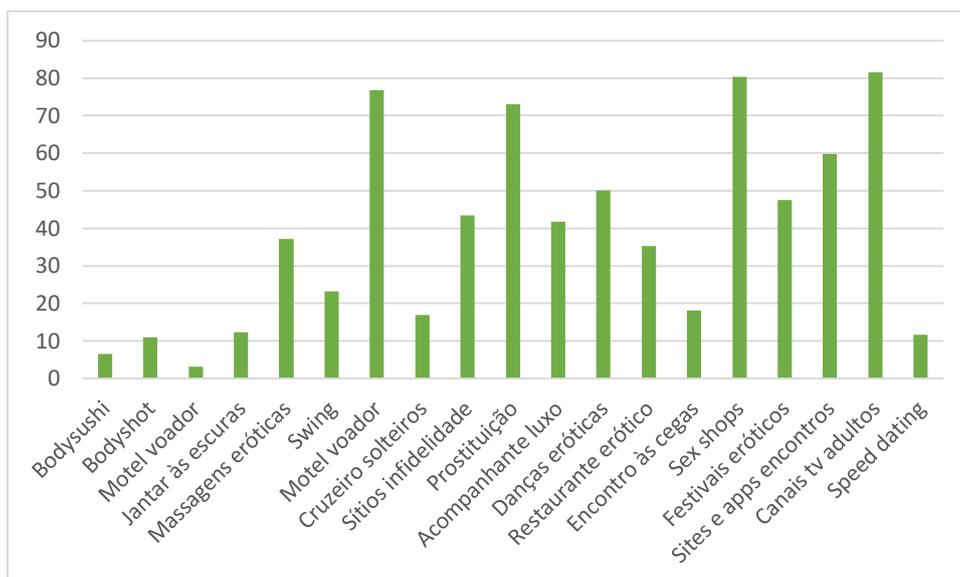


Figura 26 - Conhecimento da localização das práticas. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

No que diz respeito à prática efetiva das atividades (Figura 27), verificamos que aquela que revela uma maior participação pelos inquiridos são as *sex shops*, com 38.7% (n=289). Cerca de 36.7% (n=273) dos participantes já assistiram a programas de canais de conteúdo para adultos e 25.5% (n=191) já foi a um motel. As atividades que registam menor percentagem de participação são o motel com apenas 3 participantes (0,4%), o cruzeiro de solteiros que conta 6 participantes (0,8%), o *bodysushi* (0,9%, n=7) e o *speed dating* (1,2%, n=9) (Anexo 10).

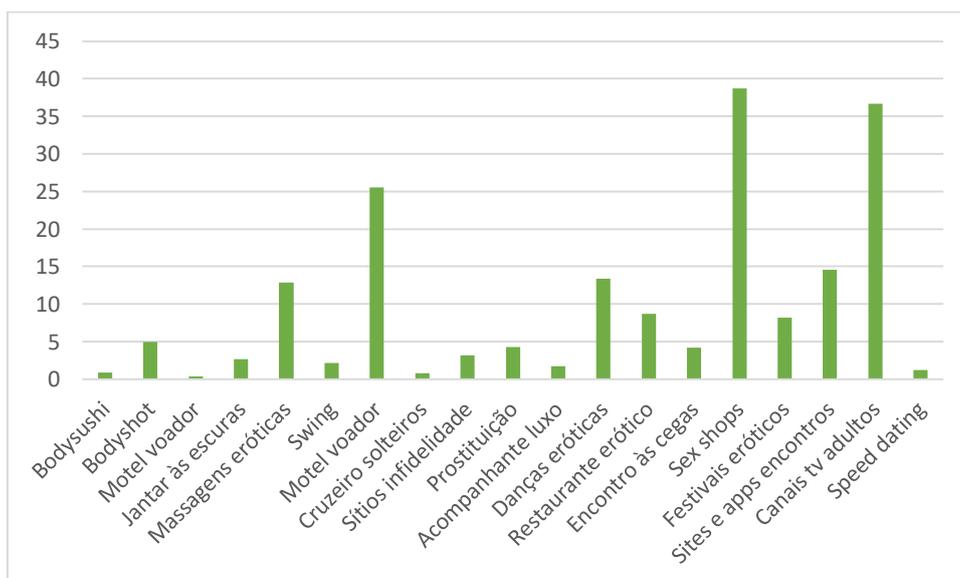


Figura 27 - Percentagens de inquiridos que já participaram nas práticas. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

A fim de se verificar o conhecimento destas práticas, da sua localização ou da participação ou prática são influenciados pelas variáveis sexo, idade, estado civil, orientação sexual e região de residência, aplicámos o teste de independência do Qui-quadrado ( $\chi^2$ ). Para verificar se se verifica uma igualdade de distribuições nas variáveis idade e classe social, procedeu-se à aplicação do teste de Mann-Whitney ( $H$ ). Todos os resultados podem ser consultados nos Anexos dos cruzamentos das variáveis (9 a 14 relativamente ao conhecimento; 16 a 21 quanto ao conhecimento da localização e 23 a 28 no que se refere às práticas) e dos resultados dos testes estatísticos (Anexo 41).

#### **7.4.1. Encontros**

Na categoria dos encontros incluímos as práticas de *speed dating* e encontros às cegas. Comparativamente, verificamos que os encontros às cegas é conhecido por 69,3% (n=552), enquanto o *speed dating* por 49,3% (n=393). Quanto ao conhecimento da localização destas atividades de encontros, 17,1% (n=136) dos inquiridos revelaram saber onde podem ter encontros às cegas, enquanto que em relação ao *speed dating* só é conhecida por 10,8% (n=86). Podemos também verificar que estas atividades apresentam um número reduzido de inquiridos participantes, numa percentagem de 1,1% (n=9) para o *speed dating* e 3,9% (n=31) no encontro às cegas.

##### **7.4.1.1. Encontro às cegas**

Com os testes aplicados, ficaram evidentes diferenças estatisticamente significativas no que se refere ao estado civil ( $p<.001$ ), idade ( $p<.001$ ) e classe social ( $p<.001$ ). Quanto a conhecerem a localização destas práticas, registam-se diferenças ao nível do sexo ( $p=.007$ ), estado civil ( $p=.004$ ), região de residência ( $p=.002$ ) e idade ( $p=.026$ ). Relativamente à efetiva participação na atividade, verifica-se diferenças estatisticamente significativas no que respeita ao sexo ( $p<.001$ ), estado civil ( $p<.001$ ), orientação sexual ( $p=.001$ ) e região de residência ( $p=.036$ ).

Apesar de não estarem presentes diferenças entre homens e mulheres no que respeita ao conhecimento desta prática, são os inquiridos do sexo masculino que em maior percentagem (23,7%, n=62) dizem conhecer a localização desta prática, enquanto que apenas 15,3% (n=72) das mulheres o afirmam. No que diz respeito à participação neste tipo de atividade, 23 inquiridos (8,8%) são do sexo masculino e apenas 6 (1,3%) são do sexo feminino.

Quanto às diferenças no que respeita a idade dos inquiridos, verificamos que estas só estão evidentes quanto ao conhecimento destas práticas. São os inquiridos mais jovens, do escalão etário entre os 18 e os 30 anos que apresentam uma percentagem de 82,6% (n=194) de respostas que afirmam já ter ouvido falar da prática, seguindo-se os adultos entre os 31 e os 59 anos, com 73,3% (n=332). Assim, são os participantes mais velhos que menos dizem conhecer a atividade de encontros às cegas, já que só 7 (26,9%) em 26 inquiridos o afirmam.

No que respeita a orientação sexual, verificamos que não existem diferenças no que concerne a já terem ouvido falar ou de saber a localização de encontros às cegas. As diferentes distribuições registam-se na prática ou na participação efetiva, onde são os homossexuais que apresentam um maior valor de participação, de 13,8% (n=4), seguindo-se os heterossexuais com 3,1% (n=20) e os bissexuais com 11,1% (n=4).

Analisando as distribuições por estado civil, em relação ao conhecimento da prática, verificamos que 85,9% (n=79) dos inquiridos em união de facto conhecem, seguindo-se os solteiros numa percentagem de 81,3% (n=274), os casados com 62,6% (n=154), os viúvos com 62,5% (n=5) e os divorciados com 61,4% (n=27). No que concerne ao conhecimento da sua localização, 23,0% (n=77) dos solteiros dizem conhecer, seguindo-se 21,7% (n=20) dos inquiridos em união de facto, 18,6% (n=8) dos divorciados, 14,3% (1) de viúvos e 10,7% (n=27) dos casados.

No que se refere à prática ou participação efetiva, 6% (n=20) dos solteiros dizem ter participado, seguindo-se os divorciados com 4,8% (n=2), os inquiridos em união de facto com 4,3% (n=4) e os casados com 1,2% (n=3). Dos inquiridos viúvos, nenhum diz ter participado em encontros às cegas.

A classe social só surge em destaque quanto ao conhecimento, já que quanto a conhecer a localização ou a prática efetiva não regista diferenças significativas por classe. Ainda no que diz respeito ao conhecimento, são os inquiridos da classe A que surge em maior percentagem, 92,1% (n=129), seguindo-se a classe B com 77,3% (n=163), a classe C com 63,8% (n=141) e a classe D com 63,2% (n=24).

Por fim, quanto à região de residência, esta variável não é determinante no conhecimento da prática, mas o mesmo não acontece quanto ao conhecimento da localização e na participação. Assim, são

28,7% (n=35) dos residentes da área metropolitana de Lisboa que conhecem a localização, seguindo-se os 19,3% (n=28) da região norte, os 13,8% (n=38) da região centro e, por fim, os 11,8% (n=9) dos moradores na região sul do país. Quanto à participação, são os moradores da área metropolitana de Lisboa que, ao apresentarem uma percentagem de 7,4% (n=9) estão no topo das praticantes, seguindo-se com 7% (n=10) os da região norte, 2,6% (n=2) da região sul e, com 2,2,% (n=6) os da região centro do país.

Os testes aplicados revelam que não existe relação entre o conhecimento desta prática de lazer erótico e sexual com as variáveis sexo ( $p=.568$ ), região de residência ( $p=.126$ ) e orientação sexual ( $p=.162$ ). Quanto ao conhecimento da sua localização não se registam diferenças na distribuição nas variáveis orientação ( $p=.111$ ) e classe social ( $p=.261$ ). Quanto à participação na atividade, não se provam diferenças quanto à idade ( $p=.057$ ) e classe social ( $p=.456$ ).

#### 7.4.1.2. Speed dating

A aplicação dos testes estatísticos provam a existência de diferenças estatisticamente significativas quanto ao conhecimento das práticas, nas variáveis estado civil ( $p<.001$ ), orientação sexual ( $p=.001$ ) idade ( $p=.001$ ), classe social ( $p<.001$ ) e região de residência ( $p<.001$ ). Quanto a saber onde pode ser encontrada este tipo de prática, os testes evidenciam diferenças estatisticamente significativas no que diz respeito ao estado civil ( $p=.044$ ) e região de residência ( $p=.010$ ). No que se refere à participação efetiva neste tipo de atividade, há provas estatísticas para afirmar que existem diferenças no que se refere ao sexo ( $p=.007$ ), orientação sexual ( $p<.001$ ) e região de residência ( $p=.042$ ).

Desta forma, verificamos que não há diferenças entre homens e mulheres quanto ao conhecimento da prática, bem como da sua localização. No entanto, quando questionados sobre a sua participação, são os inquiridos do sexo masculino que mais participaram neste tipo de encontros, com 2,7% (n=7), comparativamente com as mulheres que registam apenas uma participante (0,2%).

Quanto á idade, só se verificam diferenças quanto ao conhecimento da prática, sendo os mais jovens a apresentar a percentagem mais elevada, de 61,4% (n=145), seguindo-se os adultos entre os 31 e os 59 anos com 53,8% (n=235) e sendo, novamente, os inquiridos mais velhos a apresentarem uma menor percentagem de conhecedores, com apenas 1,2% (n=3).

Os inquiridos bissexuais apresentam-se com 83,3% (n=30) de conhecedores, seguindo-se os homossexuais com 62,1% (n=18) e os heterossexuais com 52,5% (n=335). No entanto, na participação, os resultados evidenciam uma maior percentagem de participantes homossexuais (6,9%, n=2-9, seguindo-se os bissexuais com 5,6% (n=2) e apenas 0,4% (n=4) de inquiridos heterossexuais.

Não se verificam diferenças na participação quanto ao estado civil, apesar de estar evidente um maior conhecimento pelos inquiridos solteiros (com 63,1%, n=212), logo seguido pelo grupo de inquiridos em união de facto (com 62,9%, n=56), os divorciados (com 50,0%, n=21), os casados (com 40,1%, n=95) e os viúvos, com apenas 14,3% (n=1). Quanto à localização das atividades de *speed dating*, 17,2% (n=16) dos inquiridos em união de facto disseram saber onde podem encontrar tal oferta, seguindo-se os solteiros com 13,9% (n=46), os divorciados com 12,2% (n=5), os casados com 7,2% (n=18), não sendo registada nenhuma resposta neste sentido pelos sujeitos viúvos participantes neste estudo.

Em relação à classe social, são os inquiridos pertencentes à classe A que mais afirmam conhecer a prática, com 72,3% (n=99), seguindo-se a classe B com 56,7% (n=119), a classe D com 51,4% (n=19) e a classe C com 43,9% (n=94), não se registando diferenças nas outras situações.

No que diz respeito a conhecer a prática, são os residentes na área metropolitana de Lisboa que apresentam um valor mais elevado, com 7,4% (n=9), seguindo-se os residentes do norte do país com 7,0% (n=10), os moradores no sul com 2,6% (n=2), e por fim, os da região centro com 2,2% (n=6).

Os testes aplicados revelaram a ausência de diferenças estatisticamente significativas quanto ao conhecimento da prática ao nível do sexo ( $p=.561$ ). Quanto à sua localização, não há diferenças nas distribuições no que respeita ao sexo ( $p=.096$ ), orientação sexual ( $p=.592$ ), idade ( $p=.969$ ) e classe social ( $p=.828$ ). Quanto à participação, não há registo de diferenças estatísticas significativas quanto ao estado civil ( $p=.544$ ), idade ( $p=.271$ ) e classe social ( $p=.851$ ).

#### **7.4.2. Práticas *online***

As práticas *online* incluem as ofertas de sites de infidelidade e sites e aplicações móveis para encontros. Verificamos que as duas são do conhecimento geral dos inquiridos, mais elevado no caso das práticas *online* para encontros que registam 79,9% (n=637), comparativamente com o conhecimento de 65,7%

(n=524) do total dos inquiridos relativamente aos sites de infidelidade. As duas ofertas surgem como sendo de conhecimento da maioria dos inquiridos, ao registar 79,9% (n=637) em relação aos *sites* ou aplicações móveis para encontros (*app*) e 65,7% (n=524) no que respeita aos sites para casos extraconjugais. Quanto à participação nestas atividades, 13,6% (n=108) dos inquiridos revelaram já ter acedido a *sites* ou usado aplicações móveis (*app*) para ter encontros, enquanto apenas 3% (n=24) dizem já ter participado em páginas *online* que promovem relações extraconjugais.

#### 7.4.2.1. *Sites* de infidelidade

No que respeita a já terem ouvido falar nesta prática, os testes aplicados provaram diferenças estatisticamente significativas nas variáveis sexo ( $p < .001$ ), estado civil ( $p < .001$ ), região de residência ( $p = .009$ ), idade ( $p < .001$ ) e classe social ( $p = .001$ ). Quanto ao acesso, os testes evidenciam diferenças na distribuição nas variáveis sexo ( $p = .001$ ), estado civil ( $p < .001$ ), orientação sexual ( $p = .018$ ) e região de residência ( $p = .004$ ). No que se relaciona com já terem tido algum tipo de experiência nesta atividade, os resultados evidenciam diferenças quanto ao sexo ( $p < .001$ ), estado civil ( $p = .030$ ), orientação sexual ( $p < .001$ ), região de residência ( $p = .025$ ) e idade ( $p = .006$ ) dos inquiridos.

Cerca de 78,2% (n=208) dos inquiridos do sexo masculino dizem conhecer este tipo de página *online*, comparativamente com 65,5% (n=304) das mulheres. O mesmo acontece com o facto de cerca de metade dos inquiridos homens (52,6%, n=140) conhecerem a localização, face a 39,2% (n=183) de mulheres. Quanto aos participantes, também se registam diferenças na distribuição, de 7,6% (n=20) para os homens, sendo a participação feminina de apenas 0,9% (n=4).

No que diz respeito à idade, só se registam diferenças significativas quanto a já terem ouvido falar sobre os *sites*, onde são os mais jovens, do escalão etário entre os 18 e os 30 anos que, numa percentagem de 78,6% (n=187), seguindo-se os adultos entre os 31 e os 59 anos com 68,5% (n=311), e apenas 10% (n=10) dos inquiridos com idade igual ou superior a 60 anos.

Na orientação sexual só está evidente um maior conhecimento da localização da prática por 66,7% (n=24) dos inquiridos bissexuais, seguindo-se 43,4% (n=285) dos heterossexuais e registando-se um menor conhecimento por parte dos homossexuais, com 37,9% (n=11).

No que diz respeito à orientação sexual, podemos verificar que são os inquiridos em união de facto que mais dizem já ter ouvido falar desta prática, com 78,3% (n=72), seguidos por 77,0% (n=261) dos sujeitos solteiros que apresentam 68,2% (n=30), os divorciados com 59,9% (n=148) dos casados, e 42,9% (n=3) dos viúvos. No entanto, quando questionados sobre o conhecimento da localização, verificamos que se mantém uma superior percentagem de inquiridos em união de facto (com 53,8%, n=50), mas com valores muito próximos encontram-se os sujeitos divorciados, com 53,5% (n=23). Esta proximidade de valores revela-se interessante já que quanto à efetiva participação, são estes que em 7,1% (n=3) dizem já ter participado, seguindo-se 4,5% (n=15) dos solteiros.

Quanto à classe social, verificamos que quanto mais elevada a classe, mais conhecimento dizem ter sobre a prática, na medida em que a classe A apresenta uma taxa de 83,7% (n=118) de inquiridos que dizem conhecer, contra 60,5% (n=23) de inquiridos pertencentes à classe D.

Relativamente à região de residência, verificamos que são os inquiridos da região norte do país que numa taxa de 76,4% (n=10) mais dizem conhecer os *sites* de infidelidade, mas seguidos de muito perto pelos moradores da área metropolitana de Lisboa com 75,2% (n=94), e do sul com 74,7% (n=56). A maior diferença relaciona-se com os residentes na região centro, que regista 63,0% (n=174). Quanto a saberem onde podem aceder a este tipo de *site*, são os moradores da área metropolitana de Lisboa que se apresentam com uma taxa mais significativa, de 58,9% (n=73), seguindo-se os da região norte com 45,1% (n=65), 39,9% (n=111) da região centro e 39,5% (n=50) da região sul.

Os testes demonstram a ausência de diferenças estatisticamente significativas quanto ao conhecimento nas variáveis orientação ( $p=.127$ ). No que se refere a saberem onde encontrar, a ausência de diferenças regista-se nas variáveis idade ( $p=.372$ ) e classe social ( $p=.211$ ). Por fim, quanto à participação efetiva não se registam diferenças nas distribuições nas variáveis orientação sexual ( $p=.073$ ), região de residência ( $p=.452$ ) e classe social ( $p=.150$ ).

#### **7.4.2.2. Sites e aplicações móveis para encontros**

Quanto ao conhecimento de *sites* e aplicações móveis para encontros, registam-se diferenças significativas quanto ao estado civil ( $p=.001$ ), idade ( $p<.001$ ) e classe social ( $p=.001$ ). No que se refere a saberem onde existem estas ofertas, são provadas diferenças estatísticas em todas as variáveis

testadas, nomeadamente quanto ao sexo ( $p=.001$ ), estado civil ( $p<.001$ ), orientação sexual ( $p=.022$ ), região de residência ( $p<.001$ ), idade ( $p<.001$ ) e classe social ( $p<.001$ ). No que se refere à experiência neste tipo de prática, são evidentes diferenças quanto ao sexo ( $p<.001$ ), estado civil ( $p=.030$ ), orientação sexual ( $p=.025$ ) e idade ( $p=.006$ ).

Podemos inferir que tanto homens como mulheres já ouviram falar destas práticas, mas torna-se evidente que são os homens que mais sabe como podem aceder a elas, já que se apresentam com uma percentagem de 68,6% ( $n=181$ ) contra 55,9% ( $n=260$ ) das mulheres. Também a participação é mais expressiva nos homens, dos quais 24,1% ( $n=68$ ) já usaram estas ferramentas *online* face a 8,4% ( $n=39$ ) mulheres.

Quanto às diferenças por faixa etária, quanto mais velho, menor o conhecimento da prática, da sua localização e da sua participação. Relativamente a já terem ouvido falar destas plataformas *online*, apresentam-se as seguintes distribuições: 92,1% ( $n=220$ ) dos sujeitos do escalão etário entre os 18 e os 30 anos, 83,4% ( $n=377$ ) dos inquiridos com idades entre os 31 e os 59 anos, e 55,6% ( $n=15$ ) dos participantes com idade igual ou superior a 60 anos. A tendência mantém-se quanto ao conhecimento da forma de aceder aos meios, já que surgem em maior valor os inquiridos mais jovens com 71,3% ( $n=169$ ), seguindo-se 58,4% ( $n=262$ ) do escalão intermédio, e apenas 17,9% ( $n=5$ ) de sujeitos mais velhos. A participação é mais significativa nos mais jovens, ao apresentarem 19,7% ( $n=46$ ), seguindo-se 12,8% ( $n=57$ ) dos sujeitos do escalão etário entre os 31 e os 59 anos, e apenas 2 participantes (6,7%) dos inquiridos mais velhos.

Não se registando diferenças na orientação sexual no que respeita ao conhecimento, o mesmo não acontece relativamente a saberem como aceder e à participação. Cerca de 83,3% ( $n=30$ ) dos bissexuais dizem saber onde encontrar estas ferramentas *online*, seguindo-se 79,3% ( $n=23$ ) de homossexuais e 58,9% ( $n=384$ ) dos heterossexuais. No que se refere à participação, os homossexuais são os que mais dizem participar com uma percentagem de 44,8% ( $n=13$ ), seguindo-se 40,0% ( $n=14$ ) dos bissexuais e 11,7% ( $n=76$ ) dos heterossexuais.

As diferenças registadas quanto ao estado civil revelam que 92,9% ( $n=39$ ) dos inquiridos divorciados conhecem estas ofertas, seguindo-se com 91,4% ( $n=85$ ) de inquiridos em união de facto, 90,3% ( $n=307$ ) dos solteiros, 87,5% ( $n=7$ ) de divorciados e 73,9% ( $n=184$ ) dos casados. Registam-se

algumas alterações quanto ao conhecimento que têm quanto ao acesso a estas ofertas *online*, já que surgem em maior expressão os solteiros com 71,9% (n=240), seguindo-se de perto 71,4% (n=5) dos viúvos, 65,1% (n=28) dos divorciados, 63,0% (n=58) dos que estão numa união de facto e, em menor percentagem, os casados, com 42,9% (n=108). Quanto ao recurso prático destes *sites* e aplicações, 33,3% (n=2) dos viúvos dizem já ter participado seguindo-se 26,8% (n=11) dos divorciados, 21,0% (n=70) dos solteiros, 12,0% (n=11) dos sujeitos em união de facto e apenas 4,4% (n=11) dos inquiridos casados.

No que se refere às diferentes distribuições por classe social, regista-se que são os inquiridos pertencentes à classe A que em 94,3% (n=132) dizem já ter ouvido falar destas plataformas *online*, seguindo-se os pertencentes à classe B com 86,5% (n=186), a classe C, com 81,3% (n=182) e a classe D com 81,1% (n=30). Quanto a saberem onde se localizam, mantêm-se os inquiridos da classe A e manifestarem numa maioria de 76,3% (n=106) conhecedores da forma como aceder aos *sites* e aplicações móveis para encontros, seguindo-se os da classe B com 61,5% (n=131), a classe D com 56,8% (n=21) e a classe c com 56,1% (n=124).

Os testes revelaram não existirem diferenças significativas no conhecimento das práticas quanto ao sexo ( $p=.200$ ), orientação sexual ( $p=.503$ ) e região de residência ( $p=.087$ ). Quanto à participação, apenas se registam diferenças na distribuição quanto à classe social ( $p=.917$ ).

Quanto ao conhecimento da existência de *sites* e aplicações móveis para encontros, não se registam diferenças entre homens e mulheres. No entanto, são os inquiridos do sexo masculino que mais dizem conhecer onde aceder a estas e que também dizem mais ter participado. Em relação à idade, nas três questões sobre a prática, verificamos uma prevalência dos inquiridos com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos. A orientação sexual revela diferenças nas distribuições quanto á localização, que é de maior conhecimento pelos bissexuais. Relativamente ao estado civil, são os inquiridos divorciados que mais dizem saber da existência destas plataformas *online*, enquanto são os solteiros e os viúvos que mais sabem onde aceder. São estes últimos que surgem com uma participação superior neste tipo de práticas. Em relação à classe social, há uma mais expressiva prevalência de inquirido são da classe A que já ouviram falar da prática e que conhecem a sua localização, não se registando diferenças no que respeita à participação nesta variável. Quanto à região de residência, não se registam diferenças

quanto a saber da sua existência, mas são os moradores da área metropolitana de Lisboa que registam uma maior percentagem de conhecedores da sua localização, bem como de participantes.

### **7.4.3. Espetáculos**

Na categoria dos espetáculos integram-se as danças eróticas e os festivais eróticos. Numa análise geral, as danças são do conhecimento de 89,2% (n=711) dos participantes no estudo, enquanto os festivais só são referidos por 72% (n=574) dos inquiridos. Quanto a saberem onde se encontram disponíveis estas ofertas, regista-se um conhecimento de 47,2% (n=376) dos inquiridos em relação às danças e de 44,7% (n=356) relativamente aos festivais eróticos. No que se refere à participação nestas atividades, verificamos uma maior participação em atividades de danças por 12,5% (n=100) dos inquiridos, contra 7,7% (n=61) em festivais eróticos.

#### **7.4.3.1. Danças eróticas**

Os testes revelaram a existência de diferenças estatisticamente significativas no conhecimento da prática de danças eróticas no que se refere ao estado civil ( $p=.037$ ), idade ( $p=.002$ ) e classe social ( $p<.001$ ). No que se refere a saber onde é possível encontrar este tipo de oferta, os testes provam diferenças nas distribuições no que se refere ao estado civil ( $p<.001$ ), orientação sexual ( $p=.017$ ), região de residência ( $p<.001$ ) e idade ( $p=.001$ ) dos inquiridos. Quanto à participação neste tipo de atividade, registam-se diferenças quanto ao sexo ( $p<.001$ ), orientação sexual ( $p<.001$ ), região de residência ( $p<.001$ ) e idade ( $p=.016$ ).

Não estando presentes diferenças ao nível do conhecimento da existência desta oferta, assim como da sua localização, por homens e mulheres, verificamos que são os homens que mais participam nestas atividades, ao registar uma participação de 22,4% (n=59), contra 8,6% (n=40) de mulheres.

No que respeita a diferenças por escalões etários, verificamos que no que se refere ao conhecimento são os jovens entre os 18 e os 30 anos e os adultos entre os 31 e os 59 anos que apresentam resultados mais elevados, apresentando 95,9% (n=229) e 95,2% (n=436) respetivamente, contra os 63,0% (n=17) dos inquiridos com idades iguais ou superiores a 60 anos. O mesmo se mantém relativamente a conhecerem a sua localização, com 59,2% (n=141) dos inquiridos do primeiro escalão, 47,3% (n=214) no segundo e 39,3% (n=11) no terceiro. Quanto à participação, apenas 1 inquirido (3,3%) pertencente

ao escalão etários dos participantes com idade igual ou superior a 60 anos diz ter participado, contra os 55 participantes (n=55) com idades entre os 31 e os 59 anos, e os 41 sujeitos (17,4%) dos inquiridos mais jovens.

Não se verificam diferenças no conhecimento consoante a orientação sexual, mas são os inquiridos bissexuais que em maior percentagem conhecem (com 72,2%, n=26) e participam (36,1%, n=13) nestas atividades. Os homossexuais revelam conhecer mais a localização deste tipo de prática ao apresentarem 58,6% (n=17) face aos 48,9% (n=321) dos inquiridos heterossexuais. No entanto, são estes que com 12,3% (n=80) que participam mais em espetáculos de danças eróticas, face aos 10,3% (n=3) dos homossexuais.

Relativamente ao estado civil, a grande maioria (97,7%, n=43) dos divorciados conhecem esta prática, seguindo-se os inquiridos em união de facto com 96,8% (n=90), os solteiros com 95,3% (n=323), os casados com 90,1% (n=228) e em menor percentagem, mas igualmente expressivo, os viúvos com 87,5% (n=7). São os divorciados que de forma mais significativa revelam conhecer a localização destas práticas, com 60,5% (n=26) dos respondentes, seguindo-se 58,6% (n=197) solteiros, 57,1% (n=4) dos viúvos, e 55,9% (n=53) dos sujeitos em união de facto. A maior diferença regista-se quando analisadas as respostas dos inquiridos casados, com 34,8% (n=88). No entanto, no que se refere à participação, não se registam diferenças nesta variável.

As diferenças relativamente à classe social só se manifesta no conhecimento da prática onde é mais evidente pelas classes mais altas: classe A com 97,2% (n=211) e pela classe B com 97,2% (n=211) e um menor conhecimento pela classe c (91,1%, n=205) e classe D, que regista 86,8% (n=33).

Por fim, quanto à região de residência, não se verificam diferenças no conhecimento da prática. Relativamente a saberem onde se localizam estas atividades, são os moradores da área metropolitana de Lisboa que expressam em 64,5% (n=80) saber onde encontrar este tipo de espetáculos, seguindo-se os moradores da região norte com 52,8% (n=76), a região sul com 43,3% (n=33) e, em menor expressão, os residentes na região centro, com 42,8% (n=119). Quanto à participação, as tendências repetem-se com os seguintes resultados: área metropolitana de Lisboa (25,4%, n=31), região norte (15,3%, n=22), região sul (7,9%, n=6) e região centro (7,3%, n=20).

Os testes revelam não existirem diferenças na distribuição das variáveis sexo ( $p=.776$ ), orientação sexual ( $p=.552$ ) e região de residência ( $p=.776$ ) no que se refere ao conhecimento da existência deste tipo de atividades. Quanto a saber a sua localização, só se registam diferenças no que se refere ao sexo ( $p=.009$ ) e classe social ( $p=.265$ ). Quanto à participação, as variáveis estado civil ( $p=.433$ ) e classe social ( $p=.826$ ) não se revelam estatisticamente significativas.

#### 7.4.3.2. Festivais eróticos

Os testes aplicados evidenciam diferenças estatisticamente significativas quanto ao conhecimento nas variáveis sexo ( $p<.001$ ), região de residência ( $p=.011$ ) e classe social ( $p=.019$ ). Relativamente a saberem onde podem ser encontrados, as diferenças registam-se nas variáveis sexo ( $p<.001$ ), estado civil ( $p=.040$ ), região de residência ( $p=.001$ ) e classe social ( $p=.023$ ). Quanto à participação em festivais eróticos, as diferenças registam-se quanto ao estado civil ( $p<.001$ ), orientação sexual ( $p<.001$ ) e região de residência ( $p=.016$ ).

Desta forma, verifica-se uma prevalência dos homens (87,5%,  $n=231$ ) que em maior percentagem dizem já ter ouvido falar dos festivais eróticos face a 70,3% ( $n=325$ ) de mulheres, assim como no que se refere a conhecerem a localização ou saberem onde estas acontecem, já que são 59,3% ( $n=156$ ) os inquiridos do sexo masculino, contra 41,8% ( $n=195$ ) do sexo feminino. Relativamente à participação, os testes evidenciam a ausência desta diferença ( $p=.291$ ).

Não se registam diferenças estatisticamente significativas na idade, relativamente ao conhecimento de festivais eróticos ( $p=.345$ ), da sua localização ( $p=.296$ ) e de participação ( $p=.795$ ).

Relativamente às distribuições por orientação sexual, não há diferenças quanto ao conhecimento de festivais eróticos ( $p=.244$ ), nem localização ( $p=.072$ ), mas são os bissexuais que em maior percentagem mais dizem participar, com 27,8 ( $n=10$ ), seguindo-se 10,3% ( $n=3$ ) dos inquiridos homossexuais e 7,4% ( $n=48$ ) dos sujeitos heterossexuais.

Quanto ao estado civil, não há registo de diferenças no conhecimento ( $p=.646$ ). Quanto a saberem a localização desta prática, verificamos que são em maioria os viúvos (com 71,4%,  $n=5$ ) que mais dizem saber, seguindo-se 61,9% ( $n=26$ ) dos divorciados, 50,2% ( $n=167$ ) dos solteiros, 49,5% ( $n=46$ ) dos inquiridos em união de facto, e 41,3% ( $n=105$ ). No entanto, quando inquiridos sobre de facto de já

terem participado surgem de forma mais significativa os divorciados com 16,7% (n=7), seguidos de 11,4% (n=38) dos solteiros, 8,7% (n=8) dos sujeitos em união de facto e 3,2% (n=8) dos casados, não se registando nenhum participante viúvo.

Já no que concerne às distribuições por classe, verificamos que são os inquiridos pertencentes à classe A que numa percentagem de 86,3% (n=120) dizem já ter ouvido falar da prática, seguindo-se os sujeitos da classe B com 78,7% (n=170) apesar da curta diferença para a classe D que conta com 78,4% (n=29) do inquiridos a conhecerem, e por fim, os da classe C, com 74,7% (n=165). Quanto a conhecerem a localização, registam-se os seguintes resultados: 58,9% (n=83) na classe A, 56,8% (n=21) na classe D, 50,9% (n=109) na classe B, e 43,2% (n=95) na classe C. Não se registam diferenças nesta variável ( $p=.323$ ) quanto à participação em festivais eróticos.

Relativamente à região de residência, verifica-se que a área metropolitana de Lisboa volta a ter a maior percentagem de inquiridos a já terem ouvido falar destas práticas ao registar 83,7% (n=103), face a 79,9% (n=115) da região norte, 74,3% (n=55) de moradores na região sul e 69,7% (n=193) daqueles que vivem no centro do país. Quanto a conhecerem a localização destes festivais eróticos, regista-se uma ligeira alteração nas últimas posições: mantém-se os moradores da área metropolitana de Lisboa no topo dos mais conhecedores com 58,7% (n=71), seguindo-se os da região norte com 51,4% (n=74), os residentes na região centro com 41,7% (n=115) e os inquiridos da região sul com 34,2% (n=26). Esta tendência mantém-se no que se refere à participação em festivais eróticos com os seguintes resultados: 15,6% (n=19) de moradores na área metropolitana de Lisboa, 10,4% (n=15) de sujeitos da região norte, 7,0% (n=19) dos sujeitos da região norte e 3,9% (n=3) dos residentes na região sul do país.

#### **7.4.4. Festas eróticas**

Nas festas eróticas e sexuais questionamos apenas quanto à atividade de *swing* ou troca de casais.

##### **7.4.4.1. *Swing***

No geral, esta prática é conhecida por 88,8% (n=708) do total dos inquiridos. São 21,8% (n=174) que dizem saber onde acontecem estas festas, mas apenas 2,0% (n=6) dos inquiridos dizem já ter participado. As diferenças são evidentes quanto ao estado civil dos inquiridos ( $p<.001$ ), idade ( $p<.001$ )

e classe social ( $p < .001$ ). Dizem saber da sua localização 21,8% ( $n=174$ ), apesar de só 2,0% ( $n=6$ ) dos participantes no estudo dizerem já ter participado. As diferenças estatísticas são registadas nas mesmas categorias. Quanto a conhecerem a localização desta prática, verificam-se variações quanto à orientação sexual ( $p=.006$ ) e região de residência ( $p < .001$ ). Quanto à participação, reforça-se a diferença segundo a orientação sexual ( $p < .001$ ) e região de residência ( $p=.007$ ).

Não se registam diferenças na variável sexo quanto ao conhecimento ( $p=.257$ ), localização ( $p=.074$ ) e participação ( $p=.366$ ).

Relativamente à idade, são 96,2% ( $n=229$ ) dos inquiridos do escalão entre os 18 e os 30 anos, com proximidade com os valores do escalão seguinte que se apresenta com 94,8% ( $n=436$ ) que dizem já ter ouvido falar desta prática. A maior diferença regista-se no grupo dos inquiridos mais velhos, em que pouco mais de metade (53,5%,  $n=15$ ) dizem conhecer. Não se registam diferenças no conhecimento da localização segundo a idade ( $p=.569$ ), bem como quanto à idade dos sujeitos que participam ( $p=.818$ ).

No que se refere à orientação sexual em relação ao conhecimento da prática. Não se registam diferenças ( $p=.967$ ). São os homossexuais que de forma mais expressiva (41,4%,  $n=12$ ) dizem conhecer a localização destas festas, em valores próximos dos bissexuais (38,9%,  $n=14$ ), grupo que depois é aquele que declara uma maior participação com 19,4% ( $n=7$ ) contra 3,4% ( $n=1$ ) dos homossexuais e 1,2% ( $n=8$ ) dos inquiridos heterossexuais.

Quanto a diferenças por estado civil, são os sujeitos em união de facto que com 97,8% ( $n=90$ ) dizem já ter ouvido falar, seguindo-se dos solteiros com 95,9% ( $n=327$ ), os divorciados com 90,7% ( $n=39$ ) e os casados com 89,8% ( $n=229$ ). A maior diferença regista-se no grupo dos inquiridos viúvos, dos quais só 66,7% ( $n=6$ ) dizem conhecer esta prática. Quanto a saberem a sua localização ( $p=.158$ ) e na participação efetiva ( $p=.666$ ), não há provas estatísticas que nos permitam afirmar diferenças entre grupos.

Relativamente à classe social, de destacar que o conhecimento desta atividade ( $p < .001$ ) é manifestado pela totalidade dos sujeitos pertencentes à classe A ( $n=140$ ), registando-se a maior diferença com a classe mais baixa, com 89,5% ( $n=34$ ) de inquiridos que afirmam já ter ouvido falar da prática. As

menores diferenças registam-se em relação à classe B (97,2%, n=210) e classe C (90,3%, n=205). Não se registam diferenças nas distribuições quanto à localização ( $p=.497$ ) e participação ( $p=.192$ ).

Por fim, quanto à região de residência, só se registam diferenças quanto ao conhecimento da localização ( $p<.001$ ) onde surgem os valores mais altos na área metropolitana de Lisboa (6,7%, n=8), seguindo-se a região norte (2,1%, n=3), região centro (1,5%, n=4) e o total desconhecimento de todos os inquiridos da região sul.

#### **7.4.5. Comunicação erótica**

Na categoria da comunicação erótica, integra a oferta de canais de televisão com conteúdo para adultos.

##### **7.4.5.1. Canais de televisão para adultos**

Esta é uma das atividades mais conhecidas pelos inquiridos apresentando-se com 89,6% (n=714). Nesta situação registam-se diferenças quanto ao estado civil ( $p=.002$ ), idade ( $p<.001$ ) e classe social ( $p=.002$ ). Também é bastante expressivo o conhecimento da forma como a ela podem ter acesso, registando 77,3% (n=616), a segunda atividade mais praticada do grupo proposto. As diferenças estatisticamente significativas apresentam-se relativamente ao sexo ( $p=.017$ ), estado civil ( $p=.001$ ), região de residência ( $p=.014$ ), idade ( $p=.015$ ) e classe social ( $p=.012$ ). São 34,3% (n=273) dos inquiridos que dizem já ter assistido a canais de televisão para adultos. Os testes revelam distribuições desiguais no que se refere ao sexo ( $p<.001$ ), orientação sexual ( $p<.001$ ), região de residência ( $p=.003$ ) e classe social ( $p=.010$ ).

Não se registando diferenças entre homens e mulheres ( $p=.960$ ) no que toca a já terem ouvido falar ou conhecerem este tipo de produto, são 97,9% (n=235) dos homens que dizem saber a forma como aceder a ele, contra 94,1% (n=431) das mulheres. Quanto ao consumo, são também os homens que mais usufruíram deste produto, com 47,9% (n=127), contra 30,6% (n=141) das mulheres inquiridas.

Não se registam diferenças de consumo em relação à idade ( $p=.957$ ), apesar de serem evidentes as diferenças nos outros domínios. São os mais jovens que, com 97,9% (n=235) têm conhecimento desta oferta, seguindo-se dos adultos entre os 31 e os 59 anos, com 94,1% (n=431). Os inquiridos mais velhos chegam apenas aos 74,1% (n=20). Esta tendência é reforçada quando se questiona sobre a

localização da prática, onde os sujeitos do primeiro escalão etário respondem em 86,6% (n=206) afirmativamente, seguidos pelo segundo escalão com 82,0% (n=373) e, novamente com uma menor percentagem, o escalão etário dos sujeitos mais velhos com 64,3% (n=18).

Quanto à orientação sexual não se registam diferenças em relação ao conhecimento ( $p=.955$ ) e localização ( $p=.295$ ), sendo que quanto à participação são os inquiridos bissexuais que apresentam, com 66,7% (n=24) um valor mais elevado, seguindo-se os homossexuais com 55,2% (n=16) e os heterossexuais com 34,5% (n=224).

Registam-se diferenças segundo o estado civil quanto ao conhecimento da prática, sendo os inquiridos em união aqueles que se apresentam em maior percentagem (97,8%, n=90), seguindo-se os solteiros (97,1%, n=331). As menores diferenças registam-se entre os divorciados (90,9%, n=40) e os solteiros (90,1%, n=228), sendo os viúvos a menos afirmarem o seu conhecimento a este propósito. Quando questionados sobre se saberiam onde está disponível, são 88,1% (n=37) dos divorciados que afirmam saber, seguindo-se os solteiros (87,5%, n=295) e os viúvos (85,7%, n=6). Só depois surge um grupo de 80,6%, (n=75) dos inquiridos em união de facto, e os casados com 74,2% (n=190). Relativamente ao consumo, não se registam diferenças ao nível do estado civil ( $p=.544$ ) dos participantes.

Quanto à classe social, quanto mais baixa, menor o conhecimento. No entanto, as percentagens são elevadas em todos os grupos: classe A regista 99,3% (n=140), classe B conta com 95,4% (n=207), classe C com 93,8% (n=213) e classe D regista 86,8% (n=33). Quanto a saberem a forma como aceder a este produto, são os inquiridos da classe mais alta que mantêm um maior número percentual, de 90,8% (n=128), seguindo-se a classe B que regista 78,0% (n=188), a classe D com 86,5% (n=32) e a classe C, com 80,3% (n=179). Esta ordem mantém quanto à prática. Metade dos sujeitos pertencentes à classe mais alta já usufruíram deste produto (50,0%, n=71), seguindo-se 36,9% (n=79), 36,1% (n=13) da classe D e, em menor percentagem, a classe C, com 34,7% (n=76).

Não se registando diferenças quanto ao conhecimento segundo a região de residência ( $p=.186$ ), quanto à forma como esta oferta está acessível, verificamos um maior conhecimento pelos sujeitos da região da área metropolitana de Lisboa (58,7%, n=74), os inquiridos da região centro de Portugal (41,7%, n=115) e os da região sul (34,2%, n=26). A mesma ordem surge no que se refere à prática ou consumo. São 48,8% (n=60) dos inquiridos aqueles que já consumiram e residem na área metropolitana de

Lisboa, seguindo-se 37,5% (n=54) daqueles que residem na região norte, 32,1% (n=87) da região centro e, com menos consumidores, 26,3% (n=20) dos residentes na região sul.

#### **7.4.6. Serviços**

Na categoria dos serviços integram a prostituição e o acompanhante de luxo. As práticas são duas das mais conhecidas pelos inquiridos no geral, atingindo os 91,6% (n=730) relativamente à prostituição e em 91,1% (n=726) no acompanhante de luxo. Quanto ao conhecimento de onde acontecem estas práticas, fica evidente um maior conhecimento relativamente à prostituição, sobre a qual são 69,4% (n=553) dos inquiridos que afirmam saber, enquanto que sobre o serviço de acompanhante de luxo, são 39,3% (n=313). Cerca de 4,0% (n=32) dos inquiridos dizem já ter recorrido a serviços de prostituição, enquanto apenas 1,6% (n=13) relativamente ao serviço de acompanhante de luxo.

##### **7.4.6.1. Prostituição**

Testada a independência da distribuição, verifica-se que não existem diferenças estatisticamente significativas a registar entre homens e mulheres quanto ao conhecimento ( $p=.851$ ) bem como sobre a sua localização ( $p=.069$ ). As distribuições são desiguais segundo o sexo dos participantes, já que são os homens que em maior percentagem dizem já ter recorrido a este serviço, com 11,1% (n=29), contra apenas 1 caso (0,2%) de inquiridos do sexo feminino.

Relativamente à idade, só ficam provadas diferentes distribuições no que se refere ao conhecimento. Enquanto 97,9% (n=235) e 96,3% (n=443) dos sujeitos entre os 31 e os 59 anos afirmam com grande expressividade já terem ouvido falar de prostituição, surgem apenas 75,0% (n=21) dos sujeitos mais velhos a afirmarem o mesmo. Os testes não identificam diferenças relativamente ao conhecimento da localização e a idade ( $p=.057$ ), bem como na participação ( $p=.233$ ).

Também não se registam diferenças segundo a orientação sexual e o conhecimento ( $p=.334$ ), localização ( $p=.325$ ), e participação ( $p=.455$ ).

São notórias as diferenças quanto ao estado civil. Relativamente ao conhecimento ( $p=.001$ ), o cruzamento dos resultados permitem-nos verificar que são os inquiridos em união de facto que mais afirmam o seu conhecimento, com 98,9% (n=92), seguindo-se os solteiros em 97,7% (n=334), os

divorciados com 93,3 (n=42), os casados com 92,5% (n=234), sendo o grupo dos viúvos aquele que regista uma percentagem mais baixa, com 77,8% (n=7). Quando questionados sobre se sabem onde se encontram estas práticas ( $p=.002$ ), são 83,7% (n=36) dos divorciados que o afirmam de forma mais significativa, seguindo-se os solteiros com 78,3% (n=263), os inquiridos em união de facto com 76,3% (n=71), os casados com 65,1% (n=166) e, em menor valor percentual, 55,6% (n=5) dos viúvos. Quanto à participação ( $p=.030$ ) também se registam diferenças, e podemos verificar que são os divorciados que, em 11,9% (n=5) dizem já ter recorrido a serviços de prostituição, seguindo-se 6,5% (n=6) dos sujeitos em união de facto, 4,5% (n=15) dos solteiros, e 2,0% (n=5) dos casados. De realçar o facto de nenhum dos sujeitos pertencentes ao grupo dos viúvos ter afirmado já ter recorrido a estes serviços.

Quanto à classe social, verificam-se diferenças quanto ao conhecimento ( $p=.001$ ) e localização ( $p=.008$ ). Analisando o conhecimento da prática, verificamos que o valor mais elevado regista-se nos inquiridos da classe social mais alta, com 99,3% (n=139), seguindo-se a classe B com 98,1% (n=212), a classe C com 94,3% (n=215) e a classe D, com 92,1% (n=35). Quanto a conhecerem a sua localização, a mesma ordem se mantém, mas apresentando os seguintes valores: classe A (83,6%, n=117), classe B (78,5%, n=168), classe C (72,3% (n=162) e classe D (71,1%, n=27). Não se registam, no entanto, diferenças estatisticamente significativas quanto à classe social ( $p=.233$ ) dos participantes.

Relativamente à região de residência, não há diferenças entre elas e o conhecimento da prática ( $p=.275$ ), nem com a participação ( $p=.673$ ). Regista-se, no entanto, diferenças quanto a saberem onde se localizam ( $p=.001$ ), surgindo os sujeitos residentes na área metropolitana de Lisboa a afirmarem em 80,8% (n=101) saber, seguindo-se 74,5% (n=108) dos residentes no norte, 73,5% (n=205) dos residentes no centro do país e cerca de metade, 55,3% (n=42) dos residentes na região sul.

#### **7.4.6.2. Acompanhante de luxo**

Relativamente ao serviço de acompanhante de luxo, não se registam diferentes distribuições quanto ao conhecimento da existência, tanto por homens como por mulheres ( $p=.249$ ). Já no que se refere a conhecerem a localização destes serviços ( $p<.001$ ), são os homens que em 51,3% (n=136) respondem de forma afirmativa, contra 35,4% (n=170) das mulheres. Quanto à participação, esta diferença é bastante clara, na medida em que nenhuma das inquiridas diz ter participado, contra 4,6% (n=12) dos homens.

As diferenças relativas à idade só ficam evidentes no conhecimento ( $p=.024$ ) quando 97,1% ( $n=233$ ) dos jovens afirmam conhecer, seguindo-se 96,5% ( $n=442$ ) face a 77,8% ( $n=21$ ) dos sujeitos com idade igual ou superior a 60 anos. Quanto à localização ( $p=.374$ ) e participação ( $p=.390$ ) não se registam diferenças nas distribuições por escalão etário.

Não são evidentes diferenças nas distribuições por orientação sexual e conhecimento ( $p=.699$ ), localização ( $p=.052$ ) e participação ( $p=.688$ ).

Da mesma forma não se registam diferenças por estado civil quanto a saberem da existência da prática ( $p=.069$ ), nem na participação ( $p=.055$ ), enquanto na capacidade de identificar a sua localização ( $p=.032$ ), são os inquiridos viúvos que em 57,1% ( $n=4$ ) respondem afirmativamente, seguindo-se os inquiridos em união de facto com 48,4% ( $n=45$ ), os divorciados com 46,5% ( $n=20$ ), os solteiros com 45,1% ( $n=151$ ) e os casados em menor percentagem, registando 34,0% ( $n=86$ ).

A classe social só surge como diferenciadora na afirmação do conhecimento da prática. Quanto mais alta a classe, maior a percentagem de sujeitos que respondem afirmativamente, apresentando-se com os seguintes valores: classe A (99,3%,  $n=139$ ), classe B (98,1%,  $n=211$ ), classe C (93,9%,  $n=214$ ) e classe D (92,1%,  $n=35$ ). Testada a independência das distribuições, verifica-se a ausência de diferenças entre classe social e conhecer a forma de aceder a esta prática ( $p=.763$ ) bem como na efetiva participação ( $p=.598$ ).

Os testes revelam diferenças quanto ao conhecimento da localização ( $p=.010$ ) sendo os sujeitos da área metropolitana de Lisboa que em maior percentagem respondem de forma afirmativa à questão, com 55,6% ( $n=69$ ), seguindo-se os residentes da região norte com 43,8% ( $n=63$ ), os moradores na região centro em 37,9% ( $n=105$ ) e, em menor percentagem, os residentes do sul do país, com 39,5% ( $n=30$ ). Relativamente a saberem da existência da prática ( $p=.346$ ) e participação ( $p=.814$ ), não se registam diferenças estatisticamente significativas.

#### **7.4.7. Consumo de produtos eróticos**

Nesta categoria analisamos os resultados relativos ao consumo de produtos de *sex shops*. Estas lojas são a segunda oferta mais conhecida, por 91,5% ( $n=729$ ) dos inquiridos, e uma grande maioria. 76,5% ( $n=607$ ) dos participantes sabem onde se encontram estes estabelecimentos. Da lista em análise, a ida

a sex shops é a atividade mais experimentada pelos inquiridos, registando um valor percentual de 36,3% (n=289).

Testada a independência da distribuição, não se verificam diferenças quanto ao conhecimento ( $p=1.000$ ), localização ( $p=.450$ ) e participação ( $p=.452$ ) entre homens e mulheres.

As diferenças por escalão etário são evidentes num conhecimento ( $p<.001$ ) de 98,3% (n=237) dos inquiridos entre os 18 e os 30 anos, seguidos de 96,3% (n=444) e, em menor valor, pelos sujeitos mais velhos, que registam 66,7% (n=18) de conhecedores no grupo. Quanto a saberem onde podem encontrar as *sex shops*, os mais jovens apresentam valores mais elevados, com 86,5% (n=205), seguindo-se 80,7% (n=367) dos inquiridos entre os 31 e os 59 anos e, em menor relevância, numa percentagem de 55,2% (n=16) dos inquiridos mais velhos. Não há diferenças de escalão etário quanto à participação ( $p=.654$ ).

Os testes evidenciam ausência de diferenças estatisticamente significativas segundo a orientação sexual. No que se refere ao conhecimento ( $p=.421$ ) bem como na localização ( $p=.068$ ). No entanto, são os bissexuais que em 77,8% (n=28) dizem já ter ido a uma *sex shop*, seguindo-se os inquiridos homossexuais em 48,3% (n=14) e os heterossexuais em 36,7% (n=239).

No que se refere ao estado civil, verificam-se diferenças em todas as questões analisadas. São os inquiridos em união de facto que mais afirmam já ter ouvido falar ( $p=.011$ ), com 97,8% (n=334), 93,2% (n=41) dos divorciados, 92,2%, (n=236) dos inquiridos casados e 87,5% (n=7) dos viúvos. Quanto a saberem onde podem encontrar uma *sex shop* ( $p=.001$ ), verificamos que são os solteiros que, com 86,9% (n=292) dizem saber, seguindo-se 85,7% (n=6) dos viúvos, 83,7% (n=36) dos divorciados, 82,5% (n=77) dos inquiridos em união de facto e, numa menor percentagem, 73,0% (n=187) dos casados. No entanto, quando questionados sobre a sua ida ( $p=.002$ ) a *sex shops*. Verificamos que 54,8% (n=151) dos divorciados dizem já o ter feito, seguindo-se os solteiros (45,2%, n=40), os viúvos (28,6%, n=2) e apenas 27,3% (n=69) dos casados.

Foram igualmente provadas diferenças nas distribuições segundo a classe social. No que se refere a saber da existência ( $p<.001$ ), todos os elementos (n=141) da classe A afirmam o seu conhecimento, seguindo-se 97,2% (n=212) dos inquiridos da classe B, 94,3% (n=215) da classe C e 86,8% (n=33)

dos sujeitos pertencentes à classe D. Quanto a saberem onde podem ser encontrados ( $p=.005$ ), surge novamente a classe A com um valor percentual mais elevado (90,1%,  $n=127$ ), seguindo-se 85,6% ( $n=184$ ) da classe B. 84,2% ( $n=32$ ) da classe D e 78,0% ( $n=174$ ) da classe C. Por fim, quanto à participação ( $p=.013$ ) apresenta-se a seguinte distribuição: 52,1% ( $n=74$ ) da classe A, 39,5% ( $n=85$ ) da classe B, 38,0% ( $n=84$ ) da classe C e 36,1% ( $n=13$ ) da classe D.

Relativamente à região de residência, não se verificam diferenças estatisticamente significativas quanto ao conhecimento ( $p=.196$ ). No entanto, sobre a localização ( $p<.001$ ) são os moradores da área metropolitana de Lisboa que em maior percentagem dizem conhecer a localização, em 92,7% ( $n=114$ ), seguindo-se os moradores no norte do país em 86,9% ( $n=126$ ), os residentes no centro de Portugal em 74,9% ( $n=209$ ) e 69,7% ( $n=53$ ) dos residentes do sul.

#### **7.4.8. Bem-estar**

Nesta categoria analisamos as práticas e perceções da população portuguesa relativamente a massagens eróticas. Esta prática é conhecida por 86,3% ( $n=688$ ) dos inquiridos, a sua localização é identificada por 34,7% ( $n=277$ ) e já foi praticada por 12,0% ( $n=96$ ) dos participantes no estudo.

##### **7.4.8.1. Massagens eróticas**

Os resultados apurados pelos testes aplicados revelam ausência de diferenças no conhecimento ( $p=.662$ ) e prática ( $p=.085$ ) entre homens e mulheres. No entanto, os inquiridos do sexo masculino afirmam em maior número percentual um conhecimento da localização ( $p<.001$ ) em 48,9% ( $n=129$ ) contra 30,7% ( $n=143$ ) das participantes no estudo.

São os inquiridos do escalão etário entre os 18 e os 30 anos que evidenciam terem participado ( $p=.046$ ) nesta atividade, em 15,9% ( $n=37$ ), contrastando com os 12,0% ( $n=54$ ) dos inquiridos entre os 31 e os 59 anos e os apenas 2,2% ( $n=1$ ) dos participantes com idade igual ou superior a 60 anos. Pelo contrário, não se registam diferenças quanto ao conhecimento ( $p=.399$ ) e localização ( $p=.559$ ) na variável escalão etário.

Quanto à orientação sexual, não se registam diferenças quanto ao conhecimento ( $p=.726$ ) nem participação ( $p=.195$ ). Analisando o cruzamento com a variável localização ( $p=.020$ ), verificamos que

os inquiridos homossexuais são os que em 58,6% (n=17) afirmam saber, seguindo-se 47,2% (n=14) dos inquiridos bissexuais e 35,7% (n=233) dos heterossexuais.

Relativamente às distribuições consoante o estado civil, não se verificam diferenças no conhecimento ( $p=.229$ ), enquanto na localização ( $p=.025$ ) e participação ( $p=.012$ ), são os viúvos que apresentam resultados mais elevados com 57,1% (n=4) são o grupo a registar evidências de um maior conhecimento da localização destas práticas, seguindo-se 50,0% (n=21) dos divorciados, seguindo-se 40,9% (n=137) dos solteiros, 32,6% (n=30) dos inquiridos em união de facto e, em menor valor percentual, os casados, dos quais 31,0% (n=78) afirmam saber. No que se refere à participação, 37,5% (n=3) dos inquiridos viúvos diz já ter usufruído desta atividade, seguindo-se 16,7% (n=7) dos divorciados, 15,8% (n=52) dos solteiros, 14,0% (n=13) dos inquiridos em união de facto e 7,9% (n=20) dos casados.

Os sujeitos pertencentes à classe social mais alta apresentam um maior número percentual de conhecimento ( $p=.007$ ) da prática, em 96,5% (n=136), seguindo-se 94,0% (n=202) da classe B, 90,3% (n=204) da classe C e 86,5% (n=32) da classe D. Não se registam distribuições desiguais no que se refere à localização ( $p=.844$ ) e participação ( $p=.296$ ).

Tendo em consideração a região de residência, verificamos diferenças estatisticamente significativas quanto ao conhecimento da prática ( $p=.032$ ), surgindo os residentes da área metropolitana de Lisboa com um maior valor percentual, de 44,4% (n=119), seguindo-se os da região sul com 93,2% (n=69), residentes da região norte do país em 92,4% (n=134) e 86,4% (n=241) da região centro. Apesar de os testes evidenciarem não existirem diferenças quanto à localização ( $p=.427$ ), verificamos diferentes distribuições novamente na participação ( $p<.001$ ). São novamente os residentes da área metropolitana de Lisboa que afirmam mais ter participado, em 27,6% (n=34), seguindo-se resultados muito próximos dos inquiridos da região norte com 10,5% (n=15), sul com 10,5% (n=8) e centro com 10,3% (n=28).

#### **7.4.9. Restauração**

Na categoria restauração analisamos quatro atividades: *bodyushi*, *bodyshot*, restaurante erótico e jantar às escuras. Estas atividades não se apresentam como sendo muito conhecidas pelos inquiridos. O *bodyshot* (33,8%, n=269) e o *bodyshot* (32,9%, n=262) são as duas menos conhecidas de todas as

analisadas. Por sua vez, o jantar às escuras é conhecido por pouco mais de metade dos inquiridos (53,5%, n=426), enquanto o restaurante erótico regista um conhecimento por 67,8% (n=540) dos participantes no estudo, o que faz dela a atividade mais conhecida nesta categoria. Relativamente à localização destas atividades, o restaurante erótico é aquele que mais inquiridos (33,2%, n=265) dizem saber onde se encontram, seguindo-se os jantares às escuras por 11,5% (n=92), o *bodyshot* com 10,2% (n=81) e o *bodysushi* que regista apenas o conhecimento por 6,1% (n=49). No que se refere à participação efetiva, verificamos que 8,2% (n=65) dos inquiridos já foram a um restaurante erótico, 4,6% (n=37) já experienciaram o *bodyshot*, apenas 20 inquiridos (2,5%) foram a um jantar às escuras e 7 (0,9%) pessoas inquiridas experimentaram *bodysushi*.

#### 7.4.9.1. *Bodysushi*

Aplicados os testes estatísticos, verificamos a ausência de diferenças estatisticamente significativas quanto ao sexo dos inquiridos, na variável conhecimento ( $p=.528$ ), localização ( $p=1.000$ ) e participação ( $p=.248$ ).

Relativamente a diferenças por escalões etários, verificam-se desigualdades nas distribuições na variável conhecimento ( $p=.003$ ). São os jovens adultos entre os 18 e os 30 anos que em maior valor percentual dizem saber da existência desta atividade com 43,7% (n=104), seguindo-se os inquiridos entre os 31 e os 59 anos em 35,1% (n=156) e 12,5% (n=3) dos sujeitos com idade igual ou superior a 60 anos. No que se refere à localização ( $p=.385$ ) e participação ( $p=.155$ ) não há diferenças estatisticamente significativas a registar.

Analisando agora segundo a orientação sexual, verificamos distribuições desiguais no conhecimento ( $p=.011$ ), localização ( $p=.002$ ) e participação ( $p<.001$ ). Nas três situações são os bissexuais que apresentam valores percentuais mais elevados, com 59,5% (n=22), 19,4% (n=7) e 8,3% (n=3) respetivamente. Os inquiridos homossexuais apresentam-se em 41,4% (n=12) como conhecedores da existência desta oferta, 10,3 (n=3) dizem conhecer a sua localização, mas nenhum participou. Por sua vez, apenas 35,4% (n=227) dos inquiridos heterossexuais dizem já ter ouvido falar de *bodysushi*, 43,7% (n=104) dizem saber onde o podem encontrar, mas apenas 35 dos inquiridos (5,4%) afirmam já ter experienciado.

Relativamente ao estado civil, verificam-se diferenças no conhecimento ( $p<.001$ ), sendo que 56,1% ( $n=23$ ) dos divorciados afirmam saber da existência desta atividade, seguindo-se 42,7% ( $n=144$ ) dos solteiros, 41,3% ( $n=38$ ) dos sujeitos em união de facto, 28,6% ( $n=2$ ) dos viúvos e 23,1% ( $n=56$ ) dos casados. Não se registam diferenças estatisticamente significativas quanto à localização ( $p=.531$ ) e participação ( $p=.503$ ).

Uma vez mais, quanto mais alta a classe social, maiores as evidências de um maior conhecimento ( $p=.001$ ) da atividade, neste caso, com a seguinte distribuição: conhecimento por 48,2% ( $n=66$ ) da classe A, 39,2% ( $n=82$ ) da classe B, 30,8% ( $n=68$ ) da classe C e 30,6% ( $n=11$ ) da classe D. Os testes evidenciam a ausência de diferenças estatisticamente significativas quanto à localização ( $p=.185$ ) e participação ( $p=.583$ ).

Relativamente à região de residência, apenas se registam diferenças quanto ao conhecimento ( $p<.001$ ) surgindo os residentes da área metropolitana de Lisboa como os mais conhecedores com 51,2% ( $n=63$ ), seguindo-se dos moradores do sul do país com 38,4% ( $n=28$ ), os da região norte com 37,5% ( $n=54$ ) e, os da região centro, e, 25,4% ( $n=69$ ). Os testes com a variável localização ( $p=.115$ ) e participação ( $p=.743$ ) não revelam diferenças estatisticamente significativas.

#### **7.4.9.2. Bodyshot**

A atividade de *bodyshot* é conhecida ( $p=.733$ ), localizável ( $p=.539$ ) e tem a participação ( $p=.293$ ) tanto por homens como pelas mulheres inquiridas, tendo em consideração os resultados dos testes aplicados.

Por sua vez, no que se refere a diferenças nas distribuições por escalão etário, aquelas estão presentes quanto ao conhecimento ( $p<.001$ ), localização ( $p<.001$ ) e participação ( $p<.001$ ). Nas três situações, são os inquiridos mais jovens que registam valores percentuais mais elevados. No que se refere ao conhecimento, são 53,2% ( $n=126$ ) os jovens adultos que afirmam ter conhecimento desta prática, seguindo-se 28,4% ( $n=126$ ) dos inquiridos entre os 31 e os 59 anos e 12,5% ( $n=3$ ) daqueles com idade igual ou superior a 60 anos. No que se refere à localização, as distribuições são as seguintes: 19,5% ( $n=46$ ) dos sujeitos com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos, 6,7% ( $n=30$ ) dos inquiridos com idades entre os 31 e os 59 anos e 3,7% ( $n=1$ ) dos participantes no estudo com idade

igual ou superior a 60 anos. Por fim, relativamente a terem tido alguma experiência com *bodyshot*, os inquiridos mais velhos não registam nenhuma participação, apenas 2,7% (n=12) dos sujeitos com idade entre os 31 e os 59 anos o fizeram, e 10,4% (n=24) dos inquiridos com idade entre os 18 e os 30 anos.

As diferenças estatisticamente significativas relativamente à região de residência foram provadas pelos testes na variável conhecimento ( $p=.015$ ) e localização ( $p=.032$ ). São 43,9% (n=54) dos residentes na área metropolitana de Lisboa que afirmam já ter ouvido falar desta atividade, seguindo-se os residentes do sul em 38,9% (n=28), os moradores no norte do país em 32,9% (n=47) e os residentes no centro de Portugal com 28,0% (n=76). No que se refere à localização, 19,0% (n=23) dos moradores na área metropolitana de Lisboa que afirmam saber onde acontece esta prática, seguindo-se 10,7% (n=8) dos moradores do sul do país, 9,9% (n=14) da região norte e 9,1% (n=25) da região centro. No que se refere à participação, não existem diferenças por região de residência ( $p=.071$ ) dos participantes.

#### **7.4.9.3. Jantar às escuras**

Esta atividade não regista diferenças entre homens e mulheres no que se refere ao conhecimento ( $p=.673$ ) nem localização ( $p=.424$ ). No entanto, verifica-se que são os homens que, em 4,6% (n=12) registam maior participação ( $p=.024$ ) face a 1,5% (n=7) de participação por mulheres.

Apesar de serem os moradores da área metropolitana de Lisboa que, em 69,6% (n=87) mais afirmam já ter ouvido falar desta prática ( $p=.001$ ), seguindo-se 68,6% (n=85) da região norte, 53,3% (n=40) dos moradores na região sul e 48,7% (n=134) dos residentes no centro do país, não se verificam diferenças estatisticamente significativas quanto a saberem onde se localiza ( $p=.289$ ) e participarem ( $p=.063$ ) nessa atividade.

Quanto ao conhecimento não se registam diferenças nas distribuições nas variáveis estado civil ( $p=.404$ ), orientação sexual ( $p=.859$ ), idade ( $p=.688$ ) e classe social ( $p=.203$ ).

No que se refere à localização, os testes provam que não existem diferenças estatisticamente significativas quanto ao estado civil, ( $p=.791$ ), orientação sexual ( $p=.563$ ), idade ( $p=.611$ ) e classe social ( $p=.686$ ).

Já no que se refere à participação, não se registam diferenças quanto ao estado civil ( $p=.859$ ), orientação sexual ( $p=.090$ ), idade ( $p=.217$ ) e classe social ( $p=.890$ ).

#### **7.4.9.4. Restaurante erótico**

A aplicação dos testes estatísticos permite-nos verificar que tanto homens como mulheres conhecem ( $p=1.000$ ) esta oferta e nela participam ( $p=.194$ ). No entanto, evidencia-se que 41,9% ( $n=111$ ) dos inquiridos do sexo masculino dizem conhecer melhor a localização, em comparação com 32,1% ( $n=150$ ) das mulheres.

No que se refere à análise segundo a região de residência, verifica-se a ausência de diferenças estatisticamente significativas no que se refere ao conhecimento ( $p=.203$ ), mas tal já não acontece relativamente à localização ( $p<.001$ ) e participação ( $p=.002$ ). São os residentes no Norte de Portugal que em maior valor percentual (13,2%,  $n=19$ ) mais afirmam já ter participado, seguindo-se 12,4% ( $n=15$ ) da área metropolitana de Lisboa e 6,6,% ( $n=18$ ) da região centro. Dos residentes do sul do país que foram inquiridos, nunca nenhum deles diz ter afirmado ter ido a um restaurante deste tipo.

Relativamente ao conhecimento não se registam diferenças nas distribuições segundo o estado civil ( $p=.387$ ), orientação sexual ( $p=.724$ ), idade ( $p=.199$ ) e classe social ( $p=.313$ ).

No que se refere à localização, os testes evidenciam igualmente ausência de diferenças quanto ao estado civil ( $p=.068$ ), orientação sexual ( $p=.442$ ), idade ( $p=.945$ ) e classe social ( $p=.066$ ).

Por fim, no que se refere à participação, não há diferenças nas variáveis estado civil ( $p=.060$ ), orientação sexual ( $p=.073$ ), idade ( $p=.295$ ) e classe social ( $p=.474$ ).

#### **7.4.10. Alojamento**

Nesta categoria incluem-se o motel voador, o motel e o cruzeiro de solteiros. Verificamos discrepâncias elevadas no conhecimento destas atividades. O motel voador é a oferta de lazer conhecida por apenas 7,9% ( $n=63$ ) dos inquiridos, o cruzeiro de solteiros é do conhecimento de cerca de metade dos participantes no estudo (52,4%,  $n=418$ ), enquanto o motel é conhecido pela maioria, em 90,6% ( $n=722$ ) dos inquiridos. Quando questionados sobre se sabiam onde se localizam estas práticas, apenas 3,0% ( $n=24$ ) dizem saber onde se encontra o motel voador, 15,9% ( $n=127$ ) sabem onde existem

cruzeiros para solteiros e, num valor bastante expressivo, 72,8% (n=580) dos inquiridos dizem saber onde encontrar um motel. Relativamente à participação, o motel voador regista um valor residual, de apenas 3 respostas afirmativas (0,4%), tal como o cruzeiro de solteiros que teve a participação de 6 inquiridos (0,8%). De outra forma, o motel apresenta-se como sendo a oferta mais experienciada desta categoria, e a terceira de todas as atividades analisadas no estudo, com 24,0% (n=191) dos inquiridos.

#### **7.4.10.1. Motel voador**

Apenas se verificam diferenças estatisticamente significativas no que se refere à participação, em função da orientação sexual ( $p < .001$ ), sendo os bissexuais que em 5,6% (n=2) afirmam já ter participado, e registando-se 0,2% (n=1) dos heterossexuais. Nenhum dos homossexuais inquiridos disse já ter participado nesta atividade. Relativamente ao conhecimento ( $p = .444$ ) e localização ( $p = .070$ ), os testes provaram a inexistência de diferentes distribuições.

No que se refere ao conhecimento, os testes revelam ausência de diferenças estatisticamente significativas quanto ao sexo ( $p = .587$ ), estado civil ( $p = .951$ ), região de residência ( $p = .564$ ) idade ( $p = .121$ ) e classe social ( $p = .522$ ).

Relativamente à localização, verifica-se que não existem diferenças nas distribuições nas variáveis sexo ( $p = .092$ ), estado civil ( $p = .384$ ), região de residência ( $p = .193$ ), idade ( $p = .995$ ) e classe social ( $p = .663$ ).

A participação também não regista diferenças quanto ao sexo ( $p = .599$ ), estado civil ( $p = .855$ ), região de residência ( $p = .828$ ), idade ( $p = .212$ ) e classe social ( $p = .754$ ).

#### **7.4.10.2. Motel**

São os inquiridos com idades entre os 31 e os 59 anos que em maior valor percentual (97,4%, n=448) dizem saber da existência de motéis seguindo-se 95,8% (n=229) dos inquiridos mais jovens e 59,3% (n=16) dos inquiridos mais velhos. Não se registam nesta variável diferenças quanto à localização ( $p = .051$ ) e participação ( $p = .081$ ).

Não se registando diferenças estatisticamente significativas quanto à orientação sexual e o conhecimento ( $p = .725$ ) nem localização ( $p = .352$ ), são os bissexuais que em maior valor percentual

dizem já ter ido ( $p=.001$ ) a um motel, em 52,8% ( $n=19$ ), seguindo-se 24,4% ( $n=159$ ) dos heterossexuais e 24,1% ( $n=7$ ) dos homossexuais.

Os inquiridos pertencentes à classe A são aqueles que mais afirmam ter conhecimento ( $p=.012$ ), em 98,6% ( $n=139$ ), seguindo-se 97,7% ( $n=210$ ) da classe B, 94,7% ( $n=36$ ) da classe D e 93,9% ( $n=215$ ) da classe C. Quanto à localização, surgem novamente os inquiridos da classe mais alta como aqueles que mais afirmam saber, com 87,1% ( $n=122$ ), seguindo-se a classe D com 84,2% ( $n=32$ ), a classe B com 80,5% ( $n=170$ ). Não se verificam diferenças estatisticamente significativas quanto à participação ( $p=.740$ ) nesta variável.

Numa análise por região de residência, verifica-se uma ausência de diferenças quanto ao conhecimento ( $p=.207$ ), e o contrário acontece relativamente à localização ( $p<.001$ ) e participação ( $p<.001$ ). São 83,1% ( $n=100$ ) dos residentes na área metropolitana de Lisboa que dizem saber onde se encontram motéis, seguindo-se com 79,6% ( $n=223$ ) dos moradores da região centro, 78,6% ( $n=114$ ) da região norte e 56,6% ( $n=43$ ) dos moradores no sul do país. No que se refere à participação, são igualmente os residentes na área metropolitana de Lisboa que registam um maior valor percentual, em 41,5% ( $n=51$ ), 24,5% ( $n=67$ ) dos residentes na região centro, 23,6% ( $n=34$ ) da região norte e 10,5% ( $n=8$ ) da região sul.

No conhecimento da oferta regista-se ausência nas distribuições quanto ao sexo ( $p=.365$ ) e estado civil ( $p=.227$ ).

Quanto à localização não se registam diferenças quanto ao sexo ( $p=.051$ ), estado civil ( $p=.383$ ). No que se refere à participação, não registam diferenças nas variáveis sexo ( $p=.081$ ) e estado civil ( $p=.559$ ).

#### **7.4.10.3. Cruzeiro de solteiros**

Apesar de não se registarem diferenças de conhecimento ( $p=.381$ ) e participação ( $p=.516$ ) entre os inquiridos do sexo masculino e feminino, são os homens que se dizem mais conhecedores da localização ( $p=.020$ ) deste tipo de atividade, em 21,6% ( $n=57$ ) contra 14,5% ( $n=68$ ) pelas mulheres.

Já no que se refere à participação segundo a orientação sexual ( $p=.002$ ) são os bissexuais que em 5,6% ( $n=2$ ) dizem já ter feito um cruzeiro de solteiros, apenas 3 (0,5%) inquiridos heterossexuais, e

nenhuma participação por inquiridos homossexuais. Quanto ao conhecimento ( $p=.751$ ) desta oferta e localização ( $p=.243$ ) não se registam diferenças nesta variável.

Quanto ao conhecimento da prática, não se verificam diferenças estatisticamente significativas quanto ao estado civil ( $p=.293$ ), região de residência ( $p=.081$ ), idade ( $p=.406$ ) e classe social ( $p=.304$ ).

Relativamente ao conhecimento da localização, os testes mostram a ausência de diferenças quanto ao estado civil ( $p=.460$ ), região de residência ( $p=.270$ ), idade ( $p=.880$ ) e classe social ( $p=.887$ ).

No que se refere à participação, os testes provam a inexistência de diferenças quanto ao estado civil ( $p=.173$ ), região de residência ( $p=.965$ ), idade ( $p=.074$ ) e classe social ( $p=.755$ ).

### **7.5. Conhecimento, Localização e Participação nas atividades de lazer erótico e sexual**

Numa análise cruzada das questões a propósito do conhecimento, localização e participação nas práticas de lazer erótico e sexual, pretendíamos também apurar qual o valor percentual de participação que ocorre nos casos em que os inquiridos afirmaram conhecer e saber a localização das práticas. Ou seja, dos inquiridos que já ouviram falar da atividade de lazer erótico e sexual, e conhecem a sua localização, qual é o número de participantes?

Verificamos que, por ordem crescente, isso acontece em 0,7% ( $n=3$ ) em participação em cruzeiro de solteiros, 1,7% ( $n=12$ ) do serviço de acompanhante de luxo, 2,1% ( $n=14$ ) no *swing*/troca de casais; 2,3% ( $n=6$ ) no *bodysushi*, 2,4% ( $n=9$ ) no *speed dating*, 3,4% ( $n=14$ ) nos jantares às escuras, 3,6% ( $n=2$ ) no motel voador, 4,2% ( $n=29$ ) na prostituição. Por sua vez, regista-se 4,5% ( $n=23$ ) nos *sites* de infidelidade, 4,7% ( $n=25$ ) de encontros às cegas, 10,1% ( $n=56$ ) nos festivais eróticos, 11,6% ( $n=76$ ) nas massagens eróticas, 13,7% ( $n=93$ ) nas danças eróticas e 13,9% ( $n=35$ ) no *bodyshot*. As atividades que registam valores mais elevados são os *sites* e aplicações móveis para encontros com 17,5% ( $n=106$ ), o motel com 26,7% ( $n=185$ ), os canais de televisão para adultos com 38,5% ( $n=264$ ) e, com valor mais elevado, as *sex shops*, que chegam aos 39,8% ( $n=278$ ).

### **7.6. Atividades de lazer erótico e sexual mais praticadas pelos inquiridos e preços associados**

Quando inquiridos sobre quais são as três atividades de lazer erótico e sexual que mais praticam, verifica-se que foram as *sex shops* (25,6%,  $n=125$ ), o motel (19,9%,  $n=97$ ) e os canais de televisão

para adultos e filmes pornográficos (13,1%, n=64). As frequências de distribuição da totalidade das respostas apresentam-se no Quadro 80 e representado na Figura 28.

Práticas	Frequência	Percentagem
<i>Sex shop</i>	125	25,6%
Motel	97	19,9%
Filmes e TV	64	13,1%
Restaurantes eróticos	55	11,3%
<i>Sites e Apps</i>	39	8,0%
Massagens eróticas	30	6,1%
<i>Striptease</i>	30	6,1%
Festivais eróticos	16	3,3%
Prostituição	14	2,9%
Encontros	9	1,9%
<i>Swing</i>	8	1,6%
Literatura erótica	1	0,2%
Total	488	100,0%

Quadro 80 – Frequências e percentagens das atividades de lazer erótico e sexual referidas pelos inquiridos como as mais praticadas pelos próprios. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

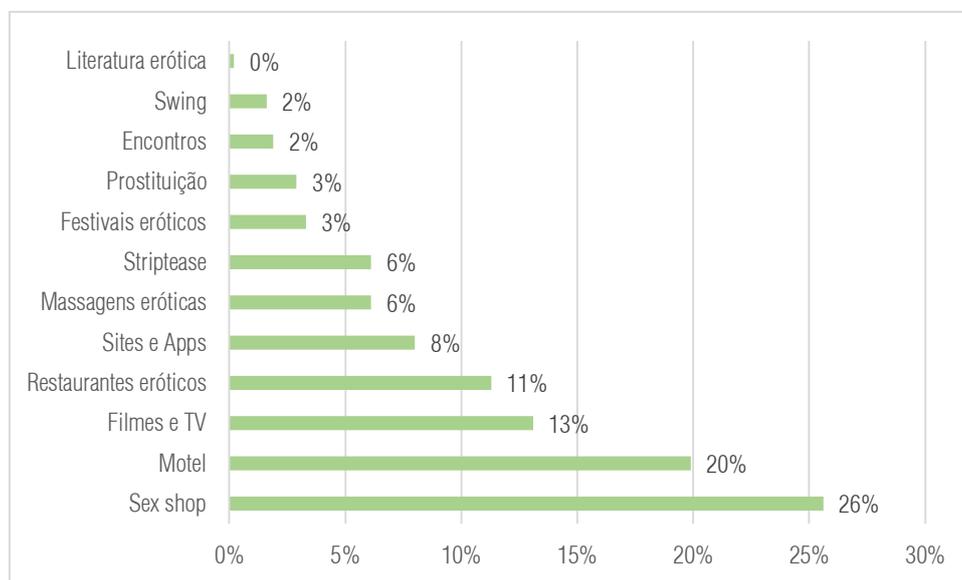


Figura 28 - Distribuição percentual das atividades de lazer erótico e sexual mais praticadas pelos inquiridos. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa

Já no que se refere ao preço das atividades, os inquiridos gastam em média 38,80 euros em práticas de lazer alternativo. A prática que engloba mais gastos para os inquiridos é a Prostituição (média igual

a 292,19€). Por outro lado, verificamos que a prática que requer menos custos diz respeito aos Sites e apps, com um custo associado de apenas 0,80 euros. A Literatura erótica é a prática indicada pelos inquiridos que não implicam custos para os mesmos. O quadro 81 apresenta os gastos médios de cada atividade praticada pelos inquiridos.

	IV_20.1. – 1º lugar			IV_20.1. – 2º lugar			IV_20.1. – 3º lugar			Total	
	Média	N	Desvio Padrão	Média	N	Desvio Padrão	Média	N	Desvio Padrão	Média	N
Encontros	3,50 €	2	4,95	0,00 €	1	--	8,25 €	4	14,57	3,92 €	7
Festivais eróticos	--	--	--	22,00 €	5	17,54	30,80 €	10	14,94	26,40 €	15
Filmes e TV	1,25 €	8	3,54	3,50 €	20	9,33	4,06 €	32	7,56	2,94 €	60
Literatura erótica	--	--	--	--	--	--	0,00 €	1	--	0,00 €	1
Massagens eróticas	26,67 €	18	34,98	23,33 €	6	19,41	30,00 €	2	42,43	26,67 €	26
Motel	64,22 €	77	38,87	43,08 €	13	10,52	16,67 €	3	28,87	41,32 €	93
<b>Prostituição</b>	<b>670,00 €</b>	<b>3</b>	<b>1151,82</b>	<b>131,56 €</b>	<b>8</b>	<b>175,79</b>	<b>75,00 €</b>	<b>2</b>	<b>35,36</b>	<b>292,19 €</b>	<b>13</b>
Restaurantes eróticos	24,93 €	30	14,64	38,13 €	16	23,44	65,71 €	7	104,70	42,92 €	53
Sex shop	30,78 €	36	31,23	30,56 €	54	25,12	25,71 €	21	14,17	29,02 €	111
Sites e Apps	1,33 €	15	5,16	1,07 €	14	4,01	0,00 €	9	0,00	0,80 €	38
Striptease	12,08 €	12	12,33	20,22 €	9	20,99	27,22 €	9	19,06	19,84 €	30
Swing	5,00 €	5	11,18	0,00 €	1	--	50,00 €	2	70,71	18,33 €	8
Total										38,80 €	455

Quadro 81 - Médias e Desvios-padrão dos gastos em atividades de lazer erótico e sexual mais praticadas pelos inquiridos. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

### 7.7. Contextos e vias de conhecimento da participação em atividades de lazer erótico e sexual

Os inquiridos referiram, em 41,1% (n=223) dos casos, que tomaram conhecimento das práticas de lazer erótico e sexual através de amigos, em 31,5% (n=171) das vezes por meio da internet e em 10,2% (n=81) das situações através da comunicação social. As revistas femininas como veículo deste tipo de informação foi indicada por 4,2% (n=23) dos inquiridos, e as revistas masculinas por 1,5% (n=8). A

informação através de familiares é referida em 3,7% (n=20) das respostas, sendo ainda indicadas outras formas de conhecimento em 3,0% (n=16) dos casos<sup>106</sup> (Quadro 82 e Figura 29).

	Frequência	Porcentagem
Amigos	223	41,10%
Internet	171	31,5%
Comunicação Social	81	15,0%
Revistas femininas	23	4,2%
Revistas masculinas	8	1,5%
Familiares	20	3,7%
Outros	16	3,0%
Total	542	100%

Quadro 82 - Formas de conhecimento das práticas. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

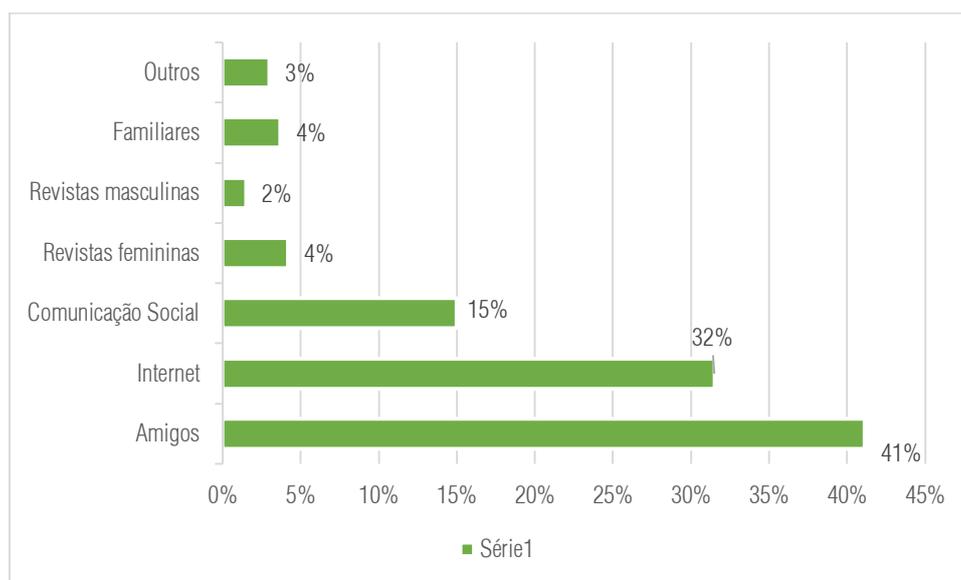


Figura 29 - Formas pelas quais os inquiridos tiveram conhecimento destas práticas. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Quando solicitados a indicar as circunstâncias em que participaram nas práticas de lazer erótico e sexual (Quadro 83 e Figura 30), verificamos que o jantar é referido em 21,6% (n=136) das vezes, seguindo-se a ocasião de um aniversário em 18,3% (n=115). Seguem-se referências a férias, festas e saídas à noite, com 12,7% (n=80), 12,1% (n=76) e 12,5% (n=79) respetivamente. As festas de empresa

<sup>106</sup> A identificação de quais as outras formas de conhecimento apresentam-se com as seguintes distribuições: “outras pessoas” (1,3%, n=7); conhecimento geral (0,6%, n=3), publicidade (0,4%, n=2) ocasião/oportunidade (0,2%, n=1), televisão e literatura (0,2%, n=1), NR (0,4%, n=2).

foram referidas em 59 ocasiões (9,4%), seguindo-se as despedidas de solteiro em 6,8% (n=43) e comemorações no geral em 1,7% (n=11). Foram ainda identificadas outras circunstâncias (4,9%, n=31) que dizem respeito a situações de circunstância ou contexto e referência à companhia no momento. Outros três inquiridos não especificaram qual a outra circunstância em que participaram.

Circunstâncias	Frequência	Percentagem
Despedida de solteiro	43	6,8%
Aniversário	115	18,3%
Festa de empresa	59	9,4%
Comemorações	11	1,7%
Férias	80	12,7%
Festas	76	12,1%
Saída à noite	79	12,5%
<b>Jantar</b>	<b>136</b>	<b>21,6%</b>
Outro	31	4,9%
Total	630	100%

Quadro 83 - Circunstâncias da participação em atividades de lazer erótico e sexual. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

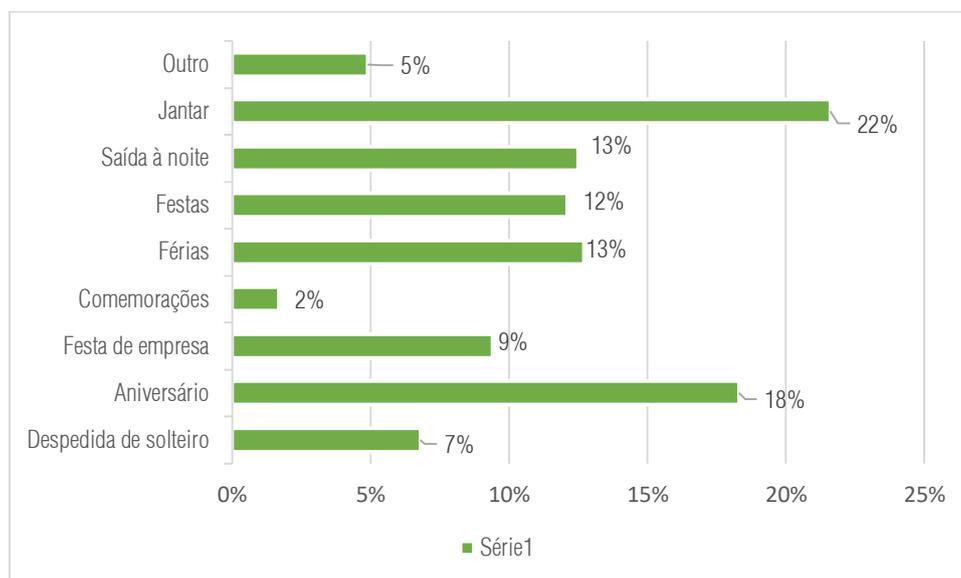


Figura 30 - Circunstâncias da participação em atividades de lazer erótico e sexual. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Para 68,8% (n=548) dos inquiridos, o período de tempo mais associado às práticas de lazer alternativo é a noite, seguindo-se os fins-de-semana (52,8%, n=421) e o período de férias (42,9% n=342)<sup>107</sup> (Quadro 84 e Figura 31).

Período de tempo	Frequência	Percentagem
Dia	81	10,2%
Noite	548	68,8%
Fim-de-Semana	421	52,8%
Férias	342	42,9%
Durante a semana	81	10,2%
Comemorações	283	35,5%
Outro <sup>108</sup>	31	3,9%

Quadro 84 -Períodos de tempo associados a atividades de lazer erótico e sexual. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa

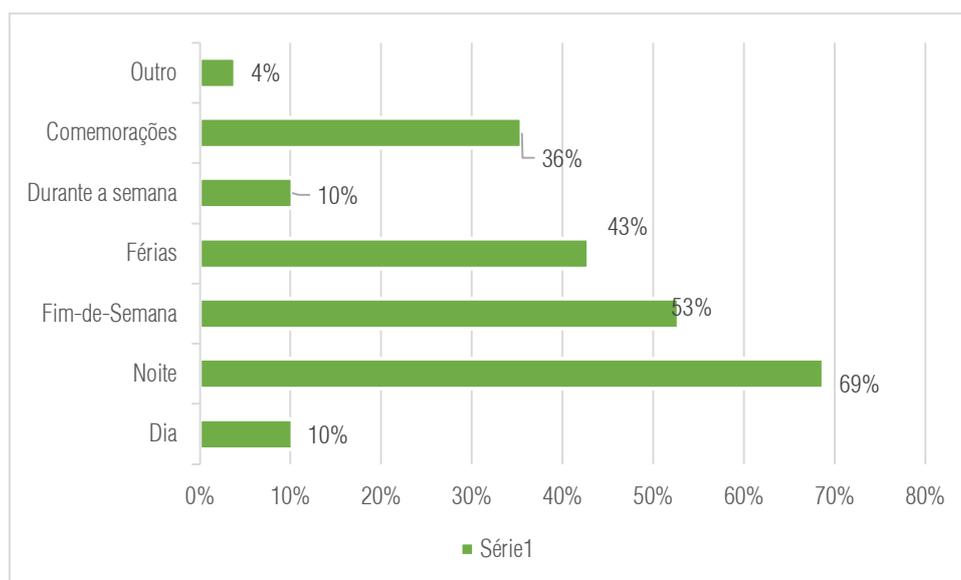


Figura 31 -dos períodos de tempo associados a práticas de lazer erótico e sexual. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

<sup>107</sup> A percentagem de respostas é superior a 100% por se tratar de uma questão com respostas múltiplas (cada inquirido pode escolher mais do que uma opção de resposta), o número de respostas é superior ao número de inquiridos (% maior do que 100%). Por exemplo, o mesmo inquirido pode ter associado mais do que um período de tempo.

<sup>108</sup> Dos inquiridos que identificaram “outros” períodos de tempo associados a atividades de lazer erótico e sexual, referiram “não associar período/em qualquer hora” em 2,1% (n=17), ao tempo livre (0,1%, n=1), a “todos os dias” (0,1%, n=1), a momentos de “diversão com amigos” (0,1%, n=1), a uma experiência (0,1%, n=1). Dez (1,3% dos inquiridos não especificaram qual seria esse outro período.

## 7.8. Práticas de lazer erótico e sexual e outros consumos

Atenderemos agora ao cruzamento das diferentes áreas analisadas, com o objetivo de verificar a relação entre a participação em práticas de lazer erótico e sexual e outros consumos e estilos de vida.

Os quadros seguintes representam as respostas dadas pelos inquiridos quando questionados sobre a frequência no consumo de outros produtos (Quadro 85).

Consumos	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Muito frequentemente	Missing
Tabaco	47,1%	11,7%	8,7%	12,4%	14,9%	5,2%
Álcool	9,8%	21,5%	38,8%	19,3%	5,4%	5,2%
Drogas	72,3%	11,2%	6,0%	3,1%	1,8%	5,6%
Sex Toys	70,6%	11,4%	9,3%	2,3%	0,5%	5,9%
Comprimidos afrodisíacos	90,0%	2,5%	1,4%	0,1%	0,4%	5,6%
Discotecas	20,3%	34,9%	28,2%	8,0%	2,8%	5,8%
Clubes Noturnos	51,2%	20,2%	15,3%	4,8%	2,8%	5,7%
Bares	10,3%	25,1%	32,2%	20,1%	6,9%	5,4%
Outros <sup>109</sup>	53,5%	1,5%	1,8%	0,8%	1,8%	40,6%

Quadro 85 -Frequência de consumo de produtos e frequência de espaços de lazer. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Voltando a utilizar uma escala de 1 a 5, em que 1 significa “Nunca” e 5 “Muito frequentemente” podemos constatar que o álcool e a frequência de bares são o produto/local mais habitual para os inquiridos (Quadro 86 e Figura 32). Os produtos menos utilizados pelos inquiridos são os comprimidos afrodisíacos (1,08 pontos em 5 possíveis).

Consumos	Média	Desvio Padrão	N
Tabaco	2,33	1,56	755
<b>Álcool</b>	<b>2,88</b>	<b>1,03</b>	<b>755</b>
Drogas	1,42	0,89	752
Sex Toys	1,41	0,81	750
Comprimidos afrodisíacos	1,08	0,39	752
Discotecas	2,34	1,00	751

<sup>109</sup> Os inquiridos referiram ainda outros produtos e espaços de lazer com a seguinte distribuição: cafés (n=7), *after hours* (n=1), artes (n=1), cinema (n=1), festivais de música (n=1), imaginação (n=1), jantares em casa dos amigos (n=1), motel (n=1), parque (n=1), passeios pedestres (n=1), restaurantes (n=1), rua (n=1), sumos naturais (n=1), *sunset* (n=1), teatros, cinemas, cafés, tertúlias culturais, caminhadas (n=1).



reduzido número de participantes nestas atividades, poderemos referir ainda as atividades que registam o segundo valor médio mais baixo são o *swing* (M=0,06; DP= 0,25; n=16) e o motel (M=0,06; DP= 0,38; n=190). Os participantes nos jantares às escuras são os que registam uma frequência média mais elevada (M=0,40; DP= 1,14; n=20).

Quanto às atividades mensais, nomeadamente as massagens e spa, verificamos ausência de participantes nas práticas motel voador, e cruzeiro de solteiros. O segundo valor mais baixo regista-se nos participantes do *body sushi* (M=0,14; DP= 0,38; n=7). A média mais elevada de prática de massagens e spa é registada na atividade de massagens eróticas (M=0,83; DP=2,37; n=96). Relativamente aos tratamentos estéticos, não se verificam participantes do motel voador, a segunda média mais baixa verifica-se nos participantes em prostituição (M=0,03; DP=0,18; n=32) enquanto a média mais alta se regista na atividade de *body shot* (M=1,03; DP=1,46; n=36).

Os participantes em motel voador, cruzeiro de solteiros não frequentam termas. O segundo valor mais baixo regista-se nos participantes no *body sushi* (M=0,14, DP=0,42; n=37). Por outro lado, a média mais alta regista-se pelos participantes em encontros às cegas (M=0,48; DP=1,12; n=31).

A imagem dos participantes nestas atividades foi também analisada de acordo com o uso de *piercings* e tatuagens corporais (Anexo 30). Procedendo ao cruzamento destes dados, verificamos que 54,1% (n=66) dos inquiridos que dizem já ter ido a *sex shops* têm *piercings*, assim como 47,5% (n=58) dos que assistem a conteúdos de televisão para adultos, 34,7% (n=42) daqueles que já foram a um motel, e 26,2% (n=32). Os únicos inquiridos que não usam *piercings* e que têm práticas de lazer erótico e sexual são os que recorreram a serviços de acompanhamento de luxo.

No que se refere ao uso de tatuagens, verificamos que 55,4% (n=87) dos que assistem a canais de televisão para adultos, 35,6% (n=69) dos que já foram a um motel e 20,1% (n=39) dos que já tiveram experiências com danças eróticas têm tatuagens corporais.

No que atende ao cruzamento das práticas de lazer erótico e sexual e o uso e consumo de produtos de perfumaria e cosmética (Anexo 31), verificamos que os participantes a que já tiveram experiência no motel voador revelam uma média mais elevada de consumo de *after shave* (M=3,33; DP=3,51; n=3), perfume (M=7,00; DP=4,04; n=3); água-de-colónia (M=2,33; DP=4,04; n=3) e cremes adelgaçantes

(M=2,33; DP=4,04; n=3). A prática de *speed dating* regista valor médio semelhante no uso de perfume (M=2,33; DP=3,50; n=9). Por sua vez, são os inquiridos que já praticaram *swing* que revelam um uso mais frequente de cremes hidratantes (M=5,31; DP=4,80; n=16), enquanto os que já foram a *sex shops* usam maquilhagem mais frequentemente (M=2,42; DP=2,84; n=289). Os inquiridos que já tiveram experiências em massagens eróticas registam valores médios mais significativos na categoria de outros produtos.

### 7.8.2. Práticas de lazer erótico e sexual e preferências e práticas de turismo e lazer

Numa análise cruzada entre as práticas de lazer erótico e sexual e as preferências e as práticas de viagens e turismo, iniciamos pela verificação da distribuição das frequências e uma análise desses resultados.

Existe uma evidente preferência pelos destinos de praia pelos participantes de todas as atividades de lazer erótico e sexual, enquanto o destino de montanha se apresenta como o que menos interesse lhes desperta. São os praticantes de *bodyshot*, jantares às escuras, *sites* de infidelidade, acompanhante de luxo, danças eróticas, cruzeiro de solteiros e festivais eróticos que dizem escolher mais frequentemente destinos de campo. Por sua vez, preferem a cidade participantes em *bodyushi*, motel, prostituição, restaurante erótico, *sex shops*, *sites* e aplicações para encontros e canais de televisão para adultos. Nas restantes atividades, motel voador, massagens eróticas, *swing* e *speed dating*, apresentam iguais distribuições nas escolhas do campo e cidade, com exceção dos participantes em encontros às cegas que dividem preferências entre o campo e a montanha (Anexo 33).

Analisadas agora as participações em atividades de lazer erótico e sexual e os últimos três destinos de férias indicados por eles, verificamos que os inquiridos que indicam como primeiro destino de férias um país estrangeiro são os que mais participam nas atividades de lazer erótico e sexual, com exceção dos casos dos participantes em *bodyshot*, *sites* de infidelidade e acompanhante de luxo. Relativamente ao segundo destino indicado, há uma maior tendência de participação por aqueles que viajaram para o estrangeiro, exceto nos participantes no *bodyshot*, *sites* de infidelidade, prostituição e danças eróticas. Tendo em consideração agora o terceiro destino, foram os que fizeram turismo no próprio país que registaram maior participação nas atividades de *bodyushi*, cruzeiro de solteiros, prostituição, acompanhante de luxo e canais de televisão para adultos (Anexo 34)

Se atendermos à análise dos três destinos de sonho, verificamos que em todas as situações, os participantes de todas as atividades revelaram de forma mais expressiva uma preferência por destinos internacionais (Anexo 35).

É também interessante verificar que os participantes de todas as atividades de lazer erótico e sexual considera em maioria que existem destinos turísticos mais associados a este tipo de práticas.

Atendendo agora às práticas de leitura, verificamos que os inquiridos que leem mais frequentemente Literatura erótica já participaram mais em atividades de Cruzeiro de solteiros. Cruzando os resultados dos inquiridos que mais leem revistas masculinas vemos que estes já participaram mais em experiências como Motel voador e *Speed dating* e os inquiridos que mais leem revistas femininas têm mais experiência em atividades como Motel voador e Cruzeiro de solteiros (Anexo 36).

### 7.9. Potencial interesse na participação em atividades de lazer de caráter erótico e sexual

Quando questionados sobre a intenção em participar em práticas deste tipo no futuro, cerca de um terço dos inquiridos (29.9%, n=225) dos inquiridos afirmam o seu interesse em conhecer ou experimentar algumas destas práticas (Quadro 87 e Figura 33).

Interesse em participar	Frequência	Porcentagem
Sim	225	29,90%
Não	527	70,10%
Total	752	100,00%

Quadro 87- Interesse em conhecer ou intenção de participar em atividades de lazer erótico e sexual no futuro. Excluídos 45 casos de não resposta. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

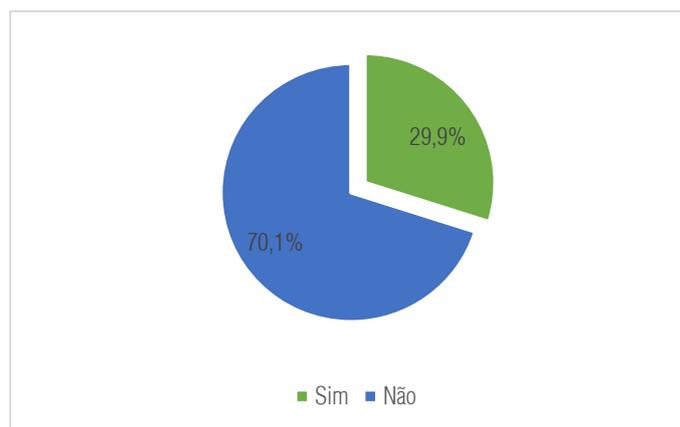


Figura 33 - Interesse em conhecer ou intenção de participar em atividades de lazer erótico e sexual no futuro. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

A fim de averiguar a independência da distribuição do interesse em conhecer ou a intenção de experimentar alguma das práticas eróticas e sexuais no futuro, e as variáveis sexo, estado civil, orientação sexual e região de residência, foi aplicado o teste do Qui-Quadrado ( $\chi^2$ ). Por sua vez, às variáveis idade e classe social foi aplicado o teste de Mann-Whitney (Anexo 44)

Os resultados provam diferenças estatisticamente significativas ao nível da idade ( $p < .001$ ), estado civil ( $p < .001$ ), orientação sexual ( $p < .001$ ) e região de residência ( $p = .001$ ).

Analisando os cruzamentos dos resultados, podemos verificar que os inquiridos mais novos, com idades entre os 18 e os 30 anos, são os que em maior valor percentual afirmaram ter interesse em conhecer alguma das práticas LES, em 40,3% ( $n=95$ ), enquanto os sujeitos com idades compreendidas entre os 31 e os 59 anos responderam afirmativamente em 26,4% ( $n=119$ ) dos casos, e apenas um inquirido pertencente ao grupo dos mais velhos o fez.

Atendendo ao estado civil, 39,2% ( $n=130$ ) dos interessados são solteiros, seguindo-se 36,4% ( $n=16$ ) dos divorciados, 27,7% ( $n=26$ ) dos inquiridos em união de facto, 22,2% ( $n=2$ ) dos viúvos e, o grupo que regista um menor valor percentual de interessados, 16,7% ( $n=42$ ) dos casados.

Tendo em atenção a orientação sexual dos inquiridos, 58,3% ( $n=21$ ) dos bissexuais responderam ter interesse em conhecer, seguindo-se 28,7% ( $n=188$ ) de heterossexuais, enquanto os homossexuais registam 17,9% ( $n=5$ ) dos interessados.

Analisando por região de residência, apresentam-se 41,3% (n=50) dos interessados residentes na área metropolitana de Lisboa, 33,3% (n=48) dos residentes no norte, 25,0% (n=20) no sul e 22,5% (n=62) da região centro.

Não se registando diferenças estatisticamente significativas no que se refere ao sexo ( $p=.471$ ), concluímos que tanto homens como mulheres têm interesse em experimentar estas práticas. Da mesma forma, não se verificaram diferenças quanto à classe social ( $p=.638$ ).

Das práticas enunciadas os inquiridos mostram-se mais interessados em experimentar as mensagens eróticas (16,4%); *Bodysushi* (9,9%) e Jantar às escuras (9,0%) (Quadro 88).

	Frequência	Porcentagem
<b>Massagens eróticas</b>	<b>55</b>	<b>16,4%</b>
Bodysushi	33	9,9%
Jantar às escuras	30	9,0%
Motel	27	8,1%
Restaurante erótico	26	7,8%
Danças eróticas	24	7,2%
Motel Voador	24	7,2%
Festivais eróticos	22	6,6%
Bodyshot	17	5,1%
<i>Swing</i>	16	4,8%
Cruzeiro de solteiros	15	4,5%
Sex shop	15	4,5%
<i>Speed dating</i>	11	3,3%
Encontro às cegas	8	2,4%
Acompanhante de luxo	6	1,8%
Jantar erótico	3	0,9%
Canais tv adultos	2	0,6%
Festas privadas	1	0,3%

Quadro 88 - Práticas pelas quais os inquiridos têm interesse em conhecer ou participar no futuro. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Quando inquiridos sobre a perceção que têm 80,9% (n=645) dos inquiridos pensam que a divulgação dos serviços e produtos que se associam ao erotismo e sexualidade não são promovidos / divulgados da mesma forma que os restantes produtos e serviços de lazer (Quadro 89 e Figura 34).

	Frequência	Percentagens
Sim	94	12,70%
Não	645	87,30%
Total	739	100,00%

Quadro 89 - Percepção sobre a promoção e divulgação das atividades de lazer erótico e sexual quando comparadas com outras. Excluídos 58 de não resposta. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

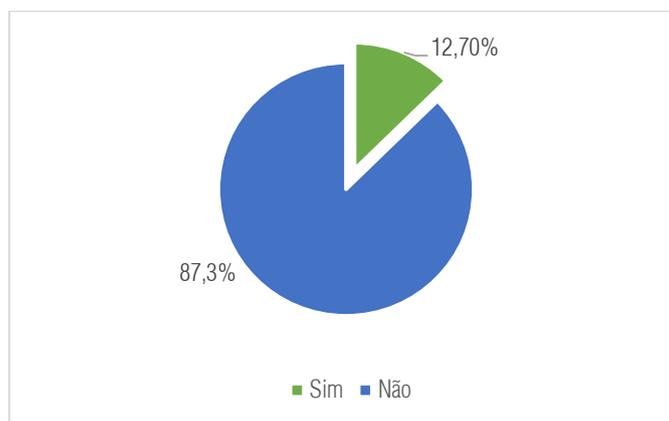


Figura 34 - Percepção sobre a promoção e divulgação das atividades de lazer erótico e sexual quando comparadas com outras. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa

O teste do Qui-quadrado ( $\chi^2$ ), foi aplicado para identificar a independência de frequências entre a percepção sobre se os serviços e produtos eróticos e sexuais serem promovidos ou divulgados da mesma forma que outros produtos e serviços de lazer e as variáveis sexo, estado civil, orientação sexual e região de residência. Recorremos ao teste de Mann-Whitney ( $U$ ) para as variáveis idade e classe social (Anexo 45).

Os resultados dos testes mostram diferenças estatisticamente significativas no que respeita o sexo ( $p=.001$ ), a classe social ( $p=.004$ ) e a região de residência ( $p=.038$ ).

Verifica-se que as mulheres são as que em maior valor percentual afirmam que estes produtos de LES não são promovidos ou divulgados da mesma forma que outros, em 90,3% ( $n=420$ ), enquanto 81,5% ( $n=211$ ) dos homens também partilham da mesma opinião.

São os inquiridos pertencentes à classe A que com maior expressividade consideram existir aquela diferença, apresentando-se em 92,1% ( $n=129$ ), seguindo-se os inquiridos da classe D em 86,1% ( $n=31$ ), a classe B em 89,7% ( $n=192$ ) e em 81,9% ( $n=181$ ) na classe C.

Os residentes na região sul do país são os que mais consideram não se verificarem diferenças entre os produtos de lazer erótico e sexual e os outros, em 18,4% ( $n=14$ ), seguindo-se os da região norte em

15,9% (n=23), os da região centro em 13,8% (n=38) e em menor valor, os residentes na área metropolitana de Lisboa, com apenas 10,1% (n=12).

Não se verificam diferenças estatisticamente significativas no que se refere ao estado civil ( $p=.297$ ), orientação sexual ( $p=.528$ ) e idade ( $p=.077$ ) dos inquiridos a propósito deste assunto.

A justificação para este facto era feita em resposta aberta. Verifica-se uma maior predominância de respostas com fatores negativos para que esta promoção não seja feita da mesma forma, como o tabu (referido por 18,3%, n=153) ou a mentalidade pouco aberta às questões da sexualidade (7,4%, n=62).

Quando questionados sobre o que pensam quando lhes é falado deste tipo de práticas, a palavra mais associada pelos inquiridos quando lhes falam destas práticas é “Curiosidade” (58,0%), segue-se a palavra “Indiferença” (34,1%) e “Interesse” (29,6%)<sup>110</sup> (Quadro 90).

	Frequência	Percentagem
Indiferença	272	34,1%
Curiosidade	462	58,0%
Espanto	68	8,5%
Interesse	236	29,6%
Indiscrição	27	3,4%
Leviandade	28	3,5%
Vergonha	27	3,4%
Outro	20	2,5%

*Quadro 90 -Frequências e percentagens do que pensam os inquiridos quando lhes falam das práticas de lazer erótico e sexual. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.*

Agrupando e analisando as respostas numa associação a sentimentos ou perceções negativas, positivas ou neutras, podemos concluir que a maioria dos inquiridos tem reações positivas a este tipo de práticas (Quadro 91 e Figura 34).

<sup>110</sup> A percentagem de respostas é superior a 100% por se tratar de uma questão com respostas múltiplas (cada inquirido pode escolher mais do que uma opção de resposta), o número de respostas é superior ao número de inquiridos (% maior do que 100%).

	Frequência	Porcentagem
Positivo	766	96,1%
Negativo	82	10,3%
Neutro	272	34,1%

Quadro 91 - Análise de respostas agrupadas em percepções negativas, positivas e neutras. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

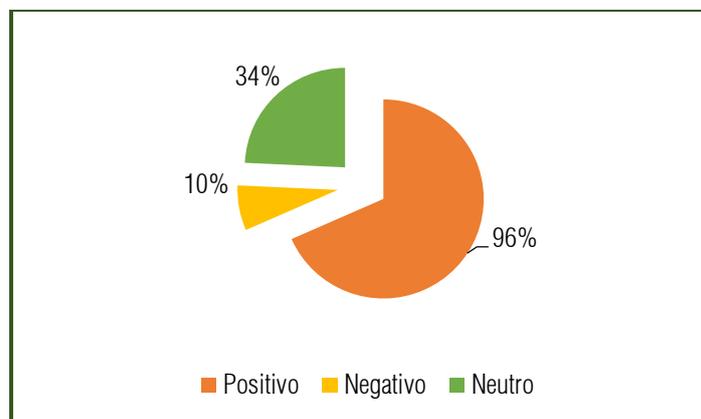


Figura 35 - análise de respostas agrupadas em percepções negativas, positivas e neutras. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

Analisando cada prática em que os inquiridos já participaram com o que pensam dessas práticas, observamos que quem afirmou sentir interesse por estas práticas são os que mais as praticam. No entanto, são aqueles que dizem pensar em leviandade que mais praticam as atividades de *bodyshot*, motel voador, cruzeiro de solteiros, encontros às cegas, festivais eróticos, *sites* ou aplicações móveis para encontros e *speed dating*.

Os inquiridos que indicam ter curiosidade quando lhe falam destas práticas são os que mais tencionam conhecer ou experimentar. Essa percentagem é superior aos que afirmam ter interesse nestas práticas.

## 7.10. Síntese

Neste capítulo apresentámos os principais resultados e conclusões sobre o estudo das práticas e percepções da população portuguesa sobre os lazeres eróticos e sexuais, analisando 19 práticas em 10 categorias, para além de verificar relação com práticas e cuidados estéticos e de bem-estar físico, estilos de vida e consumos de lazer e práticas de turismo e lazer. Foi também possível apresentar resultados relativamente a quais são as atividades mais praticadas e os seus preços, bem como o potencial de interesse na participação dos inquiridos em práticas deste tipo no futuro.

Foi então possível apurar que as práticas mais conhecidas pelos inquiridos, rondando os 95% são a prostituição, as *sex shops* e os serviços de acompanhante de luxo. Já no que se refere ao conhecimento da localização das práticas, numa média de 80% de respostas, as mais conhecidas são os canais de televisão para adultos, as *sex shops* e o motel. Quando questionados sobre a participação efetiva em alguma destas práticas, verifica-se que a mais usual é a ida a *sex shops*, por cerca de 39%, os canais de televisão para adultos por 36,7% e o motel por 25,5% dos inquiridos.

Nas práticas onde se registaram diferenças estatisticamente significativas relativamente ao sexo, verifica-se um maior conhecimento das atividades de lazer erótico e sexual pelos homens. Os inquiridos com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos são os que mais afirmam conhecer as práticas, exceto no que se refere ao motel, caso onde as idades dos inquiridos se situam entre os 30 e os 59 anos. São igualmente os inquiridos bissexuais que mais revelam conhecer estas práticas, assim como os inquiridos em união de facto. Em todos os casos onde se registaram diferenças, são os inquiridos da classe A que mais conhecem, assim como os residentes na área metropolitana de Lisboa, exceto o caso dos *sites* de infidelidade, mais conhecidos pelos residentes no Norte de Portugal.

Quando verificadas diferenças estatisticamente significativas, conclui-se que são os homens que mais conhecimento têm da localização destas práticas, assim como os inquiridos entre os 18 e os 30 anos. São maioritariamente os inquiridos bissexuais os que mais afirmam ter conhecimento da localização destas práticas, exceto no caso do *swing* e mensagens eróticas, práticas cuja localização é de maior conhecimento pelos inquiridos homossexuais, assim como quanto ao estado civil, são os solteiros, os divorciados e os viúvos que mais afirmam ter conhecimento. Sempre que verificadas diferenças estatísticas significativas, são os inquiridos pertencentes á classe social A e os residentes na área metropolitana de Lisboa que mais evidências demonstram do conhecimento da localização, com exceção para o caso do restaurante erótico, mais conhecido pelos residentes na região norte do país.

Quando encontramos diferenças estatisticamente significativas, verificamos que são os homens que mais dizem participar em atividades de lazer erótico e sexual, e predominantemente com idades entre os 18 e os 30 anos, assim como por bissexuais e homossexuais. A maior parte dos inquiridos que já participou é divorciado, à exceção dos solteiros na prática de *bodyshot* e os viúvos na participação em *sites* e aplicações móveis para encontros e mensagens eróticas. Regista-se apenas uma atividade, as *sex shops*, onde os participantes pertencem à classe social mais alta. Relativamente à região de

residência, os moradores na área metropolitana de Lisboa são os que mais participam nestas atividades, com exceção para o *speed dating* e o restaurante erótico, onde se regista uma maior participação por residentes na região norte do país.

A referência a práticas mais frequentes e o preço a si associado, revela que a prostituição é a prática que representa maiores gastos, numa média de 292,19€, seguindo-se os restaurantes eróticos com valores médios de 42,92€.

Os inquiridos revelaram que a forma mais comum com que tomam conhecimento destas práticas é através dos amigos e da internet, e que as circunstâncias de participação se associam a jantares e aniversários. Relacionam igualmente estas práticas com os períodos de noite, fins-de-semana e período de férias, reforçando a leitura da associação a práticas de lazer.

Apesar de 87,3% dos inquiridos considerar que estas atividades de lazer erótico e sexual não são promovidas nem divulgadas da mesma forma que outros produtos e serviços de lazer, cerca de 30% afirmou o seu interesse em participar nestas atividades no futuro, movidos especialmente pela curiosidade.





## CAPÍTULO VIII CONCLUSÕES





## CAPÍTULO VIII CONCLUSÕES

### 8.1. Conclusões

O século XIX deu origem a uma sociedade do trabalho, que estruturou e organizou a sociedade capitalista, tanto no domínio económico como social. O trabalho é símbolo e motor do progresso, do sucesso e do desenvolvimento. Torna-se central para a vida do indivíduo (Marx, 1976) e para a criação do modelo capitalista de produção, organizando a vida económica e social, neste caso, tanto na gestão do tempo como do controlo moral. Quando surgem as primeiras reivindicações pelo tempo livre, discorreram discussões sobre o seu uso, da luta contra as atividades ociosas. Se para uns o tempo livre é período de oposição ao trabalho, como um antípoda, outros identificam relação entre ambos, na medida em que era a produtividade que permitia o acesso a este tempo sem imposições, e que permitira e incentivara a uma série de transformações sociais. O lazer permite o recuperar das forças, manter os ritmos de produção e de produtividade, mesmo com uma diminuição do número de horas de trabalho diário. Surge assim, a Sociedade do Lazer, proposta por Dumazedier (1979) e Friedman (1973), assumindo um papel central na sociedade, outrora detido pelo trabalho.

A análise histórica da inevitável presença das práticas sexuais e das mudanças que também as foram moldando, os espaços e tempos que ocupavam, possibilita reforçar uma consciência do seu carácter cultural, mas também político, económico e social e que, sendo assim, varia consoante os contextos onde se insere.

Atendendo a isto e às transformações que caracterizam a pós-modernidade, reconhecemos que também elas contribuíram para que determinadas práticas de carácter erótico e sexual, que se enquadram em tempos, espaços e consumos de lazer, tenham vindo a desenvolver-se e afirmar-se. Se Foucault (1967) clarificou a função das heterotopias, Rubin (1984) afirma que, em situações de crise, o sexo se torna central. A norma e o desvio, enquanto construções sociais, vão-se ajustando e, como tal, os lugares, as práticas e os consumos desviantes no lazer devem receber a atenção devida.

O presente estudo, de caráter exploratório, pretendeu contribuir para o conhecimento dos lazeres eróticos e sexuais, bem como conhecer quais as práticas, percepções e consumos da população portuguesa a esse respeito, recorrendo a métodos qualitativos (análise de conteúdo) e de métodos quantitativos (inquérito por questionário).

Apresentado o enquadramento, a questão em estudo, os objetivos, processo e modelo de investigação, assim como a estrutura do trabalho no primeiro capítulo, no segundo capítulo foi possível analisar cronologicamente aquilo a que se pode chamar de história da sexualidade, pelos diferentes períodos, o que possibilitou o reforço do caráter mutável da sexualidade em diferentes contextos culturais, históricos, políticos, económicos e sociais.

O terceiro capítulo permitiu uma abordagem aos tempos de lazer, da sua importância e de que forma as características da sociedade pós/hipermoderna se associam à procura de atividades, consumos e práticas de lazer erótico e sexual.

Tendo como base a discussão das temáticas da norma e do desvio, do risco e dos territórios, tempos e espaços de alternidade, foram apresentadas e caracterizadas algumas das práticas de lazer erótico e sexual, tendo em consideração a análise de estudos nesta matéria.

Seguiu-se depois um capítulo dedicado aos métodos, técnicas e instrumentos a partir dos quais que desenvolveu o nosso estudo empírico,

A vantagem da análise de conteúdo do suplemento “A Dois” da revista Happy Woman, relativos aos anos de 2010, 2013, 2016, para além de reconhecer e identificar a presença extremamente significativa de práticas de lazer erótico e sexual, refletir sobre a sua influência nas práticas e percepções da população, foi a sua contribuição para a identificação das práticas, mas também de temas pertinentes a explorar, como as práticas de lazer e turismo, pela frequência com que eram referidos em associação com as práticas de lazer erótico e sexual, nos testemunhos das revistas. Para além disso, sabendo a influência que os media têm na opinião pública, mas também pelo conhecimento que têm dos interesses do seu próprio público (já que é a partir daí que garantem também as suas vendas), foi interessante verificar qual o perfil geral dos participantes, as práticas, o tipo de relacionamentos que, apesar de não permitir uma total comparação com os resultados dos questionários aplicados, fornece

uma ideia geral, uma esfera intermédia entre o real e o projetado, que certamente contribui para a construção da fantasia dos seus consumidores.

Já a partir da aplicação do inquérito por questionário, para além de conhecer as práticas e cuidados estéticos e de bem-estar, estilos de vida e consumos de lazer e turismo, foi possível analisar dezanove práticas, associadas a dez categorias, em três níveis: conhecimento, localização e participação pelos inquiridos. Foi também possível cruzar dados e perceber qual o perfil dos praticantes, que outras atividades e hábitos de lazer, turismo, cuidados estéticos e cuidados com o corpo têm, assim como as perceções sobre estas práticas e o seu potencial interesse no futuro.

Relativamente à prática de encontro às cegas, apesar de não estarem presentes diferenças estatisticamente significativas no que respeita ao sexo dos inquiridos e o seu conhecimento desta prática, são os homens que em maior número conhecem a localização destas práticas, assim como são os que mais dizem ter participado. Se há um maior número de jovens adultos entre os 18 e os 30 anos que dizem já ter ouvido falar dos encontros às cegas e de conhecerem a sua localização, já não se registam diferenças na idade dos participantes nessa atividade. Quanto à orientação sexual, verificamos que tal não influencia o conhecimento ou o saber onde se pode encontrar, mas são os homossexuais que em maior percentagem dizem já ter participado. Os inquiridos em união de facto são os que mais dizem ter ouvido falar desta atividade, mas são os solteiros que sabem onde a podem encontrar e que mais dizem ter participado. A classe social só surge determinante no conhecimento, já que quanto a saber a sua localização e participação efetiva, não há diferenças a registar. Por fim, a região de residência não se apresenta como sendo importante para o conhecimento desta prática, mas são os residentes na Área Metropolitana de Lisboa os que mais sabem onde a podem encontrar e que mais participaram.

No que se refere ao *speed dating*, verificamos que não há diferenças entre homens e mulheres no conhecimento da prática e da sua localização, mas que são os inquiridos do sexo masculino que mais participaram neste tipo de encontros. Quanto à idade, só se verifica um maior conhecimento por parte dos mais jovens, mas o escalão etário deixa de apresentar diferenças nas situações de conhecimento da sua localização ou prática. São os inquiridos bissexuais que mais conhecem este tipo de prática, mas são os homossexuais que em maior percentagem dizem já ter participado. Não se verifica, diferenças na participação quanto ao estado civil, apesar de estar evidente um maior conhecimento

pelos solteiros, e serem os inquiridos em união de facto que mais dizem conhecer a sua localização. Em relação à classe social, os inquiridos que pertencem à classe A são os que mais dizem conhecer, mas não se regista, diferenças nas outras situações. Os moradores na área metropolitana de Lisboa são os que dizem conhecer a prática e a sua localização, mas são os residentes na região norte do país que, em maior percentagem já participaram em encontros *speed dating*.

Quanto aos *sites* de infidelidade, verificamos um maior conhecimento, capacidade de localização e participação pelos inquiridos do sexo masculino, face às mulheres. As diferenças de idades dos inquiridos só é estatisticamente significativa quanto ao conhecimento, sendo os mais jovens aqueles mais afirmam conhecer esta prática. Não existindo diferenças segundo a orientação sexual quanto ao conhecimento e prática, são, no entanto, os bissexuais aqueles que mais revelam conhecer a forma de aceder a este tipo de oferta. Quanto ao estado civil, podemos verificar um conhecimento mais significativo por parte dos sujeitos em união de facto, assim como sobre a localização destas páginas *online* para encontros extraconjugais, apesar de uma proximidade de resultados com os inquiridos divorciados. São estes últimos, aliás, que no que respeita à participação efetiva mais o dizem ter feito. Quanto à classe social, verificamos que quanto mais alta é a classe, maior o conhecimento, mas tal já não acontece para a localização e participação. No que respeita a distribuição geográfica, são os inquiridos da região norte os que mais dizem já ter ouvido falar, são os residentes da área metropolitana de Lisboa que mais dizem saber como lhes podem ter acesso, mas não se verificam diferenças ao nível da participação.

Quanto ao conhecimento da existência de *sites* e *app* para encontros, não se registam diferenças entre homens e mulheres. No entanto, são os inquiridos do sexo masculino que mais dizem conhecer onde podem aceder a estas práticas, assim como são os que mais dizem ter participado. Em relação à idade, nas três questões sobre as práticas, verificamos uma prevalência dos inquiridos com idades entre os 18 e os 30 anos. A orientação sexual revela diferenças nas distribuições no que se refere ao conhecimento da localização das práticas, sendo maior pelos bissexuais, e a maior participação pelos homossexuais. Relativamente ao estado civil, são os inquiridos divorciados que mais dizem saber da existência destas plataformas *online*, enquanto são os solteiros e os viúvos que mais dizem saber da sua localização. São estes últimos que surgem com uma participação superior neste tipo de práticas. Em relação à classe social uma expressiva prevalência de inquiridos da classe A que dizem já ter ouvido

falar da prática e que conhecem a sua localização. Quanto à participação, não se registam diferenças nesta variável.

Apesar de não serem estatisticamente expressivas diferenças entre homens e mulheres quanto ao conhecimento e à localização das danças eróticas, são os homens que revelam participar neste tipo de atividade. Quanto à idade, são maioritariamente os jovens entre os 18 e os 30 anos que mais revelam conhecer, localizar e participar nos espetáculos. Quanto às diferenças por orientação sexual, não se registam diferenças no que se refere ao conhecimento, mas é mais notório um maior conhecimento da localização e de participação pelos inquiridos bissexuais. Os inquiridos divorciados são os que mais dizem já ter ouvido falar da prática e de saberem onde está disponível, não se verificando diferenças quanto à participação. Pertencer à classe social A só se apresenta expressivo no conhecimento da prática, não se registando diferenças quanto à localização e participação. Por fim, não havendo diferenças estatisticamente significativas quanto ao conhecimento, são os residentes na área metropolitana de Lisboa que mais dizem conhecer a localização dos espetáculos de danças eróticas e de serem os que mais participam.

Relativamente aos festivais eróticos, os inquiridos do sexo masculino mostram-se mais conhecedores tanto da prática como da sua localização, não se registando no entanto diferenças na participação por sexo. A variável idade não apresenta nenhuma diferença de distribuição para esta atividade. Relativamente à orientação sexual, verifica-se uma maior participação pelos inquiridos bissexuais, estando, no entanto, ausente qualquer diferença no que se refere ao conhecimento da prática. Enquanto se regista uma maior percentagem de viúvos que sabem a localização e de uma maior participação por inquiridos divorciados, não há diferenças quanto ao conhecimento. Pertencer à classe social A mostra um maior conhecimento e noção da sua localização, mas não influencia a participação efetiva. No que diz respeito à distribuição geográfica, verificamos que são os inquiridos moradores na área metropolitana de Lisboa que surgem em maior percentagem em todas as situações analisadas para os festivais eróticos.

Relativamente ao *swing* ou troca de casais, não se verificam diferenças entre homens e mulheres em nenhuma das condições analisadas. Já quanto à idade, verificamos um maior conhecimento pelos mais jovens, contra um menor pelos mais velhos. Quanto à orientação sexual, a prática apresenta-se como

sendo de maior conhecimento pelos homossexuais, mas mais praticada pelos bissexuais. Atendendo ao cruzamento entre as variáveis, verificamos que são os sujeitos em união de facto que em maior percentagem dizem conhecer esta prática, apesar de não se registarem diferenças quanto à localização e participação. A totalidade dos inquiridos da classe mais elevada diz ter conhecimento desta prática, mas não se registam diferenças nas restantes situações. Quanto à região de residência, são os moradores na área metropolitana de Lisboa que mais conhecimento dizem ter sobre o local onde estas festas acontecem.

Já os canais de televisão para adultos apresentam-se como sendo mais acessíveis ao público masculino, na medida em que são estes que manifestam conhecer a forma como lhe aceder, assim como demonstram ser maiores consumidores, face às mulheres. São os inquiridos com idades entre os 18 e os 30 anos os que mais dizem conhecer, não se registando diferenças de idades nos seus participantes. São os bissexuais a apresentarem uma maior participação, face aos indivíduos com outras opções sexuais. Quanto ao estado civil, são os sujeitos em união de facto que manifestam o seu conhecimento, enquanto os divorciados dizem com mais frequência saberem onde encontrar este produto. A classe A é dominante nas três situações analisadas. Quanto a diferenças ao nível da região de residência, o conhecimento é equilibrado, mas no que respeita à capacidade de saber como aceder e consumir, são os moradores da área metropolitana de Lisboa que se afirmam face aos residentes das restantes regiões.

No que se refere à prostituição, não se registando diferenças por sexo quanto ao conhecimento e localização, é, no entanto, mais evidente uma participação mais significativa pelos homens do que pelas mulheres. Relativamente à idade, só se registam diferenças no conhecimento da prática, já que quanto mais velho, menor é a percentagem daqueles que dizem conhecer. Estão ausentes diferenças quanto à orientação sexual, enquanto o contrário acontece quanto ao estado civil. Sendo os inquiridos em união de facto que em maior valor percentual dizem já ter ouvido falar de prostituição, são elementos do grupo dos inquiridos divorciados que revelam melhor conhecer a sua localização e já terem participado. Os inquiridos da classe A afirmam mais frequente conhecer e saber a localização desta prática, não se registando diferenças quanto à classe social dos participantes. Não foram identificadas diferenças quanto ao conhecimento e participação, mas no que se refere a conhecer a localização, são

os inquiridos da área metropolitana de Lisboa que respondem em maior percentagem de forma afirmativa.

Relativamente ao serviço de acompanhante de luxo, verificamos a ausência de diferenças entre homens e mulheres no que se refere ao conhecimento, mas já no que se refere à localização e participação, são os homens que mais afirmam já ter usufruído deste serviço, não se registando nenhum caso entre as participantes no estudo. Quanto a diferenças por escalão etário, regista-se um maior conhecimento pelos mais jovens quando questionados sobre se já teriam ouvido falar deste serviço- Não se registam diferenças em nenhuma das situações analisadas quanto à orientação sexual. As diferenças por estado civil só se registam relativamente ao conhecimento da localização mais significativa pelos inquiridos viúvos. Se, por um lado, são os sujeitos pertencentes à classe A que mais dizem conhecer esta prática, não há diferenças significativas quanto à classe social nas restantes situações. Por fim, no que se refere à região de residência, os moradores da área metropolitana de Lisboa evidenciam um maior conhecimento sobre a localização desta prática, não se registando, no entanto, diferenças nas restantes situações.

O consumo de produtos de sex shops não verifica diferenças estatisticamente significativas entre homens e mulheres em nenhuma das condições verificadas. Quanto a diferenças por escalão etário, os mais jovens surgem como os que mais sabem da existência e localização, não se verificando diferenças quanto ao consumo. A orientação sexual só surge como diferenciadora ao verificar-se que são os bissexuais que em maior valor percentual dizem já ter consumido estes produtos. Por outro lado, regista-se um maior número percentual de inquiridos em união de facto que dizem saber da existência destas lojas, apesar de os solteiros dizerem mais frequentemente saber onde se localizam, enquanto são os divorciados que em maior percentagem dizem já ter participado. Os sujeitos pertencentes à classe social mais elevada são os que manifestam um maior conhecimento, dizem saber onde se localizam e participam. As provas estatísticas demonstram um conhecimento generalizado da existência destas lojas pela população portuguesa, mas evidenciam-se os moradores da área metropolitana de Lisboa quando questionados sobre a localização e participação.

No que se refere às massagens eróticas, as únicas diferenças quanto ao sexo dos inquiridos, regista-se relativamente ao conhecimento da localização das práticas, assunto de maior conhecimento dos

homens comparativamente com as mulheres. As diferenças por escalão etário são apenas evidentes na participação pelos sujeitos com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos. São os homossexuais que afirmam ter um maior conhecimento da localização das práticas, enquanto os inquiridos viúvos apresentam valores percentuais mais elevados relativamente à localização e participação. Quanto a diferenças segundo a classe social, verificamos que esta está presente no conhecimento e que é tanto mais frequente quanto mais alta a classe. São os moradores da área metropolitana de Lisboa que dizem já ter ouvido falar e participado neste tipo de atividade.

Não se registando diferenças estatisticamente significativas entre homens e mulheres em nenhuma das situações analisadas no que se refere ao bodysushi, verifica-se, no entanto, um maior conhecimento pelos inquiridos mais jovens, divorciados, pertencentes á classe A, e com residência na área metropolitana de Lisboa. São também os inquiridos bissexuais que afirmam em maior valor percentual mais saberem da existência desta atividade, conhecerem a sua localização e mais terem participado.

No que se refere ao bodyshot, para além de ausentes diferenças nas distribuições no que se refere às variáveis sexo e classe social, verifica-se que tanto ao nível do conhecimento, localização e participação, são os sujeitos com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos, os bissexuais e os solteiros que apresentam valores percentuais mais elevados. Apesar de não se registarem diferenças quanto à participação, são os residentes na área metropolitana de Lisboa que mais afirmam já ter ouvido falar de bodyshot e os que mais conhecem a sua localização.

Os jantares às escuras não evidenciaram diferenças estatisticamente significativas em nenhuma das situações analisadas no que se refere à idade, orientação sexual, estado civil e classe social. Se, por um lado fica evidente que são os residentes na área metropolitana de Lisboa que mais sabem da existência desta prática, são os inquiridos do sexo masculino que mais afirmam já ter participado em jantares às escuras.

Relativamente ao restaurante erótico, a partir da aplicação dos testes verificamos que não se registam diferenças entre os grupos das variáveis idade, orientação sexual, estado civil e classe social. Permite também verificar que os homens e os residentes no norte de Portugal dizem saber em maior valor percentual onde podem encontrar este tipo de restaurante. São igualmente os moradores da região norte que apresentam uma maior participação nesta atividade.

No que se refere ao motel voador, não se verificando diferenças estatisticamente significativas em nenhuma das variáveis analisadas exceto na participação segundo a orientação sexual, verificamos que são os inquiridos bissexuais que mais afirmam já ter participado, salvaguardando-se, no entanto, o número reduzido de participantes que esta atividade registou.

Sendo uma das práticas mais conhecidas, são os inquiridos com idades entre os 31 e os 59 anos e pertencentes à classe A, os que mais dizem saber da existência de motéis. São os da classe mais alta e residentes na área metropolitana de Lisboa que mais afirmam conhecer a localização, enquanto são os bissexuais e os residentes naquela região que evidenciam uma maior participação. Nas restantes variáveis não se registam diferenças estatisticamente significativas

Por fim, o cruzeiro de solteiros é uma atividade que regista uma mais expressiva participação pelos inquiridos bissexuais, salvaguardando-se, no entanto, o número reduzido de respostas afirmativas nesta questão. Nas restantes variáveis não se verificaram diferenças estatisticamente significativas.

Ficou igualmente bastante evidente uma franca associação destas práticas aos tempos de lazer, assim como a perceção sobre uma diferente forma de divulgação e promoção destas atividades, quando comparadas com outras. Independentemente desse facto, cerca de 30% dos inquiridos afirmou o seu interesse em participar neste tipo de atividades no futuro, o que deve ser tido em consideração, também pela representatividade económica associada.

Num cruzamento entre os dois métodos de investigação aplicados, podemos considerar uma proximidade de conclusões, que apresentaremos seguidamente.

Em primeiro lugar, provou-se a presença bastante significativa de referências a este tipo de atividades em revistas, o que, e partindo do princípio que os *media* apresentam conteúdos de acordo com os interesses dos seus leitores, pode ir ao encontro dos 58% (n=462) dos inquiridos que revelaram sentir curiosidade quando ouvem falar destas práticas.

Numa análise por categorias, verificamos que o consumo de produtos eróticos é a que tem um maior número de referências associadas (24,9%, n=184), sendo que a ida a uma *sex shop* é uma das práticas mais conhecidas, localizáveis e praticadas pelos inquiridos.

O mesmo se pode referir relativamente ao motel, que surge como o tipo de alojamento mais referido nas revistas, enquanto que nos resultados dos inquéritos apresenta valores bastante significativos nas três variáveis analisadas.

No que se refere à região onde mais acontecem estas práticas, a análise de conteúdo sugere a área metropolitana de Lisboa, o que fica também evidente nos resultados dos inquéritos aplicados.

Tanto nos resultados da análise de conteúdo como nos resultados dos questionários fica evidente uma clara associação destas atividades a tempos e espaços de lazer, assim como é claro um maior gasto associados a serviços prestados por profissionais do sexo.

Reforçamos novamente a nossa convicção da necessidade e importância de melhor conhecer estas atividades de lazer, por tudo o apresentado até então. No entanto, devemos igualmente ter em consideração as limitações do nosso estudo, assim como considerações para investigações futuras, que apresentaremos de seguida.

## **8.2. Limitações**

Neste estudo é possível identificar algumas limitações, que podem de alguma forma ocorrer e comprometer a validade dos resultados, tal como é defendido por vários autores e apresentado por Coutinho (2011).

A validade interna está diretamente relacionada com o instrumento de medida aplicado e a sua qualidade, no âmbito do seu conteúdo, critério e validade do conceito ou construto (Coutinho, 2011). Para concorrer para a validade do seu conteúdo foi construído o inquérito por questionário de acordo com os objetivos a alcançar com a investigação, e com suporte na literatura e exemplos de outros questionários em áreas de investigação semelhantes. Para a validade do critério, e apesar das críticas sobre a pertinência deste critério, sempre que identificável e pertinente estabeleceremos uma comparação com resultados em outros estudos, assim como a realização de um pré-teste ao instrumento, a fim de garantir que as questões sejam interpretadas pelos inquiridos da forma pretendida. Por fim, no que diz respeito à validade de conceito ou construto, e tal como sugerido por Black (1999), citado por Coutinho (2011:125), procederemos à “combinação e ponderação da informação proveniente de três abordagens distintas: a lógica, a estatística e empírica”, atendendo em

especial aos possíveis desvios de dissimulação, socialmente desejável, distorção, má interpretação, respostas aleatórias e questões indutoras, identificados pelo autor e que apresentamos no Quadro 95, por considerarmos de especial importância tendo em consideração a temática em estudo.

DESVIO	
<b>Dissimulação</b>	Resposta do indivíduo é influenciada por aquilo que ele pensa que causará uma impressão positiva ao inquiridor.
<b>Socialmente desejável</b>	Resposta do sujeito não representa o que ele pensa, mas aquilo que ele tem como aceite socialmente.
<b>Distorção</b>	Aplicado no caso das escalas de <i>likert</i> , e da possibilidade de as respostas se agruparem tendencialmente num extremo ou no centro “pode revelar incapacidade de induzir uma tomada de decisão”. Respostas tendencialmente centrais podem revelar questões “pobremente redigidas, incapazes de estimular resposta”.
<b>Má interpretação</b>	Resultado de vocabulário mal escolhido ou desconhecido pelos inquiridos.
<b>Respostas aleatórias</b>	Nos casos de falta de motivação para a participação no estudo.
<b>Questões indutoras</b>	Questões que induzem respostas e que levam à invalidação dos resultados.

*Quadro 92 - Desvios na validade de conceito e construto. Elaboração própria com base na leitura de COUTINHO (2011:125), tendo por base o trabalho de Black (1999).*

Aquando da construção do instrumento foram definidas estratégias, desde a fase de pré-teste para tentar diminuir estes possíveis desvios. Relativamente à validade externa, a generalização de resultados, e tendo em consideração que usamos métodos não probabilísticos e uma amostragem “bola de neve” ou “*snowball sampling*”, que consiste na identificação de um membro da população alvo e que este identifique outros que também possam participar. Esta técnica é especialmente utilizada quando há dificuldade em identificar ou alcançar participantes para o estudo, por exemplo, pela sua temática (Coutinho, 2011). Sendo um método não aleatório, tem pouca representatividade na população.

Thomas & Williams (2016) sublinham o estigma pessoal e profissional associado aos temas de investigação que se relacionam com sexo, como inclusive aconteceu com os investigadores Masters & Johnson, acusados de voyeurismo, assim como uma maior dificuldade de acesso a financiamento para a investigação. Os autores referem alguns dos riscos associados a este tipo de investigação, assim como Yamagishi (2011), nomeadamente quando o carácter da objetividade não é assegurado, e a vida pessoal, assim como os seus desejos e perceções se misturam com a investigação. Atendendo a este facto, consideramos que o desenho da nossa investigação optou por escolhas metodológicas que, à partida, não seriam tão passíveis de perder a objetividade. Apesar das suas desvantagens, os autores também evidenciam vantagens nas escolhas de metodologias participativas, ou do envolvimento do investigador, sendo que em muitos casos as conclusões resultantes desses estudos são reveladoras de facto não possíveis de apurar de outra forma.

A análise de conteúdo foi feita a uma revista feminina e a depoimentos que não é possível confirmar se são totalmente verdadeiros ou se são enredos ficcionados. No entanto, a veracidade dos resultados poderão ser irrelevantes, na medida em que o objetivo era averiguar quais as atividades mais referidas, para posteriormente questionar, através do inquérito, a população portuguesa acerca daquelas práticas de lazer erótico e sexual.

Este estudo não apresentou, na lista das dezanove práticas de lazer erótico e sexual; atividades exclusivamente orientadas para determinada orientação sexual, já que isso teria exigido uma ainda maior complexidade do questionário e da sua análise, optando-se por manter o objetivo de fazer uma análise global, não partindo de pressupostos de diferenças de participação por orientação sexual. No entanto, consideramos que tal poderá ser tido em consideração em investigações futuras, na medida em que permitiria um conhecimento mais completo dessas atividades.

Esta temática é extremamente rica para futuras investigações. Se este estudo contribuiu para conhecer um panorama geral relativamente às práticas de lazer erótico e sexual, muito poderá ser aprofundado e muito estará para estudar em cada prática ou por categoria. Se existem poucos estudos em Portugal, até ao momento, que se dediquem a conhecer as práticas eróticas e sexuais em tempos e espaços de lazer, há muitos temas emergentes na academia internacional que comprovam a sua importância.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS





## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (1969) *The dialectic of enlightenment*. London: Allen Lane.
- Almeida, L. & Freire, T. (2008). *Metodologia de investigação em psicologia e educação*. Braga: *Psiquilíbrios* (5ª edição).
- Aitchison, C. (1999). New cultural geographies: the spatiality of leisure, gender and sexuality. *Leisure Studies*, 18:1,19-39
- Adovasio, J. M., Soffer, O. & Page, J. (2007). *The invisible sex: uncovering the true roles of women in prehistory*. Harper Collins Publishers.
- Alexander, J. (2008). *Literacy, sexuality, pedagogy: theory and practice for composition studies*. All USU Press Publications, 25.
- Alpoim, S. (2010). Homossexualidade e bissexualidade: práticas, atração e orientação sexual. In: Ferreira, P. e Cabral, M. (Ed.), *Sexualidades em Portugal: comportamentos e riscos*. Lisboa: Editorial Bizâncio.
- Alpoim, S. (2013). *A Sexualidade dos Portugueses*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Altman, D. (2001). *Global sex*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Andriotis, K. (2010). Heterotopic erotic oases. The public nude beach experience. *Annals of Tourism Research*, vol. 37, nº 4, pp. 1076-1096.
- Araújo, L. M. (2009). A expressão da sexualidade no Antigo Egito. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.), *A Sexualidade no Mundo Antigo*. Lisboa: Centro de História, 91-96.
- Araújo, L. M. (2012). *Erotismo e sexualidade no Antigo Egito*. Lisboa: Edições Colibri.
- Aretino, P. (2011). *Sonetos luxuriosos*. São Paulo: Companhia das Letras. Tradução, nota biográfica, ensaio crítico e notas José Paulo Paes.
- Aronowitz, S. & Cutler, J. (1998). *Post-work: The wages of cybernation*. Routledge.
- Arruda, A. M. (2009). A sexualidade no mundo Fenício e Púnico. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.), *A Sexualidade no Mundo Antigo*. Lisboa: Centro de História, 203-213.
- Attwood, F. (2007). "Other" or "One of Us?" The porn user in public academic discourse. *Particip@tions* 4 (1),1-23.

- Augé, M. (2005). *Não lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. Lisboa: 90 Graus.
- Bachelard, G. (1998). *A água e os sonhos. Ensaio sobre a imaginação da matéria*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bataille, G. (1987). *O Erotismo*. Porto Alegre & São Paulo: L&PM editores. Tradução de António Carlos Viana.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Baudelaire, C. (1964) *The painter of modern life*. London: Penguin Group.
- Baudelaire, J. (1983). *Las estratégias fatales*. Barcelos: Editorial Anagrama. Tradução de Joaquín Jordá.
- Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e simulações*. Relógio D'Água.
- Baudrillard, J. (2011). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Publicações 70. Tradução de Artur Mourão.
- Bauman, Z. (1996). From pilgrim to tourist - or a short history of identity. In S. Hall & P. Du Guy (Eds.). *Questions of Cultural Identity.*, 18-36. London: Sage.
- Bauman, Z. (2006). *Amor líquido - sobre a fragilidade dos laços humanos*. Lisboa: Relógio D'Água Editores. Tradução de Carlos Alberto Medeiros.
- Beck, U. (2000). *The Brave New Worlds of Work*. Oxford: Polity Press.
- Beck, U., Giddens A. & Lash, S. (org.) (2000). *Modernização reflexiva: Política, Tradição e Estética na ordem social moderna*. Oeiras: Celta. Tradução Maria Amelia Augusto.
- Becker, Howard (1936). *Outsiders. Studies in the sociology of deviance*. Nova Iorque: Free Press.
- Bell, D. (1967). *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York. Basic Books, Inc., Publishers.
- Bell, D. (1973). *The Coming of Post-industrial society*. Harmondsworth, UK: Penguin.
- Bergstrand, C. R. & Sinski, J. B. (2010). *Swinging in America: Love, Sex and Marriage in 21st century*. Santa Barbara CA: Praeger.
- Better, A. (2001). Pleasure for sale. Feminist sex stores. In Seidman, S., Fisher, N., Meeks, C. (Ed), *Introducing the new sexuality studies*, 348-353. London and New York: Routledge. P..
- Bennet, A. (2005). *Culture and Everyday Life*. Sage Publications.
- Berdychevsky, L., Gibson, H. & Poria, Y. (2013). Women's sexual behavior in tourism: loosing the bride. *Annals of Tourism Research*, 42, 65-85.
- Berger, P. & Luckman, T. (1999). A construção social da realidade. Rio de Janeiro: Editora Vozes. III, 173. 241
- Blackwell, C., Birnholtz, J. & Abbot, C. (2014). Seeing and being seen: co-situation and impression formation using Grindr, a location aware gay dating app. *New media & society*, 1-20.

- Bourdieu, P. (2007). *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp.
- Bourdieu, P. (2013). *A Dominação Masculina*. Relógio D'Água Editores. Tradução de Júlia Ferreira.
- Bozon, M. (2004). *Sociologia da Sexualidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV. Tradução de Maria de Lurdes Menezes.
- Brandão, J. L. L. (2009). Sexo e poder na Roma dos Césares. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S (Ed.), 367-382. *A Sexualidade no Mundo Antigo*. Lisboa: Centro de História.
- Brooton, B. J. (1996). *Love between women: early Christian responses to female homoeroticism*. Chicago: Chicago University Press.
- Brás, M. (2006). Contornos do turismo sexual. *Dos Algarves*, 43-37. Disponível em: [www.dosalgarves.com/revistas/N14/7rev17.pdf](http://www.dosalgarves.com/revistas/N14/7rev17.pdf)
- Brasete, M. F. (2009). Homoerotismo feminino na lírica Grega arcaica: a poesia de Safo. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.). *A Sexualidade no Mundo Antigo*. Lisboa: Centro de História, pp. 313-326.
- Brasileiro, M. D. S. (2014). O lazer e as transformações socioculturais contemporâneas. In Baptista, M. M & Ventura, A. (Coord.). *Do ócio. Debates no contexto cultural contemporâneo*, 33-48. Coimbra: Grácio Editor,
- Brents, B., Jackson, C. & Hausbeck, K. (2010). *The State of Sex: Tourism, Sex and Sin in the New America Heartland*. New York and London: Routledge.
- Butler, J. (1999). *Gender Trouble*. Nova Iorque e Londres: Routledge.
- Cameron, D. & Kulick, D. (2006). *Language and Sexuality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Caramelo, F. (2009). Erotismo e sexualidade na Mesopotâmia: “Quem se deitará naquele linho comigo?”. In Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.). *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 119-138. Lisboa: Centro de História.
- Carvalho, A. & Gomes, F. (2003). Cybersex in Portuguese Chatrooms: a study of sexual behaviors related to online sex. *Journal of sex & marital therapy*, 29, 34-360. Brunner: Routledge.
- Castle, T. & Lee, J. (2008). *Ordering sex in cyberspace: a content analysis of escort websites*. *International journal of cultural studies*. Sage Publications.
- Caudwell, J. & Browne, K. (2011) Sexy spaces: geography and leisure intersectionalities. *Leisure Studies*, 30:2, 117-122, doi: 10.1080/02614367.2011.561977
- Charles C. M. (1998). *Introduction to Educational Research*. 3ª Ed. New York: Longman.
- Clinard, M. B. & Meier, R. F. (2011). *Sociology of Deviant Behavior*. 14th ed. Australia & others: Wadsworth, Cengage Learning.

- Cohen, Stanley; Taylor, Laurie (1992). *Escape attempts. The theory and practice of resistance to everyday life*. London and New York: Routledge.
- Collis, J. & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em Administração. Um guia prático para alunos de graduação e pós graduação*. São Paulo: Bookman
- Corbin, A. (2001). *História dos Tempos Livres*. Lisboa: Editorial Teorema, Lda. Tradução de Telma Costa.
- Coutinho, C. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática*. Coimbra: Almedina.
- Curado, A. L. (2009). Sexualidade e saberes médicos no Mundo Greco-Romano. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.). *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 351-359. Lisboa: Centro de História.
- Daley, C. (2003). *Leisure and Pleasure*. New Zeland: Auckland University Press.
- De la Croix, A. (2004). *O erotismo na Idade Média*. Publicações Europa-América. Tradução José Espadeiro Martins.
- Débord, G. (1991). *A sociedade do espetáculo*. Cascais: Mobilis in Mobile, 1ª ed. 1967.
- Dichter, E. (1964). *Handbook of consumer motivations: the psychology of the world of objects*. New York: McGraw-Hill.
- Diniz, M. e Ribeiro, J. P. (2009). O sexo na Pré-história. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.) *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 27-54. Lisboa: Centro de História.
- Dolby, K. (2014). *O sexo ao longo dos tempos: Debaixo dos lençóis da história universal*. Amadora: 20|20 Editora.
- Duarte, Ricardo (2017). Produtora Sexplanet recuperou investimento em dois anos. Lusa. *Público* (ed.) 9 de março
- Dubois, B. (1993). *Compreender o consumidor*. Publicações Dom Quixote.
- Dumazedier, J. (1967). *Toward a society of leisure*. London: Collier-Macmillan.
- Dumazedier, J. (1979). *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspetiva.
- Eco, H. (1986). *Faith in fakes*. London: Secker & Warburg.
- Elias, N & Dunning, E. (1985). *A busca pela excitação*. Lisboa: DIFEL 82. Tradução Maria Manuela Almeida e Silva.
- Estanque, E. (2005). Lazer, desigualdades e transformação social. In: Rui Machado Gomes (org.), *Os lugares do lazer*, 87-104. Lisboa: IDP.
- Evans, A., Riley, S. & Shankar, A. (2010). Postfeminist Heterotopias: negotiating “safe” and “seedy” in the british sex shops space. *European Journal of Women's Studies*. 17. Pp. 211-229.

- Evans, R.; Forsyth, C. & Woodgel, G. (2000). Macro and micro views of erotic tourism. *Deviant Behavior: An Interdisciplinary Journal*, nº21, 537-550.
- Featherstone, M. (1982). The body in consumer culture. *Theory culture and society*, 1 (2), 18-33.
- Featherstone, M. (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Fonseca, S. (2013, 8 de Janeiro). Tribunal diz que espetáculos eróticos são artísticos. *Diário de Notícias*. Disponível em: <http://www.dn.pt/portugal/interior/tribunal-diz-que-espetaculos-eroticos-sao-artisticos-2981737.html>.
- Foucault, M. (1967), Dits et écrits. Des espaces autres (conferência no Cercle d'études architecturales, 14 de março de 1967) In *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, 46-49
- Foucault, M. (1994a). *História da Sexualidade I. A vontade de saber*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Foucault, M. (1994b). *História da Sexualidade II. O uso dos prazeres*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Foucault, M. (1994c). *História da Sexualidade III. O cuidado de si*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Freud, S. (1923). O Ego e o Id. In: Freud, D. *Edição Standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud*, 19, 11-83. Rio de Janeiro: Imago (1990).
- Freud, S. (1927). *Essais de psychanalyse*. Paris: Payot, Petite Bibliothèque Payot.
- Friedman, Georges (1972). *O trabalho em migalhas*. São Paulo: Perspetiva.
- Furedi, Frank (2002). *The Culture of Fear: Risk-Taking and Morality of low expectation*. London: Continuum.
- Garber, M. (1992). *Vested Interests: Cross Dressing and Cultural Anxiety*. London: Routledge.
- Garton, S. (2009). *História da Sexualidade. Da Antiguidade à Revolução Sexual*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Gama, A. & Santos, N. (1992). *Tempo livre, lazer e terciário*. Cadernos de Geografia, 10. Coimbra: IEG.
- Giddens, A. (1994). *A Modernidade e Identidade Pessoal*. Lisboa: Celta.
- Gimbutas, M. (1991). *The civilization of the Goddess*. San Francisco: Harper.
- Gorz, A. (1999) *Reclaiming Work: Beyond the Wage-Based Society*. Polity Press.
- Green, A. I. (2008). The social organization of desire: The sexual fields approach. *Sociology theory* 26:1, 25-50. Washington DC: American Sociological Association.
- Guerra, A. (2009). Do grafito ao fresco: sexualidade e cultura popular entre os habitantes de Pompeios. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.). *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 469-487. Lisboa: Centro de História.
- Gomes, R. M. (2014). Lazer e novas subjetividades. In Baptista, M. M. & Ventura, A. (Coord.) *Do ócio. Debates no contexto cultural contemporâneo*, 175-188. Coimbra: Grácio Editor.

- Hagg, P. (1999). *Consent: Sexual rights and the transformation of American Liberalism*. Ithaca: Cornell University Press.
- Griffith, J., Capiola, A., Ballotti, B. Hart, C. & Turner, R. (2016). Online female escort advertisements: the cost of sex. *Evolutionary psychology*. April-June, 1-9.
- Happy Woman (2017). *Apresentação institucional da Happy Woman*. Baleska Press.
- Harris, D. (2005). *Key concepts in leisure studies*. London, California & New Delhi: Sage.
- Havoscope (2015). *Prostitution, Prices and Statistics of the global Sex Trade*. Havoscope Books.
- Henderson, K. (2011). *Post-Positivism and the Pragmatics of Leisure Research*. *Leisure Sciences*, 33 (4), 341-346.
- Hendrikson, J. (2001). Conflicts at the tubs. Bathhouses and gay culture and politics in the United States. In Seidman, Steven, Fisher, Nancy, Meeks, Chet (Ed.). *Introducing the new sexualities studies*, 334-340. London and New York: Routledge.
- Hollands, R. (1997). As identidades juvenis e a cidade. Cidade, Cultura e Globalização. In Fortuna, C. (org.). *Cidade, cultura e civilização. Estudos de Sociologia*. Oeiras: Celta.
- Hollimon, S. E. (2000). Archaeology of the "Aqi: gender and sexuality in prehistoric chumash society". In Schmidt, R. A. E Voss, L. B. (Ed.). *Archaeologies os Sexuality*, 179-196. London: Routledge.
- Hourdin, G. (1970) [1961]. *Uma civilização dos tempos livres*. Lisboa: Moraes Editores. Tradução de João de Almeida.
- Hubbard, Phil (2009). Opposing striptomia: the embattled spaces of adults entertainment. *Sexualities*. 12 (6), 721-745. Sage.
- Hyam, Ronald (1990). *Empire and sexuality: the British Experience*. Manchester University Press.
- Igarza, R. (2009). Borbujas de ócio. Nuevas formas de consumo cultural. Buenos Aires: La Crujia.
- José, C. C. (2009). A sexualidade no Mundo Cananaico: desejos. Encontros e intimidades no Panteão de Ugarit. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.). *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 173-201. Lisboa: Centro de História.
- Kate, Ellen (2007). *Erotic Adventures in water*. Gloucester, MA: Quiver.
- Kelley, J. & Malouf, R. (2013). Blind dates and mate preferences: na analysis of newspaper matchmaking. *Evolutionary Psychology* 11(1), 1-8.
- Kerr, C et al. (1973). *Industrialism and Industrial Man*. Haemondsworth, UK: Penguin.
- Kibby, M. & costelo, B. (2001). Between the image and the act: interactive sex entertainment on the internet. *Sexualities* 4(3), 353-369. Sage Publications.
- Kinsey, A. C., Pomeroy, A., Martin, C. (1948). *Sexual behavior in the human male*. Philadelphia Saunders.

- Kinsey, A. C., Pomerey W. B., Martin, C. E., Gebhard P. H. (1953). *Sexual behavior in the human female*. Philadelphia: Saunders.
- Knight, C., Power, C. & Watts, I. (1995). The Human Symbolic Revolution: A Darwinian Account. *Cambridge Archaeological Journal* 5:1, 75-114.
- Krejcie, R & Morgan, D. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*. 607-610.
- Krippendorf, J. (1986). The new tourist – turning point for leisure and travel. *Tourism Management*, 7 (2), 131-135.
- Kumar, K. (1995). *From post-industrial to post-modern society: new theories of the contemporary world*. Blackwell Publishing.
- Laermans, R. (1994). Leisure as «making time». Some sociological reflections on the paradoxical outcomes of individualization. In *New routes for leisure. Actas do World Leisure Congress. Lisboa*, 61-73. ICS.
- Lafargue, P. (1998). *O direito à preguiça*. Porto: Campo das Letras.
- Langman, L. (1992). Neon Cages. Shopping for subjectivity. In Shiels, R. (Eds). *Lifestyle shopping*. Londres: Routledge.
- Laqueur, T. (1990). Making sex. Body and gender from Greeks to Freud. England: Harvard University Press.
- Lasch, C. (1984). *The Minimal Self*. London: Picador.
- Lash, S., Urry, J. (1987). *The end of organized capitalism*. Cambridge: Polity.
- Laureano, R. (2013). *Testes de Hipóteses com SPSS – O Meu Manual de Consulta Rápida*. 2ª Ed. Lisboa: Edições Sílabo.
- Le Breton, D. (2002). *Conduites à risque*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Leão, D. F. (2009). O sexo e a cidade: um caso de prostituição masculina (Ésquines, contra Timarco). In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.) *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 293-303. Lisboa: Centro de História.
- Lefebvre, L. E. (2017). Swifing me off my feet: explicating relationship initiation on Tinder. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1-25. doi:10.1177/0265407517706419
- Leif, J. (1992). *Tiempo libre y tiempo para si mismo*. Madrid: Narcea Ed.
- Lipovetsky, G. (2010). *O crepúsculo de dever: a ética indolor dos novos tempos democráticos*. Afragide: Dom Quixote. Trad. Fatima Gaspar. 4ª ed (act.)
- Lipovetsky, G. e Charles, S. (2004). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.
- Lipovetsky, G. (2006). *A Felicidade Paradoxal*. Lisboa: Edições 70.

- Lipovetsky, G. (2014). *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Lisboa: Edições 70. Trad. Miguel Serras Pereira e Ana Luisa Faria.
- Lipovetsky, G. (2016). *Da leveza – Para uma civilização do ligeiro*. Lisboa: Edições 70.
- Lourenço, F. (2009). Homossexualidade Masculina e Cultura Grega. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.). *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 305-311. Lisboa: Centro de História.
- Lyotard, J. F. (2009). *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio. 12ª edição. Tradução de Ricardo Corrêa Barbosa.
- Malick, T. (2012, 23 de Fevereiro) Playboy and Virgin Galactic Dream up cosmic men's space club. *Space*. Disponível em: <https://www.space.com/14666-playboy-space-club-images-private-stations.html>
- Malinovsky, B. (1962). *Sex, culture and myth*. New York: Harcourt, Brace & World, Inc.
- Marques, J. (2013). *Turismo de negócios – Convention & Visitors Bureau na Região Centro de Portugal*. Tese de Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura. Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Martin, A. (2013). Fifty shades of sex shops: sexual fantasy for sale. *Sexualities* 16(8), 980-984. Sage Publications. Doi: 10.1177/1363460713508901.
- Marx, K. & Engels, F. (1848). *The Communist Manifesto*. Londres: Verso Books.
- Marx, K. (1976). *Capital. A critique of political economy*. Volume I. London: Penguin Books. Tradução de Ben Fowkes.
- Mason, G. & Lo, G. (2009). Sexual tourism and the excitement of the strange: Heterosexuality and the Sydney Mardi Gras Parade. *Sexualities*, 12(1), 97-121.
- Matheson, D. (2005). *Media Discourses: Analysing Media Texts*. England: Open University Press.
- McNair, B. (2002). *Striptease Culture*. London: Routledge.
- Michel, F. (2009). *Planeta sexo – turismos sexuais, mercantilização e desumanização dos corpos*. Porto: Campo das Letras.
- Morais, R. (2009). Iconografia da sexualidade na Cultura Romana. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.) *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 505-519. Lisboa: Centro de História.
- Morantz, R. M. (1997). The scientist as sex crusader: Alfred Kinsey and American Culture. *American Quarterly*, 29 (5), Special Issue: Reassessing Twentieth Century. The Johns Hopkins University Press.
- Nadais, C. (2010). *O Turismo e os Territórios da Espiritualidade: os Caminhos de Santiago em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

- Nadais, C. & Santos, N. (2012). O lazer, o erotismo e a sociedade contemporânea. *Revista de Geografia e Ordenamento do Território*, nº 1 (Junho). Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, pp. 143-163.
- Nadais, C. (2013). Os lugares de Guerra Junqueiro: o turismo literário em Freixo de Espada à Cinta. In: Rui Jacinto (Coord), *Paisagens, Patrimónios e Turismo Cultural*. Guarda: Centro de Estudos Ibérios, Coleção Iberografias, nº 24, pp. 197-224.
- Nazareth, L. (2007). *The leisure economy: how changing demographics, economics and generational attitudes will reshape our lives and our industries*. Canada: John Wiley & Sons.
- Newmahr, Staci (2011). *Playing on the edge: Sodomasochism, risk, and intimacy*. Bloomington: Ludiana University Press.
- Nieto, J. A. (ed.). (2003). *Antropología de la sexualidade y diversidad cultural*. Talasa, pp. 2-26.
- Nietzsche, F. (1978). *Assim Falou Zaratustra*. Mem Martins: Publicações Europa-América. Tradução de M. de Campos.
- Nietzsche, f. (2012). *A vontade de poder: para uma transmutação de todos os valores*. Lisboa: Alfanje. 1ªed. Trad. Manuel Menir.
- Ogas, Ogi & Gaddam, Sai (2001). *Milhões de Pensamentos Perversos*. Alfragide: Lua de Papel. Trad. Michelle Hapetian.
- Oliveira, A. (2011). Andar na vida: prostituição de rua e reação social. Coimbra: Almedina.
- Oliveira, A. (2017). “Não há nada de errado em trocar sexo por dinheiro”. Cândia, F. *Diário de Notícias*. Ed. 28 de Agosto. Disponível em: <http://www.dn.pt/sociedade/entrevista/interior/nao-ha-nada-de-errado-em-trocar-sexo-por-dinheiro-8730522.html>.
- Ortega y Gasset, J. (1963). *El Espectador. Muerte y Resurrección*. Madrid: Revista de Occidente.
- Paasonen, S. (2009). Healthy sex and pop porn: pornography, feminism and the finnish context. *Sexualites*, 12(5), 586-604.
- Pais, J. M. (1990). Lazer e sociabilidades juvenis – um ensaio de análise etnográfica. *Análise Social*, 25 (108-109), 591-644.
- Palma, M. L. (2009). “Prostituição sagrada” na Mesopotâmia: a persistência do mito. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.). *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 151-171. Lisboa: Centro de História.
- Pappas, C. (2011). Sex sells but what does it do? The American porn industry. In: Seidman, S, Fisher, N & Meeks, C. (Ed). *Introduciong new sexuality studies*, 320-326. London and Routledge.
- Parker, S. (1983). *Leisure and Work*. London: Allen and Unwin.
- Pereira, A. & Patrício, T. (2012). *Guia prático de utilização do SPSS – Análise de Dados para Ciências Sociais e Psicologia*. 8ª Ed. Lisboa: Edições Sílabo.

- Pilcher, Katy (2012). Dancing for women: subverting heteronormality in a lesbian erotic dance space? *Sexualities* 15 (5/6), 521-537. doi: 10.1177/1363460712445979.
- Pimentel, M. C. (2009). A sexualidade na literatura latina: algumas reflexões. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.) *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 407-417. Lisboa: Centro de História.
- Piscitelli, Adriana (2005). Viagens e sexo on-line. *Cadernos Pagu* (25), julho-dezembro, 281-326. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0104-83332005000200011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0104-83332005000200011&script=sci_arttext)
- Pornhub (2017a). Year in review. Disponível em: <https://www.pornhub.com/insights/2016-year-in-review>
- Pornhub (2017b). Portugal Insights. Disponível em: <https://www.pornhub.com/insights/portugal-insights>
- Prine, E. (2000). Searching for third genders: towards a prehistory of domestic space in Middle Missouri villages. Schmidt, R. A. E Voss, L. B. (Ed.) *Archaeologies os Sexuality*, 197-219. London: Routledge.
- Resende. T. K. (2009). Sexualidade e rituais Báquicos. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.) *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 457-468. Lisboa: Centro de História.
- Ribeiro, Cláudia Maria (2009). O imaginário das águas e o aprendizado erótico do corpo. *Educar*, nº35. Pp. 107-121, Curitiba: Editora UFPR.
- Robinson, P. A. (1976). *The modernization of sex: Havelock Ellis, Alfred Kinsey, William Masters and Virginia Johnson*. New York: Harper & Row.
- Rodrigues, N. (2014). À procura das geografias de género e de sexualidade em Portugal. *Revista Latino-americana de Geografia e Gênero*, Ponta Grossa, 5 (2), 42-58.
- Rojek, C. (1995). *Decentring leisure. Rethinking leisure theory*. Sage Publications.
- Rojek, C. (2004). Postmodern work and leisure. In John T. Haworth and A. J. Veal. *Work and Leisure*, 51-66. London: Routledge.
- Rojek, C. (2005). *Leisure theory: principles and practices*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rubin, G. (1984). Thinking sex: notes for a radical theory of the politics of sexuality. In Vance, C. S. (Ed.) *Pleasure and Danger: Exploring Female Sexuality*. Boston: Routledge and Kegan Paul.
- Russel, B. (2002). *O elogio ao ócio*. Rio de Janeiro: Sextante.
- Ryan, C & Hall, C. (2005). *Sex tourism: marginal people and liminalitis*. London and New York: Routledge.
- Ryan, C, & Jetha, C. (2001). *Sex at dawn: the prehistoric origins of modern society*. USA: Harper Collins.

- Salazar, Noel B. (2012). Tourism Imaginaries: A conceptual approach. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 863-882.
- Sales, J. C. (2009). Sexualidade e sagrado entre os egípcios. Em torno dos comportamentos erótico-sexuais dos antigos deuses egípcios. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.) *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 55-79. Lisboa: Centro de História.
- Santos, N. (2002). *Organização social e consumo. Práticas e lugares de consumo. O tempo livre e o lazer. Cadernos de Geografia*, nº 21/23, 41-51 Coimbra: FLUC.
- Santos, N. (2011). "Desvios e regras nos territórios do quotidiano". *Normas e Transgressão II*. Imprensa da Universidade de Coimbra. 221-342.
- Santos, N. e Moreira, C. (2012). "Evening/night-time leisure in Coimbra" Valença, M., Fernandes, J. A. R., Cravidão, F., *Urban developments in Brazil and Portugal*. Nova Iorque: Nova Publishers.
- Scots, R., Joseph, L. J. & Anderson, E. (2017). "I don't mind watching him cum": heterosexual men threesomes, and the erosion of the one-time rule of homosexuality. *Sexualities* 0(0), 1-19. Sage Pus.
- Schmidt, R. A. e Voss, L. B. (ed.) (2000). *Archaeologies os Sexuality*. London: Routledge, pp. 1-31.
- Schmidt, R. A. (2000). Shamans and northern cosmology: the direct historical approach to Mesolithic sexuality. Schmidt, R. A. E Voss, L. B. (ed.) *Archaeologies os Sexuality*, 220-235. London: Routledge.
- Schor, J. B. (1993). *The overworked American*. New York: Basic Books, pp. 107-138.
- Sennet, R. (2007). *A corrosão do carácter*. Lisboa: Terramar. 2ª edição. Tradução de Freitas e Silva.
- Shields, Ro (1991). *Places on the Margin: alternative geographies of modernity*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Shields, R. (1992). "Spaces for the subject of consumption", In R. Shields (ed) *Lifestyle shopping: the subject of consumption*. London: Routledge. Pp. 2-19.
- Silveira, L. (2016). *O turismo de iates: estratégia de desenvolvimento para a Figueira da Foz*. Tese de Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura. Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Smith, O. & Raymen, T. (2016). Deviant leisure: a criminological perspective. *Theoretical criminology*, 1-20. Sage. Doi: 10.177/1362480616660188.
- Smith, Pamela Jaye (2010). *Symbols. Images. Codes: the secret language of meaning in film, TV, Games, and Visual Media*. Michael Wiese Productions.
- Smith, A. (2016). 15% of American adults have used online dating sites or mobile dating apps. *Pew Research Center*. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/2016/02/11/15-percent-of-american-adults-have-used-online-dating-sites-or-mobile-dating-apps/>

- Smith, A. & Anderson, M. (2015). 5 facts about online dating. *Pew Research Center*. Disponível em: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-online-dating/>
- Smith, A. & Duggan, M. (2013) Online dating and relationships. *Pew Research Center*. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/2013/10/21/online-dating-relationships/>
- Stebbins, R. A. (1996) *Tolerable Differences: Living with Deviance*. Toronto: McGraw- Hill Ryerson
- Stebbins R. A. (2008) *Serious leisure. A perspective for our time*. Londres: Transaction Publishers.
- Stebbins, R. A. (2009). *Leisure and consumption. Common Ground/Separate Worlds*. New York: Palgrave Macmillan.
- Storr, M. (1999). *Postmodern Bissexuality. Sexualities*. Vol.2(3), 309-325. Sage.
- Sue, R. (1982). *Vers une société du temps Libre? Sociologie d'Aujourd'hui*, Paris: PUF.
- Taylor, Y. (2011). Sexualities and class. *Sexualities* 14(1), 3-11. Sage Publications. Doi: 10.1177/1363460710390559
- Thomas, J. N. & Williams, D. J. (2016). Getting of on sex research: A methodological commentary on the sexual desires of sex researchers. *Sexualities* vol.19(1/2), 83-97. Sage Publications. Doi: 10.1177/1363460715583610
- Touraine, A. (2009). *Crítica da Modernidade*. 9ª ed. Petropolis: Vozes.
- Treadwell, S. (2005). The motel. An image of Elsewhere. *Space and Culture*, 8(2), 214-224. Sage Publications. Doi: 101177/1206331205275006.
- Trumbach, R. (1998). *Sex and gender revolution. Heterossexuality and the third gener in Enlightenment* London. Chicago: Chicago University Press.
- Tucherman, I. (2012). *Breve história do corpo e de seus monstros*. Lisboa: Nova Vega.
- Ullmann, R. A. (2007). *Amor e sexo na Grécia Antiga*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Urry, J. (2002). *The tourist Gaze*. London: Sage Publications.
- Ussel, J. V. (1975). *História da repressão sexual*. Póvoa do Varzim: Publicações Europa-América. Tradução de Ramiro da Fonseca.
- Vaillancourt, K., Few-Demo, A. (2014). Relational dynamics of swinging relationships: An exploratory study. *The Family Journal: Counseling and therapy for couples and Families*, 1-10. Doi: 101177/1066480714529742.
- Varandas, J. (2009). Sexo e império. Problemas e perspectivas na dinâmica do exército romano. In: Ramos, J. A; Fialho, M. C. e Rodrigues, N. S. (Ed.) *A Sexualidade no Mundo Antigo*, 521-539. Lisboa: Centro de História.
- Veblen, T. (1904). *The Theory os the Business Enterprise*. New Brunswick, New Jersey: Transatction Books.

- Veblen, T. (1974). *A Teoria da Classe Ociosa. Um estudo econômico das instituições*. Tradução Olívia Krähenbühl. São Paulo: Atica.
- Vigarello, G. (1996). *O limpo e o sujo: uma história da higiene corporal*. São Paulo: Martins Fontes.
- Virílio, P. (1991). *The Aesthetics of Disappearance*. New York: Semiotext(e).
- Voss, L. B. & Schmidt, R. A. (2000). Archaeologies of Sexuality: an introduction. In R. A. Schmidt & L. B. Voss (Ed.) *Archaeologies of sexuality*, 1-31. London: Routledge.
- Walkowitz, J. (1992). *City of dreadful delight: narratives of sexual danger in late-Victorian London*. Chicago: University of Chicago Press.
- Weber, M. (1904). *Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. Pioneira.
- Weeks, J. (1977). *Coming out: homosexual politics in Britain, from the Nineteenth Century to the present*. London: Quartet Books.
- Weeks, Jeffrey (2005). *Sexuality. Key Ideas*. Londres e Nova Iorque: Routledge. 1ªed. 1986.
- Wichels, S. (2013). A Mitificação da Sexualidade nos Média. Análise de Activa e Happy Woman. *Communication Papers. Media Literacy & Gender Studies*. 2, 41-53.
- Wilensky, H. (1960). Work, careers and social integration. *International Social Science Journal* 4(4): 543-560.
- Worthington, B. (2005). Sex and shunting. Contrasting aspects of serious leisure within the tourism industry. *Tourism studies*. London: sage publications. Doi: 10.1177/1468797605070332.
- Young, K. (2008). Internet sex addiction. Risk factors, stages of development and treatment. *American behavioral scientists*, 52-21. Doi: 10.1177/0002764208321339.
- Yamagishi, R. (2011). Doing “risky” and “sexy” research. Reframing the concept of “relational” in qualitative research. In HALL, Michael (ed.), *Fieldwork in tourism. Methods, Issues and Reflections* 99-111. Routledge.



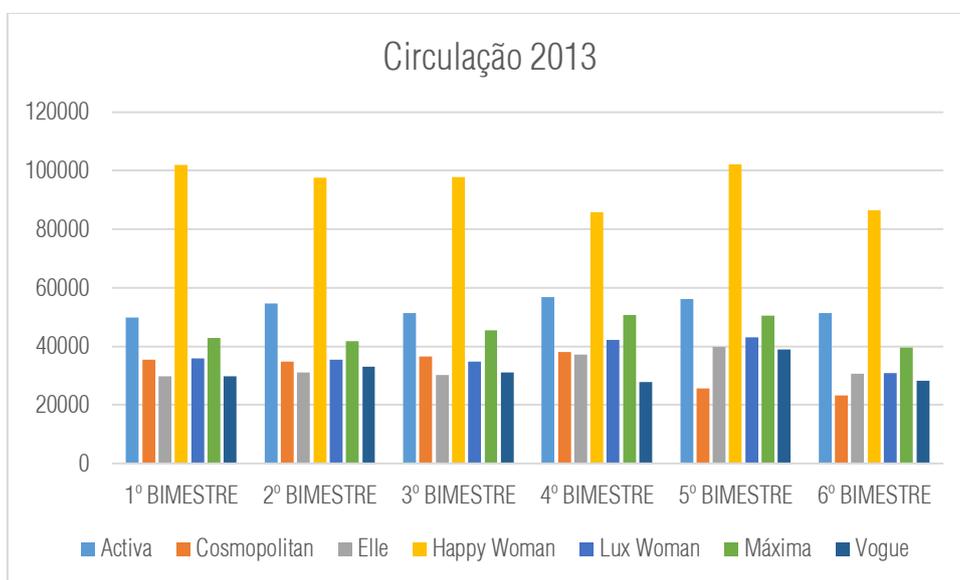
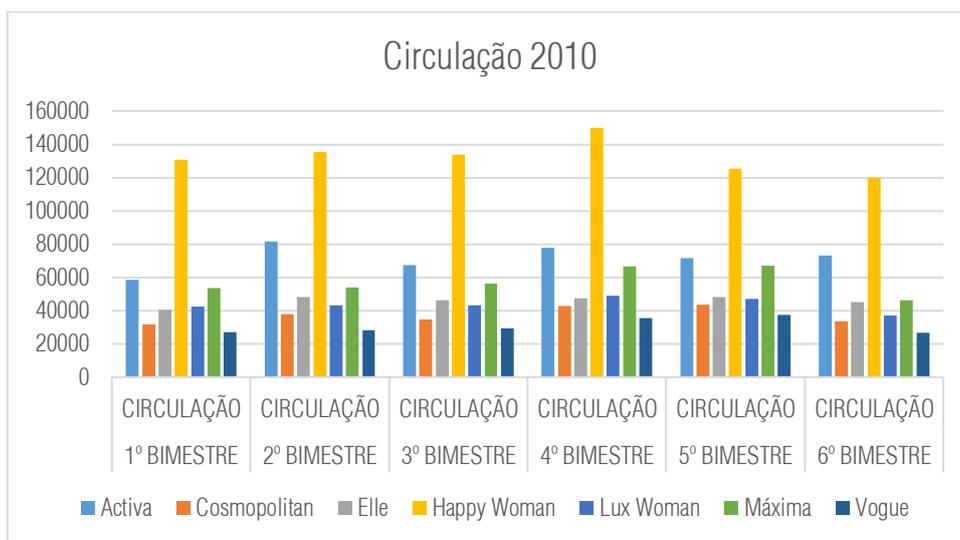


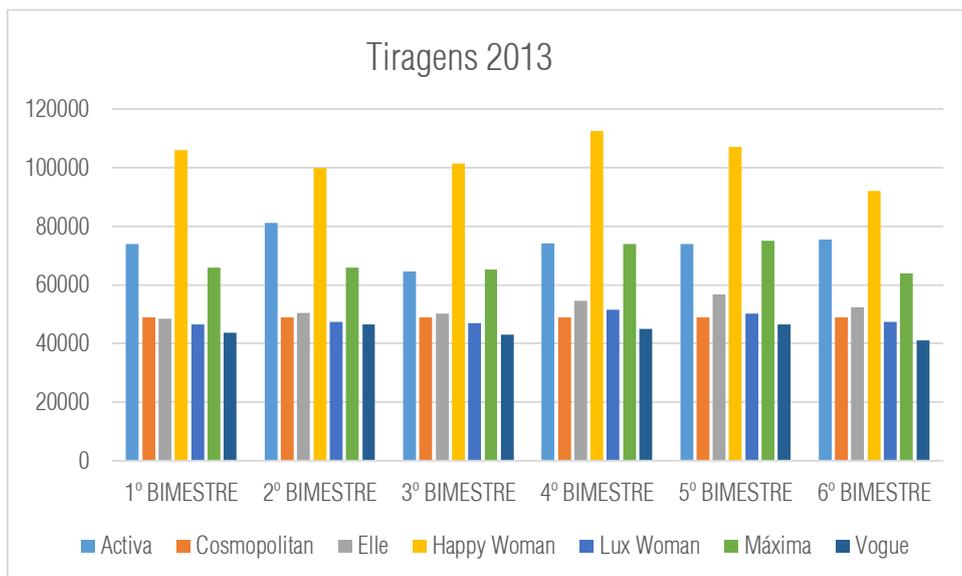
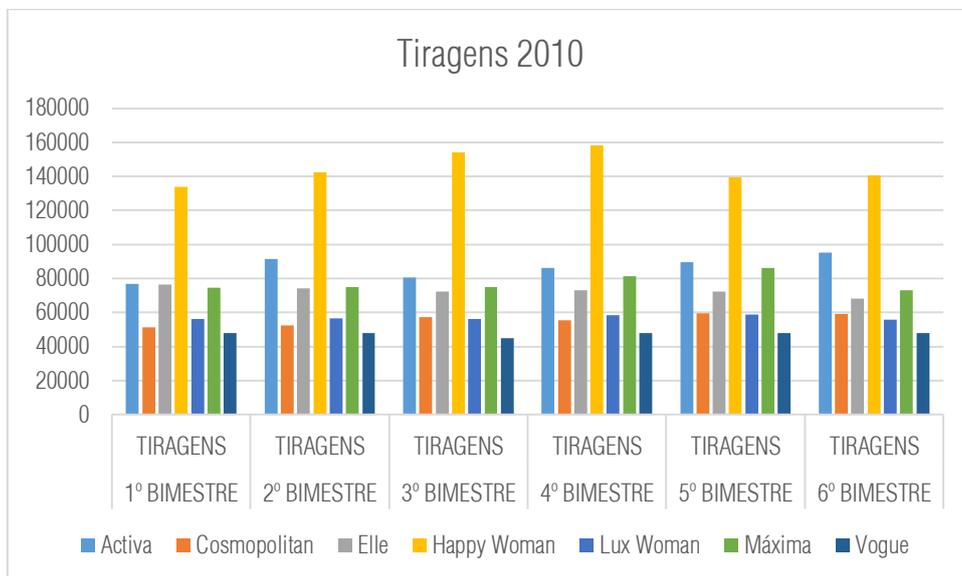
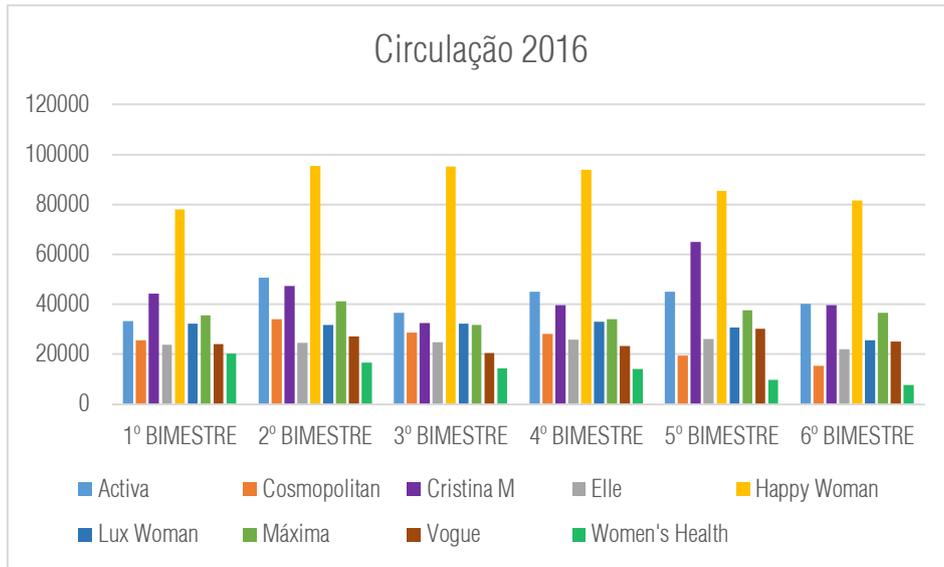
ANEXOS

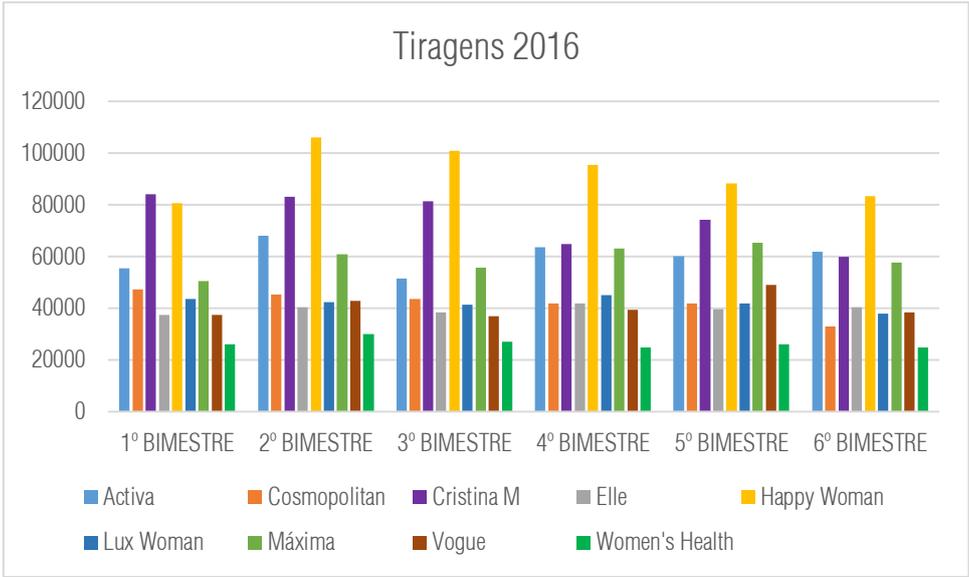


## ANEXOS

Anexo 1 - Tiragem e Circulação das Revistas Femininas em Portugal (2010, 2013, 2016)







Anexo 2 - Média, Frequência e Desvio Padrão de cuidados estéticos e de bem-estar físico por sexo, idade, classe social e orientação sexual.

Frequência		Semanal		Mensal		Anual	
Atividade		Ginásio	Personal Trainer	Massagens e Spa	Tratamentos estéticos	Termas	
<b>Sexo</b>							
<b>Masculino</b>	Média	2,86	2,43	2,53	1,45	1,80	
	Desvio Padrão	1,46	1,27	3,50	0,95	1,26	
	Frequência	89	7	30	29	25	
<b>Feminino</b>	Média	2,76	1,67	1,47	1,73	2,05	
	Desvio Padrão	1,39	0,80	1,25	1,07	3,95	
	Frequência	161	30	113	265	38	
<b>Idade</b>							
<b>18-30 anos</b>	Média	2,87	1,75	1,54	1,78	1,30	
	Desvio Padrão	1,40	0,93	1,19	1,04	0,73	
	N	78	16	37	102	20	
<b>31-59 anos</b>	Média	2,71	1,84	1,72	1,65	2,47	
	Desvio Padrão	1,39	1,02	2,26	1,05	4,07	
	N	150	19	99	184	36	
<b>≥ 60</b>	Média	2,92	-	1,00	1,00	1,00	
	Desvio Padrão	1,62	-	0,00	0,00	0,00	
	N	12	0	1	1	6	
<b>Classe social</b>							
<b>A</b>	Média	2,75	1,83	1,44	1,53	1,93	
	Desvio Padrão	1,25	1,12	0,95	0,85	2,40	
	Frequência	61	12	32	57	14	
<b>B</b>	Média	2,76	2,00	1,38	1,78	1,33	
	Desvio Padrão	1,45	1,41	0,85	1,08	0,57	
	Frequência	71	4	47	101	24	
<b>C</b>	Média	2,96	1,78	2,14	1,77	1,67	
	Desvio Padrão	1,62	0,83	3,47	1,12	1,37	
	Frequência	68	9	37	75	12	
<b>D</b>	Média	2,75	1,50	1,33	1,97	1,00	
	Desvio Padrão	1,39	0,71	0,52	1,33	0,00	
	Frequência	8	2	6	18	3	
<b>Orientação sexual</b>							
<b>Heterossexual</b>	Média	2,84	1,85	1,65	1,69	2,02	
	Desvio Padrão	1,45	0,97	1,99	1,03	3,32	
	Frequência	218	33	127	260	56	
<b>Homossexual</b>	Média	2,91	-	1,60	2,00	1,00	
	Desvio Padrão	1,22	-	0,89	1,41	1	
	Frequência	11	0	5	8	0,00	
<b>Bissexual</b>	Média	2,15	1,67	2,00	1,94	2,00	
	Desvio Padrão	0,80	0,58	1,67	1,30	1,73	
	Frequência	13	3	6	17	3	

Anexo 3 – Médias e desvios padrão do grau de importância atribuído aos cuidados físicos, corpo e moda.

		Muito baixo	Baixo	Médio	Alto	Muito alto	NS/NR	Total
Ao cuidado físico com o seu corpo	N	10	63	324	268	123	9	797
	%	1,30%	7,90%	40,70%	33,60%	15,40%	1,10%	100,00%
Ao cuidado estético (beleza) com o seu corpo	N	16	73	373	237	89	9	797
	%	2,00%	9,20%	46,80%	29,70%	11,20%	1,10%	100,00%
À ideia do corpo são e mente sã	N	5	45	251	295	191	10	797
	%	0,60%	5,60%	31,50%	37,00%	24,00%	1,30%	100,00%
À moda enquanto forma de valorização da aparência física	N	44	124	335	200	79	15	797
	%	5,50%	15,60%	42,00%	25,10%	9,90%	1,90%	100,00%

Anexo 4 - Frequências e percentagens de uso de piercings e tatuagens

	Frequência	Percentagem
<b>Tatuagens</b>		
Sim	200	25,1%
Não	593	74,4%
Total	793	100,0%
Missing	4	(0,5%)
<b>Piercings</b>		
Sim	128	16,1%
Não	658	82,5%
Total	786	100,0%
Missing	11	(1,4%)

Anexo 5 - Últimos três destinos de férias. Top cinco de destinos nacional e internacional e restantes por continentes.

Destino Férias	N	1º Destino	N	2º Destino	N	3º Destino	Total (N)	Total (%)
<b>% TOP 5 Nacional</b>								
Algarve	168	43.0%	120	30.7%	103	26.3%	391	16.4%
Lisboa	31	24.8%	56	44.8%	38	30.4%	125	5.2%
Alentejo	47	38.2%	45	36.3%	31	25.2%	123	5.1%
Aveiro	18	24.3%	26	35.1%	30	40.6%	74	3.1%
Gerês	26	41.33%	17	27.0%	20	31.7%	63	2.6%
Centro	--	--	--	--	--	--	244	10.2%
Norte	--	--	--	--	--	--	162	6.8%
Açores	--	--	--	--	--	--	47	2.0%
Madeira	--	--	--	--	--	--	41	1.7%
<b>% TOP 5 Internacional</b>								
Espanha	84	34.0%	83	33.6%	80	32.4%	247	10.3%
França	31	45.6%	17	25.0%	20	29.4%	68	2.8%
Inglaterra	17	26.1%	25	38.5%	23	35.4%	65	2.7%
Itália	20	37.7%	14	26.4%	19	35.9%	53	2.2%
Holanda	10	29.4%	14	41.2%	10	29.4%	34	1.4%
Europa	--	--	--	--	--	--	189	7.9%
América do Norte	--	--	--	--	--	--	62	2.6%
Ásia	--	--	--	--	--	--	40	1.7%
África	--	--	--	--	--	--	37	1.6%
América do Sul	--	--	--	--	--	--	26	1.1%
Outro	--	--	--	--	--	--	4	0.2%
NR							296	12.4%
Total							2391	100%

Anexo 6 - Destinos que mais gostaram de visitar: Top 5 de destinos nacionais e internacionais, e restantes por continente.

<b>Destinos que mais gostaram de visitar</b>								
<b>Nacional</b>	<b>N</b>	<b>1º Destino</b>	<b>N</b>	<b>2º Destino</b>	<b>N</b>	<b>3º Destino</b>	<b>Total (%)</b>	<b>Total (N)</b>
<b>Algarve</b>	<b>42</b>	<b>28.8%</b>	<b>50</b>	<b>34.2%</b>	<b>54</b>	<b>37.0%</b>	<b>146</b>	<b>5.7%</b>
Alentejo	19	27.5%	22	31.9 %	28	40.6%	68	2.9%
Açores	33	49.3%	21	31.3%	13	19.4%	67	2.8%
Lisboa	20	27.4%	19	26.0%	34	46.6%	73	3.1%
Gerês	31	50.8%	16	26.2%	14	23.0%	61	2.6%
Centro	--	--	--	--	--	--	137	5.7%
Norte	--	--	--	--	--	--	89	3.7%
Madeira	--	--	--	--	--	--	52	2.2%
<b>Internacional</b>								
<b>Espanha</b>	<b>92</b>	<b>11,5%</b>	<b>100</b>	<b>12,5%</b>	<b>97</b>	<b>12,2%</b>	<b>289</b>	<b>12.1%</b>
França	42	5.3%	40	5.0%	42	5.3%	124	5.3%
Itália	45	5.6%	35	4.4%	34	4.3%	114	4.8%
Inglaterra	37	4.6%	35	4.4%	36	4.5%	108	4.5%
Brasil	26	3.3%	22	2.8%	21	2.6%	69	2.9%
Europa	--	--	--	--	--	--	310	13.0%
América do Norte	--	--	--	--	--	--	152	6.4%
Ásia	--	--	--	--	--	--	100	4.2%
África	--	--	--	--	--	--	96	4.0%
América do Sul	--	--	--	--	--	--	15	0.6%
Oceania	--	--	--	--	--	--	8	0.4%
Outro	--	--	--	--	--	--	1	0.1%
NR	80	25.7%	106	34.1%	125	40.2%	311	13.0%
<b>Total</b>	<b>797</b>	<b>--</b>	<b>797</b>	<b>--</b>	<b>797</b>	<b>--</b>	<b>2391</b>	<b>100%</b>

Anexo 7 – Destinos preferidos e de sonho dos inquiridos, numa análise nacional e internacional.

Top 20 Países de sonho	N	1º Lugar	N	2º Lugar	N	3º Lugar	N	Total
<b>Estados Unidos da América</b>	<b>69</b>	<b>8,7%</b>	<b>74</b>	<b>9,3%</b>	<b>68</b>	<b>8,5%</b>	<b>211</b>	<b>26,5%</b>
Brasil	53	6,6%	47	5,9%	27	3,4%	127	15,9%
Itália	32	4,0%	45	5,6%	29	3,6%	106	13,3%
Tailândia	27	3,4%	20	2,5%	38	4,8%	85	10,7%
Austrália	28	3,5%	27	3,4%	23	2,9%	78	9,8%
Japão	30	3,8%	23	2,9%	23	2,9%	76	9,5%
Espanha	19	2,4%	19	2,4%	26	3,3%	64	8,0%
França	21	2,6%	15	1,9%	26	3,3%	62	7,8%
Grécia	25	3,1%	18	2,3%	16	2,0%	59	7,4%
Índia	22	2,8%	18	2,3%	18	2,3%	58	7,3%
Cuba	26	3,3%	18	2,3%	12	1,5%	56	7,0%
Indonésia	22	2,8%	20	2,5%	11	1,4%	53	6,6%
Maldivas	28	3,5%	15	1,9%	6	0,8%	49	6,1%
México	14	1,8%	25	3,1%	9	1,1%	48	6,0%
Inglaterra	9	1,1%	21	2,6%	13	1,6%	43	5,4%
Polinésia Francesa	21	2,6%	13	1,6%	5	0,6%	39	4,9%
<b>Açores</b>	<b>11</b>	<b>1,4%</b>	<b>9</b>	<b>1,1%</b>	<b>15</b>	<b>1,9%</b>	<b>35</b>	<b>4,4%</b>
Dubai	10	1,3%	12	1,5%	13	1,6%	35	4,4%
Nova Zelândia	13	1,6%	10	1,3%	10	1,3%	33	4,1%
China	10	1,3%	8	1,0%	13	1,6%	31	3,9%
Outros*	230	28,9%	253	31,7%	294	36,9%	777	97,5%
NS/NR	77	9,7%	87	10,9%	102	12,8%	266	33,4%
<b>Total</b>	<b>797</b>	<b>100%</b>	<b>797</b>	<b>100%</b>	<b>797</b>	<b>100%</b>	<b>2391</b>	<b>300%*</b>

Anexo 8 – Conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual

Práticas	Sim		Não		Total	
	N	%	N	%	N	%
Bodysushi	269	36,3%	472	63,7%	741	100%
Bodyshot	262	35,5%	476	64,5%	738	100%
Motel Voador	63	8,6%	669	91,4%	732	100%
Jantares às escuras	426	56,6%	326	43,4%	752	100%
Massagens eróticas	688	91,0%	68	9,0%	756	100%
Swing / Troca de casais	708	93,0%	54	7,0%	762	100%
Motel	722	94,9%	39	5,1%	761	100%
Cruzeiro de solteiros	418	56,0%	329	44,0%	747	100%
Sítios de infidelidade	524	69,8%	227	30,2%	751	100%
<b>Prostituição</b>	<b>730</b>	<b>95,4%</b>	<b>35</b>	<b>4,6%</b>	<b>765</b>	100%
<b>Acompanhante de luxo</b>	<b>726</b>	<b>95,4%</b>	<b>35</b>	<b>4,6%</b>	<b>761</b>	100%
Danças eróticas	711	93,8%	47	6,2%	758	100%
Restaurante erótico	540	72,2%	208	27,8%	748	100%
Encontros às cegas	552	74,0%	194	26,0%	746	100%
<b>Sex shops</b>	<b>729</b>	<b>95,4%</b>	<b>35</b>	<b>4,6%</b>	<b>764</b>	100%
Festivais eróticos	574	76,8%	173	23,2%	747	100%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	637	84,7%	115	15,3%	752	100%
Canais de TV para adultos	714	94,1%	45	5,9%	759	100%
Speed dating	393	53,8%	338	46,2%	731	100%

Anexo 9 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com o sexo dos inquiridos.

Práticas		Masculino	Feminino	Total
Bodysushi	N	101	162	263
	%	38,3%	35,6%	36,6%
Bodyshot	N	97	159	256
	%	36,7%	35,2%	35,8%
Motel Voador	N	24	35	59
	%	9,2%	7,8%	8,3%
Jantares às escuras	N	148	267	415
	%	55,6%	57,5%	56,8%
Massagens eróticas	N	244	426	670
	%	92,1%	90,8%	91,3%
Swing / Troca de casais	N	247	444	691
	%	91,8%	94,3%	93,4%
Motel	N	250	453	703
	%	94,0%	95,8%	95,1%
Cruzeiro de solteiros	N	153	254	407
	%	58,4%	54,7%	56,1%
Sítios de infidelidade	N	208	304	512
	%	78,2%	65,5%	70,1%
Prostituição	N	257	453	710
	%	95,2%	95,8%	95,6%
Acompanhante de luxo	N	253	454	707
	%	94,1%	96,2%	95,4%
Danças eróticas	N	248	443	691
	%	93,2%	94,1%	93,8%
Restaurante erótico	N	191	333	524
	%	72,1%	72,1%	72,1%
Encontros às cegas	N	193	346	539
	%	72,8%	75,1%	74,2%
Sex shops	N	258	451	709
	%	95,6%	95,3%	95,4%
Festivais eróticos	N	231	325	556
	%	87,5%	70,3%	76,6%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	233	388	621
	%	87,3%	83,4%	84,8%
Canais de TV para adultos	N	254	442	696
	%	94,4%	94,0%	94,2%
Speed dating	N	143	243	386

---

	%	55,9%	53,3%	54,2%
--	---	-------	-------	-------

---

Anexo 10 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, por escalão etário.

Práticas	Idade	18 - 30	31 - 59	60 ou mais	Total
<b>Bodysushi</b>	N	104	156	3	263
	%	43,7%	35,1%	12,5%	37,2%
<b>Bodyshot</b>	N	126	126	3	255
	%	53,2%	28,4%	12,5%	36,2%
<b>Motel Voador</b>	N	25	34	1	60
	%	10,8%	7,7%	4,2%	8,6%
<b>Jantares às escuras</b>	N	134	262	10	406
	%	56,5%	57,6%	40,0%	56,6%
<b>Massagens eróticas</b>	N	216	428	16	660
	%	90,8%	93,2%	64,0%	91,4%
<b>Swing / Troca de casais</b>	N	229	436	15	680
	%	96,2%	94,8%	53,6%	93,7%
<b>Motel</b>	N	229	448	16	693
	%	95,8%	97,4%	59,3%	95,5%
<b>Cruzeiro de solteiros</b>	N	133	263	6	402
	%	56,4%	58,2%	24,0%	56,4%
<b>Sítios de infidelidade</b>	N	187	311	10	508
	%	78,6%	68,5%	40,0%	70,9%
<b>Prostituição</b>	N	235	443	21	699
	%	97,9%	96,3%	75,0%	96,0%
<b>Acompanhante de luxo</b>	N	233	442	21	696
	%	97,1%	96,5%	77,8%	96,0%
<b>Danças eróticas</b>	N	229	436	17	682
	%	95,8%	95,2%	63,0%	94,2%
<b>Restaurante erótico</b>	N	172	335	9	516
	%	72,9%	74,0%	36,0%	72,3%
<b>Encontros às cegas</b>	N	194	332	7	533
	%	82,6%	73,3%	26,9%	74,6%
<b>Sex shops</b>	N	237	444	18	699
	%	98,3%	96,3%	66,7%	95,9%
<b>Festivais eróticos</b>	N	173	359	17	549
	%	73,6%	79,1%	65,4%	76,8%
<b>Sítios ou aplicações móveis para encontros</b>	N	220	377	15	612
	%	92,1%	83,4%	55,6%	85,2%
<b>Canais de TV para adultos</b>	N	235	431	20	686

	%	97,9%	94,1%	74,1%	94,6%
<b>Speed dating</b>	N	145	235	3	383
	%	61,4%	53,8%	12,0%	54,9%

Anexo 11 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com o estado civil dos inquiridos.

Práticas		Solteiro(a)	Casado(a)	União de Facto	Divorciado(a) / Separado(a)	Viúvo(a)	Total
<b>Bodysushi</b>	N	144	56	38	23	2	263
	%	42,7%	23,1%	41,3%	56,1%	28,6%	36,6%
<b>Bodyshot</b>	N	157	50	32	16	0	255
	%	46,6%	20,8%	35,2%	39,0%	0,0%	35,6%
<b>Motel Voador</b>	N	29	18	9	3	1	60
	%	8,7%	7,6%	9,8%	7,3%	12,5%	8,4%
<b>Jantares às escuras</b>	N	190	134	57	27	6	414
	%	56,0%	53,8%	62,0%	64,3%	75,0%	56,7%
<b>Massagens eróticas</b>	N	313	222	86	42	7	670
	%	92,6%	88,1%	93,5%	95,5%	87,5%	91,3%
<b>Swing / Troca de casais</b>	N	327	229	90	39	6	691
	%	95,9%	89,8%	97,8%	90,7%	66,7%	93,4%
<b>Motel</b>	N	325	237	91	41	8	702
	%	96,2%	92,9%	97,8%	93,2%	100,0%	95,1%
<b>Cruzeiro de solteiros</b>	N	199	125	54	25	4	407
	%	59,2%	50,6%	59,3%	58,1%	50,0%	56,1%
<b>Sítios de infidelidade</b>	N	261	148	72	30	3	514
	%	77,0%	59,9%	78,3%	68,2%	42,9%	70,5%
<b>Prostituição</b>	N	334	234	92	42	7	709
	%	97,7%	92,5%	98,9%	93,3%	77,8%	95,6%
<b>Acompanhante de luxo</b>	N	331	234	91	42	7	705
	%	97,1%	92,9%	97,8%	93,3%	87,5%	95,4%
<b>Danças eróticas</b>	N	323	228	90	43	7	691
	%	95,3%	90,1%	96,8%	97,7%	87,5%	93,8%
<b>Restaurante erótico</b>	N	245	172	74	30	5	526
	%	72,1%	69,9%	80,4%	71,4%	62,5%	72,3%
<b>Encontros às cegas</b>	N	274	154	79	27	5	539
	%	81,3%	62,6%	85,9%	61,4%	62,5%	74,1%
<b>Sex shops</b>	N	334	236	91	41	7	709

	%	97,7%	92,2%	97,8%	93,2%	87,5%	95,4%
<b>Festivais eróticos</b>	N	256	188	71	35	7	557
	%	76,2%	75,5%	76,3%	85,4%	87,5%	76,6%
<b>Sítios ou aplicações móveis para encontros</b>	N	307	184	85	39	7	622
	%	90,3%	73,9%	91,4%	92,9%	87,5%	85,0%
<b>Canais de TV para adultos</b>	N	331	228	90	40	7	696
	%	97,1%	90,1%	97,8%	90,9%	87,5%	94,3%
<b>Speed dating</b>	N	212	95	56	21	1	385
	%	63,1%	40,1%	62,9%	50,0%	14,3%	54,1%

Anexo 12 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com a classe social dos inquiridos.

Práticas		A	B	C	D	Total
<b>Bodysushi</b>	N	66	82	68	11	227
	%	48,2%	39,2%	30,0%	30,6%	37,6%
<b>Bodyshot</b>	N	51	81	71	12	215
	%	37,2%	38,8%	33,0%	34,3%	35,8%
<b>Motel Voador</b>	N	11	13	16	5	45
	%	7,9%	6,2%	35,6%	14,7%	7,5%
<b>Jantares às escuras</b>	N	91	116	121	23	351
	%	64,5%	54,5%	34,5%	63,9%	57,1%
<b>Massagens eróticas</b>	N	136	202	204	32	574
	%	96,5%	94,0%	35,5%	86,5%	92,7%
<b>Swing / Troca de casais</b>	N	140	210	205	34	589
	%	100,0%	97,2%	34,8%	89,5%	94,8%
<b>Motel</b>	N	139	210	215	36	600
	%	98,6%	97,7%	35,8%	94,7%	96,3%
<b>Cruzeiro de solteiros</b>	N	87	118	122	22	349
	%	62,1%	55,4%	35,0%	57,9%	56,9%
<b>Sítios de infidelidade</b>	N	118	146	150	23	437
	%	83,7%	68,9%	34,3%	60,5%	71,2%
<b>Prostituição</b>	N	139	212	215	35	601
	%	99,3%	98,1%	35,8%	92,1%	96,6%
<b>Acompanhante de luxo</b>	N	139	211	214	35	599
	%	99,3%	98,1%	35,7%	92,1%	96,5%
<b>Danças eróticas</b>	N	138	211	205	33	587
	%	98,6%	97,2%	34,9%	86,8%	94,7%
<b>Restaurante erótico</b>	N	111	151	163	26	451
	%	79,3%	70,9%	36,1%	70,3%	73,8%
<b>Encontros às cegas</b>	N	129	163	141	24	457
	%	92,1%	77,3%	30,9%	63,2%	74,9%
<b>Sex shops</b>	N	141	212	215	33	601
	%	100,0%	97,2%	35,8%	86,8%	96,2%
<b>Festivais eróticos</b>	N	120	170	165	29	484
	%	86,3%	78,7%	66,734,0%	78,4%	79,0%
<b>Sítios ou aplicações móveis para encontros</b>	N	132	186	182	30	530
	%	94,3%	86,5%	34,3%	81,1%	86,0%
<b>Canais de TV para adultos</b>	N	140	207	213	33	593

	%	99,3%	95,4%	35,9%	86,8%	95,2%
<b>Speed dating</b>	N	99	119	94	19	331
	%	72,3%	56,7%	28,4%	51,4%	55,4%

Anexo 13 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com a região de residência dos inquiridos.

Região		A. M. Lisboa	Alentejo	Algarve	Centro	Norte	NS/NR	Total
Bodysushi	N	63	21	7	69	54	55	269
	%	51,2%	39,6%	35,0%	25,4%	37,5%	42,6%	36,3%
Bodyshot	N	54	21	7	76	47	57	262
	%	43,9%	40,4%	35,0%	28,0%	32,9%	44,2%	35,5%
Motel Voador	N	9	7	2	20	12	13	63
	%	7,5%	13,5%	10,0%	7,4%	8,3%	10,2%	8,6%
Jantares às escuras	N	87	28	12	134	85	80	426
	%	69,6%	50,9%	60,0%	48,7%	58,6%	60,6%	56,6%
Massagens eróticas	N	119	49	20	241	134	125	688
	%	94,4%	90,7%	100,0%	86,4%	92,4%	94,7%	91,0%
Swing / Troca de casais	N	119	48	19	256	138	128	708
	%	94,4%	87,3%	95,0%	90,8%	94,5%	96,2%	92,9%
Motel	N	118	46	20	267	141	130	722
	%	93,7%	86,8%	100,0%	94,3%	97,2%	97,0%	94,9%
Cruzeiro de solteiros	N	75	31	12	138	89	73	418
	%	60,5%	58,5%	60,0%	50,2%	61,4%	56,2%	56,0%
Sítios de infidelidade	N	94	41	15	174	110	90	524
	%	75,2%	74,5%	75,0%	63,0%	76,4%	68,7%	69,8%
Prostituição	N	120	52	20	264	143	131	730
	%	95,2%	92,9%	100,0%	93,6%	97,9%	97,0%	95,4%
Acompanhante de luxo	N	121	51	20	263	141	130	726
	%	96,0%	91,1%	100,0%	93,6%	97,2%	97,7%	95,4%
Danças eróticas	N	117	51	20	258	136	129	711
	%	92,9%	92,7%	100,0%	92,1%	94,4%	97,0%	93,8%
Restaurante erótico	N	90	33	14	192	112	99	540
	%	72,6%	61,1%	73,7%	69,8%	77,2%	75,6%	72,2%
Encontros às cegas	N	94	40	16	185	109	108	552
	%	75,8%	75,5%	80,0%	67,3%	75,7%	83,1%	74,0%
Sex shops	N	122	51	20	266	141	129	729
	%	96,8%	89,5%	100,0%	93,7%	97,2%	97,7%	95,4%
Festivais eróticos	N	103	42	13	193	115	108	574
	%	83,7%	77,8%	65,0%	69,7%	79,9%	83,7%	76,8%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	112	44	19	223	126	113	637
	%	88,9%	78,6%	95,0%	80,2%	87,5%	88,3%	84,7%
Canais de TV para adultos	N	121	51	19	257	139	127	714

	%	96,0%	91,1%	95,0%	91,5%	95,9%	96,9%	94,1%
Speed dating	N	79	25	11	108	88	82	393
	%	64,2%	47,2%	55,0%	40,0%	63,8%	64,6%	53,8%

Anexo 14 – Distribuições relativas ao conhecimento ou já ter ouvido falar das práticas de lazer erótico e sexual, de acordo com a orientação sexual dos inquiridos.

Orientação sexual		Heterossexual	Homossexual	Bissexual	NS/NR	Total
Bodysushi	N	229	12	22	8	269
	%	35,5%	41,4%	59,5%	23,5%	36,3%
Bodysshot	N	220	14	22	8	262
	%	34,2%	48,3%	59,5%	24,2%	35,5%
Motel Voador	N	51	2	5	5	63
	%	8,0%	6,9%	13,9%	16,1%	8,6%
Jantares às escuras	N	373	18	21	16	426
	%	56,9%	62,1%	56,8%	47,1%	56,6%
Massagens eróticas	N	601	27	35	29	688
	%	91,2%	93,1%	94,6%	82,9%	91,0%
Swing / Troca de casais	N	626	27	35	24	708
	%	94,1%	93,1%	94,6%	68,6%	92,9%
Motel	N	633	27	36	30	722
	%	95,3%	93,1%	97,3%	85,7%	94,9%
Cruzeiro de solteiros	N	364	18	22	16	418
	%	55,9%	62,1%	59,5%	47,1%	56,0%
Sítios de infidelidade	N	460	24	30	14	524
	%	70,1%	82,8%	81,1%	42,4%	69,8%
Prostituição	N	640	27	37	30	730
	%	96,0%	93,1%	100,0%	83,3%	95,4%
Acompanhante de luxo	N	638	27	36	29	726
	%	95,8%	93,1%	97,3%	87,9%	95,4%
Danças eróticas	N	622	28	36	29	711
	%	93,7%	96,6%	97,3%	90,6%	93,8%
Restaurante erótico	N	477	21	24	21	540
	%	72,8%	72,4%	66,7%	65,6%	72,2%
Encontros às cegas	N	485	24	31	16	552
	%	74,2%	82,8%	86,1%	51,6%	74,0%
Sex shops	N	639	28	37	29	729
	%	95,7%	96,6%	100,0%	85,3%	95,4%
Festivais eróticos	N	501	26	28	22	574
	%	76,3%	89,7%	77,8%	75,9%	76,8%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	562	25	34	20	637
	%	85,0%	86,2%	91,9%	69,0%	84,7%

Canais de TV para adultos	N	628	27	35	28	714
	%	94,4%	93,1%	94,6%	87,5%	94,1%
Speed dating	N	338	18	30	10	393
	%	52,6%	62,1%	83,3%	35,7%	53,8%

Anexo 15 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual.

	n	Sim	N	Não	N	Total
Bodysushi	49	6,5%	700	93,5%	749	100%
Bodyshot	81	10,9%	663	89,1%	744	100%
Motel Voador	24	3,2%	719	96,8%	743	100%
Jantares às escuras	92	12,3%	655	87,7%	747	100%
Massagens eróticas	277	37,1%	470	62,9%	747	100%
Swing / Troca de casais	174	23,2%	576	76,8%	750	100%
<b>Motel</b>	<b>580</b>	<b>76,8%</b>	<b>175</b>	<b>23,2%</b>	<b>755</b>	100%
Cruzeiro de solteiros	127	16,9%	623	83,1%	750	100%
Sítios de infidelidade	327	43,5%	424	56,5%	751	100%
Prostituição	553	73,1%	203	26,9%	756	100%
Acompanhante de luxo	313	41,7%	438	58,3%	751	100%
Danças eróticas	376	50,0%	376	50,0%	752	100%
Restaurante erótico	265	35,3%	486	64,7%	751	100%
Encontros às cegas	136	18,1%	614	81,9%	750	100%
<b>Sex shops</b>	<b>607</b>	<b>80,4%</b>	<b>148</b>	<b>19,6%</b>	<b>755</b>	100%
Festivais eróticos	356	47,5%	393	52,5%	749	100%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	447	59,8%	301	40,2%	748	100%
<b>Canais de TV para adultos</b>	<b>616</b>	<b>81,6%</b>	<b>139</b>	<b>18,4%</b>	<b>755</b>	100%
Speed dating	86	11,6%	655	88,4%	741	100%

Anexo 16 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo o sexo dos inquiridos.

	Sexo	Masculino	Feminino	Total
Bodysushi	N	17	30	47
	%	6,5%	6,4%	6,4%
Bodyshot	N	31	47	78
	%	11,9%	10,1%	10,7%
Motel Voador	N	13	11	24
	%	5,0%	2,4%	3,3%
Jantares às escuras	N	36	54	90
	%	13,8%	11,5%	12,3%
Massagens eróticas	N	129	143	272
	%	48,9%	30,7%	37,3%
Swing / Troca de casais	N	73	100	173
	%	27,5%	21,4%	23,6%
Motel	N	216	353	569
	%	81,5%	74,9%	77,3%
Cruzeiro de solteiros	N	57	68	125
	%	21,6%	14,5%	17,1%
Sítios de infidelidade	N	140	183	323
	%	52,6%	39,2%	44,1%
Prostituição	N	208	336	544
	%	77,9%	71,5%	73,8%
Acompanhante de luxo	N	136	170	306
	%	51,3%	36,4%	41,8%
Danças eróticas	N	145	225	370
	%	54,7%	48,1%	50,5%
Restaurante erótico	N	111	150	261
	%	41,9%	32,1%	35,7%
Encontros às cegas	N	62	72	134
	%	23,7%	15,3%	18,3%
Sex shops	N	220	379	599
	%	83,0%	80,5%	81,4%
Festivais eróticos	N	156	195	351
	%	59,3%	41,8%	48,1%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	181	260	441
	%	68,6%	55,9%	60,5%

Canais de TV para adultos	N	231	374	605
	%	86,8%	79,6%	82,2%
Speed dating	N	37	46	83
	%	14,3%	9,9%	11,5%

Anexo 17 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo o escalão etário dos inquiridos.

Idade		18 - 30 anos	31 - 59 anos	60 anos ou mais	Total
Bodysushi	N	18	28	1	47
	%	7,6%	6,2%	3,7%	6,6%
Bodysshot	N	46	30	1	77
	%	19,5%	6,7%	3,7%	10,8%
Motel Voador	N	8	15	1	24
	%	3,4%	3,4%	3,7%	3,4%
Jantares às escuras	N	32	55	3	90
	%	13,5%	12,2%	11,5%	12,6%
Massagens eróticas	N	92	167	9	268
	%	38,8%	37,1%	33,3%	37,5%
Swing / Troca de casais	N	51	112	5	168
	%	21,6%	24,8%	17,9%	23,5%
Motel	N	181	363	16	560
	%	76,4%	79,8%	55,2%	77,7%
Cruzeiro de solteiros	N	41	79	4	124
	%	17,4%	17,4%	14,3%	17,3%
Sítios de infidelidade	N	108	205	7	320
	%	45,4%	45,5%	24,1%	44,6%
Prostituição	N	184	337	16	537
	%	77,3%	74,2%	53,3%	74,4%
Acompanhante de luxo	N	94	196	12	302
	%	39,7%	43,4%	42,9%	42,1%
Danças eróticas	N	141	214	11	366
	%	59,2%	47,3%	39,3%	51,0%
Restaurante erótico	N	82	168	6	256
	%	34,5%	37,2%	22,2%	35,7%
Encontros às cegas	N	54	75	3	132
	%	22,8%	16,6%	11,1%	18,4%
Sex shops	N	205	367	16	588
	%	86,5%	80,7%	55,2%	81,6%
Festivais eróticos	N	104	232	9	345
	%	44,1%	51,3%	33,3%	48,3%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	169	262	5	436
	%	71,3%	58,4%	17,9%	61,1%
Canais de TV para adultos	N	206	373	18	597

	%	86,6%	82,0%	64,3%	82,8%
Speed dating	N	26	56	1	83
	%	11,1%	12,6%	3,8%	11,7%

Anexo 18 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo o estado civil dos inquiridos.

Estado Civil		Solteiro(a)	Casado(a)	União de facto	Divorciado(a) / Separado(a)	Viúvo(a)	Total
Bodysushi	N	24	14	4	4	1	47
	%	7,1%	5,5%	4,3%	10,0%	16,7%	6,5%
Bodyshot	N	54	13	7	3	0	77
	%	16,2%	5,2%	7,6%	7,3%	0,0%	10,6%
Motel Voador	N	8	10	4	1	1	24
	%	2,4%	4,0%	4,3%	2,5%	14,3%	3,3%
Jantares às escuras	N	43	27	11	7	1	89
	%	12,8%	10,7%	12,0%	17,1%	16,7%	12,2%
Massagens eróticas	N	137	78	30	21	4	270
	%	40,9%	31,0%	32,6%	50,0%	57,1%	37,1%
Swing / Troca de casais	N	84	47	26	12	3	172
	%	25,0%	18,6%	28,3%	29,3%	37,5%	23,6%
Motel	N	262	188	75	36	6	567
	%	77,7%	73,7%	79,8%	85,7%	85,7%	77,1%
Cruzeiro de solteiros	N	65	37	17	5	1	125
	%	19,5%	14,5%	18,3%	11,6%	14,3%	17,1%
Sítios de infidelidade	N	165	83	50	23	2	323
	%	49,1%	32,7%	53,8%	53,5%	33,3%	44,1%
Prostituição	N	263	166	71	36	5	541
	%	78,3%	65,1%	76,3%	83,7%	55,6%	73,5%
Acompanhante de luxo	N	151	86	45	20	4	306
	%	45,1%	34,0%	48,4%	46,5%	57,1%	41,9%
Danças eróticas	N	197	88	52	26	4	367
	%	58,6%	34,8%	55,9%	60,5%	57,1%	50,1%
Restaurante erótico	N	133	73	38	15	2	261
	%	39,7%	28,9%	40,9%	34,9%	28,6%	35,7%
Encontros às cegas	N	77	27	20	8	1	133
	%	23,0%	10,7%	21,7%	18,6%	14,3%	18,2%
Sex shops	N	292	187	77	36	6	598
	%	86,9%	73,0%	82,8%	83,7%	85,7%	81,4%
Festivais eróticos	N	167	105	46	26	5	349
	%	50,2%	41,3%	49,5%	61,9%	71,4%	47,9%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	240	108	58	28	5	439
	%	71,9%	42,9%	63,0%	65,1%	71,4%	60,3%
Canais de TV para adultos	N	295	190	75	37	6	603

	%	87,5%	74,2%	80,6%	88,1%	85,7%	82,0%
Speed dating	N	46	18	16	5	0	85
	%	13,9%	7,2%	17,2%	12,2%	0,0%	11,8%

Anexo 19 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo a região de residência dos inquiridos.

Região		A. M. Lisboa	Alentejo	Algarve	Centro	Norte	NS/NR	Total
Bodysushi	N	13	1	1	15	11	8	49
	%	10,6%	1,8%	5,0%	5,5%	7,7%	6,0%	6,5%
Bodyshot	N	23	5	3	25	14	11	81
	%	19,0%	9,1%	15,0%	9,1%	9,9%	8,5%	10,9%
Motel Voador	N	5	1	0	6	8	4	24
	%	4,1%	1,8%	0,0%	2,2%	5,6%	3,1%	3,2%
Jantares às escuras	N	18	3	2	33	21	15	92
	%	14,9%	5,4%	10,0%	12,0%	14,7%	11,5%	12,3%
Massagens eróticas	N	51	17	9	97	60	43	277
	%	41,5%	30,4%	45,0%	35,3%	41,7%	33,3%	37,1%
Swing / Troca de casais	N	44	5	3	61	37	24	174
	%	36,1%	8,9%	15,0%	22,0%	25,5%	18,5%	23,2%
Motel	N	100	29	14	223	114	100	580
	%	81,3%	51,8%	70,0%	79,6%	78,6%	76,3%	76,8%
Cruzeiro de solteiros	N	27	8	2	44	29	17	127
	%	22,1%	14,3%	10,0%	15,9%	20,1%	13,0%	16,9%
Sítios de infidelidade	N	73	19	11	111	65	48	327
	%	58,9%	33,9%	55,0%	39,9%	45,1%	37,2%	43,5%
Prostituição	N	101	31	11	205	108	97	553
	%	80,8%	55,4%	55,0%	73,5%	74,5%	74,0%	73,1%
Acompanhante de luxo	N	69	20	10	105	63	46	313
	%	55,6%	35,7%	50,0%	37,9%	43,8%	35,4%	41,7%
Danças eróticas	N	80	23	10	119	76	68	376
	%	64,5%	41,1%	50,0%	42,8%	52,8%	52,3%	50,0%
Restaurante erótico	N	53	5	3	87	65	52	265
	%	42,7%	8,9%	15,0%	31,3%	45,5%	40,0%	35,3%
Encontros às cegas	N	35	6	3	38	28	26	136
	%	28,7%	10,7%	15,0%	13,8%	19,3%	19,8%	18,1%
Sex shops	N	114	36	17	209	126	105	607
	%	92,7%	64,3%	85,0%	74,9%	86,9%	79,5%	80,4%
Festivais eróticos	N	71	19	7	115	74	70	356
	%	58,7%	33,9%	35,0%	41,7%	51,4%	53,0%	47,5%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	94	24	14	143	95	77	447
	%	76,4%	42,9%	70,0%	51,8%	66,4%	59,2%	59,8%
Canais de TV para adultos	N	113	39	18	221	117	108	616

	%	91,1%	69,6%	90,0%	79,5%	80,7%	81,8%	81,6%
Speed dating	N	21	3	1	24	23	14	86
	%	17,4%	5,5%	5,0%	8,9%	16,1%	10,6%	11,6%

Anexo 20 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo a classe social dos inquiridos.

Classe social		A	B	C1	C2	D	Total
Bodysushi	N	10	17	0	9	2	38
	%	7,1%	8,0%	0,0%	4,2%	5,4%	6,2%
Bodyshot	N	13	20	0	24	4	61
	%	9,4%	9,4%	0,0%	11,1%	11,1%	10,0%
Motel Voador	N	4	5	0	6	2	17
	%	2,9%	2,3%	0,0%	2,8%	5,4%	2,8%
Jantares às escuras	N	21	23	0	25	6	75
	%	15,0%	10,7%	0,0%	11,6%	16,7%	12,3%
Massagens eróticas	N	62	78	0	84	19	243
	%	44,3%	36,4%	0,0%	38,7%	51,4%	39,8%
Swing / Troca de casais	N	37	45	0	58	12	152
	%	26,6%	20,9%	0,0%	26,6%	32,4%	24,8%
Motel	N	122	173	2	168	32	497
	%	87,1%	80,5%	66,7%	76,4%	84,2%	80,7%
Cruzeiro de solteiros	N	25	41	0	33	10	109
	%	17,9%	19,1%	0,0%	15,2%	26,3%	17,8%
Sítios de infidelidade	N	71	95	2	95	16	279
	%	50,7%	44,4%	66,7%	43,4%	42,1%	45,4%
Prostituição	N	117	168	2	160	27	474
	%	83,6%	78,5%	66,7%	72,4%	71,1%	76,9%
Acompanhante de luxo	N	66	85	1	96	17	265
	%	47,5%	39,7%	33,3%	43,8%	44,7%	43,2%
Danças eróticas	N	79	108	1	105	22	315
	%	56,8%	50,5%	33,3%	47,7%	57,9%	51,3%
Restaurante erótico	N	64	78	0	74	16	232
	%	46,0%	36,6%	0,0%	33,6%	42,1%	37,8%
Encontros às cegas	N	26	33	0	44	10	113
	%	18,4%	15,4%	0,0%	20,2%	27,0%	18,4%
Sex shops	N	127	184	2	172	32	517
	%	90,1%	85,6%	66,7%	78,2%	84,2%	83,8%
Festivais eróticos	N	83	109	1	94	21	308
	%	58,9%	50,9%	33,3%	43,3%	56,8%	50,3%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	106	131	2	122	21	382
	%	76,3%	61,5%	66,7%	56,0%	56,8%	62,6%
Canais de TV para adultos	N	128	188	2	177	32	527

	%	90,8%	87,0%	66,7%	80,5%	86,5%	85,4%
Speed dating	N	19	24	0	20	8	71
	%	13,5%	11,4%	0,0%	9,3%	22,9%	11,8%

Anexo 21 – Distribuições relativas a conhecerem a localização das práticas de lazer erótico e sexual, segundo a orientação sexual dos inquiridos.

Orientação sexual		Heterossexual	Homossexual	Bissexual	NS/NR	Total
Bodysushi	N	36	3	7	4	49
	%	5,5%	10,3%	19,4%	12,5%	6,5%
Bodyshot	N	64	6	8	4	81
	%	9,8%	21,4%	22,2%	13,3%	10,9%
Motel Voador	N	17	2	3	2	24
	%	2,6%	7,1%	8,3%	6,5%	3,2%
Jantares às escuras	N	80	5	6	1	92
	%	12,2%	17,2%	16,7%	3,2%	12,3%
Massagens eróticas	N	234	17	17	10	277
	%	35,7%	58,6%	47,2%	33,3%	37,1%
Swing / Troca de casais	N	146	12	14	3	174
	%	22,2%	41,4%	38,9%	9,4%	23,2%
Motel	N	511	25	30	18	580
	%	77,1%	86,2%	83,3%	58,1%	76,8%
Cruzeiro de solteiros	N	111	8	8	1	127
	%	16,8%	27,6%	22,2%	3,3%	16,9%
Sítios de infidelidade	N	287	11	24	7	327
	%	43,4%	37,9%	66,7%	24,1%	43,5%
Prostituição	N	485	23	30	18	553
	%	73,3%	79,3%	83,3%	54,5%	73,1%
Acompanhante de luxo	N	268	13	22	11	313
	%	40,7%	44,8%	61,1%	35,5%	41,7%
Danças eróticas	N	325	17	26	12	376
	%	49,2%	58,6%	72,2%	38,7%	50,0%
Restaurante erótico	N	234	12	16	6	265
	%	35,5%	41,4%	44,4%	19,4%	35,3%
Encontros às cegas	N	116	9	9	3	136
	%	17,6%	31,0%	25,0%	9,7%	18,1%
Sex shops	N	537	26	34	14	607
	%	81,1%	89,7%	94,4%	43,8%	80,4%
Festivais eróticos	N	311	19	21	8	356
	%	47,3%	65,5%	58,3%	26,7%	47,5%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	387	23	30	10	447
	%	59,0%	79,3%	83,3%	32,3%	59,8%
Canais de TV para adultos	N	545	25	33	17	616

	%	82,2%	86,2%	91,7%	54,8%	81,6%
Speed dating	N	75	5	5	2	86
	%	11,5%	17,2%	13,9%	6,7%	11,6%

Anexo 22 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual.

	n	Sim	n	Não	n	Total
Bodysushi	7	0,9%	732	99,1%	739	100%
Bodyshot	37	5,0%	702	95,0%	739	100%
Motel Voador	3	0,4%	734	99,6%	737	100%
Jantares às escuras	20	2,7%	724	97,3%	744	100%
Massagens eróticas	96	12,9%	650	87,1%	746	100%
Swing / Troca de casais	16	2,2%	728	97,8%	744	100%
<b>Motel</b>	<b>191</b>	<b>25,5%</b>	<b>557</b>	<b>74,4%</b>	<b>748</b>	100%
Cruzeiro de solteiros	6	0,8%	739	99,2%	745	100%
Sítios de infidelidade	24	3,2%	720	96,8%	744	100%
Prostituição	32	4,3%	712	95,7%	744	100%
Acompanhante de luxo	13	1,7%	730	98,3%	743	100%
Danças eróticas	100	13,4%	647	86,6%	747	100%
Restaurante erótico	65	8,7%	679	91,3%	744	100%
Encontros às cegas	31	4,2%	713	95,8%	744	100%
<b>Sex shops</b>	<b>289</b>	<b>38,7%</b>	<b>458</b>	<b>61,3%</b>	<b>747</b>	100%
Festivais eróticos	61	8,2%	684	91,8%	745	100%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	108	14,6%	634	85,4%	742	100%
<b>Canais de TV para adultos</b>	<b>273</b>	<b>36,7%</b>	<b>471</b>	<b>63,3%</b>	<b>744</b>	100%
Speed dating	9	1,2%	719	98,8%	728	100%

Anexo 23 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo o sexo dos inquiridos.

<b>Sexo</b>		<b>Masculino</b>	<b>Feminino</b>	<b>Total</b>
Bodysushi	N	4	2	6
	%	1,6%	,4%	,8%
Bodyshot	N	16	19	35
	%	6,2%	4,1%	4,9%
Motel Voador	N	2	1	3
	%	,8%	,2%	,4%
Jantares às escuras	N	12	7	19
	%	4,6%	1,5%	2,6%
Massagens eróticas	N	42	52	94
	%	16,0%	11,2%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	8	8	16
	%	3,1%	1,7%	2,2%
Motel	N	78	109	187
	%	29,5%	23,4%	25,6%
Cruzeiro de solteiros	N	3	2	5
	%	1,1%	,4%	,7%
Sítios de infidelidade	N	20	4	24
	%	7,6%	,9%	3,3%
Prostituição	N	29	1	30
	%	11,1%	,2%	4,1%
Acompanhante de luxo	N	12	0	12
	%	4,6%	0,0%	1,7%
Danças eróticas	N	59	40	99
	%	22,4%	8,6%	13,6%
Restaurante erótico	N	28	35	63
	%	10,7%	7,6%	8,7%
Encontros às cegas	N	23	6	29
	%	8,8%	1,3%	4,0%
Sex shops	N	110	177	287
	%	41,4%	38,2%	39,4%
Festivais eróticos	N	26	34	60
	%	9,9%	7,3%	8,3%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	68	39	107
	%	26,1%	8,4%	14,8%
Canais de TV para adultos	N	127	141	268
	%	47,9%	30,6%	36,9%

Speed dating	N	7	1	8
	%	2,7%	,2%	1,1%

Anexo 24 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo o escalão etário dos inquiridos.

Idade		18 - 30 anos	31 - 59 anos	60 anos ou mais	Total
Bodysushi	N	4	3	0	7
	%	1,7%	,7%	0,0%	1,0%
Bodyshot	N	24	12	0	36
	%	10,4%	2,7%	0,0%	5,1%
Motel Voador	N	2	1	0	3
	%	,9%	,2%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	8	10	0	18
	%	3,4%	2,2%	0,0%	2,5%
Massagens eróticas	N	37	54	1	92
	%	15,9%	12,0%	3,3%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	4	11	0	15
	%	1,7%	2,4%	0,0%	2,1%
Motel	N	54	122	3	179
	%	23,2%	27,0%	10,0%	25,0%
Cruzeiro de solteiros	N	4	2	0	6
	%	1,7%	,4%	0,0%	,8%
Sítios de infidelidade	N	9	15	0	24
	%	3,9%	3,3%	0,0%	3,4%
Prostituição	N	8	20	3	31
	%	3,4%	4,5%	10,0%	4,4%
Acompanhante de luxo	N	3	9	1	13
	%	1,3%	2,0%	3,3%	1,8%
Danças eróticas	N	41	55	1	97
	%	17,4%	12,2%	3,3%	13,6%
Restaurante erótico	N	14	46	0	60
	%	6,0%	10,2%	0,0%	8,4%
Encontros às cegas	N	13	14	0	27
	%	5,6%	3,1%	0,0%	3,8%
Sex shops	N	91	184	6	281
	%	38,9%	40,9%	20,0%	39,4%
Festivais eróticos	N	17	40	1	58
	%	7,3%	8,9%	3,3%	8,1%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	46	57	2	105
	%	19,7%	12,8%	6,7%	14,8%
Canais de TV para adultos	N	83	175	6	264
	%	35,6%	39,1%	19,4%	37,1%
Speed dating	N	4	4	0	8
	%				

---

	%	1,7%	,9%	0,0%	1,1%
--	---	------	-----	------	------

---

Anexo 25 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo o estado civil dos inquiridos.

Estado Civil		Solteiro(a)	Casado(a)	União de facto	Divorciado(a) / Separado(a)	Viúvo(a)	Total
Bodysushi	N	3	1	2	1	0	7
	%	,9%	,4%	2,2%	2,5%	0,0%	1,0%
Bodysshot	N	27	4	4	1	0	36
	%	8,2%	1,6%	4,4%	2,4%	0,0%	5,0%
Motel Voador	N	1	1	1	0	0	3
	%	,3%	,4%	1,1%	0,0%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	8	6	4	1	0	19
	%	2,4%	2,4%	4,3%	2,4%	0,0%	2,6%
Massagens eróticas	N	52	20	13	7	3	95
	%	15,8%	7,9%	14,0%	16,7%	37,5%	13,1%
Swing / Troca de casais	N	9	4	3	0	0	16
	%	2,7%	1,6%	3,2%	0,0%	0,0%	2,2%
Motel	N	93	48	28	16	2	187
	%	27,8%	18,9%	30,4%	39,0%	28,6%	25,7%
Cruzeiro de solteiros	N	3	1	2	0	0	6
	%	,9%	,4%	2,2%	0,0%	0,0%	,8%
Sítios de infidelidade	N	15	4	2	3	0	24
	%	4,5%	1,6%	2,2%	7,1%	0,0%	3,3%
Prostituição	N	15	5	6	5	0	31
	%	4,5%	2,0%	6,5%	11,9%	0,0%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	4	3	3	3	0	13
	%	1,2%	1,2%	3,3%	7,1%	0,0%	1,8%
Danças eróticas	N	61	15	15	6	1	98
	%	18,3%	5,9%	16,3%	14,3%	16,7%	13,5%
Restaurante erótico	N	32	17	8	6	0	63
	%	9,6%	6,7%	8,6%	14,3%	0,0%	8,7%
Encontros às cegas	N	20	3	4	2	0	29
	%	6,0%	1,2%	4,3%	4,8%	0,0%	4,0%
Sex shops	N	151	69	40	23	2	285
	%	45,2%	27,3%	43,5%	54,8%	28,6%	39,1%
Festivais eróticos	N	38	8	8	7	0	61
	%	11,4%	3,2%	8,7%	16,7%	0,0%	8,4%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	70	11	11	11	2	105
	%	21,0%	4,4%	12,0%	26,8%	33,3%	14,5%

Canais de TV para adultos	N	127	78	42	21	1	269
	%	38,1%	31,1%	45,2%	50,0%	16,7%	37,1%
Speed dating	N	5	1	2	0	0	8
	%	1,5%	,4%	2,2%	0,0%	0,0%	1,1%

Anexo 26 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo a região de residência dos inquiridos.

Região		A. M. Lisboa	Alentejo	Algarve	Centro	Norte	NS/NR	Total
Bodysushi	N	2	0	0	3	2	0	7
	%	1,7%	0,0%	0,0%	1,1%	1,4%	0,0%	,9%
Bodyshot	N	13	2	1	12	7	2	37
	%	10,7%	3,6%	5,3%	4,4%	5,0%	1,5%	5,0%
Motel Voador	N	1	0	0	1	1	0	3
	%	,8%	0,0%	0,0%	,4%	,7%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	8	1	1	5	3	2	20
	%	6,6%	1,8%	5,3%	1,8%	2,1%	1,5%	2,7%
Massagens eróticas	N	34	5	3	28	15	11	96
	%	27,6%	8,8%	15,8%	10,3%	10,5%	8,4%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	8	0	0	4	3	1	16
	%	6,7%	0,0%	0,0%	1,5%	2,1%	,8%	2,2%
Motel	N	51	6	2	67	34	31	191
	%	41,5%	10,5%	10,5%	24,5%	23,6%	23,7%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	1	1	0	3	1	0	6
	%	,8%	1,8%	0,0%	1,1%	,7%	0,0%	,8%
Sítios de infidelidade	N	9	1	0	8	5	1	24
	%	7,4%	1,8%	0,0%	2,9%	3,5%	,8%	3,2%
Prostituição	N	3	3	0	14	7	5	32
	%	2,5%	5,3%	0,0%	5,1%	4,9%	3,8%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	2	1	0	7	2	1	13
	%	1,7%	1,8%	0,0%	2,6%	1,4%	,8%	1,7%
Danças eróticas	N	31	4	2	20	22	21	100
	%	25,4%	7,0%	10,5%	7,3%	15,3%	16,0%	13,4%
Restaurante erótico	N	15	0	0	18	19	13	65
	%	12,4%	0,0%	0,0%	6,6%	13,2%	9,9%	8,7%
Encontros às cegas	N	9	1	1	6	10	4	31
	%	7,4%	1,8%	5,3%	2,2%	7,0%	3,1%	4,2%
Sex shops	N	73	16	6	88	57	49	289
	%	58,9%	28,1%	31,6%	32,5%	39,3%	37,4%	38,7%
Festivais eróticos	N	19	3	0	19	15	5	61
	%	15,6%	5,3%	0,0%	7,0%	10,4%	3,8%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	26	6	1	33	27	15	108
	%	21,5%	10,5%	5,3%	12,1%	18,9%	11,5%	14,6%
Canais de TV para adultos	N	60	16	4	87	54	52	273
	%	48,8%	28,1%	21,1%	32,1%	37,5%	40,0%	36,7%
Speed dating	N	2	0	0	1	5	1	9
	%							

---

%	1,7%	0,0%	0,0%	,4%	3,5%	,8%	1,2%
---	------	------	------	-----	------	-----	------

---

Anexo 27 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo a classe social dos inquiridos.

Classe Social		A	B	C1	C2	D	Total
Bodysushi	N	2	1	0	2	0	5
	%	1,4%	,5%	0,0%	,9%	0,0%	,8%
Bodyshot	N	7	8	0	13	2	30
	%	5,0%	3,8%	0,0%	6,1%	5,6%	5,0%
Motel Voador	N	1	0	0	1	0	2
	%	,7%	0,0%	0,0%	,5%	0,0%	,3%
Jantares às escuras	N	4	3	0	2	3	12
	%	2,8%	1,4%	0,0%	,9%	8,3%	2,0%
Massagens eróticas	N	20	22	0	32	8	82
	%	14,1%	10,2%	0,0%	14,9%	21,6%	13,4%
Swing / Troca de casais	N	1	3	0	7	0	11
	%	,7%	1,4%	0,0%	3,3%	0,0%	1,8%
Motel	N	45	52	0	53	16	166
	%	31,9%	24,2%	0,0%	24,3%	43,2%	27,0%
Cruzeiro de solteiros	N	1	0	0	1	0	2
	%	,7%	0,0%	0,0%	,5%	0,0%	,3%
Sítios de infidelidade	N	3	5	0	9	2	19
	%	2,1%	2,3%	0,0%	4,2%	5,6%	3,1%
Prostituição	N	9	7	0	7	3	26
	%	6,3%	3,3%	0,0%	3,3%	8,3%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	4	2	0	3	1	10
	%	2,8%	,9%	0,0%	1,4%	2,8%	1,6%
Danças eróticas	N	25	23	0	36	4	88
	%	17,7%	10,7%	0,0%	16,5%	11,1%	14,4%
Restaurante erótico	N	18	15	0	19	4	56
	%	12,7%	7,0%	0,0%	8,8%	11,4%	9,2%
Encontros às cegas	N	4	7	0	10	1	22
	%	2,8%	3,3%	0,0%	4,7%	2,9%	3,6%
Sex shops	N	74	85	0	84	13	256
	%	52,1%	39,5%	0,0%	38,5%	36,1%	41,7%
Festivais eróticos	N	16	9	0	23	6	54
	%	11,3%	4,2%	0,0%	10,7%	16,7%	8,8%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	29	21	0	40	6	96
	%	20,6%	9,8%	0,0%	18,7%	16,7%	15,8%
Canais de TV para adultos	N	71	79	0	76	13	239
	%	50,0%	36,9%	0,0%	35,2%	36,1%	39,1%
Speed dating	N	1	3	0	2	0	6
	%	,7%	1,4%	0,0%	,9%	0,0%	,8%

---

	%	,7%	1,4%	0,0%	,9%	0,0%	1,0%
--	---	-----	------	------	-----	------	------

---

Anexo 28 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual segundo a orientação sexual dos inquiridos.

Orientação sexual		Heterossexual	Homossexual	Bissexual	NS/NR	Total
Bodysushi	N	4	0	3	0	7
	%	,6%	0,0%	8,3%	0,0%	,9%
Bodyshot	N	27	2	7	1	37
	%	4,2%	6,9%	19,4%	3,1%	5,0%
Motel Voador	N	1	0	2	0	3
	%	,2%	0,0%	5,6%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	15	1	3	1	20
	%	2,3%	3,4%	8,3%	3,1%	2,7%
Massagens eróticas	N	82	5	8	2	96
	%	12,6%	17,2%	22,2%	6,3%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	8	1	7	0	16
	%	1,2%	3,4%	19,4%	0,0%	2,2%
Motel	N	162	7	19	6	191
	%	24,7%	24,1%	52,8%	18,8%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	3	0	2	1	6
	%	,5%	0,0%	5,6%	3,1%	,8%
Sítios de infidelidade	N	19	3	2	0	24
	%	2,9%	10,3%	5,6%	0,0%	3,2%
Prostituição	N	29	0	1	2	32
	%	4,5%	0,0%	2,8%	6,3%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	12	0	1	0	13
	%	1,8%	0,0%	2,9%	0,0%	1,7%
Danças eróticas	N	83	3	13	4	100
	%	12,7%	10,3%	36,1%	12,5%	13,4%
Restaurante erótico	N	54	3	7	1	65
	%	8,3%	10,3%	19,4%	3,2%	8,7%
Encontros às cegas	N	20	4	4	3	31
	%	3,1%	13,8%	11,1%	9,7%	4,2%
Sex shops	N	243	14	28	8	289
	%	37,1%	48,3%	77,8%	25,8%	38,7%
Festivais eróticos	N	49	3	10	0	61
	%	7,5%	10,3%	27,8%	0,0%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	77	13	14	5	108
	%	11,8%	44,8%	40,0%	17,2%	14,6%
Canais de TV para adultos	N	228	16	24	9	273
	%	34,9%	55,2%	66,7%	30,0%	36,7%

Speed dating	N	4	2	2	1	9
	%	,6%	6,9%	5,6%	4,0%	1,2%

Anexo 29 – Participação nas práticas de lazer erótico e sexual e os cuidados estéticos e de saúde

	Por semana	Ginásio	Personal Trainer
Bodysushi	Média	1,00	,14
	N	7	7
	Desvio Padrão	1,00	0,38
Bodyshot	Média	1,27	,19
	N	37	37
	Desvio Padrão	1,82	0,52
Motel Voador	Média	1,33	0,00
	N	3	3
	Desvio Padrão	1,15	0,00
<b>Jantares às escuras</b>	<b>Média</b>	<b>1,50</b>	<b>,40</b>
	N	20	20
	Desvio Padrão	1,73	1,14
Massagens eróticas	Média	1,14	,16
	N	96	96
	Desvio Padrão	1,74	0,53
Swing / Troca de casais	Média	,75	,06
	N	16	16
	Desvio Padrão	1,39	0,25
Motel	Média	1,00	,06
	N	191	190
	Desvio Padrão	1,60	0,38
Cruzeiro de solteiros	Média	1,00	,17
	N	6	6
	Desvio Padrão	1,10	0,41
Sítios de infidelidade	Média	1,04	0,00
	N	24	24
	Desvio Padrão	1,68	0,00
Prostituição	Média	,81	0,00
	N	32	32
	Desvio Padrão	1,73	0,00
Acompanhante de luxo	Média	1,38	,38
	N	13	13
	Desvio Padrão	1,85	1,39
Danças eróticas	Média	1,09	,09
	N	99	99
	Desvio Padrão	1,62	0,41
Restaurante erótico	Média	1,08	,15
	N	65	65
	Desvio Padrão	1,54	0,54
Encontros às cegas	Média	1,00	0,00
	N	31	31
	Desvio Padrão	1,65	0,00
Sex Shops	Média	1,02	,10
	N	288	288
	Desvio Padrão	1,58	0,44
Festivais eróticos	Média	1,28	,18

	N	60	60
	Desvio Padrão	1,58	0,57
Sítios ou aplicações móveis para encontros	Média	1,15	,12
	N	107	107
	Desvio Padrão	1,75	0,45
Canais de televisão para adultos	Média	,94	,07
	N	271	271
	Desvio Padrão	1,59	0,41
Speed dating	Média	1,44	0,00
	N	9	9
	Desvio Padrão	1,94	0,00

	Por mês	Massagens e Spa	Tratamentos estéticos
Bodysushi	Média	,14	,57
	N	7	7
	Desvio Padrão	0,38	1,51
<b>Bodyshot</b>	<b>Média</b>	<b>,24</b>	<b>1,03</b>
	N	37	36
	Desvio Padrão	0,49	1,46
Motel Voador	Média	0,00	0,00
	N	3	3
	Desvio Padrão	0,00	0,00
Jantares às escuras	Média	,45	,75
	N	20	20
	Desvio Padrão	0,69	1,02
<b>Massagens eróticas</b>	<b>Média</b>	<b>,83</b>	<b>,86</b>
	N	96	96
	Desvio Padrão	2,37	1,33
Swing / Troca de casais	Média	,50	,38
	N	16	16
	Desvio Padrão	1,10	0,62
Motel	Média	,45	,73
	N	191	190
	Desvio Padrão	1,61	1,03
Cruzeiro de solteiros	Média	0,00	,17
	N	6	6
	Desvio Padrão	0,00	0,41
Sítios de infidelidade	Média	,17	,38
	N	24	24
	Desvio Padrão	0,48	0,88
Prostituição	Média	,28	,03
	N	32	32
	Desvio Padrão	0,92	0,18
Acompanhante de luxo	Média	,31	,15
	N	13	13
	Desvio Padrão	0,63	0,38
Danças eróticas	Média	,65	,70

	N	99	99
	Desvio Padrão	2,24	1,11
Restaurante erótico	Média	,52	,80
	N	65	65
	Desvio Padrão	1,09	1,24
Encontros às cegas	Média	,42	,29
	N	31	31
	Desvio Padrão	0,92	0,74
Sex Shops	Média	,41	,75
	N	288	287
	Desvio Padrão	1,42	1,08
Festivais eróticos	Média	,40	,92
	N	60	60
	Desvio Padrão	0,92	1,18
Sítios ou aplicações móveis para encontros	Média	,46	,59
	N	107	107
	Desvio Padrão	2,01	1,05
Canais de televisão para adultos	Média	,34	,58
	N	271	270
	Desvio Padrão	1,42	0,93
Speed dating	Média	,22	,33
	N	9	9
	Desvio Padrão	0,44	0,71

	Por ano	Termas
Bodysushi	Média	,14
	N	7
	Desvio Padrão	0,38
Bodyshot	Média	,14
	N	37
	Desvio Padrão	0,42
Motel Voador	Média	0,00
	N	3
	Desvio Padrão	0,00
Jantares às escuras	Média	,40
	N	20
	Desvio Padrão	0,88
Massagens eróticas	Média	,28
	N	95
	Desvio Padrão	0,74
Swing / Troca de casais	Média	,19
	N	16
	Desvio Padrão	0,54
Motel	Média	,17
	N	189
	Desvio Padrão	0,57
Cruzeiro de solteiros	Média	0,00
	N	6

	Desvio Padrão	0,00
Sítios de infidelidade	Média	,25
	N	24
	Desvio Padrão	1,03
Prostituição	Média	,19
	N	32
	Desvio Padrão	0,47
Acompanhante de luxo	Média	,15
	N	13
	Desvio Padrão	0,55
Danças eróticas	Média	,27
	N	99
	Desvio Padrão	0,67
Restaurante erótico	Média	,26
	N	65
	Desvio Padrão	0,80
<b>Encontros às cegas</b>	<b>Média</b>	<b>,48</b>
	N	31
	Desvio Padrão	1,12
Sex Shops	Média	,16
	N	287
	Desvio Padrão	0,59
Festivais eróticos	Média	,23
	N	60
	Desvio Padrão	0,79
Sítios ou aplicações móveis para encontros	Média	,19
	N	107
	Desvio Padrão	0,65
Canais de televisão para adultos	Média	,17
	N	272
	Desvio Padrão	0,57
Speed dating	Média	,44
	N	9
	Desvio Padrão	1,01

Anexo 30 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual e o uso de piercings e tatuagens corporais

		Possui tatuagens?		Total
		Sim	Não	
Bodysushi	N	3	4	7
	%	1,6%	,7%	,9%
Bodyshot	N	14	23	37
	%	7,3%	4,2%	5,0%
Motel Voador	N	1	2	3
	%	,5%	,4%	,4%
Jantares às escuras	N	7	13	20
	%	3,6%	2,4%	2,7%
Massagens eróticas	N	43	52	95
	%	22,1%	9,5%	12,8%
Swing / Troca de casais	N	9	7	16
	%	4,6%	1,3%	2,2%
Motel	N	69	121	190
	%	35,6%	21,9%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	1	5	6
	%	,5%	,9%	,8%
Sítios de infidelidade	N	6	18	24
	%	3,1%	3,3%	3,2%
Prostituição	N	7	25	32
	%	3,6%	4,6%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	4	9	13
	%	2,1%	1,6%	1,8%
Danças eróticas	N	39	61	100
	%	20,1%	11,1%	13,4%
Restaurante erótico	N	24	41	65
	%	12,4%	7,5%	8,8%
Encontros às cegas	N	13	18	31
	%	6,7%	3,3%	4,2%
<b>Sex Shops</b>	N	108	180	288
	%	<b>55,4%</b>	32,7%	38,7%
Festivais eróticos	N	23	38	61
	%	12,0%	6,9%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	36	72	108
	%	18,7%	13,2%	14,6%
Canais de televisão para adultos	N	87	184	271
	%	44,8%	33,6%	36,5%
Speed dating	N	4	5	9
	%	2,1%	,9%	1,2%

		Possui piercings?		Total
		Sim	Não	
Bodysushi	N	2	5	7
	%	1,7%	,8%	1,0%
Bodyshot	N	16	21	37
	%	13,3%	3,4%	5,1%
Motel Voador	N	1	2	3
	%	,8%	,3%	,4%
Jantares às escuras	N	5	15	20
	%	4,1%	2,4%	2,7%
Massagens eróticas	N	32	63	95
	%	26,2%	10,2%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	10	6	16
	%	8,3%	1,0%	2,2%
Motel	N	42	149	191
	%	34,7%	24,1%	25,8%
Cruzeiro de solteiros	N	1	5	6
	%	,8%	,8%	,8%
Sítios de infidelidade	N	5	19	24
	%	4,1%	3,1%	3,3%
Prostituição	N	2	30	32
	%	1,6%	4,9%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	0	13	13
	%	0,0%	2,1%	1,8%
Danças eróticas	N	29	70	99
	%	23,8%	11,3%	13,4%
Restaurante erótico	N	18	47	65
	%	14,8%	7,6%	8,8%
Encontros às cegas	N	8	22	30
	%	6,6%	3,6%	4,1%
<b>Sex Shops</b>	N	66	221	287
	%	<b>54,1%</b>	35,8%	38,8%
Festivais eróticos	N	17	43	60
	%	13,9%	7,0%	8,1%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	21	86	107
	%	17,4%	14,0%	14,6%
Canais de televisão para adultos	N	58	213	271
	%	47,5%	34,7%	36,8%
Speed dating	N	3	6	9
	%	2,5%	1,0%	1,3%

Anexo 30 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual e o consumo de produtos de estética e cosmética.

		After Shave	Maquiagem	Perfume	Água de colônia	Crems Hidratantes	Crems adelgacantes	Outros
Bodysushi	Média	2,00	1,57	5,00	1,43	4,00	1,43	0,00
	N	7	7	7	7	7	7	7
	Desvio Padrão	2,52	2,82	2,89	2,57	3,27	2,70	0,00
Bodyshot	Média	,81	1,84	6,19	,81	5,30	1,35	,51
	N	37	37	37	37	37	37	37
	Desvio Padrão	1,80	2,56	3,75	2,03	4,41	3,73	1,68
<b>Motel Voador</b>	<b>Média</b>	<b>3,33</b>	<b>2,33</b>	<b>7,00</b>	<b>2,33</b>	<b>3,00</b>	<b>2,33</b>	<b>0,00</b>
	N	3	3	3	3	3	3	3
	Desvio Padrão	3,51	4,04	0,00	4,04	3,61	4,04	0,00
Jantares às escuras	Média	2,40	1,95	6,75	1,85	4,45	,40	,10
	N	20	20	20	20	20	20	20
	Desvio Padrão	3,03	2,74	1,12	3,08	3,10	1,57	0,45
<b>Massagens eróticas</b>	<b>Média</b>	<b>1,31</b>	<b>2,26</b>	<b>5,76</b>	<b>1,13</b>	<b>5,17</b>	<b>,90</b>	<b>,65</b>
	N	95	96	96	96	96	96	96
	Desvio Padrão	2,36	2,79	2,36	2,45	3,47	2,16	4,18
<b>Swing / Troca de casais</b>	<b>Média</b>	<b>2,00</b>	<b>2,25</b>	<b>6,06</b>	<b>1,88</b>	<b>5,31</b>	<b>,88</b>	<b>,19</b>
	N	16	16	16	16	16	16	16
	Desvio Padrão	2,90	3,07	2,64	3,10	4,80	2,39	0,75
Motel	Média	1,18	2,39	5,72	,94	5,05	,62	,54
	N	188	190	190	190	191	190	191
	Desvio Padrão	2,25	2,89	2,60	2,35	3,48	1,78	3,19
Cruzeiro de solteiros	Média	2,17	1,67	5,33	1,33	2,17	1,17	0,00
	N	6	6	6	6	6	6	6
	Desvio Padrão	2,64	2,88	2,58	2,80	2,86	2,86	0,00
Sítios de infidelidade	Média	2,25	,92	5,92	1,42	3,17	,88	,54
	N	24	24	24	24	24	24	24
	Desvio Padrão	2,71	2,21	2,28	2,65	3,09	2,36	1,56
Prostituição	Média	2,42	,16	4,03	1,25	2,50	,22	,25
	N	32	32	32	32	32	32	32
	Desvio Padrão	2,77	0,88	2,79	2,62	2,87	1,24	1,24
Acompanhante de luxo	Média	3,08	0,00	4,46	1,69	2,23	,54	,54
	N	13	13	13	13	13	13	13
	Desvio Padrão	2,99	0,00	3,13	3,04	2,71	1,94	1,94
Danças eróticas	Média	1,10	1,77	5,39	1,19	4,52	,51	,37

	N	100	99	100	100	100	99	100
	Desvio Padrão	2,07	2,61	2,88	2,47	3,28	1,55	1,36
Restaurante erótico	Média	,96	1,97	5,52	1,35	5,05	,75	,46
	N	65	65	65	65	65	65	65
	Desvio Padrão	1,92	2,68	2,70	2,55	3,04	1,91	1,71
Encontros às cegas	Média	1,50	1,06	5,97	2,00	4,35	,45	,52
	N	31	31	31	31	31	31	31
	Desvio Padrão	2,45	2,16	2,34	3,08	3,06	1,75	1,77
<b>Sex Shops</b>	Média	,92	<b>2,42</b>	5,53	,83	5,20	,77	,40
	N	287	289	289	289	289	289	289
	Desvio Padrão	2,09	2,84	2,93	2,21	3,38	2,29	1,52
Festivais eróticos	Média	1,11	2,25	5,64	1,39	5,20	,77	,21
	N	61	61	61	61	61	61	61
	Desvio Padrão	2,25	2,71	2,51	2,85	3,33	1,90	1,03
Sítios ou aplicações móveis para encontros	Média	1,31	1,43	5,21	,86	4,22	,29	,31
	N	107	108	108	108	108	108	108
	Desvio Padrão	2,47	2,33	2,82	2,30	3,46	1,14	1,36
Canais de televisão para adultos	Média	1,09	1,77	5,20	1,06	4,95	,52	,30
	N	271	271	272	272	272	271	273
	Desvio Padrão	2,18	2,56	2,99	2,46	3,32	1,91	1,31
<b>Speed dating</b>	Média	2,00	1,67	<b>7,00</b>	<b>2,33</b>	4,56	,78	0,00
	N	9	9	9	9	9	9	9
	Desvio Padrão	3,00	2,69	0,00	3,50	3,13	2,33	0,00

Anexo 31 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual e as práticas de lazer e turismo

	I_2.GastronomiaVinhos					Total	
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Bodysushi	N	0	0	0	3	4	7
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,9%	1,5%	1,0%
Bodyshot	N	0	3	0	11	23	37
	%	0,0%	7,1%	0,0%	3,3%	8,4%	5,1%
Motel Voador	N	0	0	0	1	2	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,3%	,7%	,4%
Jantares às escuras	N	0	2	0	8	10	20
	%	0,0%	4,9%	0,0%	2,4%	3,6%	2,7%
Massagens eróticas	N	0	8	6	34	46	94
	%	0,0%	19,0%	8,2%	10,2%	16,4%	12,8%
Swing	N	0	0	0	6	10	16
	%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	3,6%	2,2%
Motel	N	1	13	13	81	79	187
	%	14,3%	31,0%	17,8%	24,1%	28,2%	25,3%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	0	4	2	6
	%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	,7%	,8%
Sítios de infidelidade	N	0	0	1	8	15	24
	%	0,0%	0,0%	1,4%	2,4%	5,4%	3,3%
Prostituição	N	0	1	3	13	15	32
	%	0,0%	2,4%	4,2%	3,9%	5,4%	4,4%
Acompanhante de luxo	N	0	1	1	4	7	13
	%	0,0%	2,4%	1,4%	1,2%	2,5%	1,8%
Danças eróticas	N	1	5	2	37	54	99
	%	14,3%	12,2%	2,7%	11,0%	19,3%	13,4%
Restaurante erótico	N	2	3	4	31	25	65
	%	28,6%	7,3%	5,5%	9,3%	9,0%	8,9%
Encontros às cegas	N	0	2	2	12	15	31
	%	0,0%	4,9%	2,7%	3,6%	5,4%	4,2%
Sex Shops	N	2	10	24	118	130	284
	%	28,6%	24,4%	32,9%	35,4%	45,9%	38,5%
Festivais eróticos	N	0	2	1	25	32	60
	%	0,0%	4,9%	1,4%	7,5%	11,4%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	0	5	10	43	49	107
	%	0,0%	12,2%	13,7%	12,9%	17,6%	14,6%

Canais de TV para adultos	N	2	10	21	114	122	269
	%	28,6%	24,4%	28,8%	34,2%	43,6%	36,6%
Speed dating	N	0	1	0	3	5	9
	%	0,0%	2,4%	0,0%	,9%	1,8%	1,3%

		I_2.EspetaculosMusicas					Total
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Bodysushi	N	0	0	0	2	5	7
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,6%	1,6%	1,0%
Bodyshot	N	0	0	1	11	25	37
	%	0,0%	0,0%	2,0%	3,1%	7,8%	5,0%
Motel Voador	N	0	0	0	1	2	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,3%	,6%	,4%
Jantares às escuras	N	0	0	0	7	13	20
	%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	4,0%	2,7%
Massagens eróticas	N	0	1	3	47	44	95
	%	0,0%	14,3%	6,1%	13,0%	13,6%	12,8%
Swing	N	0	0	0	7	9	16
	%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	2,8%	2,2%
Motel	N	1	1	14	92	82	190
	%	50,0%	14,3%	28,0%	25,4%	25,3%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	1	2	3	6
	%	0,0%	0,0%	2,0%	,6%	,9%	,8%
Sítios de infidelidade	N	0	1	1	11	11	24
	%	0,0%	14,3%	2,0%	3,0%	3,4%	3,2%
Prostituição	N	0	0	5	17	10	32
	%	0,0%	0,0%	10,2%	4,7%	3,1%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	0	0	0	8	5	13
	%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	1,6%	1,8%
Danças eróticas	N	0	1	8	35	54	98
	%	0,0%	14,3%	16,0%	9,7%	16,7%	13,2%
Restaurante erótico	N	0	0	6	29	30	65
	%	0,0%	0,0%	12,2%	8,0%	9,3%	8,8%
Encontros às cegas	N	0	0	3	11	17	31
	%	0,0%	0,0%	6,1%	3,1%	5,3%	4,2%
Sex Shops	N	0	2	18	123	145	288
	%	0,0%	28,6%	36,7%	34,1%	44,6%	38,7%
Festivais eróticos	N	0	1	2	23	35	61
	%	0,0%	14,3%	4,2%	6,4%	10,8%	8,2%

Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	0	2	7	47	52	108
	%	0,0%	28,6%	14,3%	13,1%	16,1%	14,6%
Canais de TV para adultos	N	0	0	17	113	141	271
	%	0,0%	0,0%	34,7%	31,4%	43,7%	36,6%
Speed dating	N	0	0	0	3	6	9
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,9%	1,9%	1,2%

		I_2.SaudeBemEstar					Total
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Bodysushi	N	0	0	1	4	2	7
	%	0,0%	0,0%	1,1%	,9%	1,0%	1,0%
Bodyshot	N	0	0	9	21	7	37
	%	0,0%	0,0%	9,5%	4,8%	3,6%	5,1%
Motel Voador	N	0	0	0	2	1	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,5%	,5%	,4%
Jantares às escuras	N	0	0	0	10	10	20
	%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	5,1%	2,7%
Massagens eróticas	N	0	1	11	57	26	95
	%	0,0%	16,7%	11,3%	13,1%	13,3%	12,9%
Swing	N	0	0	2	8	6	16
	%	0,0%	0,0%	2,1%	1,8%	3,0%	2,2%
Motel	N	2	1	23	119	44	189
	%	50,0%	16,7%	23,7%	27,3%	22,2%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	0	4	2	6
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,9%	1,0%	,8%
Sítios de infidelidade	N	1	0	6	11	6	24
	%	25,0%	0,0%	6,2%	2,5%	3,0%	3,3%
Prostituição	N	1	0	6	19	6	32
	%	25,0%	0,0%	6,3%	4,4%	3,0%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	1	0	0	9	3	13
	%	25,0%	0,0%	0,0%	2,1%	1,5%	1,8%
Danças eróticas	N	2	0	19	53	23	97
	%	40,0%	0,0%	19,8%	12,2%	11,7%	13,1%
Restaurante erótico	N	0	0	11	36	16	63
	%	0,0%	0,0%	11,3%	8,3%	8,2%	8,5%
Encontros às cegas	N	0	0	10	15	6	31
	%	0,0%	0,0%	10,3%	3,5%	3,0%	4,2%
Sex Shops	N	2	2	45	167	69	285

	%	40,0%	33,3%	46,4%	38,4%	35,0%	38,5%
Festivais eróticos	N	1	0	8	33	19	61
	%	25,0%	0,0%	8,3%	7,6%	9,6%	8,3%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	0	0	22	60	26	108
	%	0,0%	0,0%	22,9%	13,9%	13,2%	14,7%
Canais de TV para adultos	N	1	1	38	167	63	270
	%	25,0%	16,7%	39,6%	38,5%	32,0%	36,6%
Speed dating	N	0	0	1	5	3	9
	%	0,0%	0,0%	1,1%	1,2%	1,6%	1,2%

	I_2.EventosCulturais					Total	
	Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro		
Bodysushi	N	0	0	2	1	4	7
	%	0,0%	0,0%	2,2%	,2%	1,9%	1,0%
Bodyshot	N	0	2	7	19	9	37
	%	0,0%	13,3%	7,9%	4,6%	4,2%	5,1%
Motel Voador	N	0	0	1	2	0	3
	%	0,0%	0,0%	,2%	,9%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	0	0	1	12	7	20
	%	0,0%	0,0%	1,1%	2,9%	3,2%	2,7%
Massagens eróticas	N	0	2	17	50	26	95
	%	0,0%	14,3%	18,5%	12,2%	11,9%	12,9%
Swing	N	0	0	0	8	8	16
	%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	3,7%	2,2%
Motel	N	1	5	25	107	50	188
	%	100,0%	35,7%	27,2%	26,0%	22,9%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	1	3	2	6
	%	0,0%	0,0%	1,1%	,7%	,9%	,8%
Sítios de infidelidade	N	0	1	6	10	7	24
	%	0,0%	7,1%	6,7%	2,4%	3,2%	3,3%
Prostituição	N	0	0	8	15	8	31
	%	0,0%	0,0%	8,9%	3,6%	3,7%	4,2%
Acompanhante de luxo	N	0	0	2	7	4	13
	%	0,0%	0,0%	2,2%	1,7%	1,9%	1,8%
Danças eróticas	N	0	4	17	51	27	99
	%	0,0%	28,6%	18,7%	12,3%	12,4%	13,4%
Restaurante erótico	N	0	1	15	31	18	65
	%	0,0%	7,1%	16,5%	7,5%	8,3%	8,9%

Encontros às cegas	N	0	1	7	15	8	31
	%	0,0%	7,1%	7,8%	3,6%	3,7%	4,2%
Sex Shops	N	1	5	38	157	84	285
	%	100,0%	35,7%	42,2%	38,0%	38,5%	38,7%
Festivais eróticos	N	0	1	9	32	18	60
	%	0,0%	7,1%	10,1%	7,8%	8,3%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	0	3	18	59	27	107
	%	0,0%	21,4%	20,2%	14,4%	12,4%	14,6%
Canais de TV para adultos	N	1	3	34	149	81	268
	%	100,0%	21,4%	37,8%	36,3%	37,2%	36,6%
Speed dating	N	0	0	1	4	4	9
	%	0,0%	0,0%	1,1%	1,0%	1,9%	1,3%

		I_2.LazerNoturno					Total
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Bodysushi	N	0	0	1	2	4	7
	%	0,0%	0,0%	1,0%	,5%	2,1%	1,0%
Bodyshot	N	0	0	2	15	20	37
	%	0,0%	0,0%	1,9%	3,8%	10,6%	5,1%
Motel Voador	N	0	0	0	0	3	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	,4%
Jantares às escuras	N	0	0	1	7	12	20
	%	0,0%	0,0%	1,0%	1,8%	6,3%	2,7%
Massagens eróticas	N	0	1	8	47	39	95
	%	0,0%	2,9%	7,8%	11,8%	20,4%	12,9%
Swing	N	0	0	1	7	8	16
	%	0,0%	0,0%	1,0%	1,8%	4,2%	2,2%
Motel	N	3	6	18	104	59	190
	%	27,3%	17,1%	17,3%	26,2%	30,7%	25,7%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	1	1	4	6
	%	0,0%	0,0%	1,0%	,3%	2,1%	,8%
Sítios de infidelidade	N	0	0	1	9	14	24
	%	0,0%	0,0%	1,0%	2,3%	7,3%	3,3%
Prostituição	N	0	2	4	13	12	31
	%	0,0%	5,7%	3,8%	3,3%	6,3%	4,2%
Acompanhante de luxo	N	0	1	1	8	3	13
	%	0,0%	2,9%	1,0%	2,0%	1,6%	1,8%
Danças eróticas	N	1	1	4	48	45	99

	%	9,1%	2,9%	3,9%	12,1%	23,3%	13,4%
Restaurante erótico	N	0	2	7	32	24	65
	%	0,0%	5,7%	6,9%	8,1%	12,6%	8,8%
Encontros às cegas	N	0	0	2	11	18	31
	%	0,0%	0,0%	2,0%	2,8%	9,5%	4,2%
Sex Shops	N	1	8	26	154	98	287
	%	9,1%	22,9%	25,5%	38,8%	50,8%	38,9%
Festivais eróticos	N	1	0	7	26	27	61
	%	9,1%	0,0%	6,8%	6,6%	14,1%	8,3%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	0	2	9	52	43	106
	%	0,0%	5,7%	8,8%	13,2%	22,6%	14,5%
Canais de TV para adultos	N	1	9	28	142	90	270
	%	9,1%	25,7%	27,2%	35,9%	47,1%	36,7%
Speed dating	N	0	0	0	2	7	9
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,5%	3,7%	1,3%

		I_2.DesportoAventura					Total
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Bodysushi	N	0	0	3	1	3	7
	%	0,0%	0,0%	2,6%	,3%	1,3%	1,0%
Bodyshot	N	0	0	7	16	14	37
	%	0,0%	0,0%	6,0%	4,5%	6,0%	5,0%
Motel Voador	N	0	0	0	1	2	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,3%	,9%	,4%
Jantares às escuras	N	0	0	0	9	11	20
	%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	4,7%	2,7%
Massagens eróticas	N	0	3	12	42	38	95
	%	0,0%	13,6%	10,3%	11,7%	16,1%	12,9%
Swing	N	0	0	0	9	7	16
	%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	3,0%	2,2%
Motel	N	3	3	26	91	67	190
	%	60,0%	13,6%	22,4%	25,3%	28,2%	25,6%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	1	2	3	6
	%	0,0%	0,0%	,9%	,6%	1,3%	,8%
Sítios de infidelidade	N	1	1	2	7	13	24
	%	20,0%	4,5%	1,8%	1,9%	5,5%	3,3%
Prostituição	N	0	1	2	13	15	31
	%	0,0%	4,5%	1,7%	3,6%	6,4%	4,2%

Acompanhante de luxo	N	0	0	1	5	7	13
	%	0,0%	0,0%	,9%	1,4%	3,0%	1,8%
Danças eróticas	N	0	4	9	49	36	98
	%	0,0%	19,0%	7,8%	13,6%	15,1%	13,2%
Restaurante erótico	N	0	2	12	34	16	64
	%	0,0%	9,1%	10,5%	9,5%	6,8%	8,7%
Encontros às cegas	N	0	1	2	16	12	31
	%	0,0%	4,5%	1,8%	4,4%	5,1%	4,2%
Sex Shops	N	1	7	42	146	91	287
	%	20,0%	31,8%	37,2%	40,4%	38,1%	38,8%
Festivais eróticos	N	0	3	8	26	23	60
	%	0,0%	13,6%	7,0%	7,2%	9,7%	8,1%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	2	5	10	43	47	107
	%	40,0%	22,7%	8,8%	12,0%	19,8%	14,5%
Canais de TV para adultos	N	2	9	32	134	93	270
	%	40,0%	40,9%	28,3%	37,2%	39,2%	36,6%
Speed dating	N	0	0	1	5	3	9
	%	0,0%	0,0%	,9%	1,4%	1,3%	1,2%

		I_2. Visitas Culturais				Total	
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Bodysushi	N	0	1	1	2	3	7
	%	0,0%	4,5%	1,0%	,5%	1,7%	1,0%
Bodyshot	N	1	1	10	14	11	37
	%	33,3%	4,5%	9,7%	3,3%	6,2%	5,1%
Motel Voador	N	0	0	0	1	2	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,2%	1,1%	,4%
Jantares às escuras	N	0	0	2	9	9	20
	%	0,0%	0,0%	1,9%	2,1%	5,0%	2,7%
Massagens eróticas	N	1	4	24	44	23	96
	%	33,3%	18,2%	23,1%	10,3%	12,7%	13,0%
Swing	N	0	0	0	7	9	16
	%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	5,0%	2,2%
Motel	N	2	8	35	94	51	190
	%	66,7%	36,4%	33,3%	21,9%	28,2%	25,7%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	2	2	2	6
	%	0,0%	0,0%	1,9%	,5%	1,1%	,8%
Sítios de infidelidade	N	0	2	6	11	5	24

	%	0,0%	9,1%	5,8%	2,6%	2,8%	3,3%
Prostituição	N	0	1	11	13	7	32
	%	0,0%	4,5%	10,5%	3,1%	3,9%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	0	1	2	6	4	13
	%	0,0%	4,5%	1,9%	1,4%	2,2%	1,8%
Danças eróticas	N	3	3	23	45	25	99
	%	100,0%	13,6%	21,7%	10,5%	13,8%	13,4%
Restaurante erótico	N	0	3	14	32	16	65
	%	0,0%	14,3%	13,6%	7,5%	8,8%	8,8%
Encontros às cegas	N	0	1	11	13	6	31
	%	0,0%	4,8%	10,7%	3,0%	3,3%	4,2%
Sex Shops	N	2	9	47	156	74	288
	%	66,7%	40,9%	44,8%	36,4%	40,9%	39,0%
Festivais eróticos	N	0	4	12	29	15	60
	%	0,0%	18,2%	11,7%	6,8%	8,3%	8,1%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	1	8	23	55	21	108
	%	33,3%	36,4%	22,3%	12,9%	11,7%	14,7%
Canais de TV para adultos	N	2	5	50	146	67	270
	%	66,7%	22,7%	48,1%	34,3%	37,0%	36,7%
Speed dating	N	0	0	2	3	4	9
	%	0,0%	0,0%	2,1%	,7%	2,2%	1,2%

		I_2.Natureza				Total	
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Bodysushi	N	0	0	4	1	2	7
	%	0,0%	0,0%	11,8%	,3%	,5%	1,0%
Bodyshot	N	0	0	6	13	18	37
	%	0,0%	0,0%	17,6%	4,3%	4,6%	5,0%
Motel Voador	N	0	0	1	1	1	3
	%	0,0%	0,0%	3,0%	,3%	,3%	,4%
Jantares às escuras	N	0	0	2	6	12	20
	%	0,0%	0,0%	5,9%	2,0%	3,0%	2,7%
Massagens eróticas	N	1	0	8	33	54	96
	%	25,0%	0,0%	23,5%	10,9%	13,6%	13,0%
Swing	N	0	0	2	3	11	16
	%	0,0%	0,0%	5,9%	1,0%	2,8%	2,2%
Motel	N	1	0	10	75	105	191
	%	25,0%	0,0%	30,3%	24,6%	26,4%	25,7%

Cruzeiro de solteiros	N	0	0	2	3	1	6
	%	0,0%	0,0%	5,9%	1,0%	,3%	,8%
Sítios de infidelidade	N	0	0	2	10	12	24
	%	0,0%	0,0%	6,1%	3,3%	3,0%	3,3%
Prostituição	N	0	0	0	10	21	31
	%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%	5,3%	4,2%
Acompanhante de luxo	N	0	0	1	4	8	13
	%	0,0%	0,0%	3,0%	1,3%	2,0%	1,8%
Danças eróticas	N	1	0	9	33	57	100
	%	25,0%	0,0%	27,3%	10,9%	14,3%	13,5%
Restaurante erótico	N	0	0	6	27	32	65
	%	0,0%	0,0%	17,6%	8,9%	8,1%	8,8%
Encontros às cegas	N	0	0	5	12	14	31
	%	0,0%	0,0%	14,7%	3,9%	3,6%	4,2%
Sex Shops	N	2	1	16	117	152	288
	%	50,0%	50,0%	48,5%	38,5%	38,2%	38,9%
Festivais eróticos	N	0	0	4	24	33	61
	%	0,0%	0,0%	11,8%	7,9%	8,3%	8,3%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	0	0	8	49	50	107
	%	0,0%	0,0%	25,0%	16,2%	12,6%	14,5%
Canais de TV para adultos	N	1	0	14	113	144	272
	%	25,0%	0,0%	41,2%	37,4%	36,4%	36,9%
Speed dating	N	0	0	1	5	3	9
	%	0,0%	0,0%	3,0%	1,7%	,8%	1,2%

		I_2.PatrimonioHistoria				Total	
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Bodysushi	N	0	1	1	3	2	7
	%	0,0%	3,7%	,9%	,8%	1,1%	1,0%
Bodyshot	N	1	4	6	19	7	37
	%	16,7%	14,8%	5,5%	4,8%	3,7%	5,1%
Motel Voador	N	0	0	0	2	1	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	,5%	,5%	,4%
Jantares às escuras	N	0	1	2	8	9	20
	%	0,0%	3,6%	1,8%	2,0%	4,7%	2,7%
Massagens eróticas	N	3	8	19	43	23	96
	%	50,0%	28,6%	17,1%	10,9%	11,9%	13,1%
Swing	N	0	0	1	6	9	16

	%	0,0%	0,0%	,9%	1,5%	4,7%	2,2%
Motel	N	4	8	31	94	52	189
	%	66,7%	29,6%	27,2%	23,9%	26,9%	25,7%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	3	2	1	6
	%	0,0%	0,0%	2,7%	,5%	,5%	,8%
Sítios de infidelidade	N	0	4	4	9	6	23
	%	0,0%	14,3%	3,6%	2,3%	3,1%	3,2%
Prostituição	N	1	3	3	17	6	30
	%	16,7%	10,7%	2,7%	4,3%	3,1%	4,1%
Acompanhante de luxo	N	1	1	1	5	4	12
	%	16,7%	3,6%	,9%	1,3%	2,1%	1,6%
Danças eróticas	N	3	8	17	41	29	98
	%	50,0%	27,6%	15,2%	10,4%	15,1%	13,4%
Restaurante erótico	N	0	4	14	24	22	64
	%	0,0%	14,8%	12,5%	6,1%	11,4%	8,8%
Encontros às cegas	N	0	4	6	14	7	31
	%	0,0%	14,3%	5,4%	3,6%	3,6%	4,2%
Sex Shops	N	4	14	47	148	73	286
	%	66,7%	48,3%	42,3%	37,6%	37,8%	39,0%
Festivais eróticos	N	0	4	11	28	17	60
	%	0,0%	14,3%	9,7%	7,2%	8,8%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	2	10	21	49	25	107
	%	33,3%	35,7%	18,9%	12,5%	13,0%	14,7%
Canais de TV para adultos	N	4	13	39	145	67	268
	%	66,7%	46,4%	34,8%	37,0%	34,9%	36,7%
Speed dating	N	0	2	0	4	3	9
	%	0,0%	7,1%	0,0%	1,0%	1,6%	1,3%

		I_2.ReligiaoEspiritualidade					Total
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Bodysushi	N	1	1	2	1	2	7
	%	2,4%	,9%	,8%	,4%	4,8%	1,0%
Bodyshot	N	5	9	12	8	3	37
	%	11,9%	8,2%	4,6%	3,0%	7,1%	5,1%
Motel Voador	N	0	0	1	1	1	3
	%	0,0%	0,0%	,4%	,4%	2,4%	,4%
Jantares às escuras	N	1	1	7	10	1	20
	%	2,4%	,9%	2,7%	3,7%	2,3%	2,8%

Massagens eróticas	N	8	15	31	34	8	96
	%	18,6%	13,5%	11,9%	12,5%	18,2%	13,2%
Swing	N	2	1	4	7	1	15
	%	4,7%	,9%	1,5%	2,6%	2,3%	2,1%
Motel	N	14	28	70	61	15	188
	%	31,8%	25,2%	27,0%	22,4%	33,3%	25,7%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	3	2	1	6
	%	0,0%	0,0%	1,2%	,7%	2,3%	,8%
Sítios de infidelidade	N	4	6	7	5	2	24
	%	9,3%	5,4%	2,7%	1,8%	4,5%	3,3%
Prostituição	N	5	6	9	10	2	32
	%	11,6%	5,4%	3,5%	3,7%	4,5%	4,4%
Acompanhante de luxo	N	2	2	4	4	1	13
	%	4,7%	1,8%	1,5%	1,5%	2,3%	1,8%
Danças eróticas	N	13	16	40	22	7	98
	%	28,9%	14,4%	15,4%	8,1%	15,9%	13,4%
Restaurante erótico	N	7	7	27	16	7	64
	%	15,9%	6,3%	10,4%	5,9%	16,3%	8,8%
Encontros às cegas	N	5	10	7	7	2	31
	%	11,6%	9,0%	2,7%	2,6%	4,5%	4,3%
Sex Shops	N	19	43	105	98	19	284
	%	42,2%	38,7%	40,5%	36,3%	42,2%	38,9%
Festivais eróticos	N	4	9	26	17	5	61
	%	9,1%	8,1%	10,0%	6,3%	11,1%	8,4%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	15	21	39	28	5	108
	%	34,1%	18,9%	15,1%	10,4%	11,4%	14,9%
Canais de TV para adultos	N	21	45	101	82	17	266
	%	47,7%	40,2%	39,1%	30,6%	37,8%	36,6%
Speed dating	N	1	3	2	2	1	9
	%	2,4%	2,7%	,8%	,8%	2,3%	1,3%

		I_2.Viagens				Total	
		Detesto	Não gosto	Não gosto, nem desgosto	Gosto	Adoro	
Body sushi	N	0	0	0	3	4	7
	%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	,7%	1,0%
Bodyshot	N	0	0	1	8	27	36
	%	0,0%	0,0%	6,7%	4,7%	5,0%	5,0%
Motel Voador	N	0	0	0	1	2	3

Filipinas	10	0,9%
Maldivas	10	0,9%
Outros	180	16,9%
NS/NR	216	20,2%
Total	1068	100,0%

Quadro 78 - TOP 15 dos Destinos turísticos que mais se associam a práticas eróticas e sexuais em tempos de lazer. Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por questionário aplicado à população portuguesa.

#### 7.4. Práticas e percepções sobre lazeres alternativos

Com o objetivo de conhecer o que pensam e quais são as atividades de lazer erótico e sexual praticadas pela população portuguesa, questionamos os participantes no nosso estudo sobre se conheciam ou já tinham ouvido falar das práticas, se conheciam a sua localização ou sabiam como as poderiam encontrar, e se já tinham efetivamente participado nelas. Foi apresentada uma lista de dezanove práticas/atividades/ofertas de lazer erótico e sexual, que trataremos agora por categorias, tal como apresentado no Quadro 79.

Categorias	Práticas
Encontros	Encontro às cegas
	<i>Speed dating</i>
Práticas <i>online</i>	<i>Sites</i> infidelidade
	<i>Sites</i> e <i>app</i> encontros
Espetáculos eróticos	Festivais eróticos
	Danças
Festas sexuais	<i>Swing</i> /Troca de casais
Comunicação erótica	Canais televisão para adultos
Serviços	Acompanhante de luxo
	Prostituição
Consumo de produtos	<i>Sex shops</i>
Bem-estar	Massagens eróticas
	<i>Bodysushi</i>
Restauração	<i>Bodyshot</i>
	Restaurante erótico
	Jantar às escuras
Alojamento	Cruzeiro de solteiros
	Motel
	Motel voador

Bodyshot	N	0	0	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,5%	3,6%
Motel Voador	N	0	0	0	0	0	0
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Jantares às escuras	N	0	0	0	2	1	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%	3,2%	5,4%
Massagens eróticas	N	0	0	0	2	7	9
	%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%	22,6%	16,1%
Swing	N	0	0	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,5%	3,6%
Motel	N	0	0	2	1	4	7
	%	0,0%	0,0%	66,7%	5,3%	12,9%	12,5%
Cruzeiro de solteiros	N	0	0	0	0	0	0
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sítios de infidelidade	N	0	0	1	1	2	4
	%	0,0%	0,0%	33,3%	5,3%	6,5%	7,1%
Prostituição	N	0	0	1	1	2	4
	%	0,0%	0,0%	33,3%	5,3%	6,5%	7,1%
Acompanhante de luxo	N	0	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	1,8%
Danças eróticas	N	0	0	0	2	8	10
	%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%	25,0%	17,5%
Restaurante erótico	N	0	0	0	1	5	6
	%	0,0%	0,0%	0,0%	5,3%	16,1%	10,7%
Encontros às cegas	N	0	0	0	1	2	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	5,3%	6,5%	5,4%
Sex Shops	N	0	1	1	6	15	23
	%	0,0%	100,0%	33,3%	31,6%	46,9%	40,4%
Festivais eróticos	N	0	0	0	2	3	5
	%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%	9,7%	8,9%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	0	0	1	2	5	8
	%	0,0%	0,0%	33,3%	10,5%	16,1%	14,3%
Canais de TV para adultos	N	0	0	1	4	16	21
	%	0,0%	0,0%	33,3%	21,1%	51,6%	37,5%
Speed dating	N	0	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	5,3%	0,0%	1,9%

Anexo 34 – Participação em atividades de lazer eróticos e sexual e os destinos de férias dos inquiridos

		1º destino indicado			Total
		Estrangeiro	Nacional	NS/NR	
Bodysushi	N	4	2	1	7
	%	1,5%	,5%	1,9%	,9%
<b>Bodyshot</b>	N	13	<b>23</b>	1	37
	%	4,9%	<b>5,5%</b>	1,9%	5,0%
Motel Voador	N	2	1	0	3
	%	,8%	,2%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	7	12	1	20
	%	2,6%	2,8%	2,0%	2,7%
Massagens eróticas	N	39	53	4	96
	%	14,7%	12,4%	7,7%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	9	7	0	16
	%	3,4%	1,6%	0,0%	2,2%
Motel	N	74	109	8	191
	%	27,8%	25,3%	15,4%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	2	4	0	6
	%	,8%	,9%	0,0%	,8%
<b>Sítios de infidelidade</b>	N	8	<b>16</b>	0	24
	%	3,0%	<b>3,7%</b>	0,0%	3,2%
Prostituição	N	13	18	1	32
	%	4,9%	4,2%	1,9%	4,3%
<b>Acompanhante de luxo</b>	N	3	<b>10</b>	0	13
	%	1,1%	<b>2,3%</b>	0,0%	1,7%
Danças eróticas	N	39	57	4	100
	%	14,7%	13,3%	7,7%	13,4%
Restaurante erótico	N	25	36	4	65
	%	9,4%	8,4%	7,8%	8,7%
Encontros às cegas	N	11	20	0	31
	%	4,1%	4,7%	0,0%	4,2%
Sex shops	N	120	159	10	289
	%	45,1%	37,1%	18,9%	38,7%
Festivais eróticos	N	23	34	4	61
	%	8,6%	8,0%	7,7%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	42	60	6	108
	%	15,9%	14,1%	11,8%	14,6%
Canais de televisão para adultos	N	104	154	15	273
	%	39,1%	36,0%	30,0%	36,7%
Speed dating	N	3	6	0	9
	%	1,2%	1,4%	0,0%	1,2%

		2º destino indicado			
		Estrangeiro	Nacional	NS/NR	Total
Bodysushi	N	4	2	1	7
	%	1,6%	,5%	1,4%	,9%
<b>Bodyshot</b>	N	13	<b>23</b>	1	37
	%	5,1%	<b>5,6%</b>	1,3%	5,0%
Motel Voador	N	2	1	0	3
	%	,8%	,2%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	10	8	2	20
	%	3,9%	1,9%	2,7%	2,7%
Massagens eróticas	N	35	53	8	96
	%	13,6%	12,9%	10,5%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	7	9	0	16
	%	2,7%	2,2%	0,0%	2,2%
Motel	N	71	107	13	191
	%	27,5%	25,8%	17,1%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	2	4	0	6
	%	,8%	1,0%	0,0%	,8%
<b>Sítios de infidelidade</b>	N	8	<b>14</b>	2	24
	%	3,1%	<b>3,4%</b>	2,7%	3,2%
<b>Prostituição</b>	N	8	<b>20</b>	4	32
	%	3,1%	<b>4,8%</b>	5,3%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	5	6	2	13
	%	1,9%	1,5%	2,7%	1,7%
<b>Danças eróticas</b>	N	33	<b>59</b>	8	100
	%	12,7%	<b>14,3%</b>	10,7%	13,4%
Restaurante erótico	N	24	37	4	65
	%	9,3%	9,0%	5,5%	8,7%
Encontros às cegas	N	15	16	0	31
	%	5,8%	3,9%	0,0%	4,2%
Sex shops	N	116	160	13	289
	%	44,8%	38,7%	17,3%	38,7%
Festivais eróticos	N	27	28	6	61
	%	10,4%	6,8%	8,1%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	46	55	7	108
	%	17,8%	13,3%	9,7%	14,6%
Canais de televisão para adultos	N	100	154	19	273
	%	38,6%	37,3%	26,4%	36,7%
Speed dating	N	7	2	0	9
	%	2,8%	,5%	0,0%	1,2%

		3º destino indicado			
		Estrangeiro	Nacional	NS/NR	Total
Bodysushi	N	1	5	1	7
	%	,4%	<b>1,3%</b>	,9%	,9%
Bodyshot	N	15	17	5	37
	%	6,0%	4,5%	4,5%	5,0%
Motel Voador	N	0	3	0	3
	%	0,0%	,8%	0,0%	,4%

Jantares às escuras	N	9	7	4	20
	%	3,6%	1,8%	3,6%	2,7%
Massagens eróticas	N	33	49	14	96
	%	13,1%	12,9%	12,4%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	7	8	1	16
	%	2,8%	2,1%	,9%	2,2%
Motel	N	70	98	23	191
	%	27,9%	25,6%	20,2%	25,5%
<b>Cruzeiro de solteiros</b>	N	0	<b>6</b>	0	6
	%	0,0%	<b>1,6%</b>	0,0%	,8%
Sítios de infidelidade	N	10	9	5	24
	%	4,0%	2,4%	4,5%	3,2%
<b>Prostituição</b>	N	6	<b>20</b>	6	32
	%	2,4%	<b>5,2%</b>	5,4%	4,3%
<b>Acompanhante de luxo</b>	N	2	<b>8</b>	3	13
	%	,8%	<b>2,1%</b>	2,7%	1,7%
Danças eróticas	N	38	46	16	100
	%	15,1%	12,0%	14,2%	13,4%
Restaurante erótico	N	22	32	11	65
	%	8,8%	8,4%	9,9%	8,7%
Encontros às cegas	N	11	16	4	31
	%	4,4%	4,2%	3,6%	4,2%
Sex shops	N	105	158	26	289
	%	41,7%	41,4%	23,0%	38,7%
Festivais eróticos	N	23	30	8	61
	%	9,1%	7,9%	7,2%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	43	50	15	108
	%	17,1%	13,2%	13,6%	14,6%
<b>Canais de televisão para adultos</b>	N	90	<b>155</b>	28	273
	%	35,7%	<b>40,6%</b>	25,5%	36,7%
Speed dating	N	4	5	0	9
	%	1,6%	1,3%	0,0%	1,2%

Anexo 35 – Participação em atividades de lazer eróticos e sexual e os destinos de sonho dos inquiridos

		1º destino indicado			
		Estrangeiro	Nacional	NS/NR	Total
Bodysushi	N	6	0	1	7
	%	,9%	0,0%	1,8%	,9%
Bodyshot	N	35	0	2	37
	%	5,3%	0,0%	3,6%	5,0%
Motel Voador	N	3	0	0	3
	%	,5%	0,0%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	20	0	0	20
	%	3,0%	0,0%	0,0%	2,7%
Massagens eróticas	N	93	1	2	96
	%	14,0%	3,8%	3,6%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	16	0	0	16
	%	2,4%	0,0%	0,0%	2,2%
Motel	N	176	4	11	191
	%	26,4%	15,4%	20,0%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	6	0	0	6
	%	,9%	0,0%	0,0%	,8%
Sítios de infidelidade	N	22	0	2	24
	%	3,3%	0,0%	3,6%	3,2%
Prostituição	N	30	0	2	32
	%	4,5%	0,0%	3,7%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	12	0	1	13
	%	1,8%	0,0%	1,8%	1,7%
Danças eróticas	N	94	1	5	100
	%	14,1%	4,0%	9,1%	13,4%
Restaurante erótico	N	63	0	2	65
	%	9,5%	0,0%	3,7%	8,7%
Encontros às cegas	N	31	0	0	31
	%	4,7%	0,0%	0,0%	4,2%
Sex shops	N	280	1	8	289
	%	42,0%	4,0%	14,5%	38,7%
Festivais eróticos	N	57	0	4	61
	%	8,6%	0,0%	7,3%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	103	1	4	108
	%	15,5%	4,0%	7,4%	14,6%
Canais de televisão para adultos	N	258	4	11	273
	%	38,9%	16,0%	20,0%	36,7%
Speed dating	N	9	0	0	9
	%	1,4%	0,0%	0,0%	1,2%

		2º destino indicado			
		Estrangeiro	Nacional	NS/NR	Total
Bodysushi	N	5	1	1	7
	%	,8%	3,8%	1,5%	,9%
Bodyshot	N	34	1	2	37
	%	5,3%	3,8%	3,0%	5,0%
Motel Voador	N	2	1	0	3
	%	,3%	3,7%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	19	1	0	20
	%	2,9%	3,7%	0,0%	2,7%
Massagens eróticas	N	90	1	5	96
	%	13,8%	3,7%	7,6%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	15	1	0	16
	%	2,3%	3,7%	0,0%	2,2%
Motel	N	173	4	14	191
	%	26,4%	14,8%	21,5%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	5	1	0	6
	%	,8%	3,7%	0,0%	,8%
Sítios de infidelidade	N	22	0	2	24
	%	3,4%	0,0%	3,1%	3,2%
Prostituição	N	29	0	3	32
	%	4,4%	0,0%	4,7%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	12	0	1	13
	%	1,8%	0,0%	1,5%	1,7%
Danças eróticas	N	93	0	7	100
	%	14,2%	0,0%	10,8%	13,4%
Restaurante erótico	N	60	2	3	65
	%	9,2%	7,4%	4,7%	8,7%
Encontros às cegas	N	30	1	0	31
	%	4,6%	3,7%	0,0%	4,2%
Sex shops	N	269	7	13	289
	%	41,1%	25,9%	19,7%	38,7%
Festivais eróticos	N	57	0	4	61
	%	8,7%	0,0%	6,2%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	103	0	5	108
	%	15,8%	0,0%	7,8%	14,6%
Canais de televisão para adultos	N	252	8	13	273
	%	38,6%	30,8%	20,0%	36,7%
Speed dating	N	8	1	0	9
	%	1,3%	4,0%	0,0%	1,2%

		3º destino indicado			
		Estrangeiro	Nacional	NS/NR	Total
Bodysushi	N	5	1	1	7
	%	,8%	3,1%	1,3%	,9%
Bodyshot	N	33	1	3	37
	%	5,3%	3,1%	3,8%	5,0%
Motel Voador	N	2	1	0	3

	%	,3%	3,1%	0,0%	,4%
Jantares às escuras	N	18	2	0	20
	%	2,8%	6,3%	0,0%	2,7%
Massagens eróticas	N	87	3	6	96
	%	13,7%	9,4%	7,5%	12,9%
Swing / Troca de casais	N	15	1	0	16
	%	2,4%	3,1%	0,0%	2,2%
Motel	N	166	7	18	191
	%	26,1%	21,9%	22,8%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	5	1	0	6
	%	,8%	3,1%	0,0%	,8%
Sítios de infidelidade	N	22	0	2	24
	%	3,5%	0,0%	2,5%	3,2%
Prostituição	N	28	0	4	32
	%	4,4%	0,0%	5,1%	4,3%
Acompanhante de luxo	N	12	0	1	13
	%	1,9%	0,0%	1,3%	1,7%
Danças eróticas	N	90	1	9	100
	%	14,2%	3,1%	11,4%	13,4%
Restaurante erótico	N	57	3	5	65
	%	9,0%	9,4%	6,4%	8,7%
Encontros às cegas	N	28	2	1	31
	%	4,4%	6,3%	1,3%	4,2%
Sex shops	N	261	10	18	289
	%	41,1%	31,3%	22,5%	38,7%
Festivais eróticos	N	56	1	4	61
	%	8,8%	3,1%	5,1%	8,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	99	3	6	108
	%	15,6%	9,7%	7,8%	14,6%
Canais de televisão para adultos	N	245	9	19	273
	%	38,5%	30,0%	24,4%	36,7%
Speed dating	N	8	1	0	9
	%	1,3%	3,2%	0,0%	1,2%

Anexo 36 – Participação em atividades de lazer erótico e sexual e práticas de leitura erótica, de revistas femininas e masculinas.

	Literatura erótica						Total
	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Muito frequentemente		
Bodysushi	N 1	1	4	0	1	7	
	% ,3%	,5%	4,7%	0,0%	16,7%	1,0%	
Bodyshot	N 10	11	10	4	1	36	
	% 2,6%	5,0%	11,8%	16,7%	16,7%	5,0%	
Motel Voador	N 1	0	1	0	1	3	
	% ,3%	0,0%	1,2%	0,0%	16,7%	,4%	
Jantares às escuras	N 7	6	5	0	2	20	
	% 1,8%	2,7%	5,6%	0,0%	33,3%	2,7%	
Massagens eróticas	N 33	28	27	7	1	96	
	% 8,5%	12,6%	30,0%	29,2%	16,7%	13,2%	
Swing / Troca de casais	N 6	4	1	3	2	16	
	% 1,5%	1,8%	1,1%	12,5%	33,3%	2,2%	
Motel	N 83	59	33	9	4	188	
	% 21,3%	26,7%	36,3%	37,5%	66,7%	25,7%	
Cruzeiro de solteiros	N 1	0	3	1	1	6	
	% ,3%	0,0%	3,3%	4,2%	16,7%	,8%	
Sítios de infidelidade	N 8	10	3	1	1	23	
	% 2,1%	4,5%	3,4%	4,2%	16,7%	3,2%	
Prostituição	N 10	13	5	2	1	31	
	% 2,6%	5,9%	5,6%	8,3%	16,7%	4,3%	
Acompanhante de luxo	N 4	5	3	1	0	13	
	% 1,0%	2,3%	3,3%	4,2%	0,0%	1,8%	
Danças eróticas	N 39	33	21	2	3	98	
	% 10,0%	14,9%	23,6%	8,7%	42,9%	13,4%	
Restaurante erótico	N 24	24	14	1	2	65	
	% 6,2%	10,9%	15,6%	4,2%	33,3%	8,9%	
Encontros às cegas	N 6	14	7	2	2	31	
	% 1,5%	6,3%	7,8%	8,3%	33,3%	4,3%	
Sex shops	N 116	103	46	17	6	288	
	% 29,8%	46,2%	51,7%	70,8%	85,7%	39,3%	
Festivais eróticos	N 15	19	17	7	3	61	
	% 3,9%	8,6%	18,7%	29,2%	50,0%	8,4%	
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N 41	39	20	6	1	107	
	% 10,5%	17,7%	22,2%	25,0%	20,0%	14,7%	

Canais de televisão para adultos	N	101	98	52	12	5	268
	%	26,0%	44,3%	57,8%	50,0%	83,3%	36,8%
Speed dating	N	3	2	2	0	2	9
	%	,8%	,9%	2,4%	0,0%	33,3%	1,3%
<b>Revistas Masculinas</b>							
		Nunca Raramente Às vezes Frequentemente Muito frequentemente					Total
Bodysushi	N	3	2	0	1	1	7
	%	,7%	1,0%	0,0%	7,1%	20,0%	1,0%
Bodyshot	N	16	11	5	3	1	36
	%	3,6%	5,8%	7,6%	21,4%	20,0%	5,0%
Motel Voador	N	1	1	0	0	1	3
	%	,2%	,5%	0,0%	0,0%	20,0%	,4%
Jantares às escuras	N	9	5	5	0	1	20
	%	2,0%	2,6%	7,2%	0,0%	20,0%	2,8%
Massagens eróticas	N	42	27	18	8	1	96
	%	9,4%	13,9%	25,7%	57,1%	20,0%	13,2%
Swing / Troca de casais	N	6	3	5	1	1	16
	%	1,3%	1,6%	7,2%	7,1%	20,0%	2,2%
Motel	N	104	46	26	8	2	186
	%	23,3%	23,6%	37,1%	61,5%	40,0%	25,5%
Cruzeiro de solteiros	N	2	2	0	1	1	6
	%	,5%	1,0%	0,0%	7,1%	20,0%	,8%
Sítios de infidelidade	N	12	7	2	1	1	23
	%	2,7%	3,6%	2,9%	7,7%	20,0%	3,2%
Prostituição	N	12	11	3	3	1	30
	%	2,7%	5,7%	4,4%	21,4%	20,0%	4,1%
Acompanhante de luxo	N	5	5	2	1	0	13
	%	1,1%	2,6%	2,9%	7,7%	0,0%	1,8%
Danças eróticas	N	44	30	17	5	2	98
	%	9,9%	15,3%	24,6%	38,5%	33,3%	13,5%
Restaurante erótico	N	31	18	11	3	1	64
	%	7,0%	9,2%	16,2%	21,4%	20,0%	8,8%
Encontros às cegas	N	15	7	4	3	2	31
	%	3,4%	3,6%	5,9%	21,4%	40,0%	4,3%
Sex shops	N	150	84	40	9	4	287
	%	33,6%	42,9%	58,0%	69,2%	66,7%	39,3%
Festivais eróticos	N	24	15	15	6	1	61
	%	5,4%	7,7%	21,7%	42,9%	20,0%	8,4%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	50	33	19	4	1	107

	%	11,2%	17,0%	27,5%	28,6%	25,0%	14,7%
Canais de televisão para adultos	N	138	83	34	9	3	267
	%	31,0%	42,8%	49,3%	64,3%	60,0%	36,7%
Speed dating	N	3	2	1	1	2	9
	%	,7%	1,0%	1,5%	7,7%	40,0%	1,3%

	Revistas Femininas					Total
	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Muito frequentemente	
Bodysushi	N 2	1	2	1	1	7
	% ,7%	,5%	1,2%	1,9%	6,3%	1,0%
Bodysshot	N 14	7	7	6	2	36
	% 5,1%	3,2%	4,3%	11,3%	12,5%	5,0%
Motel Voador	N 1	0	0	1	1	3
	% ,4%	0,0%	0,0%	1,9%	6,3%	,4%
Jantares às escuras	N 4	6	5	3	2	20
	% 1,5%	2,7%	3,0%	5,7%	12,5%	2,8%
Massagens eróticas	N 26	27	28	9	4	94
	% 9,5%	12,3%	17,0%	16,7%	25,0%	12,9%
Swing / Troca de casais	N 4	5	2	2	3	16
	% 1,5%	2,3%	1,2%	3,8%	18,8%	2,2%
Motel	N 62	57	44	17	5	185
	% 22,6%	26,0%	26,5%	31,5%	31,3%	25,4%
Cruzeiro de solteiros	N 1	0	2	2	1	6
	% ,4%	0,0%	1,2%	3,8%	6,3%	,8%
Sítios de infidelidade	N 9	10	3	1	0	23
	% 3,3%	4,6%	1,8%	1,9%	0,0%	3,2%
Prostituição	N 13	12	3	2	0	30
	% 4,8%	5,5%	1,8%	3,8%	0,0%	4,1%
Acompanhante de luxo	N 6	4	2	1	0	13
	% 2,2%	1,8%	1,2%	1,9%	0,0%	1,8%
Danças eróticas	N 38	31	20	4	4	97
	% 13,9%	14,1%	12,1%	7,5%	23,5%	13,3%
Restaurante erótico	N 19	21	14	7	3	64
	% 7,0%	9,5%	8,4%	13,2%	18,8%	8,8%
Encontros às cegas	N 11	6	8	4	2	31
	% 4,0%	2,7%	4,8%	7,5%	12,5%	4,3%
Sex shops	N 87	98	69	21	10	285
	% 31,8%	44,3%	41,8%	39,6%	58,8%	39,0%
Festivais eróticos	N 13	19	19	5	2	58
	% 4,7%	8,7%	11,4%	9,4%	12,5%	8,0%

Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	41	34	23	5	2	105
	%	15,1%	15,5%	13,9%	9,4%	13,3%	14,5%
Canais de televisão para adultos	N	91	96	57	16	6	266
	%	33,3%	43,4%	34,8%	30,2%	37,5%	36,6%
Speed dating	N	3	3	1	1	1	9
	%	1,1%	1,4%	,6%	2,0%	6,3%	1,3%

		Literatura erótica	Revistas Masculinas	Revistas Femininas
Bodysushi	Média	2,86	2,29	2,71
	N	7	7	7
	Desvio Padrão	1,21	1,60	1,50
Bodyshot	Média	2,31	1,94	2,31
	N	36	36	36
	Desvio Padrão	1,09	1,09	1,31
<b>Motel Voador</b>	<b>Média</b>	<b>3,00</b>	<b>2,67</b>	<b>3,33</b>
	N	3	3	3
	Desvio Padrão	2,00	2,08	2,08
Jantares às escuras	Média	2,20	1,95	2,65
	N	20	20	20
	Desvio Padrão	1,24	1,10	1,27
Massagens eróticas	Média	2,11	1,95	2,34
	N	96	96	94
	Desvio Padrão	1,00	1,03	1,11
Swing / Troca de casais	Média	2,44	2,25	2,69
	N	16	16	16
	Desvio Padrão	1,50	1,24	1,49
Motel	Média	1,89	1,70	2,17
	N	188	186	185
	Desvio Padrão	1,00	0,94	1,08
<b>Cruzeiro de solteiros</b>	<b>Média</b>	<b>3,17</b>	<b>2,50</b>	<b>3,33</b>
	N	6	6	6
	Desvio Padrão	1,33	1,64	1,37
Sites de infidelidade	Média	2,00	1,78	1,83
	N	23	23	23
	Desvio Padrão	1,04	1,09	,83
Prostituição	Média	2,06	2,00	1,80
	N	31	30	30
	Desvio Padrão	1,03	1,11	,89
Acompanhante de luxo	Média	2,08	1,92	1,85
	N	13	13	13
	Desvio Padrão	,95	,95	,99
Danças eróticas	Média	1,95	1,89	2,02
	N	98	98	97
	Desvio Padrão	,99	1,00	1,07
Restaurante erótico	Média	1,97	1,83	2,28
	N	65	64	64

	Desvio Padrão	,97	,98	1,15
Encontros às cegas	Média	2,35	2,03	2,35
	N	31	31	31
	Desvio Padrão	1,08	1,28	1,28
Sex Shops	Média	1,94	1,72	2,19
	N	288	287	285
	Desvio Padrão	,99	,92	1,06
Festivais eróticos	Média	2,41	2,10	2,38
	N	61	61	58
	Desvio Padrão	1,13	1,09	1,04
Sites ou aplicações móveis para encontros	Média	1,94	1,81	1,98
	N	107	107	105
	Desvio Padrão	0,94	0,92	0,99
Canais de televisão para adultos	Média	1,96	1,71	2,06
	N	268	267	266
	Desvio Padrão	0,96	0,89	1,00
<b>Speed dating</b>	<b>Média</b>	<b>2,56</b>	<b>2,67</b>	<b>2,33</b>
	N	9	9	9
	Desvio Padrão	1,59	1,66	1,41

Anexo 37 – Conhecimento, Localização e Participação nas atividades de lazer erótico e sexual.

Conhecer	Localizar	Participar			
			Sim	Não	Total
<b>Bodysushi</b>					
Sim	Sim	N	6	36	42
		%	2,3%	14,0%	16,3%
	Não	N	1	214	215
		%	0,4%	83,3%	83,7%
Não	Sim	N		1	1
		%		0,2%	0,2%
	Não	N		444	444
		%		99,8%	99,8%
<b>Bodyshot</b>					
Sim	Sim	N	35	42	77
		%	13,9%	16,7%	30,6%
	Não	N	2	173	175
		%	0,8%	68,7%	69,4%
Não	Sim	N		1	1
		%		0,2%	0,2%
	Não	N		444	444
		%		99,8%	99,8%
<b>Motel Voador</b>					
Sim	Sim	N	2	14	16
		%	3,6%	25,5%	29,1%
	Não	N	0	39	39
		%	0,0%	70,9%	70,9%
Não	Sim	N		5	5
		%		0,8%	0,8%
	Não	N		629	629
		%		99,2%	99,2%
<b>Jantares às escuras</b>					
P18	P19		Sim	Não	Total
Sim	Sim	N	14	68	82
		%	3,4%	16,6%	20,0%
	Não	N	5	322	327
		%	1,2%	78,7%	80,0%
Não	Sim	N	0	7	7
		%	0,0%	2,3%	2,3%
	Não	N	1	300	301
		%	0,3%	97,4%	97,7%
<b>Massagens eróticas</b>					
P18	P19		Sim	Não	Total
Sim	Sim	N	76	190	266

		%	11,6%	28,9%	40,4%
	Não	N	17	375	392
		%	2,6%	57,0%	59,6%
Não	Sim	N	1	5	6
		%	1,7%	8,3%	10,0%
	Não	N	0	54	54
		%	0,0%	90,0%	90,0%

<b>Swing / Troca de casais</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	14	151	165
		%	2,1%	22,3%	24,4%
	Não	N	2	510	512
		%	0,3%	75,3%	75,6%
Não	Sim	N		4	4
		%		8,9%	8,9%
	Não	N		41	41
		%		91,1%	91,1%

<b>Motel</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	185	373	558
		%	26,7%	53,8%	80,5%
	Não	N	5	130	135
		%	0,7%	18,8%	19,5%
Não	Sim	N		6	6
		%		17,1%	17,1%
	Não	N		29	29
		%		82,9%	82,9%

<b>Cruzeiro de solteiros</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	3	114	117
		%	0,7%	28,2%	29,0%
	Não	N	2	285	287
		%	0,5%	70,5%	71,0%
Não	Sim	N	1	6	7
		%	0,3%	1,9%	2,2%
	Não	N	0	307	307
		%	0,0%	97,8%	97,8%

<b>Sítios de infidelidade</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	23	280	303
		%	4,5%	55,3%	59,9%

	Não	N	1	202	203
		%	0,2%	39,9%	40,1%
Não	Sim	N		15	15
		%		7,0%	7,0%
	Não	N		198	198
		%		93,0%	93,0%

<b>Prostituição</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	29	507	536
		%	4,2%	72,9%	77,1%
	Não	N	3	156	159
		%	0,4%	22,4%	22,9%
Não	Sim	N		2	2
		%		6,5%	6,5%
	Não	N		29	29
		%		93,5%	93,5%

<b>Acompanhante de luxo</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	12	290	302
		%	1,7%	42,1%	43,8%
	Não	N	1	386	387
		%	0,1%	56,0%	56,2%
Não	Sim	N		2	2
		%		5,9%	5,9%
	Não	N		32	32
		%		94,1%	94,1%

<b>Danças eróticas</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	93	272	365
		%	13,7%	40,1%	53,8%
	Não	N	7	307	314
		%	1,0%	45,2%	46,2%
Não	Sim	N		4	4
		%		8,7%	8,7%
	Não	N		42	42
		%		91,3%	91,3%

<b>Restaurante erótico</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	62	187	249
		%	12,0%	36,1%	48,1%
	Não	N	2	267	269

		%	0,4%	51,5%	51,9%
Não	Sim	N	1	8	9
		%	0,5%	4,0%	4,5%
	Não	N	0	190	190
		%	0,0%	95,5%	95,5%

<b>Encontros às cegas</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	25	103	128
		%	4,7%	19,3%	24,0%
	Não	N	6	399	405
		%	1,1%	74,9%	76,0%
Não	Sim	N		6	6
		%		3,3%	3,3%
	Não	N		178	178
		%		96,7%	96,7%

<b>Sex Shops</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	278	309	587
		%	39,8%	44,2%	84,0%
	Não	N	8	104	112
		%	1,1%	14,9%	16,0%
Não	Sim	N	1	7	8
		%	3,0%	21,2%	24,2%
	Não	N	0	25	25
		%	0,0%	75,8%	75,8%

<b>Festivais eróticos</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	56	289	345
		%	10,1%	52,1%	62,2%
	Não	N	4	206	210
		%	0,7%	37,1%	37,8%
Não	Sim	N		4	4
		%		2,5%	2,5%
	Não	N		156	156
		%		97,5%	97,5%

<b>Sítios ou aplicações móveis para encontros</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	106	328	434
		%	17,5%	54,1%	71,6%
	Não	N	1	171	172
		%	0,2%	28,2%	28,4%

Não	Sim	N	0	5	5
		%	0,0%	4,5%	4,5%
	Não	N	1	104	105
		%	0,9%	94,5%	95,5%

<b>Canais de televisão para adultos</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	264	330	594
		%	38,5%	48,1%	86,6%
	Não	N	6	86	92
		%	0,9%	12,5%	13,4%
Não	Sim	N	0	9	9
		%	0,0%	22,0%	22,0%
	Não	N	1	31	32
		%	2,4%	75,6%	78,0%

<b>Speed dating</b>					Total
P18	P19		Sim	Não	
Sim	Sim	N	9	69	78
		%	2,4%	18,4%	20,8%
	Não	N	0	297	297
		%	0,0%	79,2%	79,2%
Não	Sim	N		4	4
		%		1,3%	1,3%
	Não	N		311	311
		%		98,7%	98,7%

Anexo 38 - Categorias de resposta sobre a justificação para a perceção sobre a promoção e divulgação das atividades de lazer erótico e sexual.

	Negativo	Neutro	Positivo	NR	Total	N
NR	0,0%	0,0%	0,0%	37,6%	37,6%	314
Tabu	18,3%	0,0%	0,0%	0,0%	18,3%	153
Mentalidade pouco aberta à sexualidade	7,4%	0,0%	0,0%	0,0%	7,4%	62
Divulgação mais discreta	0,0%	5,5%	0,0%	0,0%	5,5%	46
Curiosidade	0,0%	0,0%	4,2%	0,0%	4,2%	35
Preconceito	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%	32
Apenas para público-alvo	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%	3,4%	28
Presente em jornais, revistas e internet	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%	3,0%	25
Pudor	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	20
Vergonha	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	15
Carácter íntimo	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	1,7%	14
Imagem negativa associada	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	14
Conservadorismo	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	13
Dar a conhecer	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	1,6%	13
Pelo teor / conteúdo	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	1,6%	13
Proteção de menores	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	13
Atualmente, são práticas comuns	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	1,1%	9
Hipocrisia	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	4
Internet como facilitador	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	4
Oferta é menor	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,4%	3
Cultura Laica	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	1
Estigma	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	1
Ética	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	1
Interesse	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	1
Total	39,3%	17,1%	5,9%	37,6%	100,0%	834

Anexo 39 - Cruzamento entre práticas de lazer erótico e sexual e o que pensam os inquiridos quando lhes falam nestas práticas.

		Indiferença	Curiosidade	Espanto	Interesse	Indiscrição	Leviandade	Vergonha
Bodysushi	N	1	5	1	<b>4</b>	0	1	0
	%	,4%	1,1%	1,6%	<b>1,8%</b>	0,0%	3,8%	0,0%
Bodyshot	N	6	29	4	21	1	<b>6</b>	0
	%	2,3%	6,5%	6,5%	9,4%	3,8%	<b>23,1%</b>	0,0%
Motel Voador	N	1	1	0	1	0	<b>1</b>	0
	%	,4%	,2%	0,0%	,4%	0,0%	<b>3,8%</b>	0,0%
Jantares às escuras	N	5	15	2	<b>14</b>	0	1	0
	%	1,9%	3,3%	3,2%	<b>6,1%</b>	0,0%	3,8%	0,0%
Massagens eróticas	N	14	74	11	<b>57</b>	0	3	2
	%	5,4%	16,3%	17,2%	<b>25,0%</b>	0,0%	11,5%	8,3%
Swing / Troca de casais	N	3	11	0	<b>9</b>	0	1	0
	%	1,2%	2,4%	0,0%	<b>3,9%</b>	0,0%	3,8%	0,0%
Motel	N	44	144	19	<b>86</b>	4	6	5
	%	16,9%	31,9%	29,7%	<b>37,7%</b>	15,4%	22,2%	20,8%
Cruzeiro de solteiros	N	1	4	0	4	0	<b>1</b>	0
	%	,4%	,9%	0,0%	1,7%	0,0%	<b>3,8%</b>	0,0%
Sítios de infidelidade	N	3	20	4	21	0	2	<b>3</b>
	%	1,2%	4,4%	6,3%	9,2%	0,0%	7,7%	<b>12,5%</b>
Prostituição	N	5	21	3	<b>19</b>	0	2	0
	%	1,9%	4,7%	4,7%	<b>8,4%</b>	0,0%	7,7%	0,0%
Acompanhante de luxo	N	0	10	2	<b>10</b>	0	1	0
	%	0,0%	2,2%	3,1%	<b>4,4%</b>	0,0%	3,8%	0,0%
Danças eróticas	N	18	77	11	<b>60</b>	1	6	2
	%	6,9%	17,0%	16,9%	<b>26,3%</b>	3,8%	23,1%	8,3%
Restaurante erótico	N	10	53	3	<b>30</b>	0	3	2
	%	3,9%	11,8%	4,7%	<b>13,2%</b>	0,0%	11,5%	8,3%
Encontros às cegas	N	6	25	4	23	1	<b>3</b>	1
	%	2,3%	5,5%	6,3%	10,0%	3,8%	<b>11,5%</b>	4,2%
Sex shops	N	51	232	28	<b>138</b>	4	10	6
	%	19,7%	51,3%	43,1%	<b>60,5%</b>	15,4%	37,0%	25,0%
Festivais eróticos	N	8	54	8	37	0	<b>5</b>	1
	%	3,1%	12,0%	12,5%	16,2%	0,0%	<b>18,5%</b>	4,2%
Sítios ou aplicações móveis para encontros	N	16	87	10	62	3	<b>9</b>	8
	%	6,3%	19,3%	15,6%	27,2%	11,5%	<b>34,6%</b>	33,3%
Canais de televisão para adultos	N	50	213	24	<b>132</b>	7	14	9
	%	19,3%	47,3%	37,5%	<b>57,9%</b>	26,9%	51,9%	37,5%

Speed dating	N	3	7	1	7	0	1	0
	%	1,2%	1,6%	1,6%	3,1%	0,0%	<b>4,2%</b>	0,0%

Anexo 40 -.Cruzamento entre o que pensam os inquiridos quando lhes falam nas práticas de lazer erótico e sexual e a intenção de conhecer ou praticar aquelas práticas no futuro.

		P21		Total
		Sim	Não	
Indiferença	N	26	234	260
	%	11,6%	44,4%	34,6%
<b>Curiosidade</b>	N	194	254	448
	%	<b>86,2%</b>	48,2%	59,6%
Espanto	N	30	37	67
	%	13,3%	7,0%	8,9%
Interesse	N	139	93	232
	%	61,8%	17,6%	30,9%
Indiscrição	N	3	24	27
	%	1,3%	4,6%	3,6%
Leviandade	N	8	20	28
	%	3,6%	3,8%	3,7%
Vergonha	N	6	21	27
	%	2,7%	4,0%	3,6%

Anexo 41 Resultados dos testes estatísticos: Conhecimento, Localização e Participação das práticas de lazer erótico e sexual

Encontros	Conhecimento	Encontro cegas	Sexo	Idade	Classe	Estado civil	Orientação	Região					
	Localização		$\chi^2(1)=327, p<.586$	$U=57597,50, p<.001$	$U=46043,50, p<.001$	$\chi^2(4)=37,021, p<.001$	$\chi^2(2)=3,644, p=.162$	$\chi^2(3)=5,726, p=.126$					
	Participação		$\chi^2(1)=7,285, p=.007$	$U=42568,50, p=.026$	$U=26440,50, p=.261$	$\chi^2(4)=15,621, p=.004$	$\chi^2(2)=2,395, p=.111$	$\chi^2(3)=15,041, p=.002$					
	Conhecimento	Speed dating	$\chi^2(1)=22,675, p<.001$	$U=10913,00, p=.057$	$U=5895,00, p=.466$	$\chi^2(4)=25,479, p<.001$	$\chi^2(2)=13,620, p=.001$	$\chi^2(3)=8,526, p=.036$					
	Localização		$\chi^2(1)=339, p=.561$	$U=68015,50, p=.001$	$U=53891,50, p<.001$	$\chi^2(4)=37,244, p<.001$	$\chi^2(2)=13,759, p=.001$	$\chi^2(3)=30,728, p<.001$					
	Participação		$\chi^2(1)=2,774, p=.096$	$U=25839,50, p=.969$	$U=19206,00, p=.828$	$\chi^2(4)=9,773, p=.044$	$\chi^2(2)=1,049, p=.592$	$\chi^2(3)=11,303, p=.010$					
			$\chi^2(1)=7,229, p=.007$	$U=3280,00, p=.271$	$U=1854,00, p=.851$	$\chi^2(4)=3,080, p=.544$	$\chi^2(2)=16,274, p<.001$	$\chi^2(3)=8,217, p=.042$					

Práticas online	Conhecimento	Sites	Sexo	Idade	Classe	Estado civil	Orientação	Região					
	Localização	infidelidade	$\chi^2(1)=12,377, p<.001$	$U=61291,00, p<.001$	$U=45092,50, p=.001$	$\chi^2(4)=25,518, p<.001$	$\chi^2(2)=4,133, p=.127$	$\chi^2(3)=11,546, p=.009$					
	Participação		$\chi^2(1)=11,890, p=.001$	$U=65766,00, p=.372$	$U=49325,50, p=.211$	$\chi^2(4)=22,201, p<.001$	$\chi^2(2)=8,000, p=.018$	$\chi^2(3)=13,471, p=.004$					
	Conhecimento	Sites e app	$\chi^2(1)=21,949, p<.001$	$U=8872,50, p=.452$	$U=4582,50, p=.150$	$\chi^2(4)=10,681, p<.030$	$\chi^2(2)=5,248, p=.073$	$\chi^2(3)=6,220, p=.101$					
	Localização	encontros	$\chi^2(1)=1,643, p=.200$	$U=39981,50, p<.001$	$U=27836,00, p=.001$	$\chi^2(4)=36,559, p<.001$	$\chi^2(2)=1,375, p=.503$	$\chi^2(3)=5,576, p=.087$					
	Participação		$\chi^2(1)=10,746, p=.001$	$U=71816,50, p<.001$	$U=50759,00, p<.001$	$\chi^2(4)=51,730, p<.001$	$\chi^2(2)=12,841, p=.002$	$\chi^2(3)=27,133, p<.001$					
			$\chi^2(1)=39,804, p<.001$	$U=36193,50, p=.006$	$U=24467,00, p=.917$	$\chi^2(4)=10,715, p=.030$	$\chi^2(2)=44,081, p<.001$	$\chi^2(3)=9,318, p=.025$					

Espetáculos	Conhecimento	Danças eróticas	Sexo	Idade	Classe	Estado civil	Orientação	Região					
	Localização		$\chi^2(1)=,081, p=.776$	$U=17714,00, p=.002$	$U=13481,50, p<.001$	$\chi^2(4)=10,235, p=.037$	$\chi^2(2)=1,187, p=.552$	$\chi^2(3)=1,105, p=.776$					
	Participação		$\chi^2(1)=2,725, p=.099$	$U=71991,00, p=.001$	$U=49412,00, p=.265$	$\chi^2(4)=36,769, p<.001$	$\chi^2(2)=8,205, p=.017$	$\chi^2(3)=17,911, p<.001$					
	Conhecimento	Festivais	$\chi^2(1)=26,310, p<.001$	$U=33764,50, p=.016$	$U=23420,00, p=.826$	$\chi^2(4)=3,806, p=.433$	$\chi^2(2)=16,874, p<.001$	$\chi^2(3)=27,193, p<.001$					
	Localização	eróticos	$\chi^2(1)=26,618, p<.001$	$U=43715,00, p=.345$	$U=35186,00, p=.019$	$\chi^2(4)=2,491, p=.646$	$\chi^2(2)=2,819, p=.244$	$\chi^2(3)=11,099, p=.011$					
	Participação		$\chi^2(1)=20,084, p<.001$	$U=61393,00, p=.296$	$U=51542,00, p=.023$	$\chi^2(4)=10,002, p=.040$	$\chi^2(2)=5,271, p=.072$	$\chi^2(3)=15,803, p=.001$					
			$\chi^2(1)=1,114, p=.291$	$U=18636,50, p=.795$	$U=13878,50, p=.323$	$\chi^2(4)=39,319, p<.001$	$\chi^2(2)=18,260, p<.001$	$\chi^2(3)=10,371, p=.016$					





Anexo 42 Resultados dos testes estatísticos: orientação sexual

Orientação sexual	
Sexo	$\chi^2(2)=13.173, p<.001$

Anexo 43 Resultados dos testes estatísticos: Frequência leitura literatura erótica, revistas masculinas e revistas femininas

	Sexo	Idade	Classe	Estado civil	Orientação	Região
Frequência leitura	Literatura erótica $\chi^2(4)=6.150, p=.188$	$H(4)=5.877, p<.209$	$H(4)=2.712, p=.607$	$\chi^2(16)=17.282, p=.368$	$\chi^2(8)=26.352, p<.001$	$\chi^2(16)=13.598, p=.629$
	Revistas masculinas $\chi^2(4)=33.391, p<.001$	$H(4)=2.853, p=.583$	$H(4)=1.263, p=.868$	$\chi^2(16)=14.541, p=.558$	$\chi^2(8)=8.186, p=.415$	$\chi^2(16)=18.273, p=.308$
	Revistas femininas $\chi^2(4)=106.503, p<.001$	$H(4)=1.759, p=.780$	$H(4)=5.334, p=.255$	$\chi^2(16)=14.643, p=.551$	$\chi^2(8)=10.997, p=.202$	$\chi^2(16)=28.025, p=.031$

Anexo 44 – Resultados dos testes estatísticos: Potencial interesse na participação em atividades de lazer erótico e sexual no futuro

	Sexo	Idade	Classe	Estado civil	Orientação	Região
Interesse em vir a participar	$\chi^2(1)=.520, p=.471$	$U=64272.00, p<.001$	$U=39895.00, p=.638$	$\chi^2(4)=36.185, p<.001$	$\chi^2(2)=16.265, p<.001$	$\chi^2(4)=17.771, p=.001$

Anexo 45 - Resultados dos testes estatísticos: Percepção sobre a divulgação dos produtos de lazer erótico e sexual

	Sexo	Idade	Classe	Estado civil	Orientação	Região
Percepção sobre a divulgação	$\chi^2(1)=10.874, p=.001$	$U=25400.00, p<.077$	$U=16867.50, p=.004$	$\chi^2(4)=4.909, p=.297$	$\chi^2(2)=1.279, p=.528$	$\chi^2(4)=10.148, p=.038$

## Anexo 46 – Questionário online

### I- Lazer Alternativos. Práticas e Perceções da População

Inquérito sobre Lazer Alternativos. Práticas e Perceções da População.

Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

O presente inquérito por questionário integra um estudo científico na área dos estudos do turismo e do lazer. Com esta investigação pretendemos reunir dados sobre o perfil, motivações e perceções sobre práticas alternativas de lazer, como aquelas que se associam ao erotismo e à sexualidade.

Não existem respostas certas ou erradas. O que nos importa é a sua opinião sobre este assunto. A informação recolhida será tratada confidencialmente, é de utilização exclusiva no âmbito da investigação e o anonimato é assegurado pela equipa de investigação. O tempo estimado de preenchimento é de 10 minutos.

Agradecemos desde já o tempo dispensado.



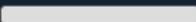
Carregar inquérito não terminado

Seguinte >

Sair e limpar questionário

### Inquérito sobre Lazer Alternativos. Práticas e Perceções da População.

Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

0%  100%

#### Estilos de Vida

\* 1. Indique o número médio de: (em números)

Horas de televisão que vê (por dia)	<input type="text"/>
Horas de utilização de computador para fins de lazer (por dia)	<input type="text"/>
Horas de utilização de internet para fins de lazer (por dia)	<input type="text"/>
Horas de exercício físico (por semana)	<input type="text"/>
Vezes que faz refeições fora de casa, por lazer (por mês)	<input type="text"/>
Idas ao cinema (por mês)	<input type="text"/>
Livros que lê (por ano)	<input type="text"/>
Concertos musicais a que assiste (por ano)	<input type="text"/>
Peças de teatro a que assiste (por ano)	<input type="text"/>
Museus que visita (por ano)	<input type="text"/>

2. Indique o seu grau de preferência relativamente a cada uma das práticas e atividades de lazer. (Se não fencionar indicar "Outra" opção, deve assinalar em NS/NR)

	Detesto	Não Gosto	Não Gosto nem Desgosto	Gosto	Adoro	NS/NR
Gastronomia e Vinhos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espetáculos Musicais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saúde e Bem-Estar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos Culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lazer Noturno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desporto e Aventura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitas culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Natureza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Património e História	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Religião e Espiritualidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viagens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Cuidados Estéticos e de Bem-Estar Físico

\* 4. Com que frequência recorre aos seguintes serviços de cuidados estéticos e de bem-estar físico? (em números)

A resposta a esta pergunta é obrigatória. Por favor, complete todas as partes.

Massagens & Spa (por mês)	<input type="text"/>
Ginásio (por semana)	<input type="text"/>
Tratamentos estéticos (por mês)	<input type="text"/>
Personal trainer (por semana)	<input type="text"/>
Termas (por ano)	<input type="text"/>

5. Possui tatuagens?

A resposta a esta pergunta é obrigatória.

Sim  Não

\* 6. Possui piercings?

A resposta a esta pergunta é obrigatória.

Sim  Não

\* 7. Indique o grau de importância que atribui:

A resposta a esta pergunta é obrigatória. Por favor, complete todas as partes.

	Muito baixo	Baixo	Médio	Alto	Muito Alto	NS/NR
Ao cuidado físico com o seu corpo	<input type="radio"/>					
Ao cuidado estético (beleza) com o seu corpo	<input type="radio"/>					
À ideia de corpo são em mente são	<input type="radio"/>					
À moda enquanto forma de valorização da aparência física	<input type="radio"/>					

\* 8. Com que frequência utiliza os seguintes produtos de perfumaria e cosmética? (em números)

A resposta a esta pergunta é obrigatória. Por favor, complete todas as partes.

After shave (por semana)	<input type="text"/>
Maquiagem (por semana)	<input type="text"/>
Perfume (por semana)	<input type="text"/>
Águas de colónia (por semana)	<input type="text"/>
Cremes hidratantes (por semana)	<input type="text"/>
Cremes adelgaçantes (por semana)	<input type="text"/>
Outro (por semana)	<input type="text"/>

\* 9. Com que frequência viaja para fora do local de residência, por motivos de lazer? (escolha uma das seguintes respostas)

<input type="radio"/> Todas as semanas	<input type="radio"/> De dois em dois meses	<input type="radio"/> Uma vez por ano
<input type="radio"/> De duas em duas semanas	<input type="radio"/> De três em três meses	<input type="radio"/> Outro: <input type="text"/>
<input type="radio"/> Uma vez por mês	<input type="radio"/> De seis em seis meses	

\* 10. Com quem costuma viajar? (múltiplas respostas são possíveis)

<input type="checkbox"/> Sózinho	<input type="checkbox"/> Amigos	<input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Família	<input type="checkbox"/> Companheiro/a	

\* 11. Que tipo de destino de férias costuma escolher? (múltiplas respostas são possíveis)

<input type="checkbox"/> Campo	<input type="checkbox"/> Montanha	<input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Cidade	<input type="checkbox"/> Praia	

\* 12. Indique os seus três últimos destinos de férias e o tempo de estada: (introduza o nome e o tempo de estada por destino)

	Nome Destino	Tempo Estada (em dias)
1º Destino	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2º Destino	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3º Destino	<input type="text"/>	<input type="text"/>

\* 13. Quais foram os três destinos turísticos que mais gostou de visitar? Indique por ordem decrescente de preferência.

1º Destino	<input type="text"/>
2º Destino	<input type="text"/>
3º Destino	<input type="text"/>

\* 14. Indique os seus três destinos de sonho, de forma decrescente de preferência.

1º Destino	<input type="text"/>
2º Destino	<input type="text"/>
3º Destino	<input type="text"/>

\* 14.1. Porquê? (Múltiplas respostas são possíveis)

<input type="checkbox"/> Aventura	<input type="checkbox"/> Tranquilidade	<input type="checkbox"/> Atividades radicais	<input type="checkbox"/> Cultura
<input type="checkbox"/> Descanso	<input type="checkbox"/> Paraíso	<input type="checkbox"/> Clima	<input type="checkbox"/> Liberdade
<input type="checkbox"/> Natureza	<input type="checkbox"/> Montanha	<input type="checkbox"/> Praias	<input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/>

**Práticas e percepções sobre lazeres alternativos**

\* 17. Conhece ou já ouviu falar das seguintes práticas?

	Sim	Não	NS/NR
Bodysushi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bodyshot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel voador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jantares às escuras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Massagens eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Swing/Troca de casais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cruzeiro de solteiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites de infidelidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prostituição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acompanhante de luxo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Danças eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurante erótico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontros às cegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sex shops	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Festivais eróticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites ou aplicações móveis para encontros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canais de televisão para adultos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Speed dating	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\* 18. Sabe onde existem estas práticas e produtos de lazer?

	Sim	Não	NS/NR
Bodysushi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bodyshot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel voador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jantar às escuras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Massagens eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Swing/Troca de casais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cruzeiro de solteiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites de infidelidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prostituição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acompanhante de luxo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Danças eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurante erótico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontros às cegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sex shops	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Festivais eróticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites ou aplicações móveis para encontros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canais de televisão para adultos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Speed dating	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\* 19. Já participou em alguma destas práticas?

	Sim	Não	NS/NR
Bodysushi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bodyshot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel voador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jantar às escuras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Massagens eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Swing/Troca de casais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cruzeiro de solteiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites de infidelidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prostituição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acompanhante de luxo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Danças eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurante erótico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontro às cegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sex shops	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Festivais eróticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites ou aplicações móveis para encontros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canais de televisão para adultos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Speed dating	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19.1. Se participou, indique as três práticas de lazer alternativo que mais pratica e o seu custo médio: (introduza o nome e o custo por participação)

Se NÃO participou, avance para a questão número 20.

	Nome Prática	Custo Prática
1ª Prática	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2ª Prática	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3ª Prática	<input type="text"/>	<input type="text"/>

19.2. No caso de ter participado, como teve conhecimento? (múltiplas respostas são possíveis)

Amigos     
 Comunicação social     
 Revistas masculinas     
 Outro:

Internet     
 Revistas femininas     
 Familiares     

19.3. Em que circunstâncias participou? (múltiplas respostas são possíveis)

Não participei     
 Comemorações     
 Jantar

Despedida de solteiro     
 Férias     
 Outro:

Aniversário     
 Festas

Festa de empresa     
 Saída à noite

\* 20. No futuro, gostava de conhecer ou tencionava experimentar alguma destas práticas?

Sim  Não

---

\* 21. Considera que os serviços e produtos que se associam ao erotismo e sexualidade são promovidos/divulgados da mesma forma que outros produtos e serviços de lazer?

Sim  Não

---

\* 21.1. Porquê?

---

\* 22. A que períodos de tempo associa a prática destas atividades de lazer alternativo? (múltiplas respostas são possíveis)

Dia  Fim de semana  Durante a semana  Outro:   
 Noite  Férias  Comemorações

\* 23. O que pensa quando lhe falam destas práticas? (múltiplas respostas são possíveis)

Indiferença  Espanto  Indiscrição  Vergonha  
 Curiosidade  Interesse  Levidade  Outro:

---

\* 24. Com que frequência consome os seguintes produtos e frequenta estes espaços de lazer? (Se não tencionar indicar "Outra" opção, deve assinalar em "Nunca").

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Muito frequentemente
Tabaco	<input type="radio"/>				
Álcool	<input type="radio"/>				
Drogas	<input type="radio"/>				
Sex toys	<input type="radio"/>				
Comprimidos	<input type="radio"/>				
Afrodísíacos	<input type="radio"/>				
Diacotecas	<input type="radio"/>				
Clubes noturnos	<input type="radio"/>				
Bares	<input type="radio"/>				
Outro	<input type="radio"/>				

**Caracterização do Inquirido**

---

\* 26. Por favor, indique o seu ano de nascimento (em números)

---

\* 27. Por favor, indique o seu Sexo.

Masculino  Feminino

---

\* 28. Por favor indique o seu estado civil

Solteiro  União de facto  Viúvo  
 Casado  Divorciado/Separado  Outro:

---

\* Por favor indique a freguesia e o concelho de Residência.

Freguesia   
 Concelho

\* 29. Por quantos elementos é constituído o agregado familiar? (em números)

29.1. Indique o número de crianças (em números)

\* 30. Por favor, indique o seu nível de ensino

- Sabe ler e escrever, mas não possui nenhum grau de ensino
- 1º ciclo (4ª classe)
- 2º ciclo (ciclo preparatório/6ª classe)
- 3º ciclo (9º ano/5º ano do Liceu/Escola Técnico Profissional)
- 12º ano (7º ano do Liceu)
- Bacharelato
- Licenciatura
- Mestrado/Pós-Graduação
- Doutoramento
- Outro:

\* 31. Por favor, indique a sua situação profissional

- |  |                                       |  |
|--|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Gerente         | <input type="checkbox"/> Reformado    | <input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Conta própria   | <input type="checkbox"/> Desempregado |  |
| <input type="checkbox"/> Conta de outrem | <input type="checkbox"/> Estudante    |  |

32. Indique a sua profissão:

\* 33. Por favor, indique a sua orientação sexual

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Heterossexual | <input type="checkbox"/> Bissexual                   |
| <input type="checkbox"/> Homossexual   | <input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/> |

\* 34. Indique o seu tipo de habitação

- |                                  |                                      |  |
|----------------------------------|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Vivenda | <input type="checkbox"/> Apartamento | <input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/> |
|----------------------------------|--------------------------------------|--|

\* 34. Indique o seu tipo de habitação

Vivenda       Apartamento       Outro:

---

\* 34.1. Indique a Tipologia

t0       t3  
 t1       t4  
 t2       t5

Outro:

---

\* 34.2. Indique a relação de posse

Próprio       Arrendado       Outro:

---

35. Indique o número de automóveis (em números)

## Anexo 47 – Questionário

# INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

## LAZERES ALTERNATIVOS PRÁTICAS E PERCEÇÕES DA POPULAÇÃO PORTUGUESA

O presente inquérito por questionário integra um estudo científico na área dos estudos do turismo e do lazer. Com esta investigação pretendemos reunir dados sobre o perfil, motivações e perceções sobre práticas alternativas de lazer, como aquelas que se associam ao erotismo e à sexualidade. As respostas são confidenciais, anónimas, e de utilização exclusiva no âmbito da investigação. Agradece-se desde já a sua colaboração, muito valiosa e indispensável para o projeto.

**Universidade de Coimbra**

Faculdade de Letras

Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, CEGOT

Grupo de Investigação: Paisagens Culturais, Turismo e Desenvolvimento

Fundação para a Ciência e Tecnologia, Portugal

Data: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_  
Dia Mês Ano

Nº do Questionário: \_\_\_\_\_

Lugar: \_\_\_\_\_

Inquiridor: \_\_\_\_\_

### I. ESTILOS DE VIDA

#### 1. Indique o número médio de:

- |   |                  |
|---|------------------|
| 1. Horas de televisão que vê                            | Por dia _____    |
| 2. Horas de utilização de computador para fins de lazer | Por dia _____    |
| 3. Horas de utilização de internet para fins de lazer   | Por dia _____    |
| 4. Horas de exercício físico                            | Por semana _____ |
| 5. Vezes que faz refeições fora de casa por lazer       | Por mês _____    |
| 6. Idas ao cinema                                       | Por mês _____    |
| 7. Livros que lê  | Por ano _____    |
| 8. Concertos musicais a que assiste                     | Por ano _____    |
| 9. Peças de teatro a que assiste                        | Por ano _____    |
| 10. Museus que visita                                   | Por ano _____    |

#### 2. Indique o seu grau de preferência relativamente a cada uma das práticas e atividades de lazer:

	Detesto	Não gosto	Não gosto Nem desgosto	Gosto	Adoro
Gastronomia e Vinhos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espectáculos Musicais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saúde e Bem-Estar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos Culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lazer Noturno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desporto e Aventura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitas Culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Natureza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Património e História	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Religião e Espiritualidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viagens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outra: _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## II. CUIDADOS ESTÉTICOS E DE BEM-ESTAR FÍSICO

### 3. Com que frequência recorre aos seguintes serviços de cuidados estéticos e de bem-estar físico?

1. Massagens e Spa Por mês \_\_\_\_\_
2. Ginásio Por semana \_\_\_\_\_
3. Tratamentos estéticos Por mês \_\_\_\_\_
4. Personal trainer Por semana \_\_\_\_\_
5. Termas Por ano \_\_\_\_\_

### 6. Indique o grau de importância que atribui:

	Muito baixo	Baixo	Médio	Alto	Muito alto
Ao cuidado físico com o seu corpo	<input type="radio"/>				
Ao cuidado estético (beleza) com o seu corpo	<input type="radio"/>				
À ideia de corpo são e mente sã	<input type="radio"/>				
À moda enquanto forma de valorização da aparência física	<input type="radio"/>				

### 4. Possui tatuagens?

SIM  NÃO  Quantas? \_\_\_\_\_

### 5. Possui piercings?

SIM  NÃO  Quantos? \_\_\_\_\_

### 7. Com que frequência utiliza os seguintes produtos de perfumaria e cosmética:

1. After shave Por semana \_\_\_\_\_
2. Maquilhagem Por semana \_\_\_\_\_
3. Perfume Por semana \_\_\_\_\_
4. Águas de colónia Por semana \_\_\_\_\_
5. Cremes hidratantes Por semana \_\_\_\_\_
6. Cremes adelgaçantes Por semana \_\_\_\_\_
7. Outros: \_\_\_\_\_ Por semana \_\_\_\_\_

## III. PRÁTICAS DE TURISMO E LAZER

### 8. Com que frequência viaja para fora do local de residência, por motivos de lazer?

1. Todas as semanas
2. De 2 em 2 semanas
3. 1 vez por mês
4. De 2 em 2 meses
5. De 3 em 3 meses
6. De 6 em 6 meses
8. Outro: \_\_\_\_\_

### 10. Que tipo de destino de férias costuma escolher? (múltiplas respostas são possíveis)

1. Campo
2. Cidade
3. Montanha
4. Praia
5. Outro  \_\_\_\_\_

### 9. Com quem costuma viajar? (múltiplas respostas são possíveis)

1. Sozinho
2. Família
3. Amigos
4. Companheiro/a
5. Outro: \_\_\_\_\_

### 11. Indique os seus 3 últimos destinos de férias e o tempo de estada.

Nome do destino	Tempo de Estada (em dias)
1. _____	_____
2. _____	_____
3. _____	_____

**12. Quais foram os três destinos turísticos que mais gostou de visitar? Indique por ordem decrescente de preferência.**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**14. Porquê?** (múltiplas respostas são possíveis)

- |                        |                             |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. Aventura            | <input type="radio"/>       |
| 2. Descanso            | <input type="radio"/>       |
| 3. Natureza            | <input type="radio"/>       |
| 4. Tranquilidade       | <input type="radio"/>       |
| 5. Paraíso             | <input type="radio"/>       |
| 6. Montanha            | <input type="radio"/>       |
| 7. Atividades Radicais | <input type="radio"/>       |
| 8. Clima               | <input type="radio"/>       |
| 9. Praias              | <input type="radio"/>       |
| 10. Cultura            | <input type="radio"/>       |
| 11. Liberdade          | <input type="radio"/>       |
| 12. Outro:             | <input type="radio"/> _____ |

**13. Indique os seus três destinos de sonho, de forma decrescente de preferência.**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**15. Considera que existem destinos turísticos que estão mais associados a práticas eróticas e sexuais em tempos de lazer?**

SIM  NÃO

**16. Se sim, indique três destinos.**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**17. Indique a frequência com que lê:**

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Muito Frequentemente
Livros científicos	<input type="radio"/>				
Literatura	<input type="radio"/>				
Revistas científicas	<input type="radio"/>				
Revistas de lazer	<input type="radio"/>				
Revistas de turismo	<input type="radio"/>				
Banda desenhada	<input type="radio"/>				
Literatura erótica	<input type="radio"/>				
Revistas masculinas	<input type="radio"/>				
Revistas femininas	<input type="radio"/>				
Revistas de desporto	<input type="radio"/>				

## IV. PRÁTICAS E PERCEÇÕES SOBRE LAZERES ALTERNATIVOS

### 18. Conhece ou já ouviu falar das seguintes práticas?

	Sim	Não	Não sabe/Não responde
Bodysushi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bodyshot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel Voador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jantares às escuras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Massagens eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Swing/Troca de casais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cruzeiro de solteiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites de infidelidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prostituição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acompanhante de luxo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Danças eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurante erótico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontros às cegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sex shops	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Festivais erótico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites ou aplicações móveis para encontros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canais de televisão para adultos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Speed dating	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 20. Já participou em alguma destas práticas?

	Sim	Não	Não sabe/Não responde
Bodysushi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bodyshot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel Voador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jantares às escuras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Massagens eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Swing/Troca de casais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cruzeiro de solteiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites de infidelidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prostituição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acompanhante de luxo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Danças eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurante erótico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontros às cegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sex shops	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Festivais erótico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites ou aplicações móveis para encontros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canais de televisão para adultos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Speed dating	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 19. Sabe onde existem estas práticas e produtos de lazer?

	Sim	Não	Não sabe/Não responde
Bodysushi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bodyshot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel Voador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jantares às escuras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Massagens eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Swing/Troca de casais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cruzeiro de solteiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites de infidelidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prostituição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acompanhante de luxo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Danças eróticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurante erótico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontros às cegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sex shops	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Festivais erótico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sites ou aplicações móveis para encontros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canais de televisão para adultos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Speed dating	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 20.1. Se participou, indique as três práticas de lazer alternativo que mais pratica e o seu custo médio.

(se NÃO participou, avance para a questão nº21)

Nome da Prática	Custo médio
1. _____	_____
2. _____	_____
3. _____	_____

### 20.2. No caso de ter participado, como teve conhecimento? (múltiplas respostas são possíveis)

Amigos	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>
Comunicação Social	<input type="radio"/>
Revistas femininas	<input type="radio"/>
Revistas masculinas	<input type="radio"/>
Familiares	<input type="radio"/>
Outro:	<input type="radio"/>
_____	

**20.3. Em que circunstâncias participou? (múltiplas respostas são possíveis)**

- Despedida de solteiro
- Aniversário
- Festa de empresa
- Comemorações
- Férias
- Festas
- Saída à noite
- Jantar
- Outro:

**22. Considera que os serviços e produtos que se associam ao erotismo e sexualidade são promovidos/divulgados da mesma forma que outros produtos e serviços de lazer?**

- SIM  NÃO

**23. A que períodos de tempo associa a prática destas atividades de lazer alternativo. (múltiplas respostas são possíveis)**

- Dia
- Noite
- Fim de semana
- Férias
- Durante a semana
- Comemorações
- Outro:

**25. Com que frequência consome os seguintes produtos e frequenta estes espaços de lazer?**

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Muito Frequentemente
Tabaco	<input type="radio"/>				
Álcool	<input type="radio"/>				
Drogas	<input type="radio"/>				
Sex toys	<input type="radio"/>				
Comprimidos afrodisíacos	<input type="radio"/>				
Discotecas	<input type="radio"/>				
Clubes nocturnos	<input type="radio"/>				
Bares	<input type="radio"/>				
Outros:	<input type="radio"/>				

**21. No futuro gostava de conhecer ou tenciona experimentar alguma destas práticas?**

- SIM  NÃO

**21.1. Qual/Quais?**

---

---

---

**22.1. Porquê?**

---

---

---

**24. O que pensa quando lhe falam destas práticas? (múltiplas respostas são possíveis)**

- Indiferença
- Curiosidade
- Espanto
- Interesse
- Indiscrição
- Leviandade
- Vergonha
- Outro:

## V. CARACTERIZAÇÃO DO INQUIRIDO

26. Por favor, indique o seu ano de nascimento: \_\_\_\_\_

27. Por favor, indique o seu sexo:  Feminino

Masculino

28. Por favor, indique o seu Estado Civil:

- Solteiro
- Casado
- União de facto
- Divorciado / Separado
- Viúvo

29. Por favor, indique a freguesia e concelho de residência: \_\_\_\_\_

30. Por favor, indique: Constituição do agregado familiar: \_\_\_\_\_ 30.1. N° de Crianças: \_\_\_\_\_ 30.2. Idades: \_\_\_\_\_

31. Por favor, indique o seu nível de ensino:

- Sabe ler e escrever mas não possui nenhum grau de ensino
- 1º ciclo (4ª classe)
- 2º ciclo (ciclo preparatório/6ª classe)
- 3º ciclo (9º ano/5º ano do Liceu/Escola Técnico-Profissional)
- 12º ano (7º ano do Liceu)
- Bacharelato
- Licenciatura
- Pós-Graduação/Mestrado Doutoramento
- Outra (qual) \_\_\_\_\_

32. Por favor, indique a sua situação profissional:

- Gerente
- Conta própria
- Conta de outrém
- Reformado
- Desempregado
- Estudante
- Outros: \_\_\_\_\_

33. Por favor, indique a sua profissão: \_\_\_\_\_

34. Por favor, indique a sua orientação sexual:

- Heterossexual
- Homossexual
- Bissexual
- Outro

34. Indique o seu tipo de habitação:

- Apartamento
- Vivenda

34.1. Indique a tipologia:

- T0  T2  T4
- T1  T3  T5  Outro: \_\_\_\_\_

34.2. Indique a relação de posse:

- Próprio
- Arrendado

35. N° de automóveis: \_\_\_\_\_

35.1. Gama:

- Automóvel 1  Baixa  Média  Alta
- Automóvel 2  Baixa  Média  Alta
- Automóvel 3  Baixa  Média  Alta

