

## **BRASIL, OS PROTESTOS DE 2013 E O TURISMO: A desconstrução de uma imagem do paraíso**

**DIANINE CENSON<sup>1</sup>; ANDYARA LIMA BARBOSA VIANA<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – dianinecenson@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – andyaraviana@yahoo.com.br*

### **1. INTRODUÇÃO**

Em 2013 o Brasil foi palco de uma série de protestos populares que tiveram um intenso início em junho, diminuindo sua frequência em julho. Esses protestos eram, a princípio, uma contestação ao preço abusivo dos transportes públicos em diversas capitais do país, mas tomaram proporções maiores, assumindo preocupações com novos temas, principalmente a partir da forte repressão policial contra os manifestantes.

No Brasil, foram 438 cidades envolvidas com as manifestações (CORREIO BRAZILIENSE, 2013). No exterior, estima-se que 27 cidades apoiaram os protestos (OPERA MUNDI, 2013), levando às ruas brasileiros que vivem fora do país e simpatizantes das causas contestadas. Ao mesmo tempo, o país sediava a Copa das Confederações, o que fez com que a repercussão internacional – e, conseqüentemente, as críticas da mídia turística – fosse maior.

Tais protestos trouxeram à tona temas polêmicos na administração pública brasileira. Além da redução do valor das passagens do transporte público, foram tratados assuntos como os aumentos dos recursos para a saúde e a educação, a corrupção, a impunidade e os gastos com as obras para a Copa do Mundo (CORREIO BRAZILIENSE, 2013). Assim, não só dentro do país, mas também no exterior, estes temas foram motivo de reflexão e reposicionamento da visão de Brasil na atualidade.

A imagem externa que se tem do Brasil carrega lembranças do passado. Num primeiro momento, entre os séculos XVI e XVIII, as expedições de descobrimento produziram relatos de viajantes e cientistas que descreviam o local com imaginário ligado ao paraíso (paisagens exuberantes) e ao inferno (criaturas monstruosas). Entre os séculos XIX e XX, estes relatos se tornam mais realistas, passando uma imagem urbana, porém exótica (BIGNAMI, 2002).

Para Bignami (2002), em termos de atratividade turística, a imagem do Brasil se qualifica em: O Brasil Paraíso (ligado à ideia de ambiente selvagem, distante de todas as dificuldades da realidade); O Lugar de Sexo Fácil (beleza, sensualidade – símbolo da mulher brasileira, o sol e praia); O Brasil do Brasileiro (relacionada às características amigáveis e hospitaleiras do povo); O País do Carnaval (com enfoque nas representações culturais, gastronômicas etc.); e O Lugar Exótico e do Místico (em relação às ideias exóticas, religiosas e indígenas).

Neste contexto, o objetivo deste estudo é mostrar que a imagem do Brasil como destino turístico idílico pode ter sido afetada pelos protestos.

### **2. METODOLOGIA**

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica, levando em conta a análise de diversos documentos (matérias em jornais e revistas, entre outros) para a compreensão e investigação do problema de pesquisa.

Com material selecionado durante as manifestações e após o seu término, foi possível analisar como os protestos eram vistos pela mídia brasileira e por alguns dos principais propagadores da informação no exterior. Importantes jornais como o El País (Espanha), The New York Times (Estados Unidos), The Economist (Reino Unido), The Guardian (Reino Unido), Financial Times (Reino Unido) e a BBC (também no Reino Unido) utilizaram suas páginas – e, muitas vezes, suas capas – para levar aos seus leitores um pouco do que estava acontecendo no Brasil.

Algumas destas publicações foram analisadas para a formulação deste estudo.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Brasil, destino de sol e praia, conhecido por suas belezas naturais, por sua diversidade cultural e pela hospitalidade e simpatia de seu povo, passou por uma provação internacional de difícil compreensão. O jornal El País (Espanha) publicou, no dia 18 de junho, uma matéria em seu *site* com o nome “Brasil ¿un sueño o una pesadilla?”<sup>1</sup>. A matéria, que tratava do sonho de mudança *versus* o pesadelo vivido nos protestos, leva também a pensar: o país que antes era um sonho de destino turístico agora se transforma em pesadelo. No texto são tratados os motivos que levaram a população a protestar, tendo um discurso bastante positivo e encorajador em relação ao brasileiro lutando por mudanças (EL PAÍS, 2013).

O Financial Times (Reino Unido), por outro lado, trata os protestos com mais cautela. Numa análise dos cartazes e das falas dos manifestantes nas ruas, o jornal conclui que quem protesta aqui tende para a alienação e o consumismo, transformando a manifestação em uma parada de rua onde o que importa é fazer parte, e não fazer a mudança propriamente dita.

O The Guardian (Reino Unido) analisou como os manifestantes brasileiros estavam ativos nas redes sociais (no *Twitter*, mais especificamente) e concluiu que a população estava sabendo utilizar a *internet*, um potente aliado, para chegar aonde queria.

Muitas das matérias publicadas no *site* da BBC (Reino Unido) e no The New York Times (Estados Unidos) focavam na repressão policial, na violência, nos estragos que estavam sendo causados e na atuação militar frente às manifestações. Além disso, em momentos isolados, o jornal norte-americano reconheceu que, devido aos anos de aceitação que o Brasil vem vivendo frente às suas precárias políticas públicas e atuações políticas, estava acontecendo um “*social awakening*”<sup>2</sup> no país.

Talvez, dentre toda a atenção internacional conseguida pelos protestos, o The Economist (Reino Unido) tenha feito a melhor resenha da situação em que o Brasil se encontrava. Começando a sua matéria principal com uma foto das ruas do Rio de Janeiro tomadas por manifestantes, o jornal deixou claras as intenções dos brasileiros nas ruas, os problemas sociais e organizacionais no país e como isso afetaria a história brasileira e o fluxo de visitantes para o Brasil.

Por outro lado, o Diário Turístico da República Dominicana, Arecoa, divulgou falas e pesquisas de políticos e órgãos brasileiros que afirmavam que a

<sup>1</sup> “Brasil, um sonho ou um pesadelo?”, em tradução livre.

<sup>2</sup> “Despertar social”, em tradução livre.

onda de protestos não afetaria a imagem turística do Brasil, indo exatamente contra o que é defendido no presente estudo.

#### 4. CONCLUSÕES

O turismo, como atividade multidimensional, figura nos estudos e investigações de diversas áreas disciplinares distintas (MARUJO, 2005), tendo uma abrangência compreensiva dependente de interpretações e inter-relações muitas vezes não lineares. Com essa dependência, surgem novas formas de se entender, praticar, trabalhar e se relacionar com o turismo, levando em consideração que esta não é uma atividade estática e definitiva. Como qualquer outro campo de trabalho, o turismo precisa buscar sua inovação para acompanhar as mudanças vividas pela sociedade.

Sabe-se que a mídia, que abarca todos os meios de comunicação social de massa existentes (*internet*, televisão, jornais, rádio etc.), precisa ser vista como um sistema em contínua mudança, no qual elementos diversos desempenham papéis de maior ou menor destaque (BURQUE e BRIGGS, 2006), constituindo, assim, parte do que é repassado à sociedade como forma de informação, interação e conhecimento.

Dessa forma, a mídia e os meios de comunicação inseridos nela prestam serviços ao indivíduo quando o aproximam de fatos e acontecimentos distantes, que levariam muito mais tempo para serem acessados sem essas ferramentas. Da mesma maneira, quando se tem a necessidade da propagação da informação (seja ela de qualquer procedência ou tendo qualquer intenção), tem-se também a confirmação de que a mídia cumpre seu papel de inter-relacionar tais fatos e/ou pessoas isoladas.

Sabe-se que a idílica realidade brasileira divulgada pelas mídias turísticas internacionais é completamente diferente do dia a dia vivido por sua sociedade. O país, tão rico em belezas e atrativos, é também um poço de desigualdades sociais e problemas estruturais – saúde, educação, saneamento básico, políticas etc. Além disso, os brasileiros têm, por costume, uma visão preconceituosa do seu próprio país, tendendo sempre a se diminuir frente a outras nacionalidades. Neste sentido, os protestos denotam, sim, um despertar social e uma nova postura da Nação que certamente tem seu berço esplêndido, porém seus cidadãos estão despertos, pois o paraíso precisa, em muito, melhorar.

Assim sendo, enquanto o Brasil não resolver seus problemas internos, será difícil promovê-lo seriamente, pois, em um país onde os problemas estruturais superam as belezas, é difícil aceitar que verbas sejam gastas para promover a fruição destas belezas e do lazer, quando as mesmas poderiam ser utilizadas para sanar problemas urgentes, como o saneamento básico, por exemplo.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arecoa. Brasil: Protestos não afetará a imagem do turismo. Diário turístico de la República Dominicana: Democracia do País em Destaque. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em [www.arecoa.com/portugues](http://www.arecoa.com/portugues)

ARIAS, Juan. Brasil ¿un sueño o una pesadilla? *El País*: Internacional. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em <http://internacional.elpais.com>

BBC. Brazil unrest: 'Million' join protests in 100 cities. *News: Latin America & Caribbean*. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em <http://www.bbc.co.uk/>

BRIGGS, Asa. BURQUE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Tradução Mara Carmelita Pádua Dias; Revisão Paulo Vaz - 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2006. Disponível em < <http://blogcomsono.wordpress.com>>. Acesso em 10 de out. 2012.

Correio Brasiliense. Quase 2 milhões de brasileiros participaram de manifestações em 438 cidades. *Agência Brasil*. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em: <http://www.correiobrasiliense.com.br>

MARUJO, Maria N. 2005. A Sociologia e o Turismo. In *Sociologia em Diálogo II*, ed. Francisco Martins Ramos e Carlos Alberto da Silva, 1 - 10. ISBN: 972-98698-2-0. Évora: Departamento de Sociologia/CIS. Online. Acessado em 21 de jun. 2013. Disponível em <http://www.academia.edu>.

Opera Mundi. França, Alemanha, Portugal e Canadá terão protestos em solidariedade aos manifestantes de SP. *Manifestações*. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em: <http://operamundi.uol.com.br>

PEARSON, Samantha. Brazil's protesters turn slogans into protest songs. *Financial Times: Management*. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em <http://www.ft.com>

ROMERO, Simon. Thousands Gather for Protests in Brazil's Largest Cities. *The New York Times: Americas*. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em <http://www.nytimes.com/>

BIGNAMI, Rosa Bignami Viana de. *A imagem do Brasil no Turismo: construção, desafios e vantagem competitiva*. São Paulo: Aleph, 2002

The Editorial Board. Social Awakening in Brazil. *The New York Times: The Opinion Pages*. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em <http://www.nytimes.com/>

The Economist. The streets erupt. *Americas View: The Americas*. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em [www.economist.com](http://www.economist.com)

*The Guardian*. How Brazilian protesters are using Twitter. Acessado em 29 de set. 2013. Online. Disponível em <http://www.theguardian.com/>