



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO

ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA

DEPARTAMENTO DE TURISMO

ANA HELENA BRANDÃO LOPES

O ESTEREÓTIPO DA HOSPITALIDADE CONTEMPORÂNEA BRASILEIRA

Ouro Preto

Outubro – 2020

ANA HELENA BRANDÃO LOPES

O ESTEREÓTIPO DA HOSPITALIDADE CONTEMPORÂNEA BRASILEIRA

Monografia apresentada ao curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Beneditini Brusadin

Ouro Preto
Outubro – 2020

ANA HELENA BRANDÃO LOPES

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

L864e Lopes, Ana Helena Brandão.
O estereótipo da hospitalidade contemporânea brasileira. [manuscrito] / Ana Helena Brandão Lopes. - 2020.
84 f.: . + Fluxograma. + Roteiro de Perguntas.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Benedini Brusadin.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo.

1. Hospitalidade. 2. Hospitalidade - Brasil. 3. Estereótipos (Psicologia social). 4. O Contemporâneo. I. Brusadin, Leandro Benedini. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 338.488.2:649.9



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO



FOLHA DE APROVAÇÃO

ANA HELENA BRANDÃO LOPES

O ESTEREÓTIPO DA HOSPITALIDADE CONTEMPORÂNEA BRASILEIRA

Membros da banca

Prof. Dr. Leandro Benedini Brusadin - Doutor em História - Universidade Federal de Ouro Preto

Profª. Dra. Maria do Carmo Pires - Doutora em História - Universidade Federal de Ouro Preto

Profª. Dra. Lia Sipaúba Proença Brusadin - Doutora em Artes - Universidade Santa Úrsula

Versão final

Aprovado em 19 de Outubro de 2020

De acordo

Professor (a) Orientador (a) Leandro Benedini Brusadin



Documento assinado eletronicamente por **Leandro Benedini Brusadin, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 13/11/2020, às 12:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0102316** e o código CRC **EA40CC5**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.008621/2020-81

SEI nº 0102316

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35400-000
Telefone: 3135591447 - www.ufop.br

Dedico este trabalho especialmente aos meus pais, Adriana e César, e aos meus tios, Dora e Gustavo, pelo apoio e amor incondicional. Dedico também à minha avó, Dorama (in memoriun), que sempre se fez presente em meus pensamentos. Obrigada por serem a minha luz guia.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Universo, pelas aventuras e desventuras vividas que me trouxeram até o meu presente caminho.

Agradeço à minha família e amigos, pelo incentivo e suporte devoto.

Agradeço à UFOP e a todo o corpo docente do Departamento de Turismo da mesma, pela vivência e sabedoria transmitida.

Um agradecimento em especial ao meu orientador Prof. Dr. Leandro Benedini Brusadin, por ter balanceado excelência, objetivismo e companheirismo ao me guiar ao longo deste trabalho. Obrigada por inspirar reflexão e sinceridade com tamanha leveza.

Agradeço também à banca avaliadora pela sua contribuição e disponibilidade.

Agradeço aos entrevistados, aos quais se fizeram essenciais, por sua doação genuína de tempo e atenção.

Agradeço à Ouro Preto, pela maturidade e experiências auferidas.

Agradeço, por fim, à república Venustas, pelo ninho oferecido com tanto carinho, e em especial à minha querida amiga Nathália, pela constante demonstração de doçura e lealdade.

Sem vocês nada disso teria sido possível, o meu mais sincero obrigado!

“Às vezes, um clichê é a melhor forma de se explicar um ponto de vista”.

Woody Allen

RESUMO

O Estereótipo da Hospitalidade Contemporânea Brasileira

O presente trabalho busca compreender visão da hospitalidade brasileira contemporânea, por parte do estrangeiro que vem ao Brasil a turismo, assim como os motivos que o levaram a escolher o atual destino e a imagem social que lhe foi passada do mesmo. A problemática se vale da imagem estereotipada do Brasil e do brasileiro refletida e criticada por autores como Gilberto Freyre e Sérgio Buarque de Holanda, e propagada pela Embratur, que ainda se faz presente no imaginário estrangeiro. Foi realizada uma pesquisa de caráter bibliográfico e qualitativo por meio de entrevistas com estrangeiros de diferentes continentes. Os resultados demonstraram tanto resquícios da imagem estereotipada, como percepções inusitadas a respeito da cultura brasileira, levando a conclusão que, embora ainda haja uma noção do “homem cordial” no imaginário estrangeiro, a mesma pode ser controversa ao real conceito de hospitalidade estabelecido por autores como Brusadin e Neto (2016), Noguero (2013), Lashley (2015) e Camargo (2016).

Palavras-chave: Hospitalidade; Hospitalidade Brasileira; Imagem; Estereótipo; Contemporâneo.

ABSTRACT

The Stereotype of Contemporary Brazilian Hospitality

The present study seeks to understand the current vision of contemporary Brazilian hospitality, by the foreigner that comes to Brazil for tourism, as well as the motives that led him to choose the destiny, and the social image that was passed on to him about it, by analyzing to wich extent the stereotyped image of Brazil and Brazilian people reflected and criticized by authors such as Gilberto Freyre and Sérgio Buarque de Holanda, and disseminated by Embratur, is still present in the foreign imaginary. A bibliographic and qualitative research was performed through interviews with foreigners from different continents. The results demonstrated both traces of the stereotyped image, and unexpected perceptions about the Brazilian culture. These results led us to reckon that, although there's still a notion of the "friendly man" in the foreign imaginay, the same could be controversial to the real concept of hospitality established by the authors such as Brusadin and Neto (2016), Noguero (2013), Lashley (2015) and Camargo (2016).

Keywords: Hospitality; Brazilian Hospitality; Image; Stereotype; Contemporary.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Fluxograma de fatores estímulo e pessoais na formação da imagem de destino turístico.....	18
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AL	Alagoas
ANS	Agência Nacional de Saúde Suplementar
Anvisa	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
BA	Bahia
CFM	Conselho Federal de Medicina
CNT	Conselho Nacional de Turismo
DIP	Departamento de Imprensa e Propaganda
Disney	Walt Disney World
DW	Deutsche Welle
EUA	Estados Unidos da América
Fiocruz	Fundação Oswaldo Cruz
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
FMUSP	Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo
Funasa	Fundação Nacional de Saúde
Hemobrás	Empresa Brasileira de Hemoderivados e Biotecnologia
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Inca	Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva
Infopen	Sistema de Informações Estatísticas do Sistema Penitenciário Brasileiro
IPCA	Índice de Preços ao Consumidor Amplo
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
Ipsos	Instituto de Pesquisas
ISP	Instituto de Segurança Pública
Ito	Instituto Nacional de Traumatologia e Ortopedia Jamil Haddad
JK	Juscelino Kubitschek
MS	Ministério da Saúde
MTur	Ministério do Turismo
PE	Pernambuco
PIB	Produto Interno Bruto
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
Rio	Rio de Janeiro
RIMT	Rede de Inteligência de Mercado no Turismo

RJ	Rio de Janeiro
RN	Rio Grande do Norte
SAC	Serviço de Atendimento ao Consumidor
SC	Santa Catarina
SEPOL	Secretaria de Estado de Polícia Civil
SP	São Paulo
SUS	Sistema Único de Saúde
TI	Transparência Internacional
Unesco	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
Unimed	Confederação Nacional das Cooperativas Médicas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 A HOSPITALIDADE COMO PRODUTO DOS DESTINOS TURÍSTICOS..	14
1.1. Hospitalidade: Abordagem Social e Antropológica.....	22
1.2. Hospitalidade Pública: do Acolher ao Hostilizar.....	26
2 ALGUMAS NOTAS HISTÓRICAS E SOCIAIS NO BRASIL: O NASCIMENTO DA HOSPITALIDADE BRASILEIRA?	33
2.1. A Definição de País e de Sociedade que se Criou: Manipulados e Manipuladores	37
2.2. A Imagem e o Estereótipo do Povo Brasileiro: a Seleção das Imagens do Homem Cordial e do Produto Turismo.....	46
3 A HOSPITALIDADE PÚBLICA BRASILEIRA SOB O PONTO DE VISTA DE TURISTAS ESTRANGEIROS.....	53
3.1. O Acolher e o Hostilizar Brasileiro	59
3.2. Os Olhares Estrangeiros para a Hospitalidade Brasileira Contemporânea..	65
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75
APÊNDICES.....	82
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	83

INTRODUÇÃO

A hospitalidade, bem como o conceito de dádiva que a cerca, é um tema muito discutido desde a Grécia antiga e foi ganhando classificações ao longo do tempo, de acordo com sua área de atuação, bem como o conceito de hospitalidade doméstica, pública, comercial e virtual. No Brasil, é possível já observar a sua presença na literatura desde a época imperial nas obras de George Gardner, naturalista escocês, que veio ao país em 1836 e permaneceu até 1841 (SANTOS FILHO, 2008, p. 03). Mais tarde, autores de renome como Gilberto Freyre (1934) e Sérgio Buarque de Holanda (1936) exaltariam esta mesma hospitalidade e a transformariam em uma “marca” nacional, que passaria a ser reforçada e transformada em um produto turístico pela Embratur a partir dos anos 70, gerando uma imagem social e um estereótipo brasileiros no imaginário estrangeiro. Estereótipo esse que possuía como base o “homem cordial” de Holanda (1936).

Em vista desta questão, o objetivo do presente trabalho é discutir a hospitalidade brasileira para analisar como a mesma se deu ao longo do desenvolvimento do país e qual a sua relação atual com o estereótipo, pensado na literatura brasileira e alastrado pela Embratur, diante do imaginário do estrangeiro que vem ao Brasil a turismo.

A motivação para a pesquisa surgiu pelas experiências da própria autora ao longo dos anos, advinda do contato com estrangeiros do mundo todo no âmbito pessoal e profissional do turismo, ao ouvir comentários estereotipados sobre o Brasil e o povo brasileiro. Nesse viés, nasceu uma inquietação: De onde viria este estereótipo e, até que ponto o mesmo se faria verdadeiro e estaria, de fato, ligado à cultura brasileira?

Buscando a resposta para tal inquietação, foi realizado um levantamento bibliográfico abordando os conceitos de hospitalidade e dádiva, desde seu início até sua possível presença ao longo do desenvolvimento histórico do Brasil, sob a visão de autores como Noguero (2013), Lashley (2015) e Camargo (2016). Logo após, foi realizada uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo a respeito da noção contemporânea de hospitalidade brasileira presente no imaginário estrangeiro, através da aplicação de um roteiro de perguntas a 5 estrangeiros, que vieram a turismo ao Brasil. Sendo eles, uma estadunidense (entrevistada 01), uma argentina (entrevistada 02), um francês (entrevistado 03), um camaronense ou camaronês (entrevistado 04) e um indiano (entrevistado 05).

Desta forma, o presente trabalho se divide em três capítulos. No primeiro capítulo, é realizada uma abordagem social e antropológica acerca dos conceitos de dádiva e hospitalidade, para então discuti-la enquanto hospitalidade pública, bem como a forma que a mesma se dá em

destinos turísticos. No segundo capítulo, é traçada uma breve história da transformação da colônia portuguesa em um país independente do ponto de vista de um imaginário social, a fim de refletir o passado da hospitalidade brasileira, assim como a mesma se apresenta na contemporaneidade a qual a sua influência na imagem social e no estereótipo existente do Brasil e do povo brasileiro. Após abordagem da hospitalidade brasileira, no terceiro e último capítulo foi realizada uma síntese sobre o acolher e o hostilizar brasileiro sob a ótica dos turistas estrangeiros. Juntamente com a explicação da metodologia utilizada, a apuração dos roteiros de perguntas aplicados é feita para apresentação das considerações finais, onde são expostos os resultados, as dificuldades encontradas para realização da pesquisa, sugestões para futuros trabalhos e as possíveis contribuições deste trabalho para a discussão desse assunto.

A presente monografia apresenta hipóteses sobre essa temática ainda pouco explorada nos Cursos de Turismo cuja perspectiva social e cultural tem muito a contribuir, de forma interdisciplinar, com outros campos do conhecimento. Esse é o desafio assumido no presente trabalho.

1 A HOSPITALIDADE COMO PRODUTO DOS DESTINOS TURÍSTICOS

A hospitalidade é um conceito que gera divergências de idealizações desde seus primórdios até os dias atuais, portanto, neste capítulo há uma discussão acerca da definição da hospitalidade e dádiva em si, na visão de alguns autores, para então analisá-la enquanto produto nos destinos turísticos.

Grinover (2002) relata que a palavra hospitalidade teria aparecido pela primeira vez na Europa, provavelmente no início do séc. XIII, calçada na palavra latina Hospitalis. Ela designava a hospedagem gratuita e a atitude caridosa oferecidas aos indigentes, e dos viajantes acolhidos nos conventos, hospícios e hospitais. Na Grécia antiga, Brusadin e Netto (2016, p. 523) apud Noguero (2010, 225) explicam que “a falta de hospitalidade ocasional era causada pela incapacidade de receber forasteiros”.

Contudo, o uso desta palavra e deste conceito já se fazem presentes há mais de 1.500 anos em documentos como a Bíblia, por exemplo, onde há varias menções da palavra e do conceito de hospitalidade, tais como: “Compartilhem o que vocês têm com os santos em suas necessidades. Pratiquem a hospitalidade” (ROMANOS 12:13)¹ – o contexto bíblico não menciona a necessidade de algum tipo de troca, deixando implícito que o conceito também designava algo oferecido gratuitamente.

Uma visão semelhante é apresentada por Pimentel, Barbosa, Sansolo e Irving (2007, p. 30) quando diz que Boff (2005) “trata da hospitalidade principalmente entre desconhecidos, e não aborda, em nenhum momento, em sua dimensão, a prática comercial”. Segundo Brusadin e Neto (2016, p. 523),

partindo desta ideia se estabelece que a hospitalidade é um intercâmbio simbólico no assimétrico que no trato com o outro pode vincular-se ao espírito da dádiva, segundo cada época histórica. As razões da hospitalidade podem variar de acordo com as formas de presentear e retribuir, independentemente da lógica econômica e da posta em cena dos atores, pois o que prevalece é a relação humana de intercâmbio no tecido social.

A literatura, segundo Noguero (2013, p. 163), considera que “a hospitalidade possui o ideograma da cama e, além disso, o da mesa”. Tal afirmação pode ser entendida tanto como uma abordagem mais doméstica do conceito, quanto uma abordagem mais comercial. Do ponto de vista doméstico, entra o conceito da hospitalidade doméstica que “é a mais típica e a primeira

¹ Disponível em: < https://www.bibliaon.com/versiculo/romanos_12_13/>. Acesso em: 20 de set. de 2020.

a ser registrada na história da hospitalidade. Nesse tipo, se incluem desde os gestos mais cotidianos e simples na atenção de pessoas que são recebidas” (SILVA e BRUSADIN, 2016, p. 07). Logo, o ideograma da cama e mesa remetem aqui à ideologia da casa.

Já o ponto de vista comercial, nos remete à hospitalidade comercial, demonstrada por Lashley (2015, p. 71) apud Ashness, Lashley (1995):

Nos anos de 1980, a palavra ‘hospitalidade’ surgiu como uma palavra guarda-chuva para descrever todos esses estabelecimentos e os serviços por eles prestados. O termo assumiu o papel de um descritor conveniente, mas também ajudou a promover uma imagem positivista da hospitalidade, visão que acabou por obscurecer o comércio. A ideia de hospitalidade fazia referência à imagem de hóspedes sendo recebidos e acolhidos, desde que pudessem pagar por isso.

Lashley (2015, p. 75), nos fala sobre a palavra “hospitalidade” ser entendida através de serviços prestados em lugares como hotéis, restaurantes e bares a partir da década de 80 – ou seja, a hospitalidade aqui engloba conceitos comerciais também, em que a mesma agora residiria em uma troca, não sendo mais gratuita. Logo, aqui o ideograma da cama e mesa remetem à ideologia do setor hoteleiro.

É possível observar, então, visões distintas sobre o conceito de hospitalidade em que, alguns autores a veem enquanto algo praticado naturalmente – em que a troca é suposta –, enquanto outros a veem como algo necessariamente recíproco – onde a troca agora é necessária – podendo ter uma dimensão comercial. Inclusive, em meio a essas visões distintas e a uma discussão acerca da questão da reciprocidade ser necessária ou não à caracterização do conceito, Lashley (2015, p. 72) apresenta o termo *hospitabilidade*” em que, o mesmo, “indicaria a disposição das pessoas de serem genuinamente hospitaleiras, sem qualquer expectativa de recompensa ou de reciprocidade”. Nos ajudando, então, a separar ambos os conceitos em que, a hospitalidade pode abranger todos os tipos possíveis de hospitalidade e a “hospitabilidade” se restringe apenas aos atos genuínos.

Lashley (2015, p. 79), considera possível relacionar brevemente as diferenças entre “hospitalidade” e “hospitabilidade” com as diferenças entre a hospitalidade comercial e doméstica, quando descreve que

o domínio doméstico considera a gama de questões associadas à provisão de alimentos, bebidas e hospedagem no lar, bem como o impacto das obrigações do hóspede e do anfitrião, neste contexto (LASHLEY, 2008). O domínio comercial diz respeito à provisão da hospitalidade como uma atividade econômica que fornece alimentos, bebidas e hospedagem em troca de dinheiro, tendo-se como objetivo a extração da mais-valia (LASHLEY, 2015, p. 79).

Enquanto que Silva e Brusadin (2016, p. 08) apud Araújo et al (2014), expõem um debate a respeito da existência da dádiva no meio comercial, onde “acreditam que mesmo na hospitalidade comercial existem ações além do receber, hospedar, alimentar e entreter, mas ainda sim deve-se pensar na relação social que envolve o encontro de pessoas, suas vivências culturais que determinam o ambiente hospitaleiro”, propondo que atos genuínos podem ser observados, mesmo mediante pagamento.

Araújo et al (2014) apud Silva e Brusadin (2016, p. 08) concluem que se faz vital a presença da hospitabilidade na hospitalidade comercial também, pois a mesma determinará a profundidade do vínculo estabelecido entre o estabelecimento e o hóspede – “ quando da hospitalidade como atividade turística” – resultando em maiores chances de retorno do cliente. Desta maneira, verifica-se a formação de destinos turísticos tendo a hospitalidade como principal produto, visto que ao longo dos anos o turismo tem se provado um setor promissor para geração de renda, principalmente quando consegue atrair turistas estrangeiros,

a atividade turística já se constitui numa das principais atividades econômicas em todo o mundo, o que, por sua vez, faz com que cresça geometricamente o número de localidades que almejam se desenvolver com a ajuda do setor ou mesmo através dele (CHAGAS, 2009, p. 118).

Ao analisar a caracterização de um destino turístico, “há de se ter em conta os atrativos ou recursos turísticos, a hospitalidade cidadã, a hospitalidade institucional, as estruturas turísticas, o mercado (a oferta e a demanda), as tendências e os competidores” (NOGUERO, 2013, p. 191). Assim sendo, resumidamente, um destino turístico se caracteriza pelos seus atrativos e pelos seus autóctones. Seus atrativos podem ser desde atrativos naturais, como praias, lagos, parques, cachoeiras, etc., quanto artificiais, como parques de diversão, museus, restaurantes, hotéis, eventos, prédios históricos, entre outros. Em relação aos autóctones, é possível defini-los como acolhedores ou hostis – um exemplo da interferência de autóctones no potencial turístico é o Rio de Janeiro, que hoje em dia tem seu potencial prejudicado por conta dos crescentes casos de violência ocorridos na cidade, fazendo com que os turistas se sintam inseguros.

Logo, se os autóctones possuem tamanha influência no potencial turístico de um local, seria razoável pressupor que os mesmos também possuem um certo peso ao definir o nível da hospitalidade do mesmo. No entanto, esse é um termo muito subjetivo e pode ter diferentes significados para diferentes pessoas, visto que o que é hostil para um pode não ser para o outro. Um exemplo disso são locais com pouco espaço para estacionar carros – quem possui um carro provavelmente acharia pouco conveniente não achar um lugar para estaciona-lo ou gastar o

tempo que poderia estar fazendo algo prazeroso, procurando um, enquanto quem não possui um carro, e se utilizou de outro meio de transporte para chegar até o local, talvez não se importasse, ou nem percebesse a existência desse problema.

Portanto, durante a definição do potencial turístico de um local, é necessário analisar outros fatores que interferem nesse potencial além do perfil dos nativos e dos atrativos já existentes no local, como sua economia (hospitalidade comercial), clima, localização – fácil ou difícil acesso – saneamento básico, abastecimento de água, segurança, acesso à saúde e educação (hospitalidade pública), ou seja, toda e qualquer coisa que interfira na infraestrutura do mesmo, entre outros. Todos os itens citados acima podem ser usados para atrair ou repelir turistas de um local. O destino que se destacar mais, seja por preços ou qualidade dos atrativos e fatores externos, leva vantagem e se torna mais popular.

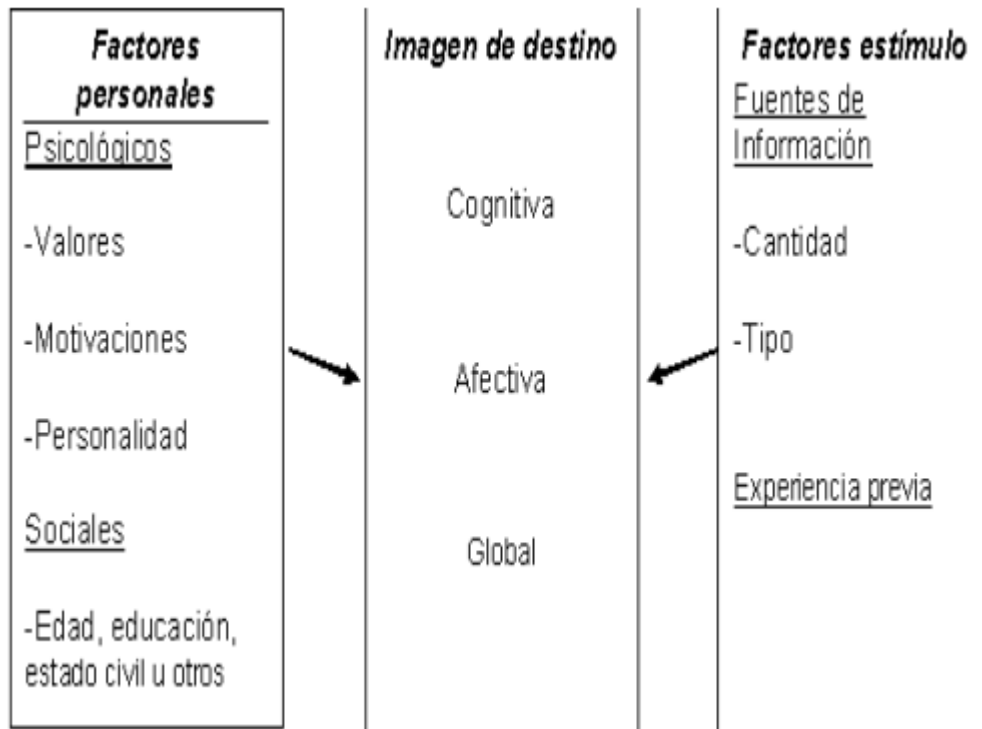
É nesse contexto que surge a importância da imagem de destino, pois ela é reconhecida como o principal fator responsável pela escolha de um destino, em especial, em detrimento ao grande número oferecido deles atualmente (CHAGAS, 2009, p. 118).

Quando se planeja um destino turístico é necessário planejar também qual o tipo de turista que se deseja atrair ao local, pois isso terá influência direta no direcionamento que a propaganda deve ter e das imagens usadas na mesma. Nesse sentido, a formação de uma imagem de um destino turístico ocorre na relação entre fatores estímulos e fatores pessoais.

Os fatores pessoais podem ser definidos de acordo com a personalidade, valores e motivações do indivíduo (fatores psicológicos), idade, educação, etc. (fatores sociais), enquanto que os fatores estímulos externos dizem respeito as fontes de informação e experiência prévia de cada um (CHAGAS, 2009, p. 121 apud BALOGLU e MCCLEARY, 1999).

Os níveis avaliativos se consistem em três tipos, o cognitivo, o afetivo e o global.

Fluxograma 01: Fatores estímulo e pessoais na formação da imagem de destino turístico:



Fonte: BALOGLU, S. e MCCLEARY, K. W. 1999.

Ao planejar uma imagem turística social de um local é sempre destacado apenas o que há de melhor lá, obstruindo o máximo possível de suas características negativas, como forma de atrair o turista ao invés de afugentá-lo.

As pessoas (...) vivem em constantes criações de desejos em inúmeros momentos da vida, o que faz surgir uma tensão, e é daí, da tentativa de liberação desta tensão, que surge uma motivação para realizar algo como se envolver em uma atividade turística (CHAGAS, 2009, p. 123 apud KOTLER, BOWEN e MAKENS, 1997).

Visto que o termo “imagem” pode abarcar uma série de conceitos, trabalha-se aqui com esta palavra se referindo estritamente a um conceito de um imaginário social, bem como sua definição, analisa-se as imagens mentais.

Chagas (2009, p.124) forma uma discussão sobre como se dá de fato a formação do imaginário turístico social de um local, nos alertando sobre “os três tipos de imagem que existem: a orgânica, em que a pessoa forma um imaginário de determinado local sem a interferência do marketing (através de leitura ou conhecimento histórico, por exemplo), o induzido, em que há a interferência do marketing/promoção (panfletos, propagandas), e o complexo, em que o indivíduo visitou e vivenciou o local em questão, formando um imaginário mais real do mesmo (obtido apenas através da vivência da visita ao local)”. No entanto, é necessário um cuidado para não montar uma imagem social que fuja muito da realidade do

local, pois quando a propaganda é enganosa, o turista se sente decepcionado com o local e enganado, passando adiante uma imagem negativa do mesmo, decorrente de sua experiência não satisfatória.

Estabelecidos os tipos de imaginários existentes, entende-se que as principais formas pelas quais os mesmos são passados adiante são: através do marketing em si (propaganda) e da informação passada adiante pelo próprio turista que já visitou o local (“boca a boca”).

A importância de se considerar tais fatos está em saber que a imagem social passada “boca a boca” também tem seu peso ao medir o potencial turístico de um destino, como é, novamente, o caso do Rio de Janeiro que tenta desde a década de 1980 obstruir ou “maquiar” seu lado negativo da violência. Porém, quem já visitou o local acaba sabendo deste lado e espalhando para seus conhecidos. Na época, já houve uma mudança na visão da mídia internacional apresentando o Rio como um lugar violento, como inclusive em alguns filmes de Hollywood, tais como *Turistas* (Unrated, 2006, por John Stockwell). Correntes de e-mails e blogs divulgaram em 2006 uma mesma mensagem contra o filme de terror, que tem o Brasil como cenário e uma trama na qual um grupo de jovens vem ao país, é roubado, sequestrado e cai nas mãos de uma quadrilha de tráfico de órgãos. Em "*Turistas*", cariocas falam espanhol, e selvas ficam ao lado de metrópoles.²

Já o marketing do local turístico em si, deve ser muito bem planejado a fim de se manter fiel ao mesmo tempo em que destaca o que há de melhor lá – ao considerar-se que o mesmo terá influência no marketing feito “boca a boca” – “portanto, as atividades de marketing possuem uma grande relevância, principalmente em relação à captação de nichos que não possuem uma imagem social já formada do destino” (CHAGAS, 2009, p. 124). Para isso, é preciso considerar os “4 Ps” do marketing, preço, produto, praça e promoção, pois quanto mais essas variáveis são consideradas e bem pensadas, as chances de o marketing do produto ser bem sucedido, aumentam.

Quando fala-se em destinos turísticos brasileiros, logo vem ao pensamento a cidade do Rio de Janeiro e seu valor enquanto morada de vários patrimônios histórico-culturais nacionais, já que os mesmos se fazem muito presentes no papel de atrações turísticas em escala nacional e internacional – tendo como exemplo a Praça XV de Novembro à margem da Baía de Guanabara e os Arcos da Lapa, situados na Lapa, Zona Central do Rio de Janeiro. Mas o que poderíamos definir como patrimônio histórico-cultural? Certamente é possível achar inúmeros

² Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u66731.shtml> >. Acesso em: 10 de out. de 2019.

significados, no entanto, trabalharemos aqui com a definição deste termo sob o conceito da representação de uma memória, para então podermos trabalhar com a importância da preservação da mesma, seja ela qual for.

O Artigo 216 da Constituição conceitua patrimônio cultural como sendo os bens “de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira”.³

O filme brasileiro, em coprodução com a França, *Narradores de Javé* (2003, por Eliane Caffé) discute o significado de um patrimônio histórico-cultural neste mesmo sentido, e qual a importância de preservá-lo. Após análise do mesmo, ao longo de 4 anos, foi possível perceber uma conclusão semelhante a do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) sobre o tema, em que um patrimônio histórico-cultural pode ser referente à relevância de um local ou objeto em questão, e a importância de preservá-lo está justamente na preservação da memória do mesmo e de passá-la adiante, para que não se perca ao longo dos anos e gerações. O filme, apesar de não ser tão direto quanto as resoluções apresentadas pelo IPHAN, transparece essa reflexão acerca do tema, facilitando um simples entendimento sobre o mesmo.

Ao se tratar da preservação do patrimônio histórico e cultural torna-se necessário compreender conceitos relativos ao uso dos espaços e sua relevância como lugares de memória, expressão utilizada por Pierre Nora para descrever certos espaços e certas temporalidades que acabam por ser sacralizados em determinados grupos nas sociedades urbanas (TOMAZ, 2010, p. 01).

No Brasil, desde 1975, pode-se notar nas propagandas da Embratur o surgimento de uma importante valorização dos patrimônios histórico-culturais, enquanto produto turístico nacional e internacional – até então os mesmos haviam sido utilizados na Era Vargas como atrativos turísticos. Porém, enquanto propaganda da Embratur, a partir dessa data já é possível encontra-los em propagandas turísticas brasileiras. O uso desses patrimônios históricos enquanto propagandas para atrair turistas é importante pois passa a atrair outra camada de turistas, e exalta uma subseção do turismo: voltada ao turismo cultural, resultando no fomento do turismo nacional também. Quando fala-se em turismo cultural, refere-se a uma ampla gama de diferentes afazeres, todos voltados à cultura de alguma forma,

ao mesmo tempo em que se quer mostrar e corroborar tal imagem, são feitas campanhas para incentivar o turismo interno nacional, incentivo cujo objetivo

³ Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/218>>. Acesso em: 15 de set. de 2020.

é desenvolver econômica e socialmente estados e regiões, mas também fazer com que as pessoas conhecessem seu país próprio e se identificassem com o patrimônio, favorecendo a política do Estado de manutenção da unidade nacional (ALFONSO, 2006, p. 91).

Hoje em dia é possível dizer que o turismo nacional se dá em grandes proporções, principalmente pensando no sentido do turismo cultural, já que cidades como Ouro Preto, Olinda e Diamantina possuem um turismo ativo nesse sentido, atraindo também uma boa quantidade de turistas estrangeiros. O valor religioso desses locais também entra como atrativo no valor cultural dos mesmos. “No início de 2000, Olinda, o Pelourinho, Ouro Preto e Diamantina passam a representar o Patrimônio Histórico do país porque também são Patrimônios da Humanidade” (ALFONSO, 2006, p. 116).

No caso da cidade de Ouro Preto, é possível observar um aproveitamento comercial dos atrativos culturais, por parte da cidade, visto que o turismo local é fomentado por estes atrativos e seu valor histórico e religioso. Uma vez que a hospitalidade mineira se faz famosa, uma pesquisa quanti-qualitativa, realizada na cidade em 2016, comprova que a maioria dos turistas entrevistados não tinha nada a indicar como fator menos acolhedor na cidade, com exceção do comércio. “Entretanto, a hospitalidade não profissional para com o turista por parte do comerciante é de extrema preocupação e deveria ser vinculado ao seu caráter afetivo como um potencial de atendimento” (SILVA e BRUSADIN, 2016, p. 18).

Essa mesma pesquisa pode ser entendida como um exemplo de que, por vezes, a simpatia se sobrepõe à falta de profissionalismo no setor, resguardando a antiga noção de que o turismo mineiro é, em sua maioria, acolhedor. Pois os outros setores da pesquisa de fator menos acolhedor de Ouro Preto, como hospedagem e atrativos turísticos não chegaram a ter sequer um voto, dando a entender que os mesmos podem ser considerados como fatores positivos no acolhimento da cidade. Ambos são fatores de peso ao analisar o acolhimento ou potencial turístico de um local, como explicitam Silva e Brusadin (2016, p. 21):.

Estes elementos socioculturais e as marcas da vida cotidiana contemporânea desse povo fomentam uma noção sobre a essência do caráter da hospitalidade mineira a qual também é caracterizada pelo improvisado e a falta de profissionalismo, ainda que a generosidade e afetividade suplantem isso na percepção dos turistas.

Por fim, nota-se como a hospitalidade se faz presente enquanto produto turístico no Brasil, e no imaginário do país no exterior. Agora, resta explorar de onde vem esse conceito do brasileiro hospitaleiro e o que o sustenta até hoje.

1.1. Hospitalidade: Abordagem Social e Antropológica

Uma palavra pode ter infinitos significados e usos, e seus significados podem variar de acordo com a cultura e experiência empírica de quem a está empregando. Não diferentemente das demais, a palavra hospitalidade também possui muitos significados rodeando seu conceito central, como já visto.

Assim sendo, em vista da discussão acerca dos primórdios do conceito de hospitalidade, discute-se agora o mesmo do ponto de vista do conceito da dádiva/dom, do dar e do receber singelo e do mesmo com segundas intenções. Para isso, inicia-se essa discussão falando um pouco sobre o antigo ritual potlatch, segundo Abadi (2013) apud Mauss (1925), a fim de definir a hospitalidade como é entendida, erroneamente, pela maioria das pessoas. Quando se fala em dádiva logo vem ao pensamento o ato de dar algo a alguém generosamente, a ideia de um presente inicialmente sem intenções, no entanto quando se ganha um presente está subentendido ali no subconsciente humano que é seu dever dar algo em troca para a pessoa em questão, o que acaba deixando muitas pessoas incomodadas quando pegas de surpresa justamente por não ter nada ali para dar em troca.

Povos indígenas antigos da América do Norte já tinham essa concepção de que um presente deve ser retornado, porém no caso deles estava mais que entendido que essa troca deveria ser feita, e da melhor forma possível, esse ritual de troca de presentes excessiva foi nomeado potlatch, que significa “nutrir”, “consumir”, segundo Mauss (1925, p. 191). O ritual se consistia basicamente em presentear outras tribos com banquetes, pessoas, ou objetos considerados valiosos ou de qualidade, já esperando que a tribo que o recebesse deveria não só retornar o presente, mas retorna-lo com algo ainda mais valioso do que o lhes foi ofertado, e assim ia.

As dádivas circulam – como havíamos visto – na Melanésia, na Polinésia, com a certeza de que serão retribuídas, tendo como “garantia” a virtude da coisa dada que é, ela própria, essa “garantia”. Mas, em toda sociedade possível, é da natureza da dádiva obrigar a termo. Por definição, uma refeição em comum, uma distribuição de kava, um talismã que se leva não pode ser retribuído imediatamente. O “tempo” é necessário para executar qualquer contraprestação (MAUSS, 1925, p. 236 apud ABADI, 2013, p. 13).

Quem desse o melhor presente ganhava o maior prestígio, ou seja, era um conceito intimamente ligado à honra. A cerimônia poderia advir da celebração de várias espécies de eventos, tais como casamentos, nascimentos, mortes e outros que pudessem ser considerados igualmente relevantes. Mas é interessante pensar que o mesmo também poderia advir de

situações corriqueiras, já que o importante não era a ocasião em si, mas a validação de um certo “status social” que a cerimônia traria. Em alguns casos, os bens eram destruídos após a cerimônia, resultando no conceito do dar excessivo e com intenções, fugindo ao conceito da dádiva em si, como explica novamente Mauss (1925, p. 238) apud Abadi (2013, p. 14):

Em parte alguma o prestígio individual de um chefe e o prestígio de seu clã estão tão ligados ao dispêndio e a exatidão no momento em retribuir usurariamente as dádivas aceitas, de modo a transformar obrigados aqueles que os obrigaram. Aqui, o consumo e a destruição são realmente sem limites. Em certos potlatch deve-se gastar tudo o que se tem e nada conservar. (...) O casamento dos filhos, o assento nas confrarias só se obtém ao longo de potlatch trocados e retribuídos. Os bens se perdem no potlatch como são perdidos na guerra, no jogo, na luta. Em alguns casos, não se trata sequer de dar e de retribuir, mas de destruir, a fim de nem mesmo querer dar a impressão de desejar ser retribuído.

Mesmo esse ritual, e sua discussão sobre ele, sendo antigo, é possível identificar no comportamento das pessoas até nos dias de hoje – esse conceito não genuíno de que não se pode aceitar um presente sem ter algo em troca para dar à pessoa, achando que isso representa generosidade, quando na realidade esta ação está fugindo completamente dos conceitos da dádiva por si só e representa apenas um desejo do mesmo de se sentir “superior” ao outro lhe ofertando algo, igualmente bom ou melhor, em troca. Segundo Noguero (2013, p. 171):

(...) etimologicamente, *dádiva* vem do latim *dativa*, plural neutro de *dativum*, um termo composto do verbo *dare* (dar) e o sufixo *-ivum* (-ivo); o sentido etimológico de *dádiva* é incompleto, contanto que não se relacione *dativa* com *debita* (dívida), palavra que a condiciona porque depende disso.

Na visão de Godbout (1998, 1999) apud Pimentel, Barbosa, Sansolo e Irving (2007, p. 28) a dádiva “(...) não corresponde ao modelo mercantil – os agentes sociais buscam se afastar da equivalência de modo deliberado. A retribuição não é o objetivo”. O que nos leva a crer que o conceito da dádiva deveria se basear justamente no dar, sem esperar nada em troca, pois uma vez que se espera essa troca a mesma gerará alguma espécie de dívida, e então a ação não poderá mais ser classificada enquanto dádiva.

Nesse viés, reflete-se se a mesma ainda de fato existe, já que a maioria das relações são baseadas em trocas desde os tempos antigos, como discutido. A questão então é analisá-la dentro dessas trocas, já que, no caso contrário ninguém pode ser considerado genuinamente generoso.

É por esse motivo que se faz difícil a análise do conceito de dádiva imerso no ramo hoteleiro, por exemplo, pois há o impasse de até onde as ações do funcionário são genuinamente

generosas se está havendo um pagamento ali pelas mesmas. É aqui que entra novamente o conceito da hospitalidade, já que quando se fala na mesma, essa remete quase que majoritariamente ao hospedar e ao alimentar (cama e mesa). Observa-se que, muitas vezes, a hospitalidade de um local é medida através de seus locais de hospedagem (hotéis, pousadas, resorts, etc.) e de alimentos e bebidas (restaurantes, bares, lanchonetes, etc.).

Esta análise hospitaleira, associada ao ideograma da cama e da mesa, já foi realizada aqui em Noguero (2013, p. 163), em que

(...) a mesa corresponde aos pictogramas que incluem utensílios de mesa e designam os restaurantes ou outros estabelecimentos de alimentos e bebidas. Mas a tabela também identifica figuras que apresentam denotações ou significados objetivos com a hospitalidade: comensal ou comensalidade, a camaradagem e o convívio.

É possível, então, ligar a dádiva à hospitalidade, pois uma depende da outra: não há hospitalidade sem dádiva e, se há dádiva, ela remete à hospitalidade.

Existe no imaginário social brasileiro uma certa representação genérica que idealiza o seu "povo" como sendo hospitaleiro. Essa ideia é inculcada como característica peculiar, pela alegria e receptividade diferenciada de outros povos, atribuída muitas vezes ao legado da miscigenação. Existe essa ideia que se transformou em identidade ou "marca registrada" (COSTA E PIMENTA, 2010, p. 81).

A hospitalidade mineira se comprova famosa no Brasil, se integrando ao imaginário estabelecido pelo marketing intenso da hospitalidade brasileira, tanto no exterior, quanto nacionalmente também. No entanto, a carioca, desde os anos 1980, deixa a desejar com sua violência crescente e a abstinência de um governo interessado em mudar a situação que se encontra instaurada lá. Tendo em vista que o Rio de Janeiro continua sendo um dos principais polos de turismo do Brasil atualmente, juntamente com São Paulo, qual poderia ser o impacto do imaginário negativo do mesmo, internacionalmente falando, considerando que o turismo carioca perdendo o seu espaço, implica no turismo brasileiro perdendo uma parte de seu fluxo turístico também?

Tecnicamente, a lógica leva a pensar que o fluxo turístico internacional do Rio diminuiria. Porém, dados recentes de 2018 coletados pelo site booking.com e pelo próprio Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) mostram que, mesmo com a repercussão dos fatos em países estrangeiros, o Rio continua funcionando como o "rosto" do Brasil no exterior,

tomando ainda o primeiro lugar no ranking de lugares mais visitados por estrangeiros no Brasil, seguido por São Paulo, Foz do Iguaçu, Florianópolis e Salvador.

O primeiro lugar é o mais previsível. O Rio continua sendo o cartão-postal do país lá fora, então é bastante lógico que ele seja também o lugar mais visitado do país por turistas de fora. A segunda maior cidade do país atrai tanta gente por diversos motivos, mas seu charme está mesmo nas belezas naturais, seus morros, praias e florestas – além, é claro, do povo feliz e amigável com turistas, um diferencial muito importante para quem escolhe um destino de viagem (PAGLIUSO, 2019, s/p).

Essa matéria foi lançada em 2019, ou seja, é extremamente recente, e, nela está explícita ainda a ideia do carioca como um povo amigável e feliz, sendo o Rio de Janeiro o porta voz da visão do Brasil no exterior, toma-se o carioca como sendo o porta voz da visão do brasileiro no mesmo. Essa matéria foi divulgada pelo site G1, mas foi produzida por uma empresa pública de radiodifusão da Alemanha chamada Deutsche Welle (DW) que transmite seus conteúdos pelo mundo em até trinta línguas, comprovando que, mesmo com as ocorrências conhecidas de violência e tragédia que ocorreram e ainda ocorrem no Brasil, o conceito do “brasileiro cordial” de Sérgio Buarque de Holanda (1936) ainda se faz presente no exterior. Essa mesma matéria reproduzida pelo G1 informa que, mesmo o Rio de Janeiro continuando a ser o principal polo de turismo no Brasil, suas manchetes negativas divulgadas pelo mundo tiveram um certo impacto no turismo nacional.

A matéria diz que a imagem do país se encontra “manchada” atualmente no exterior, devido aos casos crescentes de extrema violência no Rio e de outras tragédias, como as das barragens que se romperam nos anos de 2017 a 2019. Os dados mostram que enquanto o turismo estrangeiro cresceu 7% no mundo em 2017, o turismo no Brasil chegou a aumentar apenas 0,6%. Segundo especialistas, “entre os principais motivos para um país com tanta diversidade de destinos “patinar” no turismo mundial estão as manchetes negativas no exterior; a pouca divulgação internacional; a falta de preparo e infraestrutura para receber os estrangeiros e o alto custo da viagem”.⁴

Por esses exemplos, é possível dizer que o conceito da hospitalidade brasileira se abalaria quando contrastado com a realidade que os turistas encontram quando aqui chegam, fatores citados como a violência, a falta de preparo e infraestrutura, e os altos custos, com relação a destinos europeus, deveriam impactar diretamente na hora de analisar a hospitalidade brasileira. Contudo, dados retirados do site Agência Brasil mostram que, segundo uma pesquisa

⁴ Disponível em: < <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/02/16/o-que-afasta-os-turistas-estrangeiros-do-brasil.ghtml>>. Acesso em: 22 de out. de 2019.

encomendada pelo governo federal em 2018, 88% dos turistas estrangeiros entrevistados ficaram satisfeitos com a visita ao país em 2017. Entre os itens melhor avaliados estão a hospitalidade (98%), os alojamentos (96,4%), a gastronomia (95,7%) e os restaurantes (95,5%). Ainda conforme o levantamento, 95% dos entrevistados afirmaram que têm a intenção de retornar ao país. O levantamento foi feito a partir de entrevistas com 35. 550 pessoas em 15 aeroportos e 10 pontos de entrada terrestre.⁵

1.2. Hospitalidade Pública: do Acolher ao Hostilizar

Ao falar da hospitalidade comercial brasileira, podemos entrar no conceito da hospitalidade urbana, porém não sem uma prévia discussão acerca do que seria o urbano em si. De acordo com Frota e Silva (2019, p. 03) apud. Correa (1989, p. 07):

O espaço urbano é simultaneamente fragmentado e articulado: cada uma de suas partes mantém relações espaciais com as demais, ainda que de intensidade muito variável. Estas relações manifestam-se empiricamente através de fluxo de veículos e de pessoas associados às operações de carga e descarga de mercadorias, aos deslocamentos quotidianos entre as áreas residenciais e os diversos locais de trabalho, aos deslocamentos menos frequentes para compras no centro da cidade ou nas lojas do bairro, às visitas aos parentes e amigos e as idas ao cinema, culto religioso, praia e parques.

Assim sendo, percebe-se uma ideia errônea no imaginário de muitos ao associar a palavra “urbano” a cidades grandes, e associar cidades pequenas à área rural, sendo que o urbano está presente também em cidades pequenas. A área urbana se classifica como as cidades, grandes ou pequenas, onde haja uma densa habitação de pessoas em um conjunto de edificações, além de uma forte onda de acontecimentos e transformações sociais, e pode ser caracterizada por possuir uma certa infraestrutura básica como: saneamento básico, serviços de saúde, segurança, educação e transportes. Já a área rural seria o campo, onde as pessoas vivem, geralmente, em chácaras, fazendas e sítios e costumam ter como principal atividade de trabalho a agropecuária. Lá não há muito suporte de uma infraestrutura básica, com exceção do saneamento básico, tornando a vida das pessoas muito mais simples e, por vezes, mais difícil, pois sempre que precisam utilizar-se de algum serviço de educação, saúde e segurança, por exemplo, precisam se deslocar até um centro urbano mais próximo.

⁵ Disponível em: < <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-05/crece-numero-de-turistas-estrangeiros-que-aprovam-visita-ao-brasil>>. Acesso em: 28 de set. de 2019.

É o nosso desejo discorrer sobre o fato de que uma cidade é ou não hospitaleira em função da coexistência de três dimensões fundamentais: a acessibilidade, a legibilidade e a identidade, intimamente relacionadas pela “escala”, pelas medidas geográficas e temporais, que proporcionam a compreensão da cidade, seja para o habitante seja para quem dela se aproxima, nela se introduz e dela se apropria (BRUSADIN, 2017, p. 173).

Anteriormente, discutiu-se sobre a hospitalidade de lugares turísticos, que pode envolver todos os segmentos da hospitalidade. A hospitalidade urbana é um destes segmentos e se refere a esses três fatores citados por Brusadin (2017, p. 173): “a acessibilidade, legibilidade e identidade do local.” Quanto à acessibilidade, é possível citar uma boa sinalização nas ruas e rodovias, quantidade de lugares para estacionar de acordo com o tamanho e quantidade de habitantes/turistas do local, variações, quantidades e localização de restaurantes, supermercados e postos de gasolina, entre outros.

A acessibilidade evoca diversos conceitos ligados a possibilidade de acesso dos indivíduos, ou de grupos sociais, a certas atividades ou a certos serviços que estão presentes na cidade, devendo proporcionar a igualdade de oportunidades aos usuários urbanos, por isso, o acesso a cidade é um direito de todos (BRUSADIN, 2017, p. 180).

Já em relação à identidade do local, é possível citar o nível de violência, e a própria hospitalidade comercial englobando desde o atendimento ao cliente até os preços e níveis de variações dos produtos.

Essa oscilação entre tradição e tradução está cada vez mais evidente num quadro global: as identidades culturais que estão emergindo em toda parte não são “fixas”, estão em “transição”, retiram seus conteúdos a partir de diferentes tradições culturais, e são produtos cada vez mais comuns no mundo urbano globalizado (BRUSADIN, 2017, p. 188).

E, em relação a legibilidade, há também a questão paisagística e climática envolvida nesse acolher ou hostilizar urbano, como a organização arquitetônica de uma cidade, por exemplo, em que uma cidade seria legível se pudesse ser facilmente identificada e organizada por bairros e regiões através não de placas e informações, como a acessibilidade, mas de fatores visuais. Segundo Lynch (1960, p. 13), “seria a facilidade com que cada uma das partes da cidade pode ser reconhecida e organizada em um padrão coerente.”

Lugares muito frios podem ser considerados hostis, devido ao seu clima, para uns e para outros exatamente o contrário, assim como lugares muito quentes, ou úmidos/secos. Lugares muito montanhosos ou com uma grande quantidade de animais perigosos também entram na lista. A Austrália é um bom exemplo de lugar considerado hostil por muitos devido ao seu

grande número de animais exóticos e perigosos, específicos da região. Questões políticas também podem interferir diretamente no acolhimento urbano de um local, já que acaba acarretando em vários fatores citados como, violência, pobreza, e, até mesmo postura, dos cidadãos não só entre si como também entre os turistas.

É possível perceber que quando fala-se em hostilidade, logo entra o conceito de perigo logo ao lado, sendo muitas vezes correlacionados, já que um lugar inóspito se torna hostil, logo não é à toa que a Síria é considerada um dos lugares mais hostis do mundo, por exemplo, devido ao seu constate conflito religioso e político.⁶ De acordo com a Unesco, o Brasil é o sexto país mais perigoso do mundo para os profissionais da comunicação. O relatório ressalta que a situação configura "verdadeira violação à liberdade de expressão". O material também aponta "dificuldades estruturais notórias das Polícias Judiciárias" e diz que "muitos dos autores intelectuais desses crimes não chegam a ser responsabilizados. A autoria por vezes sequer é identificada. "(...) Estamos atrás apenas de países em manifesta crise institucional, política e até humanitária, como Síria, Iraque, Paquistão, México e Somália", diz o relatório.⁷

Assim, estudar a cidade é procurar quais elementos e estruturas podem lhe conferir o estado de hospitaleira ou, ao contrário, inospitaleira, isto é, as categorias que já mencionamos, a saber as categorias sociais, culturais, históricas, econômica e ambientais, consubstanciadas na acessibilidade, legibilidade e identidade desse espaço que denominamos de cidade, amarradas pela distância geográfica e pela distância temporal, isto é, as medidas urbanas (BRUSADIN, 2017, p. 179).

Segundo cientistas, hoje em dia vive-se em um mundo onde as pessoas estão cada vez mais individualistas, principalmente nos grandes centros urbanos como as grandes capitais. Isso interfere diretamente no acolhimento urbano da cidade, e, esse fato, inclusive, é apontado por alguns especialistas da área da saúde como um dos principais motivos para a chamada "doença do século", a depressão, que se torna cada vez mais comum pelo mundo. Segundo o Dr. Paulo Rossi do Departamento de Medicina Preventiva FMUSP (2019), "nós temos uma ideia de que o Brasil é um país feliz, um país do carnaval e futebol, das festas, e, quando a gente faz esses estudos, a gente vê que os brasileiros têm sintomas de depressão, apesar da falta de informação e preconceito com o assunto".⁸

⁶ Disponível em: < <https://forbes.com.br/fotos/2019/11/os-lugares-mais-perigosos-para-viajar-em-2020/>>. Acesso em: 23 de set. de 2020.

⁷ Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2019-04/brasil-e-o-6o-pais-mais-perigoso-do-mundo-para-jornalistas-diz>>. Acesso em: 10 de out. de 2019.

⁸ Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=Fv0aVw_j5Cs>. Acesso em 10 de out. 2019.

É possível entender que, ao considerar a sociedade atual como cada vez mais individualista, compreende-se que isso gera consequências – como a doença acima citada – e que essas consequências acabam afetando negativamente a definição de acolhimento e hospitalidade de uma sociedade, já que a hospitalidade depende de características como empatia e generosidade, que seria justamente visar o acolher, o bem-estar do outro sem medir esforços ou segundas intenções. Por esse viés, é possível compreender porque cidades pequenas de interior são consideradas mais hospitaleiras que cidades grandes.

Na cidade grande predominam o individualismo e o anonimato, por conta de a mesma possuir um número maior de habitantes e não ser possível conhecer todo mundo, ou até manter o contato com quem já se conhece, devido à chance da distância entre as pessoas ser maior, por questões como trânsito e ao próprio território ser maior. Já em cidades pequenas, é quase impossível não conhecer a maioria dos habitantes quando se mora lá, já que o próprio território é menor e, conseqüentemente, as pessoas possuem o costume de andar mais a pé, levando a um convívio maior e a uma maior interação entre as pessoas, além de menos estresse. A questão de a segurança ser menor em cidades grandes também compactua para o fato de as pessoas evitarem se expor muito, como andar a pé, por exemplo, evitando o convívio mais relaxado entre as pessoas.

O relacionamento pessoal, direto, "face to face", seria típico de pequenos grupos, comunidades, aldeias etc. enquanto na cidade, especialmente na metrópole, encontraríamos a distância, a impessoalidade e o anonimato. Assim, haveria também um contraste entre a predominância de vida grupal, comunitária, com forte presença de laços familiares e de parentesco e um individualismo que chegaria na vida metropolitana a formas agonísticas, com perda ou desagregação de redes de parentesco e de reciprocidade. Assim, os indivíduos tenderiam a se organizar em famílias nucleares ou mesmo a ficar cada vez mais isolados, estabelecendo relações mais impessoais e distantes (VELHO, 2000, n.p.).

Supõe-se que a tecnologia tem também um papel importantíssimo, tanto na questão da individualidade, quanto na questão de tornar-se um lugar hospitaleiro ou não. Lugares que não oferecem um serviço de internet considerado decente podem ser considerados por muitos como um lugar inóspito, e, podem ser considerados por muitos, que querem fugir disso, um lugar maravilhoso, por exemplo. A percepção dessa questão em discussão depende muito das noções e conceitos de cada um, assim como da cultura e criação dos mesmos. Porém a época e sociedade em questão também possuem uma forte influência nessa percepção. Pessoas que moram em lugares mais desenvolvidos como o Japão e a China estão acostumadas a altos níveis de tecnologia. Então, conseqüentemente, se visitassem um país de terceiro mundo como o

Brasil não se sentiriam tão acolhidas por falta de facilidades ou até de certas existências tecnológicas.

Sendo assim, pode-se afirmar que a tecnologia, no momento em que ela encontra um ponto de equilíbrio com o elemento humano, torna-se uma aliada indispensável. A mesma poderá ser de uma utilidade impar para agilizar os tramites burocráticos e, com isso, liberar os funcionários para aprimorarem suas habilidades interativas, passando a se preocupar muito mais os hóspedes e muito menos com papeis (SOUZA, 2008, p. 01)

Preocupado com o uso indevido e excessivo das tecnologias, o governo federal acaba de lançar o Programa Reconecte (2019), com o propósito de “reconectar” as famílias e os relacionamentos sociais em geral.⁹ Exatamente devido a esse intenso bombardeio de tecnologia pela sociedade, há muitas contracorrentes sendo criadas por pessoas que não se sentem pertencentes a esse novo mundo considerado moderno e tecnológico, e essas pessoas pregam justamente um modo mais simples e natural de vida, longe das redes sociais e de qualquer coisa que as remeta ao fluxo intenso de informação gerado na rotina habitual das pessoas. Cada vez mais percebe-se a substituição de funcionários por máquinas em serviços públicos, como explica Souza (2008, p. 03), – bem como os famosos SACs (atendimento/suporte ao cliente) – por questões de praticidade e valor, já que contratar um funcionário sairá muito mais caro que um programa eletrônico de autoatendimento. No entanto, uma máquina não possui qualidades como carisma e emoções para lidar com um cliente, principalmente ao se considerar que o cliente que procura esse tipo de serviço geralmente está com algum problema que não conseguiu resolver sozinho e já busca/necessita de uma assistência maior, levando a uma piora na qualidade do serviço prestado.

(...) onde as atividades são focadas na área de prestação de serviços, afirmar que a tecnologia deveria suprir o elemento humano mostra-se como um pensamento incoerente, visto que, o ser humano nesse segmento mostra-se como sendo o verdadeiro capital de quaisquer empresas ligadas a este setor (SOUZA, 2008, p. 02).

O mesmo vale para o treinamento “robotizado” que muitos prestadores de serviço recebem hoje em dia, em que o funcionário é orientado, por exemplo, a manter um sorriso no rosto o tempo todo como forma de simpatia e agrado ao cliente. Entretanto, muitas vezes esse mesmo sorriso pode ter um efeito reverso e ser considerado hostil pelo cliente que não está obtendo soluções viáveis para o seu problema, e não vê no funcionário vontade alguma de

⁹ Disponível: <<https://www.unimed.coop.br/viver-bem/saude-em-pauta/aprenda-a-fazer-uma-desintoxicacao-digital>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

resolver o mesmo. Esse comportamento acaba aproximando-os de máquinas e piorando, assim, a qualidade de seu serviço prestado.

Nesse sentido, muitos empreendedores enxergaram nessa contracorrente um novo nicho turístico a ser explorado, pois identificaram essas pessoas como pertencentes a uma parcela considerável da população turística, e iniciou-se então a criação de lugares turísticos que abordam esse ponto de vista. Segundo o site Canal Tech, “um hotel em Pittsburgh, nos Estados Unidos, está oferecendo um pacote diferente para seus clientes, o “Family Digital Detox”. A ideia é que a família se conecte entre si durante a estadia no hotel, e para isso eles precisam se desconectar”.¹⁰ Desde 2013 – ainda segundo o site Canal Tech – é possível encontrar muitos “spas anti tecnologias” que possuem essa função de afastar as pessoas de dispositivos eletrônicos e qualquer tipo de rede social, como uma forma de desintoxicação.

Existem também hotéis, hotéis-fazenda e pousadas nesse viés, geralmente localizados em lugares afastados de grandes centros urbanos, como em meio a florestas ou montanhas, para todos os tipos de bolsos. Encontra-se desde os mais caros, como o hotel Renaissance de Pittsburg, na Pensilvânia, oferecendo em sua programação o pacote especial "Zen and the Art of Detox" (Zen e a arte da desintoxicação), – que apesar de terem, geralmente, uma grande proximidade com a natureza possuem estruturas impecáveis – até os mais baratos, como o hotel Quincy em Washington, DC, que oferece quartos duplos com diárias de até US\$ 200 – que se aproveitam, muitas vezes, de uma proximidade com a natureza para se utilizarem de uma estrutura mais simples e rústica.¹¹ Ambos os locais citados costumam contar com atividades físicas e mentais, justamente envolvendo a natureza.

Por fim, todos os exemplos citados acima demonstram e, conseqüentemente, acabam por comprovar a questão da ambigüidade, quando fala-se em hospitalidade e hospitalidade urbana, mostrando o quanto o conceito é subjetivo e sempre estará exposto à ambigüidade de interpretações. No entanto, como a sociedade está sempre em constante mudança e movimento, é natural que, cada vez mais, novas questões sejam inseridas e tenham de ser consideradas ao tentar analisar a questão da atual existência da hospitalidade urbana, pois ela está ali. No entanto, a sua intensidade pode variar de acordo com os fatores sociais discutidos aqui, mas, estará ela sempre ali ou, nesse ritmo, ela corre o risco de acabar se extinguindo algum dia?

¹⁰ Disponível em: <<https://canaltech.com.br/entretenimento/Hotel-oferece-pacotes-de-desintoxicacao-digital/>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

¹¹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/07/hoteis-dos-eua-oferecem-pacotes-de-desintoxicacao-digital.html>>. Acesso em: 18 de ago. de 2020.

Acredita-se que a mesma é mais intensa em pequenos centros urbanos. Porém, esses centros urbanos estão em constante crescimento, e a tendência é que, com esse crescimento, eles se aproximem cada vez mais do modo de vida dos grandes centros urbanos, levando assim a uma diminuição cada vez mais dessa hospitalidade existente. Camargo (2016, p. 246), diz que não acha que a hospitalidade urbana possua algo da hospitalidade na sua essência, pois “o que a cidade faz é instituir a urbanidade que é um tipo de hospitalidade ensaiada”.

Quando pensa-se nessa hospitalidade se esvanecendo proporcionalmente ao crescimento da sociedade, pensa-se também se a mesma não iria se perdendo durante a urbanização de um local, como comentado. Nesse viés, tal pensamento leva a supor que no nascimento de um local, como colônias, o nível da hospitalidade é mais alto, já que colônias podem ser consideradas locais rurais – visto que a maioria baseava sua economia em atividades rurais. Explora-se a seguir até que ponto este fato se comprova.

2 ALGUMAS NOTAS HISTÓRICAS E SOCIAIS NO BRASIL: O NASCIMENTO DA HOSPITALIDADE BRASILEIRA?

O Brasil começou como uma simples colônia de Portugal, fonte de exploração de inúmeros recursos diferenciados, só encontrados aqui. Neste segundo capítulo, discute-se sobre a presença da hospitalidade pública ao longo desta trajetória da colônia, até se tornar o Brasil de hoje.

É possível já pensar no conceito de hospitalidade que se fazia presente em 1500, quando os navegantes portugueses aqui chegaram, entre os próprios índios e qual o impacto que os portugueses tiveram no território indígena. Logo, é possível analisar esse primeiro momento de duas formas: do ponto de vista dos índios -o que se sucedeu foi uma invasão ao seu território, apesar de que inicialmente relacionaram a chegada dos homens brancos a um acontecimento divino- e do ponto de vista dos europeus – foi uma descoberta de um novo território a ser agregado aos seus.

Os índios perceberam a chegada do europeu como um acontecimento espantoso, só assimilável em sua visão mítica do mundo. Seriam gente de seu deus sol, o criador – Maíra -, que vinha milagrosamente sobre as ondas do mar grosso. Não havia como interpretar seus desígnios, tanto podiam ser ferozes como pacíficos, espoliadores ou dadores (RIBEIRO, 1995, p. 47).

Outro ponto interessante de se analisar é como foram recebidos pelas tribos que aqui viviam, pois se analisado o raciocínio estabelecido até agora de que, quanto maior a cidade menor a hospitalidade encontrada nela, essa hospitalidade deveria estar bem exposta no modo de vida das tribos nativas do Brasil na época, até o contato com os portugueses. Como já discutido anteriormente, muitos tinham costumes baseados na dádiva, como o ritual Potlatch - mesmo com suas rixas entre si, já que várias tribos viviam em constante guerra e conflito por conta de terras, frutos e até por simples animosidades – e alguns rituais espantosos a sociedade atual, como a antropofagia.

Sabe-se que o contato inicial não foi nada “amigável”, por parte dos europeus, e contou com os mesmos impondo suas vontades às dos índios sem escrúpulo algum, então seria difícil esperar uma resposta positiva ao comportamento deles, por parte dos mesmos. Se pensado ainda que a chegada dos europeus implicou na escravização dos povos indígenas, apropriação de sua

terra e seus recursos, transmissão de inúmeras doenças e pestes novas, além de mudanças nas suas etnias e linguagem, é difícil imaginar um cenário minimamente hospitaleiro ou com alguma concepção de dádiva. Portanto, é possível dizer que a noção e o conceito de dádiva praticados pelos índios sofreram mudanças e que os mesmos dificilmente se fizeram presentes durante este momento de pré-colonização, pois o que se seguiu não foi nada “amigável” ou pacífico.

Ribeiro (1995, p. 45) fala sobre a “inocência” dos índios e sua generosidade. Embora a concepção de “inocência” dos índios seja popular entre muitas pessoas, a mesma pode gerar discordâncias, já que essa mesma “inocência” foi descrita pelos colonos – que possuíam um estilo de vida mais moderno e mais conhecimento técnico sobre o mundo a fora. Assim, entende-se que a “inocência” citada seja provavelmente relativa aos planos para eles e suas terras que desconheciam, como se os autóctones não possuíssem maldade alguma entre si em suas relações cotidianas – algo difícil de acreditar que um ser humano não possuía.

Posteriormente, com a miscigenação, o contato entre os colonos e autóctones foi mais direto, mesmo que tenha sido uma questão dada por necessidade e falta de opção, de acordo com Santos Junior (2012, p. 03). Era uma época em que a mulher branca era valorizada apenas para papéis biológicos e sociais necessários, enquanto que a mulher indígena servia apenas para o prazer e, posteriormente, para gerar e criar os filhos dos colonos. Segundo Dos Reis (1961, p. 325), dado este fato, no Brasil havia apenas mulheres indígenas e as mesmas não eram consideradas “dignas” para se casar, então algumas mulheres de Portugal foram mandadas ao Brasil para se casarem com os senhores colonos mais ricos. Enquanto as classes menos abastadas praticavam o concubinato com as nativas encontradas aqui – assim como as mais abastadas também, mesmo quando casados, há relatos que os mesmos senhores continuavam indo ao encontro das índias por prazer – a miscigenação acontecia, e muitos filhos sem pais, frutos dessas relações sem compromisso, foram gerados.

As índias a partir deste contexto, passam a ser vistas como mulheres fáceis por serem selvagens e assim propícias à fornicção não merecendo as honrarias do matrimônio, pois estas por serem “naturais” já estavam e só deveriam ser usadas para fins sexuais, e não necessitavam também de uma abordagem romântica permitindo que os homens coloniais fossem mais diretos com estas, bem parecidos com a conduta usada para com as negras (SANTOS JUNIOR, 2012, p. 02).

É importante discutir o papel da mulher indígena na sociedade colonial quando se fala em hospitalidade, já que era considerado um sinal de hospitalidade oferecer ao hóspede que a

tribo acolhesse abrigo, e alimentação (mesa e cama), juntamente com uma mulher da tribo para se deitar, como uma espécie de “presente de boas-vindas” (MIRANDA, 2003).

A igreja, agregando o fato de os índios praticarem a poligamia, com a nudez, e essa ação de oferecer filhas para o prazer do hóspede, não demorou a condenar o povo nativo, e, principalmente, a essas mulheres. Então é possível crer que, a ideia de que as mesmas não são “dignas de casamento” e servem apenas para o prazer iniciou-se aí, em uma junção de pré-conceitos -por sua vez, preconceituosos- estabelecidos pelos colonos e pela Igreja, em vista da cultura indígena que aqui encontraram. Fica evidente a preocupação demasiada com o fato de as mulheres praticarem tais atos julgados indecentes, enquanto que os mesmos atos também eram praticados pelos homens das tribos. No entanto, era a mulher que fugia mais ao imaginário que era imposto pela Igreja. Assim como demonstra Miranda (2003, p. 7) apud d’Abeville (1975: 64), em relação às cartas dos missionários a Portugal:

Este sentido mais profundo escapava ao missionário que via aí apenas uma questão de falta de moral, de ofensa ao pudor: “Aliás é coisa muito desonesta prostituirdes assim vossas filhas e elas se entregarem a qualquer um como fazem”.

O curioso é que, enquanto isso, na Europa, o mesmo princípio hospitaleiro de oferecer mesa e cama ao hóspede era realizado na maioria das cortes. Quanto à oferta de mulheres aos mesmos, propõe-se a divisão em três tipos de casos.

O primeiro tipo pode ser composto por mulheres dispostas a se deitarem com homens “importantes” (ricos) por questão de interesse – por vezes essas mulheres eram, de fato, prostitutas, mas já era comum haver o que chamamos hoje de “alpinistas sociais”. Essas se tornavam amantes de homens poderosos a fim de conseguir um certo poder, tal como frequentar lugares de alto padrão e ter acessos a certos regalos, o que conseqüentemente poderia garantir-lhes uma certa liberdade para viver – liberdade essa que as mulheres casadas não possuíam na época. Um exemplo conhecido historicamente, que pode se encaixar nesta definição, é o da Madame Du Barry que, apesar de possuir origem humilde, se tornou amante do rei Luís XV da França – viveu na corte francesa por apenas 5 anos, mas continuou abastada até o fim de sua vida por conta desta relação.¹²

O segundo tipo também é possível dizer que se fazia comum na época, sendo composto por mulheres que eram oferecidas pelos pais para agradar aos mesmos homens de poder citados

¹² Disponível em: < <http://estoriadahistoria12.blogspot.com/2013/08/mulheres-na-historia-xxx-madame-du-barry.html>>. Acesso em: 28 de ago. de 2020.

anteriormente, como o famoso caso das irmãs Bolena, em que ambas foram oferecidas ao rei Henrique VIII, pelo pai, com o interesse de formar algum tipo de aliança benéfica à família – ainda que não chegasse ao casamento, apesar de ter chegado – e sabe-se que isso resultou no rompimento da Inglaterra com a Igreja católica.¹³ Este tipo de caso se iguala mais ao caso dos índios, discutido inicialmente.

O terceiro tipo, pode ser classificado como sendo o único considerado “correto” pela Igreja, composto pelas mulheres oferecidas ainda virgens aos noivos, pelos pais, juntamente com um dote. Porém, esses casamentos também não dispunham de interesses já que só eram realizados quando havia algum benefício advindo dessa aliança para as devidas famílias envolvidas,¹⁴ ou seja, na sociedade europeia, a mulher também funcionava como uma moeda de troca e, por vezes, um sinal de boa fé.

Os fatos apresentados são curiosos, pois, as civilizações indígena e europeia não possuíam ligação alguma entre si até então e, ainda assim, possuíam algumas práticas e costumes movidos por motivos muito parecidos, como a definição do que seria uma recepção hospitaleira no geral e o forte papel da mulher nesta relação, assim como o papel dominante do homem em ambas as sociedades também é similar.

Os indígenas possuíam seus próprios deuses e sua própria fé com demandas, assim como os colonos portugueses e sua fé no catolicismo. Apesar de ambas as civilizações serem diferentes, as mesmas também compartilhavam o fato de serem civilizações norteadas pela fé, que por sua vez, possui ligação com o conceito de hospitalidade (medo do divino). Desta maneira, a religião pode ser outro fator a ser usado para exemplificar essa questão, já que sempre foi uma das bases que norteiam o conceito de hospitalidade. Pode-se dizer que pelo fato de a mesma instigar medo ou respeito pelo divino nas pessoas, isso muitas vezes as leva a praticar “o bem”, acreditando serem hospitaleiros com o próximo. Porém, o simples fato de realizarem “o bem” na esperança da obtenção da benção divina já tiraria a característica genuína central, da ação em questão, apresentada no contexto bíblico já discutido.

“É evidente que Levinas valoriza o claustro materno como a casa fundadora da hospitalidade e da origem da vida humana” (NOGUERO, 2013, p. 172). Nesse viés, é possível perceber que a mulher geralmente faz parte do conceito de hospitalidade pelo fato de o mesmo estar associado à mesa e cama, como falado, e em uma sociedade patriarcal a responsável por gerenciar o lar e, por consequência, tais funções, era e ainda é, muitas vezes, a mulher. Do

¹³ Disponível em: < <https://history.uol.com.br/biografias/ana-bolena>>. Acesso em: 28 de ago. de 2020.

¹⁴ Disponível em: < <https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/historia-casamento.htm>>. Acesso em: 28 de ago. de 2020.

século XVI para o XXI é possível dizer que muitas mudanças e avanços ocorreram em questão de desmanchar essa sociedade e inverter ou, simplesmente, equiparar as funções de ambos os sexos na sociedade atual.

De acordo com o raciocínio estabelecido até o momento, é possível propor que através da miscigenação possa ter havido uma amenização, ainda que pequena, nas relações entre europeu e índio, visto que laços amorosos e parentais foram criados dentro e fora dos casamentos.

Criaram-se assim laços sentimentais mais profundos entre marido e mulher e entre êsses e seus filhos, destruindo eventuais preconceitos raciais do europeu, permitindo que se continuasse realizando, durante séculos, os cruzamentos raciais que têm branqueado a população brasileira (DOS REIS, 1961, p. 325).

Entretanto, a relação que se iniciou com o escambo no período chamado pré-colonial - trocando objetos que o povo indígena nunca havia visto antes pela força de trabalho na extração do pau brasil terminou com a escravização desse mesmo povo na década de 1530, em pequenas lavouras, e se estendeu até por volta de 1757.¹⁵ Então, questiona-se que laços sentimentais eram esses que forçavam a trabalho escravo, matavam, tomavam posse de sua terra e os obrigava a abandonar suas crenças e costumes ao trocá-las por uma nova. Tal fato pode ser associado a uma afirmação de Camargo (2016, p. 245), onde o mesmo diz que a população considerada “cordial” por Sérgio Buarque de Holanda (1936), possuía “calor humano para abraçar, entretanto calor humano para ter um surto com violência e, depois, ficar bonzinho outra vez”.

2.1. A Definição de País e de Sociedade que se Criou: Manipulados e Manipuladores

Após a escravização dos povos nativos, começaram a chegar os primeiros escravos africanos traficados para o Brasil, aproximadamente em 1538. No entanto, ainda era mais fácil e barato usar indígenas para o trabalho escravo. Em nome desse mesmo trabalho escravo, morreram indígenas e negros aos montes. Além dos que morriam na captura, havia, também, os que morriam nos porões dos navios de tráfico, os que eram jogados ao mar acorrentados

¹⁵ Disponível em: <

quando algum desses navios era interceptado, os que não resistiam à demasiada carga de trabalho, e os que vinham a óbito devido à tentativa de fuga.¹⁶

Acredita-se que a própria ideia de Dos Reis (1961, p. 325), de que a miscigenação teria destruído o preconceito racial seja um tanto ilusória, pois o fato de o mesmo ter se feito presente ao longo da história do país – e ainda fazer nos dias de hoje – demonstra que nada foi destruído e, sim, que o mesmo se encontra infiltrado nas raízes da sociedade atual. Inclusive, a própria miscigenação em si fora resultado do provável estupro de muitas mulheres indígenas e negras, já que a opção de escolha não fora dada a elas ou, muitas vezes, essas mulheres se relacionavam com seus senhores em busca de ter uma vida um pouco mais “digna”, com alguns poucos privilégios que um escravo normalmente não teria – como comida melhor e a isenção de um trabalho mais pesado.

Há quem alegue – como o autor Joaquim Felício dos Santos em Memórias do Distrito Diamantino (1868) – que a famosa figura de Francisca da Silva de Oliveira ou, como é conhecida, Chica da Silva, serviria de exemplo deste segundo caso comentado, exemplo duplo, já que era filha de um português com uma escrava, e, posteriormente, se casou com um português e teve seus próprios filhos com ele, se tornando uma das senhoras mais ricas e poderosas da colônia. No entanto, autores como Júnia Ferreira Furtado – em Chica da Silva e o Contratador de Diamantes. O Outro Lado do Mito (2003) – comprovam que o relacionamento entre Chica e seu marido João Fernandes de Oliveira era real, e teria vindo de paixão, não de interesse.¹⁷

Este é um caso raro de alta ascensão social de um negro no Brasil colonial, ainda que o mesmo possa ter acontecido em escalas menores para outras escravas – novamente frisando que a escolha dessa vida muitas vezes não era dada à mesma, ainda que acabasse resultando em algo relativamente “benéfico”.

Apesar de compreender a grande importância que o autor Gilberto Freyre possui para a literatura, e a formação da imagem social do povo brasileiro, também acredita-se que o mesmo (1933, p. 16) demonstra um pensamento um tanto equivocado sobre o que realmente se passou na colônia, uma visão, talvez um tanto romantizada, que passa a ideia de que no Brasil colonial teria havido uma espécie de “democracia racial”, uma “fusão harmoniosa de tradições” e uma

¹⁶ Disponível em: <<http://www.ung.br/noticias/130-anos-de-abolicao-uma-troca-de-correntes>>. Acesso em: 18 de jul. de 2020.

¹⁷ Disponível em: <<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/historia-consciencia-negra-biografia-chica-da-silva.phtml>>. Acesso em: 17 de set. de 2020.

“falta de orgulho português”. José Carlos Reis (2005, p. 68), apresenta uma interpretação similar a essa em relação à obra de Freyre (1933) na qual diz que

(...) aqui, houve o encontro, a intercomunicação e a fusão harmoniosa de tradições diversas de cultura. A cultura européia se pôs em contato com a indígena, contato amaciado pelo óleo lubrificante da mediação africana. A invasão, escravização e estupro de negras e índias pelos portugueses não foi seca: foram lubrificados pela doçura africana, pela forte excitação da mulher indígena, pelos presentes e novidades dos brancos, pela adaptabilidade, aclimatabilidade, miscibilidade, plasticidade e falta de orgulho de raça do português.

Embora haja um entendimento sobre o que Freyre (1933) e Reis (2005) sugeriram, ao citar uma “falta de orgulho português” vindo do fato de o mesmo ter se disposto a relacionar-se com outros povos, – que não fosse o seu próprio – supõe-se ser não possível cogitar uma “falta de orgulho português” em si. Pois, quando pensa-se no processo de colonização do Brasil, logo pensa-se também na necessidade notada, por parte dos colonos, de deixá-lo o mais parecido possível, culturalmente, com sua nação Portugal. A parte de cultura nativa indígena remanescente na cultura brasileira pode ser entendida como o que eles não conseguiram impor devido a fatores maiores, como o clima tropical – que os obrigou a alterar o seu vestuário –, a comida – tiveram que se acostumar em seu dia a dia, pois não era a mesma encontrada nas terras da Europa –, parte da linguagem – houve uma fusão advinda da necessidade de comunicação entre os povos – e, por fim, a cor da pele de seus descendentes – devido à abundância de mulheres pardas e a escassez de mulheres brancas.

A questão da “fusão harmoniosa”, diante dos fatos históricos apresentados acima, reflete-se que só se faria verdadeira caso o contato entre os colonos e os nativos tivesse sido amigável e provido de respeito de ambas as partes, o que é sabido que não foi, segundo Ribeiro (1995, p. 33) “os índios jamais estabeleceram uma paz estável com o invasor, exigindo dele um esforço continuado, ao longo de décadas, para dominar cada região”. Assim como o conceito de “democracia racial”, uma vez que a própria Chica da Silva sofria preconceitos pela cor de sua pele – apesar da fortuna e status social que possuía – motivo esse que gerou muitas impressões de tom racista sobre a mesma – como as de Joaquim Felício dos Santos (1868), citado anteriormente – falando sobre sua “falta de graça, beleza, e feições grosseiras” algo que não seria falado sobre uma mulher branca de status minimamente similar ao dela na época,¹⁸ se pensar-se que dinheiro era igual a poder e poder gerava respeito.

¹⁸ Disponível em: <<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/historia-consciencia-negra-biografia-chica-da-silva.phtml>>. Acesso em: 17 de set. de 2020.

Às vezes se diz que nossa característica essencial é a cordialidade, que faria de nós um povo por excelência gentil e pacífico. Será assim? A feia verdade é que conflitos de toda a ordem dilaceraram a história brasileira, étnicos, sociais, econômicos, religiosos, raciais, etc. O mais assinalável é que nunca são conflitos puros. Cada um se pinta com as cores dos outros (RIBEIRO, 1995, p. 167).

No Brasil, o fato de a miscigenação ter se feito necessária para a colonização do país pode ter diminuído a questão da discriminação racial quando comparado a como esta acontece em outros países, como os Estados Unidos por exemplo, em que os crimes raciais parecem prover do ódio, enquanto aqui aparentam mais prover da indiferença. Contudo, é inegável o fato de que aqui nunca houve uma democracia racial, considerando que a camada mais pobre da nossa sociedade sempre foi e ainda é composta por negros e pardos, assim como a carcerária, e que tudo faz parte da herança de uma colonização europeia, que se impôs sobre um povo menos preparado para se defender. Os dados mais recentes encontrados são de 2017, mostrados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) e o Sistema de Informações Estatísticas do Sistema Penitenciário Brasileiro (Infopen), e apontam que cerca de 61, 67% da população carcerária brasileira é composta por negros ¹⁹. Quanto à população mais pobre, os dados mais recentes apresentados são de 2019, pelo informativo “Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil” através do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontam que entre os 10% da camada mais pobre 75, 2% são negros e 23,7% são brancos ²⁰.

Considerando todos os fatos históricos existentes apresentados até o momento, e as ideias explicitadas por Darcy Ribeiro em *O Povo Brasileiro* (1936), acredita-se que a idealização de um cenário hospitaleiro não se faz possível quando explicitada a hierárquica situação em que os povos nativos, e os que foram trazidos para cá a força, se encontravam, portanto, indo de encontro as ideias explicitadas por Freyre (1933) e Reis (2005).

No período Colonial é possível destacar a Inconfidência ou Conjuração Mineira durante o Ciclo do Ouro em 1789, que possui grande importância histórica, como sendo uma representação da insatisfação do povo em relação ao derramamento de sangue, exploração e domínio sofridos por Portugal. O repúdio sofrido por Tiradentes, líder do movimento, se tornou um símbolo nacional da época vivida no país e pode também ser tido como um símbolo da

¹⁹ Disponível em: < <https://www.politize.com.br/populacao-carceraria-brasileira-perfil/>>. Acesso em: 19 de jul. de 2020.

²⁰ Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2019/11/13/percentual-de-negros-entre-10-mais-pobre-e-triplo-do-que-entre-mais-ricos.htm>>. Acesso em: 19 de jul. de 2020.

hostil repressão presente na sociedade da época, assim como uma das primeiras faíscas de uma busca por libertação da Coroa portuguesa.²¹

Durante o período Imperial e Regencial, é possível proferir que a situação não mudara muito. No entanto, o motivo para a hostilidade agora era outro: é possível dizer que o país se encontrava turbulento devido ao processo parcial de independência pelo qual o mesmo estava passando. Após Dom Pedro I regressar a Portugal, tal turbulência só aumentou e, acabou havendo muito derramamento de sangue durante algumas revoltas que estouraram na época, como a Cabanagem (1835-1840), Sabinada (1837-1838), Balaiada (1838-1840) e Guerra dos Farrapos (1835-1845).²²

Seguida do desejo de liberdade colonial, já presente nas revoltas antecessoras, a independência do Brasil se deu em 1822, assinada pela então imperatriz D. Maria Leopoldina e proclamada, apenas 5 dias depois, por D. Pedro I, dando início ao Primeiro Reinado e, posteriormente, à criação da primeira Constituição.²³ Embora atingida a independência de Portugal, o Brasil ainda era governado por uma monarquia portuguesa, e os sinais da insatisfação para com a mesma chegaram ao seu auge quando um golpe militar resultou na Proclamação da República do Brasil em 1889, levando à criação da Primeira República com Marechal Deodoro como presidente provisório.²⁴

Ainda no viés da análise da hospitalidade pública do período em questão, crê-se que muitas coisas boas surgiram com a criação da nova constituição de 1891, como a adoção do presidencialismo e a adoção do estado laico, no sentido de ajudar a tornar o país um local mais distenso. Em contrapartida, a dominação do país pelas elites ainda se fazia presente através do coronelismo, mandonismo e o clientelismo. Todos podem ser vistos como um meio de dominação dos mais poderosos sobre os menos afortunados. Como o próprio nome já diz, os coronéis e donos de terras exerciam grande poder sobre os demais trabalhadores. O voto de cabresto e o suborno na forma de favores em troca de apoio político demonstram essa dominação, quando estes mesmos coronéis eram os representantes de seus estados pelo simples fato de fazerem parte de uma classe social mais abastada. Presume-se então que, os militares apenas substituíram uma elite por outra e, o “jeitinho brasileiro” – que possivelmente foi criado

²¹ Disponível em: < <https://brasilescola.uol.com.br/historiab/inconfidencia-mineira.htm>>. Acesso em: 19 de jul. de 2020.

²² Disponível em: < <https://www.infoescola.com/historia/revoltas-do-periodo-regencial/>>. Acesso em: 20 de jul. de 2020.

²³ Disponível em: < <https://www.uol.com.br/universa/noticias/bbc/2020/09/07/dia-da-independencia-do-brasil-a-mulher-que-assinou-separacao-de-portugal-e-foi-a-primeira-a-governar-o-pais.htm>>. Acesso em: 20 de jul. de 2020.

²⁴ Disponível em: < <https://www.infoescola.com/historia-do-brasil/proclamacao-da-republica/>>. Acesso em: 20 de jul. de 2020.

a partir do descuido por parte de Portugal sobre a sua recém criada colônia Brasil – já se fez presente no molde da cultura brasileira. Tal “descuido” é explicado por Prado Júnior (1984, p. 55) apud Carlos Daniel da Silva (2015, p. 04):

O interesse de Portugal e de todos que aqui chegavam, não era outro senão o de alcançar riqueza em quantidade generosa e fácil, refletindo assim, as reais intenções de Portugal. Fazer da nova terra uma Nova Portugal não era uma opção, pois se queria: para sua colônia americana é que fosse uma simples produtora e fornecedora de gêneros úteis ao comércio metropolitano e que se pudesse vender com grandes lucros nos mercados europeus. Este será o objetivo da política portuguesa até o fim da era colonial. E tal objetivo ela o alcançaria plenamente, embora mantivesse o Brasil, para isto, sob um rigoroso regime de restrição econômica e opressão administrativa.

Novamente, muitas revoltas ao sistema de governo imposto surgiram como a Guerra de Canudos e o Cangaço, ambos representando uma mazela pobre e discriminada da população, assim como outras que eram igualmente excluídas da sociedade. Se faz interessante pensar no que a comunidade de Belo Monte ou Canudos, fundada pelo líder Antônio Conselheiro, representava na época, que acabou incomodando muitos coronéis e proprietários de terra – então representantes estatais do governo – pelo fato de não se sujeitar às ordens dos mesmos. Essa mesma comunidade, assim como alguns grupos de cangaceiros, representava um descontentamento da população com o atual governo e não demorou a ser entendida como uma forma de afronta ao tal. Ribeiro em *O Povo Brasileiro* (1995, p. 167-168), alega que muitos dos conflitos que foram gerados durante a formação do Brasil se baseavam em dois tipos de tensões: as inter-raciais (brancos versus caboclos) e/ou as classicistas (senhores versus serviçais), que nada mais eram do que conflitos entre povos que tinham como objetivo deixar a sociedade em questão adequada à sua própria imagem, e o caso de Canudos não fugiu muito a essas tensões.

A classista prevalece porque os sertanejos, sublevados pelo Conselheiro, combatiam, de fato, a ordem fazendeira, que, condenando o povo a viver num mundo todo dividido em fazendas, os compelia a servir a um fazendeiro ou a outro, sem jamais ter seu pé-de-chão. Em consequência, não tinham qualquer possibilidade de orientar seu próprio trabalho para o atendimento de suas necessidades. Mas lá estavam pulsando os conflitos raciais e outros, inclusive o religioso (RIBEIRO, p. 168, 1995).

Para muitos dos que procuraram refúgio na comunidade de Canudos, a mesma pode ter significado uma forma de libertação do atual governo e suas demandas. Pelo fato de acolher a quem lhe procurava, também pode ser interpretada como um lampejo da hospitalidade que se vem caçando até então, onde impostos não eram cobrados pela comida que se comia, ou pelo

teto que se dormia, ainda que tenha acabado em derramamento de sangue. Uma boa analogia ao conceito da oferenda de “cama e mesa”.

Avançando agora para a década de 1930, pode-se dizer que a ascensão de Getúlio Vargas ao poder foi, no mínimo, polêmica pelo fato de impedir a posse de Júlio Prestes ao cargo, assim como seu inteiro mandato, que se fez complexo demais para uma simples e rápida análise aqui. Portanto, convida-se uma análise pelo viés da hospitalidade pública, tendo novamente como símbolo a mulher e seu papel na sociedade. A história de Olga Gutmann Benário Prestes, mulher de Júlio Prestes, pode ser entendida como um exemplo da repressão sofrida pela oposição a Vargas e, também, uma especulação de vingança a Prestes pela Intentona Comunista, segundo uma entrevista que sua filha Anita Leocádia Prestes deu ao *Jornal do Comércio*: “A prisão, a extradição e o assassinato da minha mãe foi uma vingança a Prestes praticada por Getúlio, já que Prestes não se alinhou às oligarquias durante a revolução de 30” (AZEVEDO, 2014) ²⁵.

A mulher, que desde o início deste trabalho é tratada como um dos símbolos da hospitalidade, agora passa a ser um claro exemplo da inospitalidade ou hostilidade do governo para com seus opositores, hostilidade essa que se torna mais atenuante quando atenta-se ao fato de que a mesma possuía raízes judias e foi deportada, grávida, para a Alemanha nazista de Hitler, vindo a falecer em uma câmara de gás no campo de concentração de Bernburg, em 23 de abril de 1942. ²⁶

Sabe-se que uma das características marcantes do governo da Era Vargas era a centralização do poder, e quando o Executivo possui maior poder que o Legislativo observa-se a facilitação para alguns abusos de poder.

A palavra acolhimento está inclusa no conceito de hospitalidade, como já explicitado, e é um sinônimo da palavra hospitaleiro, assim como gentil e caridoso. Já a palavra hostil está inclusa no conceito de agressividade e violência e possui como antônimos, conceitos como o de gentil, segundo o *Dicionário Online de Português* ²⁷, e por isso ambos os conceitos serão usados como correlatos aos de hospitalidade e a falta dela.

É interessante observar que mesmo com um governo de característica populista que proveu mais direitos aos trabalhadores, e, inclusive, proferiu a Vargas o título de “pai dos pobres”, uma figura de ditador foi criada como resultado de fortes repressões advindas de um

²⁵ Disponível em: < <https://www.jornaldocomercio.com/site/noticia.php?codn=150485>>. Acesso em: 24 de jul. de 2020.

²⁶ Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historiab/vida-olga-benario-prestes>>. Acesso em: 23 de jul. de 2020.

²⁷ Disponível em: < <https://www.dicio.com.br/>>. Acesso em: 26 de jul. de 2020.

totalitarismo. Inclusive, a aproximação com a camada mais pobre da sociedade gerou uma simpatia por parte dela pelo então presidente, então para essa parcela da população talvez os 15 anos de governo podem ter representado um acolhimento e hospitalidade do mesmo para com o povo, pelo fato de lhes ter incluído na sociedade, fornecendo empregos e acesso a meios de lazer e outras coisas mais que antes nunca haviam tido direito – além do desenvolvimento, principalmente automobilístico, que trouxe para seu país.²⁸

As imagens e notícias sobre o funeral de Vargas demonstram uma comoção dessa camada da população. Toma-se essas duas visões distintas como a dualidade presente no governo Vargas, que por um lado amparou os mais necessitados, e, por outro, cobrou – o que o próprio decidiu como – ordem na forma de tortura, censura e repressão, como foi o caso de Olga e tantos outros considerados opositores.²⁹ O próprio suicídio de Getúlio em 1954 e a sua relação próxima com os militares também servem de exemplo para um atentamento à questão da forte presença da violência e atos extremistas.

Dentre os muitos governos que se sucederam após a morte de Vargas, destaca-se aqui os de Juscelino Kubitschek, Jânio Quadros e João Goulart que representaram, para muitos, a volta do populismo – no entanto contando com uma parcela maior de democracia presente em seus governos, que se absteve no de Getúlio.

Cogita-se se a história brasileira só teve um pouco de paz e distanciamento da violência quando houve um distanciamento dos militares por parte do governo, pois enquanto andavam entrelaçados intimamente tinham influência direta sobre o que acontecia lá. O fato de terem colocado Getúlio no poder antidemocraticamente e depois o terem deposto em 1945 comprova tal influência.³⁰

Embora JK tenha tido um fim trágico, o governo de Juscelino Kubitschek pode ser entendido como a possibilidade de reger um país em que não seja necessário sacrificar a democracia em nome do desenvolvimento, já que durante o seu governo o país teve o tão prometido crescimento de “50 anos em 5” e empregos continuaram sendo gerados.³¹ Esta análise leva a uma reflexão sobre se, com as fortes repressões cessadas, esse governo não teria dado ao país um curto período do que busca-se desde o início da história brasileira neste

²⁸ Disponível em: < <https://brasilescola.uol.com.br/historiab/era-vargas.htm>>. Acesso em: 26 de jul. de 2020.

²⁹ Disponível em: < <https://www.infoescola.com/historia/suicidio-de-getulio-vargas/>>. Acesso em: 26 de jul. de 2020.

³⁰ Disponível em: < <https://www.fflch.usp.br/861>>. Acesso em: 29 de jul. de 2020.

³¹ Disponível em: < <https://brasilescola.uol.com.br/historiab/juscelino-kubitschek.htm>>. Acesso em: 29 de jul. de 2020.

trabalho: um período mais pacífico, dando forte contraste aos vários exemplos de violência vistos até então no Brasil.

(...) Juscelino Kubitschek, foi eleito presidente. Com ele, se desencadeia a industrialização substitutiva. Num mundo em que nem Dutra nem Getúlio conseguiam qualquer investimento, Jtc, abandonando a política de capitalismo de Estado, atrai numerosas empresas para implantar subsidiárias no Brasil, no campo da indústria automobilística, naval, química, mecânica, etc. (RIBEIRO, p. 202, 1995).

No governo de Jânio Quadros, características já vistas em governos anteriores tomam vez novamente como a censura e a centralização de poder, e, com isso, considera-se aqui terminado o período “neutro” no país. Jânio Quadros manteve no governo federal as medidas de moralização de costumes e tentou até mesmo proibir o uso de biquínis nas praias. Promoveu uma centralização do poder na presidência, diminuindo os encargos do Congresso Nacional ³², e termina com a renúncia por parte do mesmo.

O governo de João Goulart, que o sucedeu, também foi marcado por fortes agitações políticas, a sua posse em 1961 e o fim de seu mandato com o golpe militar que sofreu em 1964, são exemplos da conturbação de seu breve mandato. É difícil estabelecer o período em questão como acolhedor, apesar das Reformas de Base, que o governo tentou fazer, buscarem atender a setores menos favorecidos da população, estas sofreram grande repressão por parte das forças conservadoras, e acabaram gerando uma grande tensão, não só política, como também civil:

(...) deve-se observar que a ameaça de golpe não é fenômeno recente na sociedade brasileira; ao contrário, manifesta-se todas as vezes em que o movimento de ascensão popular recobra impulso: seja quando esses movimentos se destinam a defesa das riquezas do país – luta da Petrobrás, agosto de 54 – seja quando as forças do povo estão a ponto de ganhar maior poder político – agosto de 61, luta pela legalidade – seja, enfim, quando as massas trabalhadoras se organizam em torno de reivindicação que afeta a situação vigente – a arregimentação das massas rurais em torno das ligas camponesas (...) (FINO, 2016, p. 13 apud SANTOS, 1988, p. 96).

Se períodos democráticos no Brasil pouco serviram como exemplo de hospitalidade pública e acolhimento, dentre a população brasileira em si e entre a mesma e o governo, dificilmente será com a instauração de uma ditadura militar que a mesma será encontrada. Um período marcado pela censura e repressão ao extremo, que pode servir como confirmação para o que foi alegado anteriormente sobre os períodos de paz estarem associados ao afastamento

³² Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia/governo-de-janio-quadros/>>. Acesso em: 30 de jul. de 2020.

do poder militar do governo, pois quando há a aproximação máxima – os militares se tornam o governo – o período que se segue é marcado por um totalitarismo e violência vistos no Brasil, talvez, somente na época da colonização do país.

2.2. A Imagem e o Estereótipo do Povo Brasileiro: a Seleção das Imagens do Homem Cordial e do Produto Turismo

Julga-se que o acolher, através da dádiva em si, possa acontecer todos os dias em pequenos atos, até pelos seres considerados menos dotados de bondade, podendo estar em um prato de comida que é oferecido a alguém necessitado ou na criação de leis e empresas que beneficiarão pessoas desempregadas. Contudo, neste capítulo, atenta-se a explorar períodos da história da formação do Brasil em que atos explícitos de acolhimento e bondade foram vistos entre os integrantes da população brasileira – ambos povo e governo – e os diferentes pontos de vista sobre o que seria a demonstração dessa hospitalidade e seu oposto, a hostilidade, como foi o caso das visões opostas, a respeito do assunto, de Darcy Ribeiro (1936) – que apresenta uma visão mais realista, em que a cultura europeia domina e avassala a população nativa – e Gilberto Freyre (1933) – que apresenta uma visão um tanto utópica, em que a formação do povo brasileiro proveria de uma fusão harmoniosa entre culturas.

Dentre os períodos da história estudados até o momento, este capítulo é voltado para o mandato de Vargas, pois o mesmo serve para exemplificar as questões comentadas anteriormente dos diferentes pontos de vista da hospitalidade e da falta dela e, também, se fez necessário falar de tal período por conta da sua importância para o nascimento do turismo, e, com ele, da imagem social brasileira. Por isso, é necessário fazer uma abordagem do ponto de vista turístico começando pelo seu mandato – já que muito material de propaganda turística foi criado nessa época com a intenção de atrair turistas estrangeiros – e o turismo nacional acabou sofrendo grande fomentação também. O desenvolvimento de um plano turístico interno e externo, que ajudou a movimentar a economia do país e fez surgir uma valorização dos produtos turísticos nacionais (ainda que tivesse como intenção principal fazer a promoção da face do governo e seu líder para outros países) pode ser visto como saldo positivo do mandato de Vargas, assim como o acesso, da parcela mais pobre da população, a meios de lazer pela primeira vez.

Entretanto, como já destacado, seu governo contou com forte presença da censura através do próprio Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), então, ajuíza-se que, se no momento de expansão do turismo internacional, as propagandas eram criadas por um órgão do

governo que as manipulava para exaltar a si próprio, qualquer conceito criado e repassado através deste órgão não poderia ser de caráter confiável. Todavia, mesmo com esse conhecimento, nos dias de hoje, traços fortes desse conceito ainda estão presentes e são tidos como base para o imaginários que é transmitido hoje do Brasil no exterior, além do imaginário que é transmitido entre alguns dos brasileiros, que tomaram essa cultura como sendo sua de fato. Fino (2016, p. 08) apud Garcia (2005, p. 18), alega que “no saldo devedor deste período, pode-se também atribuir como algumas das principais consequências para a sociedade brasileira a alienação produzida pela propaganda, a ignorância sobre as suas próprias condições de vida e seu papel na sociedade”.

Explorado o papel da mulher, na observação do que se deu por hospitalidade ao longo da história brasileira, é importante observar que novamente a mulher se faz presente nesse mesmo contexto que agora envolve o turismo, já que a ideia e o estímulo para o início da exploração da atividade turística no Brasil veio através da forte influência da filha de Getúlio, Alzira Vargas, tendo em vista que o próprio pai não demonstrou muito entusiasmo quando levantado o assunto:

O turismo foi entendido, por Alzira, como algo capaz de divulgar o Brasil e levar a imagem de seu pai para o exterior. Por isso, ela só poderia pensar no turismo apensado aos órgãos policiais, visto que estes sustentavam o Estado Novo e davam a “legitimidade” ditatorial para um populismo que questionava a dominação norte-americana no território nacional e oferecia uma liberdade previamente delimitada às classes trabalhadoras pelo governo (SANTOS FILHO, 2007, p. 08).

É necessário, também, notar que o turismo, enquanto o produto, poderia ter sido usado para resgatar o orgulho nacional e para afastar a questão do “complexo de inferioridade” explícita por autores como Holanda (1936), pelo fato de valorizar os patrimônios nacionais e o poder turístico que o Brasil passou a possuir de atrair pessoas do mundo todo até o aqui, como explicita Fino (2016, p. 61) “o turismo é um tema relacionado ao lazer, portanto assunto de fácil aceitação e interesse, além disto, o tema permite a compilação de tudo que há de melhor em um país e isto promove o afloramento de sentimentos como patriotismo e ufanismo”. Por outro lado, estipula-se que tenha sido nesse momento que se iniciou a propagação intencional de um estereótipo falso do país ao redor do mundo, gerando certos preconceitos sobre o Brasil e o povo brasileiro, que ecoam em sua cultura até os dias de hoje.

Quando se fala em Imagem e Estereótipo brasileiro é natural vir à mente alguns clichês como “praia, carnaval e futebol”, e é de se pressupor que essa também seja a ideia que está na mente de turistas estrangeiros que procuram visitar o Brasil. Tudo isso se deve ao produto que

foi criado no momento em que se decidiu explorar o turismo nacional, portanto passa-se a investigar as raízes e intenções por trás desse estereótipo.

O mesmo orgulho nacional que outrora poderia ter sido parcialmente resgatado pelo turismo no Brasil, também teve sua parcela pejorativa que culminou justamente no contrário, uma certa “vergonha” ao se autodenominar brasileiro, por saber que isso implicava na representação desse imaginário: uma falta de profissionalismo, ao utilizar de métodos de caráter duvidoso para se conseguir o que se pretende (corrupção, o famoso “jeitinho brasileiro”), um país onde tudo era visto como festa o tempo todo (carnaval) e que oferecia uma abundância de mulheres consideradas “sensuais” (associação da imagem da mulher com as praias e o carnaval, que acabou levando ao turismo sexual) e acessíveis. Com isso, se cria um imaginário do país: futebol, carnaval, praias e mulheres da “cor do pecado”, também recebendo um adicional de corrupção. O estereótipo criado do brasileiro por Holanda (1936) e perpetuado por seus seguidores, como explicita Jessé de Souza em seu livro *Subcidadania Brasileira* (2018, p. 16), pode ser considerado como uma das bases para a criação do imaginário explicitado acima:

Os discípulos, que são absoluta maioria tanto na direita quanto na esquerda, apenas repetem o paradigma. Torna todos os nossos conflitos reais invisíveis ao construir o homem cordial – a ideia negativa do homem emotivo e potencialmente corrupto – como singularidade brasileira, já que dividiria o mundo entre amigos e inimigos e não de modo impessoal, que Buarque imagina, numa idealização descabida e infantil, existir em algum lugar.

Segundo Holanda (1936), o brasileiro pode ser entendido enquanto o “homem cordial” que age de acordo com o coração e se utiliza das emoções, e não de acordo com a lógica e a razão.

Busca-se então as origens desse estereótipo, que hoje gera reações positivas e negativas entre tantos, e, para isso, é necessário falar da criação da Empresa Brasileira de Turismo, que posteriormente passou a ser o Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur. Após os governos citados, o país se encontrava com uma dívida externa grande, e o turismo podia ser visto como uma importante fonte de divisas para ajudar a quitar essa dívida. Pondera-se então que, em um dos períodos de maior violação aos direitos humanos, o turismo e a imagem do “homem cordial” foram propagados pelo mundo como estereótipos do brasileiro, imagem essa associada a ditadores “disfarçados” de patriotas.

Em 1966, a Embratur ganhou vida juntamente com o CNT (Conselho Nacional de Turismo), pelo então presidente Humberto de Alencar Castelo Branco, com o propósito dito de gerir o setor turístico no Brasil. Porém, futuramente ficou evidente que a mesma havia sido

criada para repassar uma visão positiva do Brasil ao exterior durante a ditadura, que disfarçasse os feitos repressores em forma de violência que ocorriam no país.

Em vista da busca pela compreensão acerca da imagem e estereótipo que passaram a ser divulgados do Brasil, necessita-se fazer uma diferenciação entre tais conceitos.

Apesar de sua etimologia grega, o termo estereótipo (steros + typos) é na verdade bastante recente. Ele data do século XIX, quando Firmin Didot revolucionou as técnicas de impressão então vigentes, que ainda partiam do legado de Johannes Gutenberg. Didot aboliu a impressão a partir dos símbolos removíveis, de Gutenberg, e introduziu a impressão por meio de placas inteiras de metal fundido, técnica chamada *estereotipia*. (...) É nos anos 20 que o termo é utilizado pela primeira vez como uma abstração, não mais como nome de um objeto caro à imprensa. Na obra *Opinião Pública* (1922), o publicitário norte-americano Walter Lippmann emprega o termo stereotypes como as imagens pré-concebidas que mediam nossa relação com a realidade (BRITO e BONA, 2014, p. 16-17 apud AMOSSY & PIERROT, 2011).

Fino (2016, p. 63) trata o Estereótipo como sendo “uma imagem difundida socialmente, carregada ideologicamente, simplista (relatando apenas uma parte do todo), deturpada que pode levar a uma opinião favorável ou não com relação ao tema tratado e que sobrevivem através dos tempos”. Fino (2016, p. 63) apud Hintze (2013) “conclui que, ao mesmo tempo em que os estereótipos representam uma realidade parcial ou um pseudomundo, eles produzem a invisibilidade”, pelo fato de apontarem apenas ao que lhes interessa.

Já a respeito da Imagem, trabalharemos aqui com a definição de Chagas (2009, p. 119) apud Santaella e Nöth (1998) onde o mesmo diz que o conceito de imagem também teve sua origem na antiga Grécia, com os filósofos Platão e Aristóteles, em que ambos apresentam visões antagônicas a respeito do conceito. “Em resumo, para Platão a existência de imagens era própria da alma e não de um processo de percepção do mundo como defendia Aristóteles, que afirmava a impossibilidade do pensamento sem a existência de imagens”. Alfonso (2006, p. 76) apud Sá (2002, p. 12-13), apresenta uma definição de imagem mais similar a de Aristóteles, onde diz que

(...) a imagem pode ser associada a um conjunto de percepções a respeito de algo, uma representação de um objeto ou ser, uma projeção futura, uma lembrança ou recordação passada. Essas múltiplas explicações a respeito da imagem nos levam a considerar o quanto ela pode ser dinâmica e ampla no que se refere a conceito e prática.

Alfonso (2006, p. 76) apud Sá (2002, p. 12-13), ainda diz que a “imagem se diferencia de estereótipo, no sentido de que a imagem é mais subjetiva, pessoal, variável, pois de pessoa para pessoa, enquanto que o estereótipo seria mais generalizado e amplamente reforçado”.

Estabelecidos os conceitos de Imagem e Estereótipo, desenrola-se uma discussão, com base nos mesmos. Em busca da representação do país no exterior, através do estereótipo que se formou, discute-se primeiro a questão do futebol. O governo de Vargas mais uma vez se faz presente neste trabalho, agora como um dos primeiros a utilizar-se do futebol em sua estratégia de governo, após ele JK também tomou proveito da vitória do Brasil na copa de 1958 para alimentar o orgulho patriota. Porém, considera-se a vitória da copa de 1970 a principal responsável pela enraizada associação do futebol à imagem do país, assim como a vinculação dessa imagem à do presidente militar e, em consequência, ao seu governo (material criado no tal governo pela Embratur). “Com o afastamento de Costa e Silva, Médici não apenas cumpriu a política proposta por seu antecessor, como desempenhou muito bem o papel do “presidente torcedor”, como afirma Fino (2016, p. 87) apud Chaim (2014) e Guterman (2004), demonstrando que tal associação não passava de uma jogada política para deixar a figura do presidente e de seu governo mais passiva e humana.

Em seguida, analisa-se a representação do país através da mulher, uma vez que estabelecido que a mesma possui relação direta com os conceitos de hospitalidade – por ser considerada a “gerente do lar” em uma sociedade patriarcal. No entanto, agora, sua imagem passa a se tornar algo pejorativo para a própria mulher brasileira, pela forma como foi objetificada para caber em um conceito de produto.

No início deste capítulo, foi realizada uma associação da figura da mulher com a das índias encontradas aqui no Brasil na época da pré-colonização, assim como a visão estritamente sexual que os colonos designaram à mulher indígena, dando a mesma um papel exclusivo de prazer e promiscuidade. Fino (2016, p. 127) apud Schaun e Schwartz (2008, p. 02) exemplifica tal questão, ao dizer que a mulher indígena era culpada pela violência sexual que sofria pelo fato de não usar vestes que tampassem suas partes íntimas, e que a mulher negra trazida da África era obrigada a ser intitulada “ama de cama” em troca de uma vida menos penosa, culminando em “um imaginário social preconceituoso de que as mulheres negras eram sexualmente mais liberais, promíscuas ou vulgares”.

Este mesmo papel, antes atribuído apenas às negras, agora é resgatado e estendido ao estereótipo da mulher brasileira em si, pondo-se novamente em uso nas propagandas geradas em nome do turismo no Brasil, a partir da criação da Embratur, sendo colocado como um dos principais “atrativos” do mesmo, resultando na criação, voluntária ou não, de um turismo sexual

no Brasil. Embora esse turismo sexual tenha se agravado, gerado reações e, com isso, o uso da imagem da mulher tenha diminuído na divulgação do turismo, o que ocorreu por volta dos anos 1990, ainda reside aqui a inquietação: Ainda nos dias de hoje não ocorre a associação da imagem da mulher brasileira ao turismo brasileiro no exterior? Caso ocorra, seria essa imagem baseada no estereótipo reforçado naquela época?

Outro fator explorado até hoje no turismo brasileiro é o carnaval (que por sua vez também se alimenta da figura feminina), assunto que seria motivo de alegria e orgulho de modo geral nos brasileiros. O carnaval de fato é algo a ser valorizado, interna e externamente, envolvendo empresas de diversos setores, gerando recursos e trabalho para os brasileiros, além de farto material para divulgação espontânea na mídia, que resulta por sua vez na promoção automática do Brasil. Por outro lado, essa exposição na mídia pode ter um efeito negativo ao desnudar nossas mazelas sociais, como miséria e violência, que é o caso, outra vez, do Rio de Janeiro, “concomitantemente vem sendo veiculada uma imagem negativa da cidade, com destaque para a violência, o que pode influenciar a imagem turística da “cidade maravilhosa” (ALFONSO, 2006, p. 81).

Acredita-se que o problema está na ideia que é passada a quem vem de fora, reforçando o estereótipo de que o país todo vive na “farra” da festa o ano inteiro, comprometendo a seriedade do povo brasileiro, como exemplifica novamente Alfonso (2006, p. 81-82) “no Brasil, por exemplo, muitos turistas esperam encontrar sol e Carnaval o ano todo, e certamente esta não é a realidade que encontrarão aqui”.

De um lado, a imagem posta em circulação e consumida é a da violência, da sexualidade sem limites, da pobreza, do caos urbano, da corrupção; de outro lado, a imagem é a do povo bem humorado, da alegria do futebol, das cores vivas, das artes em movimento e em plena evolução, do bom convívio entre raças e religiões, de moda e do estilo, da natureza e da praia (idem) (BRITO e BONA, 2014, p. 23).

Agora explora-se o conceito do “jeitinho brasileiro” – o brasileiro corrupto. O conceito, muitas vezes pode ser reconhecido na visão do “homem cordial” definido por Holanda (1936) em que o homem brasileiro age de acordo com suas emoções e não com sua racionalidade, afetando, assim, sua capacidade de lidar com situações que exigem disciplina e profissionalismo, sendo incapaz de agir de acordo com a impessoalidade. A capacidade discutida do brasileiro, em lidar emotivamente com situações, passa uma visão mais calorosa do mesmo, alimentando o estereótipo do povo “alegre, cordial e hospitaleiro”. No entanto, também possui um efeito colateral, pois alimenta, ao mesmo tempo, o estereótipo do povo

corrupto, que se utiliza de laços afetivos e emoções para lucrar a qualquer custo, mesmo em situações que deveriam ser movidas a partir do profissionalismo e da lógica.

O jeitinho/cordialidade se transforma na imagem, diante dos olhos dos estrangeiros, de como as relações sociais aqui se processam. E isso não ocorre apenas no âmbito interno dos equipamentos turísticos, mas também mais abertamente nos diversos espaços públicos. A cordialidade (ou o jeitinho!) não é a hospitalidade em si, mas elemento que reforça, tanto as representações sociais, quanto a construção da imagem turística no exterior (COSTA e PIMENTA, 2010, p. 88).

O próprio nome do conceito implica que o mesmo seria uma característica exclusiva brasileira, porém nota-se a presença da corrupção em todo lugar ao redor do mundo, apenas talvez mais bem disfarçada ou abordada. Contudo, esse conceito se faz presente em muitos aspectos que diferem a cultura brasileira das demais, como a americana ou europeia, que são frequentemente comparadas à nossa. Como exemplo, pode-se citar os grandes parques de diversão encontrados no Brasil e nos EUA, Hopi Hari e os parques da Disney, respectivamente, pois dificilmente pessoas não terão a “fila cortada” em um parque de diversões brasileiro. Julga-se que tal fato se dê por consequência da permissividade excessiva do brasileiro, em relação a temas éticos, advinda da tal “cordialidade”. Nos parques dos EUA, dificilmente se vê alguém “cortando fila” e, quando isso acontece, a repressão popular e oficial do respectivo parque é severa, pessoas se revoltam diante de tal comportamento e autoridades do local repreendem o infrator, desestimulando essa conduta.

É possível dizer que talvez o homem cordial de Holanda já tenha ganhado vida (coligado ao conceito do “jeitinho”) em 1940, pelo estúdio Walt Disney, com a criação do personagem Zé Carioca:

Com relação a característica da “malandragem”, esta foi potencializada com a criação do Zé carioca pela empresa de entretenimento Walt Disney. O personagem é um papagaio verde, simpático e malandro que, com muita música e dança, faz trapaças para levar vantagem sobre as outras pessoas. Este desenho passa uma imagem simplista de que todo carioca é malandro e não gosta de trabalhar (FINO, 2016, p. 66 apud NOVA, 2006).

O personagem de Zé Carioca reflete transparentemente boa parte do estereótipo discutido neste trabalho, com seus males e seus benefícios. Resta a seguinte inquietação: Até que ponto esse estereótipo se estende nos dias de hoje, caso ainda esteja vivo?

Conclui-se esse raciocínio, sugerindo que a principal responsável pela propagação do estereótipo do brasileiro e de seu país – acarretando na formação de um imaginário dos mesmos

– foi a Embratur, tendo como base alguns conceitos já definidos e popularizados anteriormente por autores como Jorge Amado, Gilberto Freyre e Sergio Buarque de Holanda.

A partir desse ponto de análise, recorreremos a pesquisa qualitativa com as entrevistas com estrangeiros para uma análise mais próxima da realidade cotidiana do estrangeiro sobre o Brasil.

3 A HOSPITALIDADE PÚBLICA BRASILEIRA SOB O PONTO DE VISTA DE TURISTAS ESTRANGEIROS

Este mesmo estereótipo, propagado principalmente pela Embratur, leva à formação de um imaginário em que a cordialidade e a receptividade parecem prevalecer, apesar de ter sido explorada a ambiguidade presente neste mesmo conceito, a qual pode ser negativa. Portanto, neste capítulo, é realizada uma pesquisa de campo exploratória, de caráter qualitativo, em busca das repostas acerca dos motivos que levam o turista estrangeiro a visitar o Brasil, e quais as imagens que tomam lugar em seus imaginários sobre o país, atualmente, em vista de descobrir se o mesmo ainda é considerado hospitaleiro.

Discutido como a hospitalidade se dá no Brasil, e como os autores trabalhados afirmam que a mesma se dá, os fatos recolhidos e apresentados até agora nos levam a supor que o Brasil geralmente é escolhido como destino turístico pelas atrações inclusas no estereótipo existente do mesmo, que inclui as praias, a festa e o futebol. A questão do clima tropical também é algo pertinente a se considerar, mas que pode estar incluso no conceito das praias, enquanto a questão da festa está inclusa no conceito do carnaval.

A questão da permissividade advinda da tão comentada “cordialidade” brasileira pode também ser considerada um dos motivos implícitos na busca de estrangeiros pelo turismo no Brasil, pois algumas leis que são seguidas a rigor no exterior não são tão fiscalizadas aqui, como a questão das restrições impostas pela minoridade legal. Novamente, realizando uma análise de um ponto de vista geral, considerando que equívocos públicos acontecem em todos os lugares o tempo todo, mas que, enquanto brasileiros, é possível afirmar que no país certas irregularidades éticas e legais acontecem com maior frequência do que o esperado.

O Brasil está em 96º lugar no ranking da corrupção elaborado pela Transparência Internacional (2017) e em 1º lugar entre os que dão credibilidade a notícias falsas, segundo o

Instituto Ipsos.³³ Como exemplo, verificam-se algumas situações corriqueiras do dia a dia de um adolescente brasileiro, como o consumo ilegal, e não fiscalizado, de bebida por menores de 18 anos. Um estudo feito pela Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz) relatava que aproximadamente 7 milhões de brasileiros menores de 18 anos (34, 3%) relatavam ter consumido bebida alcoólica na vida, e cerca de 119 mil jovens entre 12 e 17 anos têm algum tipo de vício em álcool.³⁴

A questão da permissividade brasileira, quando contrastada com outros destinos turísticos igualmente famosos, como a França e os EUA, se faz gritante. A autora compara aqui duas experiências pessoais de estadias, por um período idêntico de 15 dias, em dois destinos turísticos relevantes: no Rio de Janeiro e em Orlando, Flórida, em julho de 2013, onde se fez possível observar certos fatos sobre a sua cultura, convivendo com cidadãos americanos que se encontravam na posição tanto de cidadãos, como de turistas – pelo fato de haver gente do país todo nos parques de diversão, restaurantes, praças e shoppings das redondezas – e também com turistas brasileiros, que são recorrentes por lá no verão. Esta experiência trouxe algumas observações para a presente pesquisa de monografia, que debate a visão do estrangeiro em uma localidade turística estereotipada. Desse modo, algumas pesquisas observatórios devem nortear a presente análise.

Normalmente, os pacotes de turismo para visitar os parques da Walt Disney World em Orlando, Flórida, contam com residência em hotéis e acomodações dentro dos próprios parques ou na cidade de Orlando, pela proximidade com a maioria dos parques existentes na região (pertencentes à rede Disney, ou não), fazendo da mesma uma cidade turística, com muitos outlets e restaurantes típicos do local. Logo, é de se pensar que a mesma provavelmente possua um planejamento pensado quase que exclusivamente para o turismo, assim como sua estrutura. Seguindo este mesmo pensamento, seria esperado que cidades assim não apresentassem muitos motivos para queixa, possuindo uma boa manutenção referente a serviços públicos e comerciais, e tornando o fato de a cidade ser impecavelmente limpa algo já esperado – assim como a fiscalização dos próprios parques citados no capítulo anterior serem de extremo rigor – , já que para muitos que visitam o país, a visão que ficará do mesmo provavelmente será a postura apresentada pelo parque diante de situações como as citadas da fila, e pelos serviços ofertados pelas cidades onde se hospedarão.

³³ Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/como-o-brasileiro-ve-o-cumprimento-das-leis>>. Acesso em: 10 de ago. de 2020.

³⁴ Disponível em: <<https://www.folhavoria.com.br/saude/noticia/08/2019/12h-cerca-de-7-milhoes-de-brasileiros-menores-de-18-anos-ja-consumiram-bebida-alcoolica>>. Acesso em: 11 de ago. de 2020.

Contudo, no Rio de Janeiro – um dos principais destinos turísticos brasileiros – não se vê um planejamento turístico de igual excelência, sendo colocado em prática, ainda que possa haver um na teoria. Há de se levar em consideração as diferenças de investimentos que devem existir entre ambas as cidades, seja pelo turismo ou por qualquer outro setor. Leimann (2007, p. 81) apud Iorio (2006) diz que

o autor evoca assuntos críticos para a Cidade do Rio de Janeiro, como a mudança da capital para Brasília, a centralização do poder no planalto central, os péssimos governos locais, os velhos álibis para justificar a incompetência administrativa e o crescimento incontrolável da criminalidade. Com estes componentes fica desenhado um quadro que evidentemente tem consequências muito sérias no desenvolvimento de uma indústria que trabalha com a atração de pessoas para um destino turístico.

É o mesmo caso de um dos mais famosos parques de diversões brasileiro, o Hopi-Hari, localizado em Vinhedo, São Paulo, que apesar de ser um dos principais do país, apresenta uma série de desleixos de administração – o fato de quase ter fechado em agosto de 2016 por conta de uma dívida de R\$ 300 milhões comprova a questão. O parque, assim como o mais famoso do país segundo o Prêmio Travellers Choice realizado pelo site TripAdvisor em 2020, Beto Carreiro World, localizado em Penha – SC,³⁵ pode ser pensado como um grande atrativo turístico nacional e, por isso, despertar o interesse de envolvidos no setor turístico, de entretenimento e de lazer, porém não se observa a mesma intensidade na exploração turística desses locais como se observa a exploração de locais semelhantes citados, novamente considerando as supostas proporções que cada alcance teria.

Outro ponto que tem seu peso na definição positiva de um local é o carisma dos funcionários. No Rio, os cidadãos tem fama de hospitaleiros, já o comércio, nem tanto. Durante visitas à cidade observou-se tal disparidade, não sendo possível compreender o porquê de o tratamento pessoal ser um enquanto o profissional era outro, se ambos deveriam implicar no imaginário social do local que seria passada a quem viesse de fora. No caso dos parques de diversão, pôde ser observado o mesmo tratamento hostil ou indiferente por parte dos funcionários e a questão da permissividade se fazendo presente na interação dos visitantes com o parque, percebida através de lixo espalhado pelo mesmo e filas sendo desrespeitadas.

Nas cidades visitadas de Miami, Miami Beach e algumas outras da Flórida que podem ser consideradas cidades turísticas americanas, observou-se sempre uma postura comercial

³⁵ Disponível em: < <https://www.tripadvisor.com.br/TravelersChoice-Attractions-cAmusementParks-g294280>>. Acesso em: 15 de ago. de 2020.

adequada dos funcionários de estabelecimentos comerciais que teriam influência no turismo local, como shopping centers, lojas, restaurantes e vendedores ambulantes, assim como o respeito advindo dos visitantes para com esses locais visitados. Dessa forma, observa-se que esses locais não apresentavam os mesmos sinais culturais da chamada “permissividade”, presente no Brasil. Tais impressões se fazem importantes, pois remetem à análise da hospitalidade comercial e pública, utilizando como exemplo dois destinos turísticos famosos mundialmente.

Destaca-se como o pensamento de Lashley (2015, p. 83-84) se faz presente, em que o mesmo discute que a hospitalidade comercial, apesar de depender de uma troca financeira para acontecer, poderia envolver também a hospitabilidade por parte dos funcionários. Nos exemplos dados acima, é possível perceber situações envolvendo a hospitalidade comercial onde houve a presença e a ausência dessa hospitabilidade no tratamento para com o cliente.

A violência é outro fator que apresenta disparidade quando analisados ambos os locais, e pode, também, ser considerada advinda da questão da “permissividade”. Como já explicitado, o Rio de Janeiro por volta da década de 1980 passa a apresentar crescentes casos de violência, o que acarreta em uma imagem social negativa a ser transmitida para dentro e fora do país, e em seu turismo, conseqüentemente.

A divulgação, mesmo que muitas vezes problemática, acarretou o aumento do fluxo de turistas nacionais e estrangeiros, o que, todavia, fez com que o mercado turístico nacional passasse a sofrer as conseqüências de um desenvolvimento turístico mal planejado, sem a realização de trabalhos com a comunidade, e com os benefícios da atividade voltados apenas para poucos. Passa-se então a verificar-se, por exemplo, o aumento da violência, mais especificamente em pesquisas realizadas com o mercado internacional em 1984 (ALFONSO, 2006, p. 72).

Apesar de medidas terem sido tomadas a partir de 1994 para melhorar esse quadro, sabe-se que o Rio ainda apresenta uma alta taxa de criminalidade, segundo os dados apresentados pelo Instituto de Segurança Pública (ISP), as mortes cometidas por policiais aumentaram em 22,6% enquanto as demais mortes violentas cresceram 6,5% entre dezembro de 2019 e janeiro de 2020, culminando em um crescimento de mortes violentas no início de 2020, após meses de queda.³⁶ Segundo os dados de séries históricas anuais de taxa de letalidade violenta no estado do Rio de Janeiro, e grandes regiões, fornecidos também pelo ISP – com base nas informações fornecidas pela Secretaria de Estado de Polícia Civil (SEPOL) e pelo IBGE –, a taxa de

³⁶ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/02/19/rio-de-janeiro-inicia-ano-com-aumento-de-mortes-violentas-e-roubos.htm/>>. Acesso em: 15 de ago. de 2020.

letalidade violenta, por 100 mil habitantes, em 2019 na capital foi de 1. 913³⁷. Já em Orlando, o índice de criminalidade está em 5.700 a cada 100 mil habitantes, sendo considerado um dos mais altos índices das Américas pelo site Neighborhood Scout.³⁸

Com a questão da violência aqui descrita, é possível analisar a hospitalidade pública de ambos os locais, em que fatores destes locais – como a própria violência, a sinalização de trânsito e a poluição, por exemplo – podem ser considerados fatores que influenciariam na classificação desse tipo de hospitalidade. Grinover (2008, p. 02) explica que

o entorno urbano vivido é o lugar de trocas e a matriz de um processo de hospitalidade, pois esta hospitalidade da e na cidade, definida esta como um sistema de atividades, coloca-se ao longo de uma cadeia que vai do construído aos espaços públicos e às redes de infra-estruturas, compartilhando a noção de atividade com a de experiência.

No sentido da pesquisa observatória, como pesquisadora e turista, a violência e a sensação de perigo estavam muito mais visíveis na cidade do Rio de Janeiro do que na cidade de Orlando, considerando que a mesma quantidade de tempo foi passada nos dois lugares. Talvez o fato desta análise ser realizada do ponto de vista de um brasileiro, nos faça ter uma percepção mais aguçada do local, já o local que se encontra em outro país, enquanto turista, é mais lógico que observemos apenas os pontos positivos do mesmo. É indispensável pensar o papel da mídia nessa questão também, novamente a mesma tem uma cobertura maior de uma cidade brasileira, como o Rio, do que de uma cidade que não se encontra no Brasil.

Sob a ótica da análise da hospitalidade pública, de locais com potencial turístico, procura-se entender quais impulsos levam o turista estrangeiro a escolher o Brasil como seu destino. Como principais suposições, é possível mencionar as citadas no capítulo anterior: festas, praias, mulheres e a questão discutida até o presente momento: a sensação da permissividade e, até, da impunidade presentes no Brasil, enquanto em outros países, tudo é tratado de maneira muito rígida. Em um país que é destino de visita de muitos jovens, essa questão da permissividade pode se fazer bastante atrativa. Então, seguindo esse estereótipo todo, traça-se um perfil em potencial de turista estrangeiro, que seria, em sua maioria, o homem jovem. Até o abandono da figura da mulher pela Embratur na década de 1990, supunha-se que esse era o perfil da maioria dos estrangeiros que vinham ao Brasil. Inclusive, a própria questão

³⁷ Disponível em: <<http://www.ispdados.rj.gov.br/Arquivos/SeriesHistoricasLetalidadeViolenta.pdf>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

³⁸ Disponível em: <<https://www.neighborhoodscout.com/fl/orlando/crime#description>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

do turismo sexual pode estar englobada nesse quesito da permissividade e impunidade, como explicita Martoni (2007, p. 561):

Associado a essa questão, até o início da década de 1990 a visibilidade que se criou do Brasil para a atração do estrangeiro envolvia diretamente a figura da mulher brasileira. O fato é que as políticas públicas para o crescimento do turismo acabaram ajudando a promover o turismo sexual através de propagandas associando mulheres aos rituais carnavalescos, praias paradisíacas e lugares exóticos.

Este trecho apresentado acima exemplifica a junção de todos os conceitos que supostamente foram usados para formar o estereótipo do Brasil, entrelaçando um ao outro de modo que todos estão ligados e um se torna um tanto dependente do outro para existir.

Estabelecidos os supostos motivos pela escolha do Brasil como destino turístico, é necessário, também, explorar qual seria o suposto perfil do estrangeiro que vem ao país em visita, para comparar com o perfil que foi estimado anteriormente. Os dados mais recentes disponíveis são de 2018 de uma pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo (MTur) em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), e feita com 39.811 turistas, que traça um breve perfil do mesmo. A respeito do motivo principal da viagem, 58,8% dos turistas responderam que era o lazer; a motivação de 71,7% era o sol e as praias; os principais meios de hospedagem utilizados por 48,8% eram hotéis, flats, pousadas e resorts; o destino mais visitado, por 29,7% dos turistas que vieram a lazer, era o Rio de Janeiro; em relação à composição do grupo turístico, 34,1% representavam famílias, enquanto 31,6% representavam pessoas sozinhas; em relação ao gênero, 56,4% representavam o gênero masculino, enquanto 43,6% representavam o gênero feminino³⁹. Não foram encontradas informações deste relatório de 2019 referentes à faixa etária. Contudo, as informações mais recentes são de 2017 – também realizada pelo MTur, porém através da Rede de Inteligência de Mercado no Turismo (RIMT) – e mostram que 18,2% dos turistas internacionais são jovens entre 18 e 29 anos, enquanto os adultos constituem a maioria, representando 74,1% desses turistas⁴⁰.

Portanto, pode-se observar que o perfil suposto anteriormente foge pouco do perfil recente definido pelo MTur, que seria o de estrangeiro do sexo masculino que vem a lazer ao país (a sua definição de lazer se resume a praias e ao clima ensolarado/tropical). Apenas as questões de virem sozinhos e a de não fazerem parte da camada mais jovem da sociedade se mostraram diferentes.

³⁹ Disponível em: < file:///C:/Users/Ana%20Helena/Downloads/Demanda_Internacional_2018_-_Apresentacao.pdf>. Acesso em: 18 de ago. de 2020.

⁴⁰ Disponível em: < http://www.penarota.com.br/pesquisa-mostra-perfil-do-turista-estrangeiro-no-brasil/>. Acesso em: 20 de ago. de 2020.

3.1. O Acolher e o Hostilizar Brasileiro

Foram explorados os motivos que levam o turista estrangeiro a visitar o Brasil, assim como seu devido perfil até então. O objeto principal da discussão do presente trabalho é a hospitalidade e a hospitalidade brasileira. Porém, quando fala-se na hospitalidade brasileira e no conceito de cordialidade que a influencia, necessita-se falar, também, do consenso de moralismo presente na sociedade brasileira, ou é possível dizer do falso moralismo?

Cabe aqui a discussão dos motivos que levaram uma sociedade, que se dizia religiosa e moralista, a aceitar que impusessem às suas mulheres, em campanhas de divulgação turística no exterior, uma imagem de lascívia e disponibilidade sexual.

Desde que os portugueses iniciaram a sua colonização no Brasil, é possível ver este tal moralismo, que se supõe falso, talvez imerso em sua cultura, e sua aplicação na sociedade que se formou na, até então, colônia, formada a partir da violência com o outro. Através de singelos atos, movidos em sua maioria pelo senso religioso – considerando a tamanha influência que a Igreja possuía sobre a sociedade da época –, em que muitos seguiam por um lado o regime rígido da Igreja e, pelo outro, cometiam atos supostamente condenados pela própria (em nome, por vezes, de sua própria vontade e, por vezes, dos valores estabelecidos por esta mesma Igreja). Mesmo considerando que essa questão da falsa moral possa estar presente no mundo todo, discute-se a mesma no Brasil pelo fato da cultura brasileira ser o objeto de estudo do presente trabalho.

Para ilustrar o grau de severidade desses valores morais, cabe citar o número de mortes que a Igreja já causou sempre em nome dos princípios definidos pela mesma, deparando-se então com um número como 30 mil pessoas. Estima-se que quase 300 mil pessoas tenham sido condenadas e 30 mil tenham sido mortas pela inquisição na Espanha; em Portugal estima-se que o número de vítimas tenha sido de 40 mil pessoas, das quais 2 mil foram mortas na fogueira; já no Brasil calcula-se que 400 brasileiros tenham sido condenados e 21 tenham sido queimados em Lisboa, onde eram mandados os casos mais graves. “As punições tornaram-se bem mais pesadas com a instituição da morte na fogueira, da prisão perpétua e do confisco de bens – que transformou a Inquisição numa atividade altamente rentável para os cofres da Igreja. A

crueldade dos inquisidores era tamanha que o próprio papa chegou a pedir aos espanhóis que contivessem o banho de sangue”.⁴¹

O Dicionário Online de Português define o falso moralismo como “a ação da pessoa que julga moralmente outra, pautando-se em preceitos que não segue nem acredita (hipocrisia)”⁴².

Portanto, o conceito do brasileiro falso moralista viria do fato de julgar o outro, baseando-se na moral imposta pela sua religião, enquanto o próprio seguidor da referida fé não segue os preceitos estabelecidos pela mesma.

No que se refere à hipocrisia, a mulher pode ser novamente tida como exemplo, já que classificaram as pardas e pretas como “não dignas” de casamento – pelos motivos já citados aqui. No entanto, os colonos as procuravam quando estavam em busca de prazer, segundo Santos Junior (2012). Diante dos olhos de Deus e, portanto, da Igreja, o mesmo motivo divino que as fazia “impuras” não os fazia também, caso viessem a ter relações com as mesmas? E o que diria essa mesma igreja sobre os homens casados que também as procuravam?

A igreja condenava o adultério e a fornicação. Como ambos foram praticados pelos colonos, aqui entra novamente a hipocrisia do homem português que se dizia seguidor da fé cristã. É possível dizer que essa conotação sexual, atribuída pelos mesmos às mulheres pardas e pretas, se enraizou na cultura brasileira, pelo fato de ter se feito presente até a década de 1990, segundo Martoni (2007), gerando termos como “da cor do pecado” – usado para se referir a mulheres de pele negra ou parda, consideradas naturalmente “pecaminosas”. E por esse mesmo motivo, considera-se que esse falso moralismo se refletiu na personalidade do cidadão brasileiro, provavelmente como parte da herança portuguesa trazida pela colonização, visto que a Igreja “caçava” o

(...) corpo feminino e seus objetos de desejos o cobrirem de pudor, onde a castidade passa a ser exercida de todas as maneiras possíveis. Os órgãos sexuais femininos, como apregoados pela igreja, eram vistos como a entrada para o pecado e porta condutora ao inferno, estes deveriam, por sua vez, ser utilizados apenas com fins reprodutivos (SANTOS JUNIOR, 2012, p. 01).

Outra ação considerada pecado pela Igreja era o estupro. Contudo, o mesmo se fez presente na miscigenação. O homicídio também era outra ação condenada, que atuou

⁴¹Disponível em: < <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-a-inquisicao/#:~:text=Na%20Espanha%2C%20at%C3%A9%20a%20extin%C3%A7%C3%A3o,condenadas%20e%2030%20mil%20executadas.>>. Acesso em: 22 de ago. de 2020.

⁴² Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/falso-moralismo/>>. Acesso em: 22 de ago. de 2020.

intensamente tanto no processo da colonização, quanto posteriormente no desenvolvimento da história do país.

Uma vez que notamos que o catolicismo e o protestantismo abarcam 90% dos brasileiros afiliados a alguma religião em nosso país (...), a vinculação entre o cristianismo e a população brasileira tem raízes históricas profundas. Trazido pelos portugueses, o catolicismo sempre esteve intimamente vinculado à cultura e identidade brasileiras e passou por um processo de expansão e consolidação a partir da segunda metade do século XIX (...) (SOUSA, 2013, p. 285).

Considerando que, antigamente, a Igreja exercia maior poder sobre as pessoas e o quanto, segundo Sousa (2013, p. 285), a cultura brasileira está ligada à religiosidade, é coerente cogitar que esses frequentadores da igreja e seguidores da fé cristã, muitas vezes, eram os mesmos que cometiam os atos condenados pela mesma.

Tendo em vista tais fatos, se deduz não ser possível realizar uma denominação de “moralista” em relação ao colono português, quando atos – discriminados pela própria fé seguida – foram cometidos frequentemente por esses homens. Por esse mesmo motivo, sugere-se que haja uma hipocrisia presente em sua moral. Ou estaria essa hipocrisia presente na própria religião que, ao mesmo tempo em que promovia amor e empatia para com o próximo, promovia também o repúdio (através de morte e tortura) para aquele que não seguisse os seus mandamentos?

“O que é verdadeiramente moral, Kant reflete, está em agir por conta própria de boa vontade, não por causa de uma obrigação para com os outros, e em fazê-lo de uma forma que possa ser desejada, sem contradição, que cada indivíduo se submeta aos mesmos princípios” (NOGUERO, 2013, p. 164).

Apesar de o projeto jesuítico de colonização do Brasil nascente ter sido formulado sem qualquer escrúpulo humanitário, tal foi a ferocidade da colonização leiga, que estalou, algumas décadas depois, um sério conflito entre os padres da Companhia e os povoadores dos núcleos agrário-mercantis. Para os primeiros, os índios, então em declínio e ameaçados de extinção, passaram a ser criaturas de Deus e donos originais da terra, com direito a sobreviver se abandonassem suas heresias para se incorporarem ao rebanho da Igreja, na qualidade de operários da empresa colonial recolhidos às missões. Para os colonos, os índios eram um gado humano, cuja natureza, mais próxima de bicho que de gente, só os recomendava à escravidão (RIBEIRO, 1995, p. 53).

Deixa-se este assunto para pesquisas futuras. Porém, foi comentado no capítulo anterior o quanto regimes ditatoriais estabelecidas no Brasil podem ter impactado negativamente na

hospitalidade presente no país e em seu povo, afetando, assim, o imaginário da hospitalidade pública brasileira. Holanda (1936, p. 39), parece crer que ambas - religião e ditadura – também teriam sua parcela de responsabilidade por coisas ruins que se sucederam através das mesmas, quando diz que “as ditaduras e o Santo Ofício parecem constituir formas tão típicas do caráter Ibérico como a inclinação à anarquia e à desordem. Não existe, a seu ver, outra sorte de disciplina perfeitamente concebível, além da que se funde na excessiva centralização do poder e na obediência”.

O moralismo – então proposto pelas religiões – não deveria servir como uma barreira para frear as ações de caráter negativo nas pessoas? Diante da história do mundo, e de seus acontecimentos, é possível sugerir que a mesma não obteve total sucesso em produzir tal efeito, caso fosse o desejado. Tratou-se aqui do falso moralismo religioso presente nos colonizadores, para tentar entender de onde viria o falso moralismo presente hoje na sociedade brasileira, mesmo considerando a sua provável presença em todo o mundo.

No Brasil colônia, houve uma catequização dos índios que aqui se encontravam como meio de convertê-los ao catolicismo e seu estilo de vida, segundo Ribeiro (1995). Tendo em vista que os mesmos já possuíam suas próprias crenças em seus próprios deuses, é possível tomar essa ação em si como sendo uma agressão cometida contra, novamente, pessoas com uma fé diferente da considerada ideal pela Igreja, pelo fato de a mesma ter se feito obrigatória e não opcional. “Nenhuma liberdade se consente, também, porque se trata com hereges a catequizar, livrando-os da perdição eterna” (RIBEIRO, 1995, p. 70)

Os membros do clero eram considerados pessoas de alto nível cultural e de influência, um exemplo de moral a ser seguido pelos seus fiéis, podendo, então, ser considerados “puritanos”, pela definição aqui apresentada anteriormente. No entanto, além de todos os atos acometidos já explicitados, acometeram mais o da imposição de sua própria fé aos indígenas – e, com ela, seus costumes – tornando-os, portanto, falsos puritanos, assim como a própria “Igreja católica, com seu braço repressivo, o Santo Ofício. Ouvindo denúncias e calúnias na busca de heresias e bestialidades, julgava, condenava, encarcerava e até queimava vivos os mais ousados” (RIBEIRO, 1995, p. 38).

Passada a época da colonização, notam-se os vestígios ainda deste falso moralismo e da hipocrisia presentes, principalmente, em governos ditadores que se diziam conservadores, já que na época do regime militar de 1964 a censura era muito rígida, chegando até a cortar cenas de filmes em cinemas que pudessem ser consideradas “picantes” ou “imorais”, enquanto o uso da figura da mulher seminua era destaque das propagandas turísticas da época. Hipocrisia, pois, se a intenção era passar uma visão de uma sociedade conservadora (o que está ligado,

novamente, à religião) as atrações turísticas do país não poderiam incluir imagens consideradas sexualmente apelativas.

Acrescentando um paralelo à questão discutida no momento, vale ressaltar o afastamento do senso de que uma mulher em um biquíni deva ser vista como uma oferta ou apelação sexual. No entanto, discute-se esse senso por saber que é assim que a mesma sempre foi tratada e que esse foi o motivo de sua figura ter sido utilizada como propaganda, em vista dos resultados estereotipados que geraram do Brasil e de seu povo, segundo autores como Martoni (2007) e Fino (2016). Por esse motivo, expõe-se a necessidade da desvinculação da imagem desta do estereótipo brasileiro, afinal, como já dizia Simone de Beauvoir (1949) “que nada nos limite. Que nada nos defina. Que nada nos sujeite. Que a liberdade seja nossa própria substancia, já que viver é ser livre”.

O falso moralismo também se reflete no “jeitinho” e, através dele próprio, esse falso moralismo pode se fazer infiltrado na cultura brasileira. Isso porque o “jeitinho” transmite a ideia de que tudo pode ser resolvido através da malandragem, e as mesmas pessoas que se utilizam dessa malandragem para realizar suas façanhas reclamam da corrupção na história do país -que, por sua vez, são as mesmas pessoas que acabam sofrendo com isso- formando, então, um círculo vicioso negativo.

Após analisados muitos dos males e equívocos cometidos na gestão pública do turismo, não se pode deixar de ressaltar que, de fato, o Brasil possui, também, além de suas belezas e atrativos naturais, alguns modelos sociais que podem ser atrativos para o turismo e reforçar a impressão de hospitalidade nos turistas.

A saúde pode ser considerada uma dessas qualidades, já que o Brasil conta com um Sistema Único de Saúde, o SUS, que é “gratuito” e atende a toda e qualquer pessoa, independentemente de classe ou renda. O mesmo foi criado pela Constituição Federal Brasileira em 1988 ⁴³ – “Saúde é direito de todos e dever do estado” – e é composto pelo Ministério da Saúde, Estados e Municípios, sendo bancado pelo governo federal. Integram sua estrutura: Fiocruz, Funasa, Anvisa, ANS, Hemobrás, Inca, Into e oito hospitais federais ⁴⁴. O SUS foi inspirado no National Health Service do Reino Unido, em que modelos similares de saúde criados pelo governo são oferecidos à população.

Coloca-se a palavra “gratuito” entre aspas ao fazer referência ao SUS pelo fato de que, no Brasil, os impostos são altos e, através deles, paga-se por serviços como o de saúde pública, "o brasileiro paga – entre impostos, taxas e contribuições – 73 tipos de tributos federais,

⁴³ Disponível em: <<http://www.blog.saude.gov.br/rh146e>>. Acesso em: 20 de ago. de 2020.

⁴⁴ Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/sistema-unico-de-saude>>. Acesso em: 25 de ago. de 2020.

estaduais e municipais. Juntos, eles abasteceram os cofres públicos com R\$ 2,39 trilhões em 2018, o que dá uma média de R\$ 11,5 mil por habitante e equivale a pouco mais de 35% do Produto Interno Bruto (PIB) – o que significa que os governos abocanham mais de um terço de todas as riquezas produzidas pelo país." ⁴⁵

Um levantamento feito pelo Conselho Federal de Medicina (CFM) em 2017 mostra que cada brasileiro gastou cerca de R\$ 1.271,65 no ano, indiretamente, através dos impostos, para bancar o SUS. “O estudo destaca que, mesmo tendo um ganho médio de 3% ao ano, nesse intervalo de dez anos, resultando em um acumulado de 26%, a perda do gasto per capita comparado ao medidor inflacionário, chega a quase 42%. Caso os valores tivessem sido corrigidos pelo IPCA a partir de 2008, o gasto anual por pessoa, que em 2017 foi de R\$ 1.271,35, seria ampliado para R\$ 1.800.” ⁴⁶

No caso, cada brasileiro gasta então cerca de R\$150 por mês com a saúde pública – utilizando-a ou não – que continua sendo um gasto menor do que um plano de saúde tido como de qualidade – em que o mais básico geralmente é o plano ambulatorial, variando entre R\$160 a R\$558, para pessoas acima de 50 anos (tendo como base os planos mais baratos e mais caros da Unimed, que é referência no país) – dependendo do plano médico escolhido. Por fim, apesar de muitas vezes o serviço oferecido ser de qualidade inferior ao do plano médico, é possível dizer que o Brasil é um dos poucos países que oferece suporte médico em que o cidadão não precisa dispor de nenhuma quantia em dinheiro na hora do atendimento, coisa importante para a população de baixa renda que não teria como obter um atendimento médico, mesmo limitado, em algum outro país, como os EUA, por exemplo. Óbvio que, na questão da qualidade do atendimento o sistema brasileiro jamais poderia ser comparado ao inglês, por exemplo, onde os recursos investidos pelos cidadãos, via impostos, retornam, de fato, na forma de um atendimento de alta qualidade, ao contrário daqui.

A questão da saúde pública gratuita, pode ser entendida como mais uma forma de demonstração da hospitalidade pública brasileira, que se explorou no capítulo anterior ao longo da história do país, pelo fato de poder ser entendida como uma forma do governo “acolher” o povo. Afinal, a hospitalidade, em sua essência, deve ser um ato gratuito, já que “é um dever imposto pela moral humana”, segundo Kant (NOGUERO, 2013, p. 164).

⁴⁵ Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/republica/impostos-do-brasil/>>. Acesso em: 26 de ago. de 2020.

⁴⁶ Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2018-11/brasil-gasta-r-348-por-dia-com-saude-de-cada-habitante-diz-cfm>>. Acesso em: 27 de ago. de 2020.

Além da questão da saúde pública, as belezas naturais do país sempre são motivo de destaque quando se fala no Brasil. As praias, que sempre foram alvo de propagandas, podem ser consideradas algo positivo dentre todos os pontos negativos no estereótipo brasileiro, pois quando juntadas ao clima tropical do país formam uma fonte natural de lazer e encanto.

Segundo o site TripAdvisor, essas são algumas das praias mais procuradas no Brasil por milhares de turistas ao redor do mundo: Baía do Sancho e Baía dos Porcos, Fernando de Noronha – PE; Praia dos Carneiros, Tamandaré – PE; Lopes Mendes, Ilha Grande – RJ; Baía dos Golfinhos, Tibau do Sul – RN; Praia do Farol, Arraial do Cabo – RJ; Quarta Praia, Morro de São Paulo – BA; Piscinas Naturais de Maragogi, Alagoas – AL; Praia do Rosa, Imbituba – SC; Lagoa Azul, Ilha Grande – RJ.⁴⁷

3.2. Os Olhares Estrangeiros para a Hospitalidade Brasileira Contemporânea

Foram apresentados, até o momento, os destaques, do ponto de vista turístico, tanto dos pontos positivos do país como dos negativos. Considerando que o objeto principal de toda organização, de todo os empreendimentos, de todos os investimentos feitos em turismo é a satisfação do turista, torna-se obrigatório dar a ele a palavra. Ouvi-lo é a melhor maneira de saber como o hospedeiro pode oferecer-lhe a experiência que procura, sem abrir mão de sua cultura, de seus hábitos e de suas melhores tradições. E sem recorrer a clichês que desfiguram sua natureza.

Até então suposições foram feitas a respeito dos possíveis motivos do Brasil ser ou não um local hospitaleiro e, portanto, atraente do ponto de vista turístico, para descobrir o porquê do mesmo ser um alvo em potencial para turistas estrangeiros. Para ir um pouco além das suposições, um roteiro de perguntas foi elaborado, tendo como público-alvo: estrangeiros; do sexo feminino e masculino; entre 20 e 28 anos; que vieram ao Brasil a turismo no período entre 2013 e 2020. O mesmo é de caráter qualitativo, contando com 5 questões exploratórias, abordando questões relacionadas à hospitalidade brasileira (buscando respostas no sentido da hospitalidade pública e comercial); à hospitalidade do povo brasileiro (buscando respostas mais no sentido da hospitalidade doméstica); ao estereótipo e à imagem social do brasileiro que foi passada a cada um dos participantes⁴⁸.

⁴⁷ Disponível em: < <https://guiaviajarmelhor.com.br/praias-mais-procuradas-do-brasil/>>. Acesso em: 01 de set. de 2020.

⁴⁸ Apêndice A – Roteiro de Entrevista.

No total, conta-se com a participação de 5 turistas estrangeiros, de quatro continentes diferentes, com exceção da Oceania e da Antártida que ficaram de fora. Procurou-se utilizar um participante norte americano e um sul americano devido às diferenças culturais existentes entre ambos, mesmo ambos fazendo parte do mesmo continente.

Do norte da América entrevistou-se uma estadunidense (entrevistada 01), da América Latina, uma argentina (entrevistada 02), da Europa, um francês (entrevistado 03), da África, um camaronense ou camaronês (entrevistado 04) e da Ásia, um indiano (entrevistado 05). Através desse roteiro de perguntas, busca-se a resposta para a questão principal explorada no presente trabalho: Será que os turistas estrangeiros acreditam até hoje que o Brasil é um país hospitaleiro? Até que ponto o antigo estereótipo estaria vivo ainda hoje, fora do Brasil? Primeiramente, há de se destrinchar as respostas obtidas no roteiro para, após, ser realizada uma apuração final de tais resultados.

A primeira pergunta refere-se ao motivo de terem sido atraídos ao Brasil, e as respostas envolvem motivos como a impressão de que os brasileiros gostam de se divertir: “As pessoas são incrivelmente calorosas e receptivas e sempre querem se divertir. O que é bem diferente comparado a cidade de Nova York ou Londres, onde as pessoas são muito focadas na carreira e é difícil fazer grandes amizades” (entrevistado 05); a comida diferente:

A comida no Brasil também é muito diferente comparado ao resto do mundo – há muitas carnes diferentes, e poucos temperos, então isso te dá o verdadeiro sabor da carne. Em São Paulo, o sushi também era maravilhoso. Havia restaurantes tops de linha e caros para visitar, mas também alguns muito baratos e ambos eram muito saborosos (entrevistado 05).

Quanto à cultura do país, foi dito: “Por fim, as diferenças entre Norte, Sul, Leste e Oeste do Brasil, é incrível. Você tem tão diferentes culturas e terrenos por todo o país, mas no geral pareceu que todos tiveram uma atitude muito acolhedora” (entrevistado 05); as paisagens: “Ambas a cultura e a paisagem. Eu agora posso dizer que vi a baía do Rio que é surpreendente” (entrevistado 03).

Antes de viajar ao Brasil, me sentia -e sigo sentindo- atraída por sua beleza tropical, tanto de suas praias como do resto de sua natureza em geral, como os morros; por sua vez me intrigava conhecer sua cultura calorosa, o tratamento das pessoas e suas alegres músicas; e por último, sempre considerei atrativo também o desafio de aprender a me comunicar com um idioma desconhecido (entrevistada 02).

A entrevistada 01 relatou que somente veio ao Brasil por insistência de um convite feito por uma amiga brasileira: “O que me atraiu ao Brasil foi que eu fiz amizade com alguém de lá. Antes, eu não havia pensado muito na visita, mas ela falou tão bem de lá e de sua beleza. Ela me convidou a ir visita-la”. Enquanto que o entrevistado 04 nos deu respostas atípicas, considerando as que cumprem o estereotipo comentado, alegando que “O que me atraiu ao país foi o seu sistema de saúde e seu sistema universitário”.

A segunda pergunta é referente a qual imagem cada um possuía do Brasil e qual se formou, após visitá-lo, além de buscar os meios em que essa imagem teria vindo. Em relação a qual imagem possuíam antes, as respostas incluíram a representação do país através de alguns ícones, tais como a floresta amazônica; o Rio de Janeiro; o Pão de Açúcar; o Cristo Redentor; e as Cataratas do Iguazu:

Minha imagem do Brasil era principalmente da floresta Amazônica e do Rio de Janeiro. A maioria destas imagens vieram de filmes e noticiários. Após visitá-lo, minha imagem mudou. Depois de ficar em uma área montanhosa eu obtive uma ideia melhor do quão diverso é o Brasil. Eu também obtive uma ideia melhor do quão diverso o povo do país é (entrevistada 01)

Quando eu penso no Brasil eu penso no Pão de Açúcar no Rio e no Cristo Redentor, estes são de longe as maiores atrações turísticas do Brasil que há online na internet. Eu tive muitas experiencias diferentes de viagens no Brasil então eu imagino a linda floresta Amazônica e as Cataratas do Iguazu (entrevistado 05).

A comida diferente também fez parte da imagem que a entrevistada 02 relatou ter se formado em seu imaginário, dentre outras coisas:

Antes de visitá-lo este ano, minha imagem do Brasil era bastante vaga, embora eu já tivesse conhecido alguns lugares de lá, nunca havia realmente proposto um intercâmbio com brasileiro. Na ausência de troca, a pessoa fica privada de desfrutar plenamente da descoberta em profundidade do que é uma nova cultura para ela. Resumindo, minha percepção era sobre praias muito bonitas, refeições com frutas ou verduras raras e muita fritura -esta imagem veio de minhas viagens em família anteriores-. Depois da minha última visita, tendo gerado amizades com os cariocas, dançando seus sambas e funk, tendo presenciado seu famoso carnaval em uma pequena cidade, e outras várias trocas, a imagem que tenho do Brasil hoje é uma realmente linda que confirma minha intuição sobre sua cultura calorosa, como mencionei anteriormente. Além disso, até me deixou com vontade de voltar a visitá-lo -agendando mentalmente lugares que estou morrendo de vontade de conhecer- e até mesmo despertou em mim um profundo interesse em aprender sua língua.

“A imagem de festa e de futebol” (entrevistado 04), que esteve presente na primeira pergunta, se faz novamente presente na resposta desta pergunta.

Essas imagens teriam vindo, segundo eles, de filmes, músicas, televisão, internet, notícias, livros e viagens anteriores ao país. O entrevistado 04, de nacionalidade africana, relatou que: “Agora estou vendo bastante cultura, a maioria ligada na África e também nos povos indígenas”.

Todos os entrevistados alegaram que sua imagem do Brasil mudou, após visitá-lo, com exceção do entrevistado 03 que relatou a não alteração de sua imagem após conhecer o país: “Eu possuía a imagem de um país festivo e hospitaleiro. Eu ainda possuo a mesma imagem. Vieram, principalmente, de músicas, livros e filmes”.

A terceira pergunta do roteiro se refere ao significado de “hospitaleiro” para cada um dos participantes, pois, sem a mesma, ficaria difícil compreender as respostas seguintes sobre a hospitalidade brasileira e de seu povo. Entre as definições apresentadas pelos participantes, foi perceptível a utilização de palavras como gentileza, genuinidade, dedicação, sorridente, amigável, receptivo, lar e família: “Recebi alguém como se fosse uma pessoa dá nossa família sem julgamentos (entrevistado 04).” Minha definição de hospitaleiro é amigável e receptivo, geralmente se referindo a pessoas” (entrevistada 01).

Uma das definições chama bastante a atenção por se fazer tão familiar com a estabelecida aqui, neste trabalho, nos capítulos anteriores: “Quando a pessoa trata a outra pessoa com bondade e sai de seu caminho para fazê-la se sentir confortável. Oferecendo mais do que é requerido ou esperado” (entrevistado 05).

Definiria hospitaleiro como um sinônimo do adjetivo *cozy* em inglês. Para mim se trata de sentir-se entretido, confortável e como em casa, estando longe da mesma. Considero que alguém é hospitaleiro quando não preciso pedir algo que necessito, porque já me foi oferecido previamente e porque fui ensinada a estocá-lo (entrevistada 02).

A quarta pergunta refere-se à consideração do Brasil, enquanto país, um lugar hospitaleiro, e seus motivos. Dos 5 participantes, 4 alegam que acharam o Brasil um local hospitaleiro, e seus motivos estão intimamente ligados às respostas anteriores, apresentadas por cada um, sobre a sua definição de hospitalidade. Como exemplo, entre elas, foi possível perceber que alguns participantes consideram o país hospitaleiro pelo fato de sentirem uma certa familiaridade com sua própria casa, apesar das diferenças culturais. “Baseado na minha experiência o Brasil foi muito hospitaleiro. Todas as pessoas que eu conheci pareciam animadas em me conhecer e eu me senti muito bem vinda em todo lugar que eu fui. Foi muito como em minha própria casa e convidativo” (entrevistada 01).

Também observa-se, em uma das respostas, que a questão política “turbulenta” de um país pode influenciar na visão de um estrangeiro que vem em visita ao mesmo, como suposto previamente.

Sim, pois eles permitem que estrangeiros como eu venham trabalhar no país e possuem uma visão positiva em relação aos visitantes. Contudo, enquanto eu estive lá em 2015-2016, o Brasil estava em um ponto de virada enquanto Dilma ainda estava no poder. Eu estava na Faria Lima enquanto a contagem regressiva do impeachment tomava lugar e foi incrível ver quantas pessoas apoiavam a mudança anticorrupção e um novo caminho a seguir para o Brasil (entrevistado 05).

Neste caso, parece que a visão do entrevistado 05 acabou por ser positiva, mesmo em vista do momento agitado em que se passava a política no país, pelo fato de achar a comoção do povo brasileiro em prol de uma causa algo admirável. No entanto, o mesmo apresenta este ponto quando lhe é perguntado sobre a hospitalidade do país, o que leva-se a pensar que este pode ser um fator de avaliação de estrangeiros em relação ao Brasil. A entrevistada 02 é a única, dentre os 5, que demonstra uma certa insatisfação em relação à hospitalidade brasileira:

Em minhas diferentes viagens ao Brasil, vivi diferentes experiências; algumas boas e outras ruins. Como país, talvez eu não tenha conseguido sentir que o país tenha sido hospitaleiro, porque por exemplo, uma das viagens fizemos de carro, e quando chegamos o mesmo quebrou. Tivemos que ir a oficinas, adiar datas de devolução com as pousadas e lidar com mecânicos, e nem sempre o atendimento era ótimo. Pelo contrário, tínhamos que ir à cidade para que dessem relevância as nossas diferentes reivindicações.

A quinta e última pergunta se refere agora à avaliação da hospitalidade do povo brasileiro, porém os entrevistados 03, 01 e 04 consideraram a questão da hospitalidade do país e a hospitalidade do povo, como sendo a mesma coisa. Se faz notável a percepção da entrevistada 01 de que a palavra “hospitaleiro” costuma se referir mais às pessoas do que a um local em si, “Minha definição de hospitaleiro é amigável e receptivo, geralmente se referindo a pessoas”. O que pode ser novamente percebido, quando ambas as respostas das perguntas nº 04 e nº 05 se referem à hospitalidade relacionada às pessoas, sendo que a nº 04 é supostamente relacionada ao Brasil enquanto local.

Embora considero que há uma semelhança entre considerar o país ou o povo hospitaleiro, considero que por um lado, o povo o é. Claro que estaria falando de uma generalização, mas embora tenhamos passado por percalços diferentes e a burocracia brasileira não tenha estado a nosso favor em algumas ocasiões, creio que o brasileiro em média trabalha em tudo o que seja atenção ao cliente

e turismo, mais do que preencheram as características que eu mesmo usei para definir “hospitaleiro” (entrevistada 02).

A partir das ideias expressadas, nas respostas dos roteiros aplicados, nota-se uma relação das mesmas com a maioria dos prós e contras estabelecidos neste capítulo, a respeito do Brasil e do povo brasileiro, mesmo considerando as diferenças dos pontos de vista de pessoas de lugares tão distintos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Enquanto objeto de embasamento de estudo deste trabalho, a noção e percepção da hospitalidade brasileira e de suas vertentes é o primeiro item a ser discorrido. Percebe-se, na pesquisa com os entrevistados, a ausência da distinção entre hospitalidade pública, comercial, e doméstica, em que a grande maioria dos entrevistados as enxerga como sendo a mesma coisa -ainda que não seja esperada uma diferenciação técnica dos conceitos. Alguns até comentam que acham que o conceito é usado referindo-se, quase que especificamente, a pessoas, demonstrando que a sua noção de hospitalidade é referente a uma visão do ponto de vista mais da hospitalidade doméstica, em que o conceito encontra-se mais próximo de sua essência da dádiva.

A respeito da associação da mulher ao estereótipo brasileiro, discutida desde o segundo capítulo, especula-se uma possível desvinculação da imagem da mesma à da atual do país, visto que nenhum dos participantes apresenta uma resposta sobre as suas impressões do país que envolva a figura feminina, ou algum tipo de conotação sexual vinculada à imagem da mesma. Contudo, não se faz possível concluir que a desvinculação tenha de fato acontecido pois não se consegue avaliar se não há referência à imagem da mulher pelo fato de o questionário ter sido aplicado por uma, ou pelo simples fato de realmente não ocorrer mais essa associação nos dias de hoje.

Inclusive, permanece também a dúvida se o fato de o questionário ter sido aplicado por uma brasileira não influenciou em respostas com visões, em sua maioria, positivas sobre o Brasil. Portanto, enquanto propostas para trabalhos futuros, deixa-se esta inquietação. Uma sugestão é aplicar a pesquisa a um número igual de mulheres e homens, visto que suas visões podem apresentar pontos de vista diferentes resultando em um melhor entendimento sobre o assunto. De toda forma, são questões que devem ser aprofundadas em estudos futuros.

No que diz respeito às limitações, a presente pesquisa foi realizada com um número pequeno de turistas estrangeiros. Acredita-se que uma resposta mais certa poderia ter sido obtida caso a mesma fosse realizada entre um número maior de participantes de cada lugar. Para isso, propõe-se, também, para trabalhos futuros, uma pesquisa de caráter parecido com a presente, porém de sentido exploratório quali-quantitativo, a fim de poder analisar um número maior de pessoas. A questão do anonimato, por parte do pesquisador ao aplicar os questionários e, por parte dos entrevistados, talvez seja algo interessante a se explorar, a fim de buscar respostas mais sinceras.

Seria preciso, também, incluir pessoas dos continentes que ficaram faltando, pois é perceptível as diferentes noções sobre o Brasil dentre os participantes, de acordo com seu local de origem. A percepção de resquícios da cultura africana na brasileira, por exemplo, apenas foi captada pelo turista de origem africana, assim como a noção de um sistema de saúde e educação diferentes. A questão do cardápio brasileiro incluir tipos diferentes de carne, por parte do entrevistado de origem indiana, também pode ser um exemplo da diferença de percepção entre pessoas que vivem em lugares mais afastados. Portanto, seria interessante analisar qual parte da cultura brasileira está sendo divulgada hoje para lugares mais afastados, como a Oceania e a Antártida.

A questão dos entrevistados não possuem uma clara distinção entre a hospitalidade de um local (pública, comercial) e a de pessoas (doméstica), para poder diferenciar seus pontos positivos e negativos, também se fez enquanto limitação da pesquisa, pois tornou difícil a compreensão a respeito da visão do Brasil, enquanto país, e da visão do povo brasileiro, enquanto pessoas.

O último item que se faz necessário discutir é o estereótipo (clichê) brasileiro presente atualmente no imaginário estrangeiro, verificando se o mesmo denomina o Brasil e o povo brasileiro como hospitaleiros. Após apuração dos questionários, é possível observar certas mudanças e também algumas semelhanças, em relação ao estereótipo brasileiro antigo, estabelecido aqui por autores como Oliveira e Martins (2009), Alfonso (2006), Fino (2016), entre outros citados ao longo do trabalho. Nessa perspectiva, o brasileiro cordial de Sergio Buarque de Holanda é distinto do brasileiro hospitaleiro dos estrangeiros, no entanto, em uma visão mais aprofundada ambos co-existem, apesar de serem diferentes entre si.

Quanto as mudanças nas imagens no exterior, verificou-se que as mesmas remetem atualmente à propaganda adotada pela Embratur a partir da década de 1980, que visou voltar a atenção turística à exploração da Amazônia e suas belezas naturais, enquanto produto turístico, já que o exemplo da floresta amazônica está presente em muitas respostas relacionadas ao atrativo do Brasil, assim como muitos outros atrativos naturais.

A Amazônia entra então na pauta de projetos da política nacional do turismo e passa a ser representada de maneira intensa como um dos símbolos do Brasil; mostra-se assim um país exótico, de “natureza exuberante” e cuja população era formada não apenas por uma mistura de raças, mas por diferentes culturas, três raças constituintes cujos principais elementos haviam se agregado para a formação do “povo brasileiro” (ALFONSO, 2006, p. 21).

Ainda a respeito das mudanças, outro fator inusitado perceptível é o reconhecimento do sistema de saúde e educação brasileiros por parte de um dos entrevistados, coisa que é destacada no presente capítulo como sendo um diferencial positivo. Porém, é uma surpresa a dimensão do conhecimento destes sistemas por parte de estrangeiros que vêm ao Brasil a turismo, pois isso é mais esperado de pessoas que vêm ao país exclusivamente por questões específicas de saúde. A comida, considerada exótica, também se faz presente nas respostas enquanto conhecimento prévio à visita ao país, por parte dos entrevistados.

No segundo capítulo, comenta-se sobre a relação que pode ser feita entre a política e a hospitalidade pública de um local, relembrando momentos históricos e suas demonstrações de hostilidade e receptividade. Após realização da pesquisa, comprovou-se que tal relação pode de fato ser feita, uma vez que uma das respostas demonstra uma percepção, por parte do estrangeiro, da existência dessa relação e de seu impacto na visão da hospitalidade local por parte de um turista que vem de fora do país.

Enquanto motivo de o Brasil ter a fama de hospitaleiro e ser escolhido como destino turístico, ao invés de algum outro país mais desenvolvido com similar potencial turístico, destaca-se a questão da “calorosidade”, assim definida pelos participantes. Já que em todas as respostas nota-se o seu uso pelos participantes para definir o país ou seu povo e, em uma delas, uma comparação com norte-americanos e ingleses, destacando-lhes a “frieza” ao lidar com estrangeiros.

Contudo, acredita-se que o pensamento de Camargo (2016, p. 246) se faz necessário para uma possível conclusão a respeito da hospitalidade brasileira quando ele diz que, na realidade, “nós somos caipiras por gostar de pegar nas pessoas e gostar de intimidade”, e isso resulta na noção do “calor brasileiro” ao tratar, tanto com seus iguais, quanto com seus diferentes. E que, essa questão da intimidade e da “calorosidade” é comumente confundida com hospitalidade, como ficou evidente em grande parte das respostas. Portanto, acredita-se ser adequada a conclusão de Camargo (2016, p. 246) a respeito do brasileiro ser ou não hospitaleiro, ao crer que “o brasileiro tem muito calor humano. Ele é caipira, só isso. O brasileiro não sabe realmente ser hospitaleiro no sentido moderno da palavra porque é evasivo”. Assim como também pode ser tido como invasivo, visto que essa questão do calor humano excessivo pode causar um desconforto na pessoa que está sendo acolhida – assim como demarcar uma segregação entre o espaço do hóspede e o do anfitrião – descaracterizando a hospitalidade oferecida ao hóspede, ainda que com a melhor das intenções (SILVA e BRUSADIN, 2016).

Alguns resquícios do antigo estereótipo comentado também são notados entre as respostas dos participantes, como a imagem de um local festivo, que conta com o futebol e

praias lindas. O que leva a concluir que este estereótipo do brasileiro difundido pela EMBRATUR e, refletido por autores como Freyre (1933) e Holanda (1936), ainda se faz presente no estereótipo atual existente entre estrangeiros que vêm ao Brasil a turismo, ainda que ambos retratem ideias de Brasil distintos e paradoxais. Os estudos destes autores tiveram a importância daquela época e ainda reverberam discussões acadêmicas, inclusive no campo da hospitalidade, visto que os mesmos também destacam as questões controversas e ambíguas da hospitalidade brasileira.

Acredita-se que o presente trabalho se faça importante no sentido social e turístico, visto que aponta, em pequenas proporções, o estereótipo brasileiro atual e as imagens que o mesmo possui no imaginário estrangeiro. Tais ideais são constantemente utilizados pelo mercado turístico e devem ser refletidos academicamente em prol de situar o ambiente diverso e, ao mesmo tempo, tenso da realidade brasileira, entre a hospitalidade e a hostilidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABADI, Diego. **El Don y lo Imposible. Figuras de lo Cuasi-trascendental en Jacques Derrida**. Contrastes: Revista Internacional de Filosofía. Málaga, vol. 18, 2013, p. 9-27.

ALFONSO, Louise Prado. **EMBRATUR: Formadora de Imagens da Nação Brasileira**. Campinas, 2006. (Dissertação: Mestrado em Antropologia – UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS).

ANA Bolena. History Channel, São Paulo, SP. Disponível em: < <https://history.uol.com.br/biografias/ana-bolena>>. Acesso em 28 de ago. de 2020.

AZEVEDO, Jimmy. PT nunca nos enganou, diz filha de Luiz Carlos Prestes. Jornal do Comércio, 02 de jan. de 2014.

BLOOM, Laura Begley. Os lugares mais -e menos- perigosos para viajar em 2020. **Revista Forbes Brasil**, São Paulo, SP, 2019. Disponível em: < <https://forbes.com.br/fotos/2019/11/os-lugares-mais-perigosos-para-viajar-em-2020/>>. Acesso em: 23 de set. de 2020.

BRITO, Carla. Mulheres na História (XXX) **Madame Du Barry**. Estórias da História, 2013. Disponível em: < <http://estoriadahistoria12.blogspot.com/2013/08/mulheres-na-historia-xxx-madame-du-barry.html>>. Acesso em: 28 de ago. de 2020.

BRITO, Danilo Lopes e BONA, Fabiano Dalla. Sobre a Noção de Estereótipo e as Imagens do Brasil no Exterior. **Revista Graphos**, João Pessoa, PB, vol. 16, n. 02, 2014.

BRUSADIN, Leandro Benedini. **Hospitalidade e Dádiva: A Alma dos Lugares e a Cultura do Acolhimento**. Curitiba: Prismas, 2017.

BRUSADIN, Leandro Benedini. O Estudo da Hospitalidade por Luiz Octávio de Lima Camargo: epifania da dádiva. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, vol. 13, n. 02, p. 242-247, ago. de 2016.

BRUSADIN, Leandro Benedini e NETTO, Alexandre Panosso. La Dádiva y el Intercambio Simbólico. **Estudios y Perspectiva em Turismo**. Buenos Aires, vol. 25, p. 520-538, 2016.

BUARQUE, Daniel. **Hotéis dos EUA oferecem pacotes de “desintoxicação digital”**: hóspedes devem deixar aparelhos eletrônicos na recepção dos hotéis. G1, 08 de jul. de 2011. CANAL GNT. Precisamos falar sobre a depressão: Pedro Bial conta sua experiência| Quebrando o Tabu. 2019 (04m38s). Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=Fv0aVw_j5Cs>. Acesso em: 10 de out. 2019.

CARNAVAL deve movimentar R\$8 bilhões na economia do Brasil. Redação NTocantins/Agência Brasil, Tocantins, TO, 2020. Disponível em: < <https://www.ntocantins.com.br/noticia/carnaval-deve-movimentar-r8-bilhoes-na-economia-do-brasil>>. Acesso em: 31 de ago. de 2020.

CARVALHO, Leandro. **Governo Juscelino Kubitschek (JK)**. Brasil Escola, São Paulo, SP. Disponível em: < <https://brasilecola.uol.com.br/historiab/juscelino-kubitschek.htm>>. Acesso em: 29 de jul. de 2020.

CERCA de 7 milhões de brasileiros menores de 18 anos já consumiram bebida alcoólica. **Folha de Vitória**, Vitória, ES, 14 de ago. de 2019.

CHAGAS, Márcio. Formação da Imagem de Destinos Turísticos: Uma Discussão dos Principais Modelos Internacionais. **Caderno Virtual de Turismo**. Natal, vol. 9, n. 01, 2009.

CONHEÇA as praias mais procuradas do Brasil. Guia Viajar Melhor, 2019. Disponível em: < <https://guiaviajarmelhor.com.br/praias-mais-procuradas-do-brasil/>>. Acesso em: 01 de set. de 2020.

COSTA, Jean Henrique e PIMENTA, Helane Fernandes. Repensando a “Hospitalidade” do Povo Brasileiro: Como e Porque Somos e Não Somos Hospitais. **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 10, n. 02, 2010.

CRIME Analytics. Neighborhood Scout, Orlando, Fl. Disponível em: < <https://www.neighborhoodscout.com/fl/orlando/crime#description>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

CRUZ, Leonardo. Filme “Turistas” é alvo de boicote na internet. **Folha de São Paulo**, 06 de dez. de 2006.

DOS REIS, P. Pereira. A Miscigenação Brasileira. **Revista de História USP**, SP, vol. 23, n. 48, 1961.

ESTUDO da Demanda Turística Internacional Brasil: Estrutura de Pesquisa e Resultados do Turismo Receptivo. **Ministério do Turismo**, Brasília, DF, 2018. Disponível em: < file:///C:/Users/Ana%20Helena/Downloads/Demanda_Internacional_2018_-_Apresentacao.pdf>. Acesso em: 18 de ago. de 2020.

FALSO Moralismo. Dicionário Online de Português. Disponível em: < <https://www.dicio.com.br/falso-moralismo/>>. Acesso em: 22 de ago. de 2020.

FINO, Patrícia Mariana. **Os Estereótipos Turísticos Como Forma de Manipulação Durante a Ditadura Militar**. Piracicaba, 2016. (Tese: Doutorado em Ciências – UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO).

FREYRE, Gilberto. **Casa-Grande & Senzala**: Formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. Rio de Janeiro: Maia & Schimidt, 1933.

FROTA, Jéssica Cristina Oliveira e SILVA, Anayana de Sousa. Produção do Espaço Urbano em Pequenas Cidades: Um Olhar Sobre a Cidade de Buriti dos Lopes, Piauí. **Revista Geosaberes**, vol. 10, n. 21, p. 1-15, maio/ago. de 2019.

GOLÇALVES, Fabiana. **Desintoxicação digital**: faça agora! Unimed, Santos, SP, 2019. Disponível: < <https://www.unimed.coop.br/viver-bem/saude-em-pauta/aprenda-a-fazer-uma-desintoxicacao-digital>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

GRINOVER, Lúcio. A Hospitalidade e as Transformações Urbanas. **In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Natal, 2 a 6 de set. de 2008. Universidade de São Paulo, São Paulo, SP.

GRINOVER, Lúcio. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. **In: Dias, C. M. de Moraes (org.)**. Hospitalidade: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: José Olympio, 1936.

IPHAN. **Patrimônio Histórico Cultural**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/218>>. Acesso em: 15 de set. de 2020.

LABOISSIÈRE, Paula. **Brasil gasta R\$3,48 por dia com a saúde de cada habitante**, diz CMF. Agência Brasil, Brasília, DF, 2018. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2018-11/brasil-gasta-r-348-por-dia-com-saude-de-cada-habitante-diz-cfm>>. Acesso em: 27 de ago. de 2020.

LASHLEY, Conrad. Hospitalidade e Hospitabilidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, vol. XII, n. especial, p. 70-92, maio de 2015.

LEIMANN, George. **A Atuação dos Agentes do Governo do Rio de Janeiro na Formulação das Ações Promocionais em Marketing Turístico**. Rio de Janeiro, 2007. (Dissertação: Mestrado em Administração de Empresas – PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE DO RIO DE JANEIRO).

LEONARDO, Igor. **Pesquisa mostra perfil do turista estrangeiro**. Pé na Rota, 2019. Disponível em: <<http://www.penarota.com.br/pesquisa-mostra-perfil-do-turista-estrangeiro-no-brasil/>>. Acesso em: 20 de ago. de 2020.

LYNCH, Kevin. **A Imagem da Cidade**. Lisboa: Edições 70, 1960.

MADEIRO, Carlos. **Negros são 75% entre os mais pobres**; brancos, 70% entre os mais ricos. Uol, 13 de nov. de 2019.

MARTINS, Fernando. Quais são os impostos do Brasil, quanto custam no seu bolso e para onde vai esse dinheiro. **Gazeta do Povo**, 07 de mar. de 2020.

MARTONI, Rodrigo Meira. Aparência e Essência nas Políticas Públicas de Turismo no Brasil: Os 40 Anos da Embratur. **In: X Encontro Nacional de Turismo em Base Local**, João Pessoa, 2007. Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro preto, MG.

MAUSS, Marcel. Ensaio Sobre a Dádiva. França: L'Année Sociologique, 1925.

MELLO, Igor. Rio de Janeiro inicia ano com aumento de mortes violentas e roubos. **Uol**, 19 de fev. de 2020.

MERELES, Carla. Brasil e a sua população carcerária. **Politize!** Blumenau, SC, 2017. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/populacao-carceraria-brasileira-perfil/>>. Acesso em: 19 de jul. de 2020.

MIRANDA, Janira Sodré. Mulheres Indígenas, Igreja e Escravidão na América Portuguesa. **Revista Em Tempo de Histórias**. n. 07, 2003.

MODELLI, Laís. Dia da Independência do Brasil: a mulher que assinou a separação de Portugal e foi a primeira a governar o país. **Uol**, 07 de set. de 2020.

NASCIMENTO, Henrique. **130 anos de abolição**: uma troca de correntes. UNG, Guarulhos, SP, 2018. Disponível em: <<http://www.ung.br/noticias/130-anos-de-abolicao-uma-troca-de-correntes>>. Acesso em: 18 de jul. de 2020.

NEVES, Daniel. **Era Vargas**. Brasil Escola, São Paulo, SP. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/historiab/era-vargas.htm>>. Acesso em: 26 de jul. de 2020.

NEVES, Daniel. **Inconfidência Mineira**. Brasil Escola, São Paulo, SP. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/historiab/inconfidencia-mineira.htm>>. Acesso em: 19 de jul. de 2020.

NEVES, Daniel. **"Vida de Olga Benário Prestes"**. Brasil Escola, São Paulo, SP. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/historiab/vida-olga-benario-prestes>>. Acesso em: 23 de jul. de 2020.

NOGUERO, Felix Tomillo. La Hospitalidad como Condición Necesaria para el Desarrollo Local. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, vol. 10, n. 02, 2013.

NUNES, Dimalice. **Chica da Silva**: figura histórica ou um mito brasileiro? Aventuras na História, São Paulo, SP, 2019. Disponível em: <<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/historia-consciencia-negra-biografia-chica-da-silva.phtml>>. Acesso em: 17 de set. de 2020.

OLIVEIRA, Carlyle Tadeu Falcão de e MARTINS, Paulo Emilio Matos. A Hospitalidade e a Cordialidade Brasileira: O Brasil percebido por estrangeiros. **Turismo em Análise**, vol. 20, n. 02, 2009.

OLIVEIRA, Nelson e GUEDES, Aline. **Como o brasileiro vê o cumprimento das leis**. Senado Federal, Brasília, DF, 2018. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/como-o-brasileiro-ve-o-cumprimento-das-leis>>. Acesso em: 10 de ago. de 2020.

O Que Afasta os Turistas Estrangeiros do Brasil. **G1**, Rio de Janeiro, 16 de fev. de 2019.

O Que Foi a Inquisição. **Revista Super Interessante**, São Paulo, SP, 2011. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-a-inquisicao/#:~:text=Na%20Espanha%2C%20at%C3%A9%20a%20extin%C3%A7%C3%A3o,condenadas%20e%2030%20mil%20executadas.>>. Acesso em: 22 de ago. de 2020.

OS 10 melhores parques de diversões e aquáticos do Brasil. TripAdvisor, Needham, MA, 2020. Disponível em: <<https://www.tripadvisor.com.br/TravelersChoice-Attractions-cAmusementParks-g294280>>. Acesso em: 15 de ago. de 2020.

PAGLIUSO, Igor. **Quais são os Lugares do Brasil mais Visitados por Turistas Estrangeiros?** Hotéis Deville, Curitiba, PR, 2019. Disponível em: <<https://www.deville.com.br/blog/viagem-e-turismo/quais-sao-os-lugares-do-brasil-mais-visitados-por-turistas-estrangeiros/>>. Acesso em: 22 de out. de 2019.

PIMENTEL, Ana Bauberger, BARBOSA, Ruth, SAN SOLO, Davis Gruber e IRVING, Marta de Azevedo. Dádiva e Hospitalidade. **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 7, n. 03, 2007.

PRECISAMOS Falar Sobre Depressão: Pedro Bial Conta sua Experiência. Direção: Quebrando o Tabu. Produção: Canal GNT. 2019 (4m38s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Fv0aVw_j5Cs>.

REIS, José Carlos. **As Identidades do Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

RIBEIRO, Darcy. **O Povo Brasileiro: A Formação e o Sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

RODRIGUES, Lucas de Oliveira. **História do Casamento**, Mundo Educação, São Paulo, SP. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/historia-casamento.htm>>. Acesso em: 28 de ago. de 2020.

RODRIGUES, Natália. **O Governo de Jânio Quadros**, InfoEscola, 2016. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia/governo-de-janio-quadros/>>. Acesso em: 30 de jul. de 2020.

RODRIGUES, Pedro Eurico. **Revoltas do Período Regencial**. InfoEscola. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia/revoltas-do-periodo-regencial/>>. Acesso em: 20 de jul. de 2020.

SANTOS FILHO, João dos. O Turismo na era Vargas e o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Santos, 29 de ago. a 2 de set. de 2007. Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR.

SANTOS FILHO, João dos. Hospitalidade no Brasil Império: a visão do naturalista George Gardner. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, vol. 2, n. 02, p. 3-19, jul. de 2008.

SANTOS JUNIOR, Adolfo dos. O Corpo da Mulher no Período Colonial. In: **ANAIS DO I PESQUISAR**, n. 01, 2012, Goiânia. Apres. Oral, Goiânia, GO: Instituição UNIFAN, p. 01-03, 2012.

SÉRIES Históricas Anuais de Taxa de Letalidade Violenta no Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Segurança Pública, Rio de Janeiro, RJ, 2020. Disponível em: <<http://www.ispdados.rj.gov.br/Arquivos/SeriesHistoricasLetalidadeViolenta.pdf>>. Acesso em: 17 de ago.

SILVA, Beatriz Flexa Ribeiro e BRUSADIN, Leandro Benedini. A Hospitalidade Mineira Contemporânea Sob a Percepção dos Turistas em Ouro Preto (MG): Generosidade X Profissionalismo Mercantil. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo Local**, vol. 9, n. 20, 2006.

SILVA, Carlos Daniel. Educação Brasileira: As Contradições Deste Processo Histórico da Colonização à República. **In: XII Congresso Nacional de Educação**, Curitiba, 26 a 29 de out. de 2015. Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF.

SILVA, Daniel Neves. **Diferenças entre escravidão indígena e escravidão africana**. Mundo Educação, São Paulo, SP. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/historiadobrasil/escravidao-indigena-x-escravidao-africana.htm#:~:text=Implanta%C3%A7%C3%A3o%20da%20escravid%C3%A3o%20no%20Brasil&text=A%20princ%C3%ADpio%2C%20no%20dito%20Per%C3%ADodo,a%20explora%C3%A7%C3%A3o%20do%20pau%2Dbrasil.>>. Acesso em: 18 de jul. de 2020.

SISTEMA Único de Saúde (SUS): estrutura, princípios e como funciona. Ministério da Saúde, Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/sistema-unico-de-saude>>. Acesso em: 25 de ago. de 2020.

SOUSA, Rodrigo Franklin de. Religiosidade no Brasil. **Revista Estudos Avançados**, 27 (79), 2013.

SOUZA, Jessé José Freire de. **Subcidadania Brasileira**: para entender o país além do jeitinho brasileiro. Rio de Janeiro: LeYa, 2018.

SOUZA, Rafaela. A Importância do Segmento Hoteleiro para o Desenvolvimento Turístico: A Projeção e a Propagação dos Serviços da Recepção. **Revista Científica Eletrônica de Turismo**, Garça, SP, n. 09, 2008.

SUS: 27 anos transformando a história da saúde no Brasil. Blog da Saúde: Ministério da Saúde. Brasília, DF, 2015. Disponível em: <<http://www.blog.saude.gov.br/rh146e>>. Acesso em: 20 de ago. de 2020.

TANNUS, Lara. **Getúlio Vargas comete suicídio**. Fflch, São Paulo, SP, 2018. Disponível em: <<https://www.ffiich.usp.br/861>>. Acesso em: 29 de jul. de 2020.

TOMAZ, Paulo Cesar. A Preservação do Patrimônio Cultural e sua Trajetória no Brasil. **Revista de História e Estudos Culturais**, Maringá, vol. 7, ano VII, n. 02, 2010.

VALENTE, Jonas. **Cresce Número de Turistas que Aprovam Visita ao Brasil**. Agência Brasil, Rio de Janeiro, RJ, 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-05/cresce-numero-de-turistas-estrangeiros-que-aprovam-visita-ao-brasil>>. Acesso em: 28 de set. de 2019.

VELASCO, Valquíria. **Proclamação da República**. InfoEscola, 2014. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia-do-brasil/proclamacao-da-republica/>>. Acesso em: 20 de jul. de 2020.

VELASCO, Valquíria. **Suicídio de Getúlio Vargas**. InfoEscola. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia/suicidio-de-getulio-vargas/>>. Acesso em: 26 de jul. de 2020.

VICIADO em tecnologia? Hotel oferece pacotes de “desintoxicação digital”. Canal Tech, São Bernardo do Campo, SP, 2013. Disponível em: <

<https://canaltech.com.br/entretenimento/Hotel-oferece-pacotes-de-desintoxicacao-digital/>.
Acesso em: 17 de ago. de 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA



ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO AOS ESTRANGEIROS

Nome (opcional):

.

Gênero:

Idade:

Nacionalidade:

*Por favor responda as perguntas o mais sinceramente possível, impressões negativas também serão bem recebidas;

*Por favor explique todas as suas respostas, após respondê-las:

1. O que te atraiu ao país?
2. Qual imagem do Brasil você possuía antes, e qual imagem se formou após, visitá-lo? De onde veio esta imagem?
3. Qual a sua definição de hospitaleiro?
4. Você considera o Brasil um país hospitaleiro? Por que?
5. Você considera o povo brasileiro hospitaleiro? Por que?