



# XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

"ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL"

## A construção política de uma nova imagem de turismo no Brasil

Dianine Censon<sup>1</sup>  
Soraya Maria Vargas Cortes<sup>2</sup>

### Resumo

Desde o final dos anos 1800 é possível observar, na história do Brasil, a implementação de planos, programas e políticas relacionados à atividade turística e, principalmente, à promoção de uma imagem de Brasil. A construção dessa imagem passou por diversos períodos. Dois desses períodos, marcantes, foram o Estado Novo e a Ditadura Militar - esse segundo, que construiu uma imagem erótica e exótica do Brasil que perdurou por muitas décadas. Considerando esse breve histórico, o objetivo deste trabalho é analisar a construção política de uma nova imagem de turismo no Brasil a partir da criação do Ministério do Turismo, em 2003. O estudo se deu a partir do rastreamento de processos [*process tracing*] da administração pública do turismo, e da promoção do turismo no Brasil e no exterior, buscando-se explicar estabilidades e mudanças na área setorial de turismo ao longo do tempo. Para isso, foram coletados programas, políticas, decretos, projetos de lei, leis, orientações, diretrizes, regulamentos e relatórios técnicos, que tivessem proximidade com o turismo, além de notícias, matérias e demais materiais dos veículos de comunicação, que pudessem expressar o conjunto de elementos, vozes, realidades e relações que compunham o contexto analisado. Foram identificados dois conjuntos de elementos que compunham a construção política de uma nova imagem de turismo no Brasil: um internacional, e outro nacional. Para o público internacional, consultorias empresariais foram contratadas para estudar e implementar uma nova marca nacional [*nation brand*] para o Brasil. Utilizou-se dos preceitos do *New Public Management* para isso, de forma a construir uma nova imagem de Brasil que estivesse relacionada à diversidade cultural brasileira, à alegria dos brasileiros, e à modernidade e ao desenvolvimento pelo qual o país vinha passando. Para o público nacional, exemplos midiáticos indicavam que havia um maior número de brasileiros que poderiam e deveriam viajar. Isso se relacionava com pesquisas realizadas pelo Ministério do Turismo e parceiros, acerca das chamadas classes C e D como novos mercados para o turismo brasileiro. Ao mesmo tempo, havia uma constante vinculação desse mercado às estruturas formais da economia brasileira, com o incentivo à

<sup>1</sup> Doutora em Sociologia (UFRGS). Professora Substituta do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Tocantins. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5825500531620402>. E-mail: [dianinecenson@gmail.com](mailto:dianinecenson@gmail.com)

<sup>2</sup> Professora titular do Departamento de Sociologia e dos Programas de Pós-Graduação em Sociologia e em Políticas Públicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pesquisadora 1B do CNPQ, Membro do Comitê Assessor do CNPq na área de Sociologia e Coordenadora do Grupo de Pesquisa do CNPq Sociedade e Políticas Públicas. Doutora em Social Policy and Administration pela London School of Economics and Political Science. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1805029396938951>. E-mail: [vargas.cortes@ufrgs.br](mailto:vargas.cortes@ufrgs.br).



# XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

“ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL”

profissionalização e ao empreendedorismo. Assim, considera-se que, na análise da construção política de uma nova imagem de turismo no Brasil a partir da criação do Ministério do Turismo, em 2003, a nova imagem do país estava atrelada à diversidade dos brasileiros e à ascensão de classes sociais menos abastadas. Além disso, essa construção foi pavimentada de maneira profissional, com consultorias empresariais e, também, com enfoque na ascensão do setor empresarial formal.

**Palavras-chave:** turismo; políticas públicas; imagem; Brasil.