

**UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP**

**SANDRA HELENA VIEIRA MAIA**

**A TERRA E A GENTE:  
ESTEREÓTIPOS DO POVO E DA PAISAGEM BRASILEIRA  
NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO**

**SÃO PAULO**

**2023**

**SANDRA HELENA VIEIRA MAIA**

**A TERRA E A GENTE:  
ESTEREÓTIPOS DO POVO E DA PAISAGEM BRASILEIRA  
NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista - UNIP, para a obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva.

SÃO PAULO  
2023

Maia, Sandra Helena Vieira.

A terra e a gente: estereótipos do povo e da paisagem brasileira nos meios de comunicação / Sandra Helena Vieira Maia. - 2023.

114 f. : il. color. + CD-ROM.

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2023.

Área de concentração: Teoria da Mídia e Teoria da Imagem.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva.

1. Mídia. 2. Imagem. 3. Estereótipo. 4. Preconceito. 5. Favela *tour*. I. Silva, Maurício Ribeiro da (orientador). II. Título.

**SANDRA HELENA VIEIRA MAIA**

**A TERRA E A GENTE:  
ESTEREÓTIPOS DO POVO E DA PAISAGEM BRASILEIRA  
NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva - Orientador  
Universidade Paulista – UNIP

---

Profa. Dra. Malena Segura Contrera  
Universidade Paulista – UNIP

---

Profa. Dra. Barbara Heller  
Universidade Paulista – UNIP

---

Prof. Dr. Juremir Machado da Silva  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS

---

Profa. Dra. Lucia Isaltina Clemente Leão  
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP



***Dedico todo o esforço que culminou com este trabalho aos meus pais que sempre entenderam o aprender como única possibilidade de vida, e a todos que sempre estiveram ao meu lado nessa jornada de descobrimento.***

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES), pelo apoio e confiança no financiamento desta pesquisa, que coloca luz na imagem estereotipada da gente e da terra brasileiras nos meios de comunicação.

Agradeço a Deus pela oportunidade de estar aqui neste espaço e tempo e deixar uma possível contribuição em honra aos povos originários desta nação que tanto amo. Consagro este trabalho ao Sagrado Coração de Jesus entendendo que a fé é uma escolha e não uma alienação.

À minha mãe e ao meu pai (*in memoriam*), pela constante inspiração para que neste viver os estudos fossem sempre uma busca incessante.

Aos meus irmãos, sobrinhos e familiares e, principalmente, às minhas amigas, irmãs de alma, que são a família que ampara e incentiva: Sonia, Fernanda, Adriana, Beatriz, Ângela, Marcia e Regina, fiéis escudeiras da vida.

Aos meus amigos e sócios, Amanda, Carlos, Claudio e Rafaela, companheiros de jornada, que aprendo a amar a cada dia.

Aos colegas do grupo – Mídia e Imaginário – por toda amizade, trocas e aprendizado. À Juliana Ayres, por todo amor, pelos cafés, pelas conversas e pela parceria ao longo desses três anos – a Ju alegrou este percurso com sua disponibilidade, sabedoria e carinho.

Aos professores doutores do PPGCOM, pelas aulas inesquecíveis, pelo amor e generosidade com que me acolheram.

Aos professores Juremir Machado da Silva, Malena Segura Contrera, Barbara Heller e Lucia Isaltina Clemente Leão, pela disponibilidade em participar da defesa desta tese. Todos os comentários e sugestões são extremamente relevantes para esta pesquisa, que inspira o próximo capítulo, rumo ao pós-doc. Estendo meus agradecimentos aos professores Jorge Miklos e José Eugênio de Oliveira Menezes, por estarem disponíveis como suplentes.

À equipe da secretaria de pós-graduação da UNIP, pelo suporte e orientações. À Patrícia, revisora querida, que se tornou uma amiga nos últimos anos.

E, por fim, ao meu orientador, Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva, que tanto amo, por sua amizade, considerações e ajuda nessa trajetória. Ele me inspirou a querer sempre mais e a ver por trás dos estereótipos a imagem plena, viva, complexa e verdadeira da gente e da terra brasileiras.

***O amor só sabe amar...***  
***(autor desconhecido)***

## RESUMO

Esta tese estuda os processos comunicacionais inseridos no campo da cultura em uma sociedade fundada na disseminação sistemática de imagens. Examina-se o fenômeno imagético na sociedade digital como vetor da manutenção do imaginário colonial, como forma de contribuir para a constituição de uma arqueologia da intolerância, em face dos estereótipos da terra e da gente brasileiras. A pesquisa se volta para a imagem, enquanto objeto complexo, e seu papel na manutenção e na propagação do imaginário e estereótipos sociais que sustentam preconceitos. O objetivo é compreender a permanência destes, em comparação com o que se veicula nos ambientes comunicacionais contemporâneos. O problema em questão aponta para uma atualização do olhar que constata que apesar de a sociedade ter alterado seu discurso com relação ao que passou ou ter mudado suas estruturas sociais, econômicas e políticas, as imagens permanecem repetindo aspectos do passado no presente. O método incluiu a organização e análise de dois conjuntos de dados, sendo o primeiro, narrativas e imagens que tratam da história do Brasil, e o segundo obtido a partir de imagens catalogadas com o auxílio da ferramenta *Google Images*, nos anos de 2022 e 2023. Para constituir efeito de comparabilidade, do passado e presente, neste conjunto de dados a pesquisa concentrou-se nas narrativas dos navegantes e pesquisadores que aportaram no Brasil na era do “descobrimento”, passando pelos períodos colonial e pós, complementadas por autores contemporâneos que recontam, comentam e ampliam a compreensão sobre a história narrada da terra e da gente brasileiras, visto que esta se sobrepõe à imagem do país, enquanto destino turístico, com foco na indústria do turismo de aventura, em especial, dos programas Favela tour. Dentro do contexto analisado, imagens se consolidam como vetores de manutenção do imaginário nos meios de comunicação fazendo viver estereótipos que corroboram com o preconceito e naturalizam processos de intolerância e violência. Os autores utilizados para embasar a discussão sobre imagem e imaginário são: Gilbert Durand (2014, 2019), Edgar Morin (1975, 2011) Norval Baitello Jr. (2005, 2012, 2014), Malena Contrera (2017, 2021), Juremir Machado da Silva (2017) e Mauricio Ribeiro da Silva (2005, 2020, 2022). No contexto da constituição histórica do imaginário brasileiro, são referências Bueno (1997, 1998, 2016, 2020), Sérgio Buarque de Holanda (2020a, 2020b), Serge Gruzinski (1988, 2008, 2014), Darcy Ribeiro (1962, 1992, 2002), Laura de Mello e Souza (1993, 2021), entre outros.

Palavras-chave: Mídia. Imagem. Estereótipo. Preconceito. Favela tour.

## ***ABSTRACT***

This thesis examines the communicational processes embedded in the field of culture in a society built on the systematic dissemination of images. It investigates the phenomenon of imagery in the digital society as a vector for the maintenance of colonial imaginaries, contributing to the establishment of an archaeology of intolerance in the face of stereotypes about Brazilian land and people. The research topic thus turns to the image as a complex object and its role in perpetuating and propagating the social imaginaries and stereotypes that sustain prejudices. The objective is to understand the persistence of these elements compared to what is conveyed in contemporary communicational environments. The problem in question revolves around a reevaluation of the perspective, acknowledging that despite changes in society's discourse and its social, economic, and political structures, images continue to repeat aspects of the past in the present. The method included the organization and analysis of two sets of data, the first being narratives and images that deal with the history of Brazil, and the second obtained from images cataloged with the help of the Google Images tool, in the years 2022 and 2023. In order to establish a comparability effect, from the past to the present, in this set of data, the research focused on the narratives of navigators and researchers who landed in Brazil during the “discovery” era, through the colonial and post-colonial periods, complemented by contemporary authors who retell, comment on and broaden the understanding of the narrated history of the Brazilian land and people, as this overlaps with the image of the country as a tourist destination, with a focus on the adventure tourism industry, in particular, the Favela tour programs. Within the analyzed context, images solidify themselves as vectors for maintaining the collective imaginary in the media, perpetuating stereotypes that reinforce prejudice and normalize processes of intolerance and violence. The authors used to support the discussion on images and the imaginary include Gilbert Durand (2014, 2019), Edgar Morin (1975, 2011), Norval Baitello Jr. (2005, 2012, 2014), Malena Contrera (2017, 2021), Juremir Machado da Silva (2017), and Mauricio Ribeiro da Silva (2005, 2020, 2022). In the context of the historical constitution of the Brazilian imaginary, references include Bueno (1997, 1998, 2016, 2020), Sérgio Buarque de Holanda (2020a, 2020b), Serge Gruzinski (1988, 2008, 2014), Darcy Ribeiro (1962, 1992, 2002), Laura de Mello e Souza (1993, 2021), among others.

Keywords: Media. Image. Stereotype. Prejudice. Favela tour.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - A primeira missa no Brasil Victor Meirelles (1861) Romantismo Tinta a óleo 268cm x 356cm.....	20
Figura 2 - Campanhas Publicitárias do Ministério do Turismo 2021, para o público doméstico.....	46
Figura 3 - Campanhas Publicitárias do Ministério do Turismo 2021, para o público internacional.....	47
Figura 4 - <i>Google Images</i> , Brasil + turismo.....	50
Figura 5 - <i>Google Images</i> , Brazil + tourism.....	51
Figura 6 - <i>Google Images</i> , para o termo Rio de Janeiro.....	55
Figura 7 - <i>Google Images</i> , para o termo Hospitalidade + Rio de Janeiro.....	56
Figura 8 - <i>Google Images</i> , para os termos Praia + carioca.....	58
Figura 9 - <i>Google Images</i> para o termo favela + Rio de Janeiro.....	59
Figura 10 - <i>Google Images</i> para o termo Violência + Rio de Janeiro.....	61
Figura 11 - <i>Google Images</i> para o termo Favela Tour + Rio de Janeiro.....	63
Figura 12 - Mosaico de imagens, Ministério do Turismo.....	67
Figura 13 - Mosaico de imagens, Brasil + Turismo.....	68
Figura 14 - Mosaico de imagens, Brazil + Tourism.....	69
Figura 15 - Mosaico de imagens, Rio de Janeiro.....	70
Figura 16 - Mosaico de imagens, Hospitalidade + Rio de Janeiro.....	71
Figura 17 - Mosaico de imagens, Praia + Carioca.....	72
Figura 18 - Mosaico de imagens, Favela + Rio de Janeiro.....	73
Figura 19 - Mosaico de imagens, Rio de Janeiro + Violência.....	74
Figura 20 - Mosaico de imagens, Rio de Janeiro + Favela Tour.....	75
Figura 21 - Propaganda da Embratur de 1983.....	78
Figura 22 - Juliana Paes causa polêmica ao protagonizar comercial controverso de companhia aérea.....	81

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Resultados da Pesquisa <i>Autores Diversos – Fundação do Brasil</i> .....	30
Tabela 2 - Resultados da Pesquisa <i>Google Images</i> para os termos Brasil + Brazil.....	51
Tabela 3 - Resultados da Pesquisa <i>Google Images</i> para o termo Rio de Janeiro.....	64

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO I - A FORMAÇÃO DA IMAGEM DA TERRA E DA GENTE BRASILEIRAS .....</b>	<b>29</b>
1.1 Brasil + Paisagem .....	41
1.2 Brasil + Gente .....	42
<b>CAPÍTULO II - IMAGEM DA TERRA E DA GENTE BRASILEIRAS A PARTIR DO GOOGLE IMAGES .....</b>	<b>44</b>
2.1 Ministério do Turismo, Publicidade Institucional .....	45
2.2 <i>Google Images</i> .....	48
2.3 Brasil + Turismo .....	49
2.4 Brazil + Tourism .....	50
2.5 Rio de Janeiro, <i>Google Images</i> .....	54
2.6 Hospitalidade + Rio de Janeiro, <i>Google Images</i> .....	56
2.7 Praia + carioca, <i>Google Images</i> .....	57
2.8 Favela + Rio de Janeiro, <i>Google Images</i> .....	58
2.9 Violência + Rio de Janeiro, <i>Google Images</i> .....	60
2.10 Favela tour + Rio de Janeiro .....	62
<b>CAPÍTULO III - DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA .....</b>	<b>76</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>97</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>113</b>



## INTRODUÇÃO

Viajar é preciso! Com essa máxima, a indústria do turismo movimenta trilhões<sup>1</sup> de dólares anualmente e leva sujeitos a circular pelo globo em busca de experiências que os colocam em contato com outras culturas. Baseada em imagens e narrativas, ela promove destinos turísticos, ao mesmo tempo em que alimenta e é alimentada pela cultura de massa com representações, por vezes, simplificadas e até estereotipadas.

Popularizada no final do século XIX, a Indústria Cultural abraçou as viagens de lazer aproveitando a onda do crescimento da classe média, mas foi no século XX que se massificou, dando origem a empresas globais, e pela impulsão da tecnologia e dos transportes, tornou-se mais acessível.

As novas experiências encantaram milhões de consumidores, e a busca por destinos exóticos ganhou espaço na mídia. Assim, além dos destinos mais tradicionais, como Paris, Barcelona, Nova York, Veneza, Cancún, Istambul, Berlin, Londres, Rio de Janeiro, novos destinos, novas possibilidades, novos espetáculos colocaram o viajante em movimento. Atrações como a grande muralha da China, o hula hula no Taiti e no Havaí; a cultura Maia no México; os Maori na Nova Zelândia; o encontro com os aborígenes na Austrália; a apreciação do samba no Rio de Janeiro; a celebração do forró de pé de serra em Juazeiro do Norte; a visita à feira de Caruaru em Pernambuco; a imersão nas tribos indígenas remanescentes no Amazonas; ou a participação no Olodum na Bahia; e inúmeras outras possibilidades, fizeram o mundo girar.

Essa dinâmica incrementou o interesse do viajante, especialmente por traços culturais vistos como exóticos, a exemplo das danças típicas, dos rituais, das festas e do icônico carnaval carioca, atraindo turistas de todo o mundo, e oferecendo a estes diversidade com roupagem de imersões culturais.

Essas experiências, criadas pela indústria do turismo, garantem aos turistas total segurança, ou seja, garantem que mesmo em meio a um safári africano, eles não se transformarão em 'comida de leão', e se desejarem fazer uma visita a uma das

---

<sup>1</sup> BRASIL. Em 2023, atividade turística deve movimentar US\$ 9,5 trilhões na economia mundial, indica estudo da WTTC. **Gov.br Ministério do Turismo**. 2023. Disponível em: <https://encurtador.com.br/CK047>. Acesso em: 5 set.2023.

escolas de samba cariocas, no morro da favela, não correrão o risco de serem alvejados em ações policiais ou por representantes do narcotráfico.

De fato, o viajante pode experimentar todas essas “experiências” dentro de uma bolha de proteção e conforto que lhe permite vivenciar outros lugares e conferir in loco as imagens divulgadas pelos processos comunicacionais do turismo, sem correr riscos, seja nas savanas africanas ou nas visitas a Machu Picchu, no Peru.

Nesse processo globalizado do turismo, os viajantes, ou os novos “descobridores”, que também se alimentam da cultura de massas, são convidados a experimentar atmosferas únicas que impactam de forma real nas vidas humanas Morin (2011a, p. 54). Segundo o autor, na medida em que festas arcaicas são transformadas em espetáculos de lazer, disponíveis todos os dias do ano, todas as horas do dia, há um comprometimento da estrutura mítica, do culto, agora travestido de shows voltados ao lazer e entretenimento.

Dentro desse contexto, o que chama a atenção ultrapassa a apropriação do que é cultural, folclórico, transmutando-se em espetáculo. Referimo-nos às organizações de outras atividades que expõem a pobreza e a miséria, transformando-as em experiências assimétricas, a exemplo dos Zoológicos Humanos, que levaram milhões a conferir representantes de povos colonizados em jaulas ou em ambientes que reproduziam seu “habitat natural” em atividades do cotidiano, exibidos como animais irracionais em ações depreciadoras. Esta parece ser uma opção no contemporâneo.

Colocados em uma condição estranha, sub-humana; homens, mulheres e crianças se viram, de repente, transformados em coisas. Destes, foi tirado tudo, a dignidade, a família, a cultura, a terra, a vida. Nada foi respeitado nessa atividade racista, hegemônica e tirana, nem mesmo o público consumidor que, atônito, engolia estupefato, o que lhe era possível.

Assim, disfarçadas de “ações formativas”, as exposições de humanos levavam para europeus e americanos, no final do século XIX e início do século XX, a visão do inferno. Felizmente, nos anos 1900, os Zoológicos Humanos foram proibidos por movimentos dos europeus e americanos, que finalmente passaram a entender a atividade como algo racista, próximo do grotesco e sem sentido.

Parece-nos, no entanto, que este formato permanece sendo atualizado, a partir de modelos de pacotes divulgados como turismo étnico e de aventura, mas que acabam por se configurar como turismo da pobreza, expondo nativos em sua condição

miserável, como nos pacotes turísticos, Favela tour, no Rio de Janeiro. Estes reproduzem esse mesmo clima espetacular da pobreza com uma sensação de que o turista deve estar preparado para o que vier, reforçando a possibilidade de perigo iminente e, ao mesmo tempo, de segurança explícita.

Esta programação afasta-se da proposta oferecida pelo turismo étnico que proporciona uma imersão autêntica que valoriza aspectos da cultura local, suas tradições e festas. O que se entende por Favela tour, nesse caso, mais próximo da aventura, assemelha-se a levar o turista para participar de uma exibição cruel das condições precárias em que vivem milhões de pessoas pelo mundo, comercializadas como atividade de lazer.

Além disso, o Favela tour reproduz, no Brasil, padrões culturais acerca de determinadas condições, ou seja, da ideia de que pessoas possam ser observadas como objetos e que a imagem da favela reflète paisagem maravilhosa. Essa dinâmica exclui da comunicação deste lugar aquilo que não se quer ver, como a violência, a miséria e as drogas, encapsuladas em um clima de cordialidade, hospitalidade e até sensualidade que também são características da gente brasileira. Ou seja, a imagem cindida da terra maravilhosa e da gente exótica parece ser uma constante nesse tipo de tour.

Faz-se notar também o fato de a favela ser “vendida” como esse lugar de paisagem e de gente exóticas, negligenciando a miséria e o narcotráfico. Parece haver uma permanência dessa visão no tempo, que considera a favela como lugar de beleza e, ao mesmo tempo, de violência. Esta questão é central nesta pesquisa, a partir do momento em que os estereótipos encontrados nos meios de comunicação repetem conceitos muito próprios da formação do Brasil que enaltecia a terra e menosprezava e gente.

O viajante que circula no Favela tour é convidado a reviver o imaginário colonial, fazendo parte de expedições exploratórias, protegido numa redoma composta por jipes, roteiros previamente acertados com a comunidade, e mirantes com vistas espetaculares. Ele pode ainda, eventualmente, conhecer membros da comunidade, escolas etc., e deixar para os moradores alguma contribuição que possa “salvar” essa gente miserável de si mesma, como antevia Caminha.

É de Caminha, em 1500, em sua carta ao Rei de Portugal, a narrativa de que nessa terra de abundância se plantando, tudo dá! Já sobre a gente, a opinião do navegante não era tão animadora. Ele termina sua carta pedindo a Vossa Majestade

que usasse de seu poder para salvar a gente brasileira, vista à época como violenta e hospitaleira, sensual e indolente, ingênua e cruel – uma gente sem fé, sem lei e sem rei. A partir dessa primeira impressão, a imagem da terra e da gente foi “clivada”. Como num marco inicial, a terra maravilhosa parece ter se separado da gente – veja bem, não tão maravilhosa assim –, como demonstramos no decorrer desta pesquisa. Fato é que na constituição da imagem da favela a paisagem e as belezas do paraíso ficam, mas a gente do Brasil – o nativo – desaparece da comunicação. A gente da favela, ou do Brasil, aparece, no entanto, nos noticiários, reproduzindo a imagem de um Brasil também infernal desde sua fundação.

Nesse cenário que traz valores do passado imbricados no presente, optou-se por investigar a arqueologia do imaginário da intolerância, concentrando-se nos estereótipos que o alimentam, com ênfase na realidade da sociedade brasileira, reconhecendo que os meios de comunicação desempenham um papel crucial na preservação ou transformação do status quo, dada sua influência e os papéis que assumem, especialmente na construção da imagem do Brasil como um destino turístico.

Ao observarmos a "imagem" como um objeto complexo e agente disseminador de cultura, entende-se que esta gere pré-concepções, frequentemente baseadas em estereótipos, que são comuns aos processos comunicacionais. Essas pré-concepções podem levar a julgamentos prévios, prejudicando a maneira como se percebe determinados grupos, culturas ou lugares. Entendeu-se, assim, a relevância em analisar essa realidade identificando estereótipos e preconceitos presentes nos meios de comunicação, com o intuito de comparar a representação do Brasil de hoje da proposta desde sua fundação.

A análise se concentra nos processos midiáticos presentes em diferentes canais de comunicação e divulgação de imagens, incluindo as redes sociais e outras plataformas digitais, nas quais os indivíduos são expostos a representações de destinos, culturas e povos.

É notável que essa estereotipização da vida reforça a noção do exótico, resultando frequentemente em imagens simplificadas e idealizadas. Como visto acima, a indústria do turismo assume um caráter espetacular, contribuindo para a construção de estereótipos que atraem por meio de experiências extraordinárias. Este fenômeno comunicacional midiaticizado tem em sua base imagens que geram interesse

por “descobertas” e, com frequência, imprime no sujeito a curiosidade por traços que o distancia do que é sustentável em termos de respeito, diversidade cultural e encontros interculturais.

Esse fenômeno turístico, que é também comunicacional e cultural, se enraíza, portanto, em imagens estereotipadas, dificultando a reflexão sobre a realidade policultural e mantendo distantes “civilizados” e “selvagens”, como que a tornar perenes valores que remontam ao período do “descobrimento” das Américas. Este, desde a época colonial, separa pretos, amarelos e pardos dos brancos. Ou seja, a concepção do que é considerado “exótico”, isto é, distante da civilização e necessitado de intervenção, persiste através de processos de comunicação que retratam certos destinos como territórios em busca de ajuda, desacreditando ou menosprezando povos e culturas.

Essa dinâmica acelera movimentos contraditórios que ora aproximam ora afastam a humanidade da compreensão da diversidade, da empatia e da cooperação. Esse sistema de projeções desperta simultaneamente curiosidade e repulsa, reforçando os processos de intolerância e violência. Nesse contexto, o desconhecido adquire uma conotação de simplicidade e indignidade, e pode até despertar o desejo de moldá-lo de acordo com a visão civilizatória predominante.

Consequentemente, essas imagens e representações encontram seu espaço nos meios de comunicação como uma forma de dar vida a elas, seja por meio de paródias, dramas ou ficção, ou mesmo através de ilustrações reducionistas que promovem “tours” que exploram a etnia, a pobreza e a aventura, negligenciando tudo o mais que não seja ser testemunha de cores vivas, sempre de forma segura, semelhante a um tour.

Dentro dessa perspectiva, as imagens que foram construídas durante a era do descobrimento das Américas, forjadas pelo imaginário colonial europeu, parecem ter perdurado ao longo dos séculos, alimentando a indústria cultural do turismo por meio de estereótipos e estigmas que foram delineados desde aquela época. Essas representações persistem, sendo perpetuadas e exploradas pela mídia e pela cultura popular, contribuindo para a manutenção de visões distorcidas dos povos e terras das Américas.

Nesse contexto, camuflou-se o racismo e, ao longo do tempo, os antigos invasores ou aventureiros adotaram novas vestimentas, assumindo agora o papel de turistas. Assim, a maneira como o “estranho” é percebido, tanto no passado quanto

no presente, nos "descobrimientos" históricos ou nos programas e pacotes turísticos sem lastro na étnico-cultural, revela uma representação desvalorizante desta gente. Nessa perspectiva, a construção que separa e categoriza os "civilizados" dos "não civilizados ou exóticos" e que os coloca em posições privilegiadas ou subalternas parece seguir a mesma fórmula que cultiva o imaginário de uma "terra boa" em contraposição aos "humanos ingênuos ou hostis" encontrados nos continentes americano ou africano, por exemplo.

Como afirma Juremir Machado (2017, p. 45), "a história da humanidade é a história de suas racionalizações, que, em princípio, parecem limitadas no tempo, mas, vistas de perto, apresentam repetições antropológicas como estruturas recorrentes". Assim, tudo se repete ao longo dos anos, os valores arcaicos que guiaram os colonizadores, mesclados aos preconceitos dos viajantes do presente, parecem originar-se das mesmas ideias fundadas no passado. Talvez, por isso, diferentes autores continuem a tratar dos princípios da hospitalidade solidária, como afirma Morin (2011b), ao reforçar o desejo de uma civilidade planetária capaz de interligar humano e terra, sem se deter nas diferenças entre o que se diz "civilizado" e o que se entende por "selvagem".

Nos primeiros séculos, segundo o autor, ainda se "admitia" a hierarquização das raças em superiores e inferiores, mas hoje, não mais. Apesar de inadmissível esta opção, a expectativa de um mundo novo ainda está por vir: "O subdesenvolvimento dos desenvolvidos é um subdesenvolvimento moral, psíquico e intelectual. Há certamente uma penúria afetiva e psíquica em maior ou menor grau em todas as civilizações (...)", como atesta Morin (2011b, p. 104), o que atrasa o processo de humanização como um todo.

Por isso, estereótipos que confirmam processos de estigmatização de povos e destinos são, de certa forma, acionados trazendo para o agora valores do passado, repetidamente. Habitantes das telas, da literatura, dos palcos e dos meios massivos de comunicação reduzem imagens a superfícies, enquanto produtos da indústria cultural, fazendo-as mais palatáveis à medida que eliminam os sentidos de proximidade e se fixam na visão e no afastamento de tudo o que é estranho ao olhar.

Dessa forma, os imaginários que as abrigam e são por elas atualizados permanecem no ambiente comunicacional. Ou seja, em uma sociedade imagética, digitalizada e que tem "pressa", estes são potencializados em função dos papéis que representam e das conexões que fazem, acordando rastros do que ficou e

contagando fenômenos, fortes o suficiente para a manutenção ou mudança do status quo.

Dentro dessa imagem multifacetada, olhar para os processos de “invasão” e colonização das Américas é compreender que estes deixaram, para além do domínio social, econômico e militar, um “conjunto de narrativas e imagens” associado à valorização da cultura europeia em detrimento da cultura americana vista como exótica, primitiva ou inferior, e que ainda hoje parece dar o tom da imagem que se quer comprar ou vender do destino.

Esse mesmo processo narrativo aconteceu no Brasil no decorrer do “descobrimento” até os períodos de colonização e pós. Os “colonizadores”, entre eles navegantes, pesquisadores, missionários, soldados e representantes do clero e da coroa portuguesa, e outros visitantes, produziram uma gama extensa de textos e imagens, nos quais não é raro o processo de estigmatização dos indígenas ou da terra brasileira. Tais documentos com frequência fundavam-se no imaginário colonial europeu, portanto, cristão, e reiteravam leituras baseadas em dicotomias como *Deus / Diabo*, *Paraíso / Inferno*, *Sagrado/ Profano* e outras, associando a terra e a gente brasileiras a um ou outro polo, a depender do quão próximo ou distante este se apresentava do padrão europeu, “civilizado”, ou dos interesses da época.

Aparentemente, a apresentação do Brasil e da sua gente na literatura e nas imagens, de época, teve o mesmo efeito devastador da “invasão”, com o prejuízo de tornar-se perpétua, à medida que se atualiza constantemente. Registros que documentam a história do Brasil e a formação da nação, a partir de sua gente miscigenada, apontam para a manutenção das primeiras imagens – como que em uma “fotografia instantânea”, que corrobora para a máxima “da primeira impressão é a que fica”.

Em primeiro lugar a terra, seguida dos índios, depois pretos e brancos, foram um a um, de forma recorrente, subjugados e “maltratados” ao longo de séculos, como que a alimentar a imagem constituída de um país que precisava de salvação para existir, desde que, repaginado, dentro das expectativas e padrões dos “civilizados”. De fato, a imagem da primeira missa no Brasil<sup>2</sup>, narrada também por Pero Vaz Caminha, em 1500, é a fotografia mais atual da nação: um povo alegre, ingênuo,

---

<sup>2</sup> A primeira missa no Brasil, Victor Meirelles, 1861. Disponível em: <https://www.wikiart.org/pt/victor-meirelles/a-primeira-missa-no-brasil-1861>. Acesso em: 18 jan.2023.

crente e, ao mesmo tempo, sensual e violento; natural de um paraíso perdido, pleno em paisagens paradisíacas.

Figura 1 - A primeira missa no Brasil Victor Meirelles (1861) Romantismo Tinta a óleo 268cm x 356cm



Fonte: Museu Nacional de Belas Artes, RJ.

Nesse universo, o estigma da inocência e de outros atributos que fazem da gente estranha do Brasil hospitaleira, indolente e ao mesmo tempo violenta, dentro do conceito do exótico, acompanha a nação desde o seu “achamento”, parecendo permanecer aberta a todo tipo de intervenção “civilizatória”, em consonância com atos de violência, para aqueles que não querem ou nem sabem do que devem ser salvos. De fato, o olhar “manso” da gente brasileira imita a visão encantada, cordial e confiante dos indígenas para com os estrangeiros, brancos, civilizados, hegemônicos, oferecendo a estes últimos a hospitalidade e a confiança, ou seja, todo tipo de poder.

E a despeito de no século XX uma inflexão no campo da cultura ter-se iniciado, valorizando o samba, a capoeira, a culinária e diversas outras manifestações originadas nos grupos não europeus, emergindo a percepção pública de que a constituição da brasilidade se deu a partir da confluência dos valores do branco, do negro e do indígena, aparentemente essa ação não foi suficiente. Até porque, de outro lado, permaneceu o estigma da demonização das religiões não cristãs, as dificuldades na ocupação de espaços na sociedade por parte de negros e indígenas e outras condições que, mais recentemente, passaram a ser denominadas como *racismo estrutural*.



Observa-se, ainda, que apesar das conquistas alcançadas por movimentos do preto e do indígena e dos cuidados na produção de discursos que questionam a centralidade do padrão europeu, persistem na sociedade brasileira contemporânea os usos do imaginário constituído ainda no período colonial.

Considerando que é crescente a observação dos textos verbais, a partir da perspectiva do preconceito, a manifestação de tais imaginários tende a não ser apresentada neste tipo de objeto em razão de certo grau de cerceamento, o que não significa que sua existência tenha desaparecido do ambiente cultural.

Logo, definiu-se como objeto deste estudo “imagem estereotipada”, enquanto importante instrumento disseminador de sentido na contemporaneidade, a partir da redução e simplificação da visão. Torna-se, desta maneira, relevante compreender seu papel na manutenção e, portanto, na transmissão dos imaginários e estereótipos constituídos, ainda na época colonial brasileira, visto que possivelmente este tipo de objeto discursivo, cujo caráter demanda interpretação complexa, é plenamente adequado à transmissão transgeracional de símbolos capazes de sustentar o preconceito.

Diante deste quadro, o problema de pesquisa analisado está voltado à compreensão do papel das imagens, em especial daquelas que caracterizam o Brasil como destino turístico de aventura, a exemplo do Favela tour, enquanto ambiente propício à manutenção e disseminação de imaginários associados a processos de intolerância, contaminados por valores coloniais europeus dentro do fenômeno comunicacional, que dispensa valores étnicos.

Desse modo, o objetivo deste estudo se dedica a compreender a permanência de estereótipos fundados no imaginário colonial europeu e constituídos no período do descobrimento, colonização e pós, com reflexo na imagem do Brasil e sua gente, e no que representam nos ambientes comunicacionais contemporâneo, que enxerga as narrativas e literatura disponíveis que remontam ao “descobrimento” utilizando-se do *Google Images* que disponibiliza um vasto acervo de imagens como campo etnográfico.

As hipóteses defendidas a princípio referem-se à ideia de que, embora as imagens estereotipadas que representam valores coloniais e remontam ao descobrimento e à colonização não façam parte da literatura contemporânea, o preconceito contra o preto, o pobre e o índio continuam a se reafirmar, assim como o destino Brasil segue sendo representado por belas paisagens paradisíacas, lugares

de aventura e descobertas, e por que não de recursos infindáveis? Essas questões desconstruídas na literatura parecem ser frequentes nas imagens que reforçam a manutenção de estereótipos naturalizando a intolerância e a violência contra o povo e a exploração da terra. A outra hipótese defendida justifica-se porque, apesar de ter havido uma reforma nas narrativas que trazem índios, pretos e pobres, e mesmo a terra Brasil na literatura e nos meios de comunicação, o mesmo aparentemente não ocorreu com o tratamento das imagens que os representam. Estas continuam a se firmar como vetor de manutenção do imaginário colonial europeu, que reproduz a forma como a terra e a gente brasileiras foram narradas pelos portugueses, com base em valores arcaicos; fazendo viver estereótipos que corroboram com o racismo estrutural, a desigualdade social, dentre outras questões nacionais. Ou seja, esperou-se detectar no ambiente midiático os mesmos valores, que, arraigados à terra e a gente, desde a formação da nação brasileira, são constitutivos do ideário de brasilidade.

A Análise de Conteúdo com base nas ideias de Laurence Bardin é o método escolhido para a pesquisa e dá prioridade à coleta de documentos que caracterizam a história do Brasil e a formação dos imaginários que influenciam a identidade nacional.

O corpus está constituído a partir de dois conjuntos de narrativas e imagens, que representam o passado e o presente. No primeiro conjunto, foram elencados documentos históricos, incluindo narrativas e imagens do período colonial brasileiro e contemporâneo, bem como os estereótipos que surgiram ao longo da história, registrados nos relatos dos chamados "descobridores" e repetidos sistematicamente por autores da atualidade. Isso permitiu analisar padrões, tendências e mudanças nas representações culturais veiculadas nos meios de comunicação. No segundo conjunto, utilizou-se imagens obtidas através da ferramenta *Google Images*, com recorte para os anos 2022 e 2023, permitindo observar como está a imagem do Brasil e com o que ela se parece hoje, tanto em relação à paisagem quanto a sua gente. Desse modo, os achados provenientes da análise de textos e literatura histórica embasaram os imaginários herdados pelos povos originários; ao mesmo tempo que *Google Images* se consolidou como um campo etnográfico, devido à sua capacidade de fornecer uma ampla variedade de representações visuais de culturas, territórios e grupos étnicos, na atualidade. Ao examinar as imagens disponíveis na plataforma, identificou-se as representações visuais e estereótipos associados, lançando luz

sobre como essas culturas são percebidas e retratadas na sociedade em geral, no contemporâneo. Para constituir efeito de comparabilidade, a partir da análise de cada conjunto de documentos, optou-se por utilizar a imagem representada da cidade do Rio de Janeiro, que a partir da ferramenta *Google Images* reflete, no imaginário popular, a imagem do Brasil.

Durante o desenvolvimento da pesquisa, ficou evidente que a paisagem carioca se destaca como uma das mais belas do mundo, sobrepondo-se à paisagem brasileira na pesquisa dentro da plataforma. A partir daí, temas como hospitalidade, violência e favela formaram uma sequência natural para a pesquisa. De fato, pareceu-nos pertinente focar nas favelas e no programa Favela tour, até em função de ser este o lugar onde paisagem e gentes se encontram. Ou seja, partiu-se das imagens da fundação do Brasil rumo ao contemporâneo para compreender o caminho do preconceito e de diferentes tipos de intolerância concretizados a partir da imagem de atos de violência, naturalizados no cotidiano, até chegar-se ao momento atual onde o destino Brasil é apresentado como paisagem, natureza e gente hospitaleira, um país, por fim, estereotipado enquanto um lugar exótico e desigual, como expomos nos próximos capítulos.

A contribuição deste estudo espera abrir a discussão para uma possível ecologia da imagem da terra e da gente brasileiras e, talvez, da visão refletida em sua identidade, expandindo a possibilidade para uma revisão de processos comunicacionais do turismo e de outros setores da economia que consolidam a imagem da gente exótica brasileira e da paisagem, que versam entre a hospitalidade e a violência: o paraíso e o inferno. A expectativa sempre foi dar a oportunidade para o resgate da imagem e saberes dos povos originários e de seus valores, em oposição à aceitação da imagem herdada, narrada e imposta, com inspiração no imaginário colonial, que direcionam o olhar para o estereótipo e o estigma, contaminados por valores do passado.

A partir daí se justificou esta pesquisa que considera imagens e narrativas como agentes de sincronização social e, portanto, parte do problema, à medida que naturalizam elementos da cultura de forma, por vezes, enviesada na mídia e também comunicação voltada para o turismo.

Entender como esses processos comunicacionais contribuem para um cenário melhor e mais igualitário, minimizando a proliferação do olhar automatizado de elementos do imaginário colonial, ativos no contemporâneo, é uma forma de

desmistificar a percepção de que as questões que se enfrentam no Brasil sejam somente de ordem objetiva. Em realidade, ao que tudo indica, as questões nacionais fundadas na imagem de intolerância estão embasados na naturalização desta. De fato, as questões brasileiras parecem apresentar uma natureza temporal, objetiva e atual: saúde, educação, moradia, racismo, pobreza, desmatamento, drogas, entre outros; que ilustram as manchetes de jornais, no século XXI, e são discutidos sobre a égide econômica, política e social, com reflexo no acervo *Google Images*.

Nessa discussão, a dimensão cultural muitas vezes não é completamente esgotada, apesar de se acreditar na existência de um paralelo entre valores coloniais e contemporâneos, que potencialmente exercem influência na desigualdade concreta vivenciada no país. A análise das condições de vida do brasileiro, a exemplo dos índices de concentração de renda e aumento da pobreza como citado pelo IBGE<sup>3</sup>, é um indicador relevante: “[...] o total de extremamente pobres no Brasil, em 2020, foi de 12,0 milhões de pessoas (5,7%)”; reforça a fragilidade da gente do Brasil.

Ainda segundo o estudo Mapa da Pobreza<sup>4</sup>, somadas às questões globais como a pandemia da covid-19 e a guerra na Ucrânia, a pobreza deve aumentar no globo e no Brasil: “O contingente de pessoas com renda domiciliar per capita até 497 reais mensais atingiu 62,9 milhões de brasileiros em 2021, cerca de 29,6% da população total do país”.

Índices publicados no relatório Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil - IBGE apontam para o distanciamento entre grupos sociais no mercado de trabalho, na distribuição de renda, na educação, na violência e na representação política. Dados levantados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua 2018 indicam que a população brasileira está dividida em três grupos principais: brancos 43,1%, pretos 9,3% e pardos 46,5%. As populações indígenas e amarelas – devido à baixa representatividade – sequer aparecem no relatório.

Para efeito da desigualdade racial, o Relatório separa as pessoas em dois grandes grupos autodeclarados – brancos, pretos e pardos –, a saber: brancos com

---

<sup>3</sup> IBGE. Estudos e Pesquisas Informação Demográfica e Socioeconômica número 44, Síntese de Indicadores Sociais. Uma análise das condições de vida da população brasileira. 2021, p. 60. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101892.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2022.

<sup>4</sup> Mapa da Pobreza, Relatório. Fundação Getúlio Vargas, junho-22. Disponível em: <https://cps.fgv.br/MapaNovaPobreza>. Acesso em: 27 out.2022.

43,1%, e pretos e pardos totalizando 55,8%. As pessoas de cor ou raça preta ou parda correspondem a 54,9% da população na força de trabalho, e quando o tema é desocupação ou subutilização representam 64,2 e 66,1%, respectivamente, o que atesta que as pessoas de raça ou cor – preta ou parda autodeclaradas – estão seguidamente em desvantagem no mercado de trabalho. São elas também que ocupam o mercado informal e apresentam um rendimento médio mensal inferior à das pessoas de cor ou raça branca: “Em 2018, o rendimento médio mensal das pessoas ocupadas brancas (R\$ 2.796) foi 73,9% superior à das pretas ou pardas (R\$ 1.608)”, conforme publicado pelo IBGE, Relatório de Desigualdades Sociais por raça e cor no Brasil.

No cenário geral, os índices de concentração de renda no país são extremamente elevados. Apenas 1% da população mais abastada representa 49,6% da concentração de renda, segundo *Global Wealth report 2021*<sup>5</sup>. A partir daí, o aumento da pobreza se mantém intacto.

A questão da violência é outro indicativo complexo. No Brasil, segundo IBGE, em 2017, a taxa de homicídios foi de 43,4% entre pessoas pretas e pardas e 16% entre pessoas brancas. Esse padrão, segundo o Instituto, pode ser comprovado de forma recorrente quando analisada a série histórica da concentração de renda e que, a despeito das mudanças no país, continua a colocar as pessoas de cor preta ou parda em posição subalterna na sociedade.

Existe, nesse cenário, uma permanência na estrutura que se repete em relação à cor ou raça e a gênero. Por exemplo, as mulheres, em geral, continuam a sofrer todo tipo de violência, ocupar empregos de menor relevância e receber faixas salariais menores que as do gênero masculino.

Embora o país tenha passado por grandes transformações no último século, incluindo processos de industrialização, avanços na educação, saúde, alimentação e tecnologia, ainda depende fortemente da exportação de produtos commodities. De acordo com relatório da Fundação Getúlio Vargas<sup>6</sup>, 70% do volume de exportações do Brasil são compostos por minério de ferro, soja e petróleo.

---

<sup>5</sup> Global Wealth Report 2022, Credit Suisse, Disponível em: <https://www.credit-suisse.com/about-us/en/reports-research/global-wealth-report.html>. Acesso em: 26 out.2022.

<sup>6</sup> ICOMEX – Indicador de Comércio Exterior – FGV – setembro 2021, referente à balança comercial de agosto do mesmo ano. Disponível em: [https://portalibre.fgv.br/sites/default/files/2021-09/v2-icomex\\_fgv\\_press-release\\_setembro2021\\_1.pdf](https://portalibre.fgv.br/sites/default/files/2021-09/v2-icomex_fgv_press-release_setembro2021_1.pdf). Acesso em: 29 mar.2022.

Em resumo, o Brasil, com sua população que inclui também os miseráveis, firma-se como uma das nações com maior desigualdade econômica do mundo. Essa realidade consolida o favorecimento da classe dominante, lembrando uma versão moderna dos "Novos Senhores do Brasil", que remonta à época da colonização. Por causa dessas e de outras questões, o país continua sendo retratado como um paraíso terrestre habitado por pessoas consideradas menos merecedoras desse lugar, nos processos comunicacionais do turismo interno e internacional, que invisibilizam os nativos ou os apresentam de forma exótica e estranha, sempre em meio a paisagens paradisíacas e selvagens.

Nesse contexto, a representação simplificadora e os estereótipos arraigados na comunicação parecem sustentar uma desigualdade social estrutural, alimentada por um conjunto de símbolos que naturalizam as diferenças permitidas entre as raças. Portanto, antes de discutirmos sobre o racismo estrutural, entende-se ser importante refletir sobre a imagem construída do Brasil, tanto em relação à sua terra quanto a sua gente, no momento do "descobrimento", colonização e pós. Aparentemente, são essas narrativas que continuam a alimentar os imaginários que mantêm a separação entre os considerados "civilizados" e aqueles rotulados como "não tão civilizados" ou "exóticos": a gente do Brasil.

Dessa forma, pode-se inferir que as imagens propagadas pela mídia, como parte do processo de disseminação de destinos, contribuam para a consolidação dos estereótipos relacionados aos brancos, pretos e indígenas, mesmo que haja um discurso contrário ao racismo estrutural, conforme mencionado anteriormente.

Os autores utilizados para embasar a discussão sobre imagem e imaginário são Gilbert Durand (2014, 2019), Norval Baitello Jr. (2005, 2012, 2014), Malena Contrera (2017, 2021), Edgar Morin (1975, 2011), Juremir Machado da Silva (2017) e Mauricio Ribeiro da Silva (2005, 2020, 2022). No contexto da constituição histórica do imaginário brasileiro, são referências Bueno (1997, 1998, 2016, 2020), Sérgio Buarque de Holanda (2020a, 2020b), Serge Gruzinski, Darcy Ribeiro (1962, 1992, 2002), Laura de Mello e Souza (1993, 2021), entre outros.

Estes, no percurso desta pesquisa, são citados visando confirmar as hipóteses, contribuindo para oferecer ao leitor subsídios que possam acompanhar o que está proposto e vinculado ao tema da imagem, enquanto objeto complexo, que interfere no concreto e na manutenção de padrões enraizados no imaginário colonial europeu.

A partir desta introdução, o estudo segue com a seguinte estrutura: a organização do corpus reunindo imagens do passado e presente; a discussão deste à luz da formação de imagens, imaginários e estereótipos; e as considerações finais.

O Capítulo I intitulado, *A formação da imagem da terra e da gente brasileiras*, traz parte do corpus que focaliza o passado e reflete sobre a representação que constituíram a imagem e as narrativas do Brasil e sua gente na ocasião do “descobrimento”, colonização e pós, tendo como norteador os testemunhos publicados no livro, *A Fundação do Brasil*<sup>7</sup>, de Darcy Ribeiro e Carlos de Araújo Moreira Neto. O livro agrupa documentos que datam dos anos de 1500 a 1700. Os apontamentos da obra, e de outros autores da época, foram complementados por textos de pesquisadores da atualidade. Esse conjunto concretizou a imagem de preconceito que enraíza o estigma e os estereótipos da terra e da gente brasileiras, desde sua fundação.

O Capítulo II intitulado, *Imagem da terra e da gente brasileiras a partir do Google Images*, complementa o corpus, agora com olhar voltado para o contemporâneo, utilizou-se a ferramenta *Google Images* para conhecer o imaginário popular acerca da terra e da gente brasileiras. Assim, reuniu-se um conjunto de imagens que representam o Brasil no ano de 2022 e 2023, dispostas na plataforma para determinados termos. A análise deste conjunto contribuiu para o entendimento da manutenção dos estereótipos da paisagem e da gente brasileira, herdados a partir das narrativas e imagens que descrevem o “descobrimento” e as fases de colonização e pós, traçadas pelos civilizados, europeus, hegemônicos, que desacreditaram o valor cultural e os saberes dos povos originários, bem como o respeito, o espírito e o encantamento próprio da terra Brasil. Este desmerecimento, que povoa os imaginários que regem as imagens contemporâneas veiculadas nos meios de comunicação, apontou para a continuidade do preconceito.

Por fim, o Capítulo III intitulado, *Discussão dos Resultados da Pesquisa*, traz a arguição dos resultados. Neste capítulo, ampliou-se o diálogo sobre os achados nos

---

<sup>7</sup> RIBEIRO, Darcy; MOREIRA NETO, Carlos de Araujo. *A fundação do Brasil. Testemunhos 1500-1700*. Petrópolis: Vozes, 1992. Este livro mostra, através de documentos, como se constrói uma nação contra a vontade e os interesses do povo que a habita originalmente. Mostramos, também, como sua edificação prossegue séculos afora, sempre contra o desejo da gente recrutada para participar de seu fazimento como trabalhadores. Foram milhões de índios, de negros e de brancos, ontem escravos, hoje assalariados; jamais livres para imporem seu próprio projeto de nação. Mostra, também, como apesar de tudo, esta gente díspar, com seu desfazimento, fizeram a Nação brasileira (RIBEIRO; MOREIRA NETO, 1992, p.15).

capítulos anteriores visando comprovar as hipóteses propostas, incluindo a análise da imagem, enquanto disseminadora de valores do passado que se alternam nos meios de comunicação; as diferentes representações desta, na mídia, no contemporânea; e o seu papel como agente transmissor de imaginários e estereótipos constituídos, que remontam ao arcaico, alimentando e sendo alimentada por preconceitos, estão contemplados ao longo do texto.

Nesse ponto, a pesquisa seguiu para as Considerações Finais, que se dedicou a discutir que não há como existir qualquer mudança social a partir da alteração do discurso sem o empreendimento de uma ecologia da imagem, quiçá da visão da terra e da gente brasileiras, que estão presentes nos meios de comunicação.



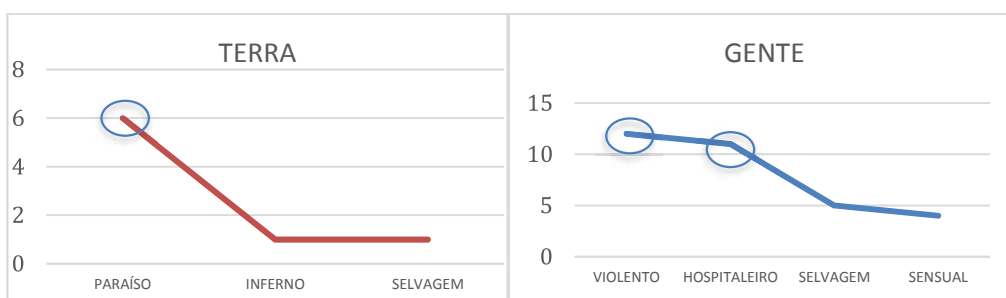
## **CAPÍTULO I -**

### **A FORMAÇÃO DA IMAGEM DA TERRA E DA GENTE BRASILEIRAS**

Nesta etapa foram elencados relatos disponíveis na literatura sobre o “descobrimento”, a colonização / fundação do Brasil e pós, complementados por autores contemporâneos e tendo como norteador os testemunhos publicados no livro *A Fundação do Brasil*, de Darcy Ribeiro e Carlos de Araújo Moreira Neto, que agrupa documentos que datam de 1500 a 1700.

Iniciou-se a reflexão com base no que foi encontrado, e que aponta para uma visão polarizada presente nas narrativas dos descobridores. Brasil, terra e gente, paraíso e inferno, estão presentes nos relatos de autores como os que seguem: Gandavo (1575) confirmava seu encantamento com a diversidade da fauna e flora, e observava gentes com corpos e rostos bem feitos, ao tempo em que retratava sua brutalidade e estilo de vida que mais se aproximava da vida animal; Léry (1598) destacava que as belezas, as plantas medicinais e as riquezas encontradas não teriam par neste mundo. Ele salientou a gente corajosa, sempre nua e destemida, percebidas também como selvagens, indolentes, preguiçosas, quase em um estado “bestial”; Caminha, em 1500, relatava o quão agradável era a terra, o clima temperado e a beleza; o autor se admirava com a formosura dos povos originários, nus, sensuais, ingênuos e inocentes, tanto que recomenda para estes a salvação; Thevet (1555) estranhava os corpos nus, pintados e ornamentados dos nativos. O autor relatava sua alegria e confiança nos estrangeiros, mas também enfatizou a imagem de indolência, preguiça, crueldade e violência, por exemplo.

Os apontamentos do livro de Darcy Ribeiro (1992) e de outras obras consultadas, inclusive de pesquisadores da atualidade, totalizaram 28 autores que tratam da formação da gente brasileira e da fundação do Brasil. Dessa leitura, elencou-se 167 frases (ver anexo 1), cujas palavras mais repetidas, organizadas a partir da ferramenta wordclouds e agrupadas por associação resultam no que segue. Sobre a terra ou a paisagem, aparecem de forma recorrente os termos natureza, abundância, paraíso terreal, homens selvagens, clima aprazível e também inferno. Sobre a gente, a imagem contempla o selvagem, violento e, ao mesmo tempo, hospitaleiro, alegre, ingênuo, indolente, pobre, inútil e com traços do sensual, imoral e diabólico, como mostra a figura abaixo:

Tabela 1- Resultados da Pesquisa *Autores Diversos – Fundação do Brasil*

Fonte: Elaborado pela autora

Imagens dicotômicas colocam terra e gente do Brasil entre o céu e o inferno, entre a diabolização ou sacralização. Com efeito, em decorrência dessa leitura, foi possível resgatar as imagens e percepções transmitidas sobre a terra e a gente brasileiras, marcadas pelo exótico e pela representação estereotipada e polarizada, desde sua fundação. Sob o olhar eurocêntrico da época, essas imagens refletiam uma mentalidade que tendia a ver a terra e a gente do Brasil como primitivas e quase desumanas e, ao mesmo tempo, inocentes e hospitaleiras. E é essa imagem reduzida da nação que parece nutrir o fenômeno comunicacional do turismo na atualidade, ilustrando o turismo étnico, de aventura, da pobreza, entre outras modalidades.

Para compreender essa valoração que o Brasil herdou, é preciso voltar na história, num sentido de resgate, de onde tudo começou. Por isso, entende-se ser relevante registrar que a "invasão" no Brasil antecedeu os anos de 1500. De fato, o imaginário sobre as Américas estava ativo há tempos antes do chamado "descobrimento", o que gerou pré-concepções que se confirmaram no momento do desembarque quando os navegantes se depararam com os povos originários. A visão destes era completamente diferente de tudo o que os europeus já haviam visto ou imaginado. Quando os ibéricos planejavam expandir a igreja e encontrar novos polos de exploração econômica por meio de rotas viáveis para as Índias, as perspectivas do que poderiam encontrar aguçavam os navegantes. A expansão marítima ocorrida nos séculos XV e XVI por parte de portugueses e espanhóis, que se estendeu até os séculos XVIII e XIX, foi registrada em numerosos documentos e tratados, incluindo aqueles com a aprovação dos Santos Papas e Reis, que estabeleciam a ordem a ser seguida tanto no mundo civilizado quanto nos novos continentes. É importante evidenciar, conforme Juremir Machado (2017, p. 68), que desde o século XV havia resistência, inclusive por parte da igreja, em tratar os humanos como animais. No entanto, essa perspectiva não prevaleceu devido à visão distorcida de "resgate", que

disfarçava a escravização em nome da "salvação" dos povos originários que formariam a sociedade brasileira.

Pautados pelo “sagrado” e pela definição que colocava homens como criaturas e semelhança de Deus, os colonizadores se viam numa posição de superioridade aos povos exóticos tidos como selvagens e, portanto, sentiam-se “responsáveis” por todos os povos e terras americanas e africanas que viriam a dominar, como mostra Morin (2011b, p. 23), “inaugura-se então a ‘era planetária’ a partir da (...) violência, da destruição, da escravidão, da exploração feroz das Américas e da África”.

Este movimento de conquistas destemperado pela relação entre civilizados e não civilizados colocou em cena Portugal, França, Espanha e Inglaterra, que se lançaram ao mar para encontrar outros possíveis caminhos às Índias e, dessa forma, oportunidades de expandir a fé e de encontrar riqueza, a partir de novas descobertas, o que poderia suprir suas economias desgastadas. Graças aos conhecimentos técnicos e às possibilidades de navegação, um novo caminho para as Índias é encontrado, assim como de forma acidental ou intencional, os portugueses e espanhóis descobrem rotas para outros continentes – as Américas –, o que impacta definitivamente a ordem e a ideia do mundo eurocentrado.

Durante a era da colonização, os europeus não apenas buscaram enriquecer e fortalecer o continente europeu, mas também desempenharam o papel de catequistas, com o objetivo de converter e "salvar almas". Nessa empreitada, eles agiram como se tivessem herdado uma autoridade que os tornava "soberanos" sobre todas as culturas dominadas, como afirmou Souza (1993, p. 22). Superiores ou não, representavam os cristãos-portugueses, que defendiam a conversão como forma de suplantar o pecado original e, conseqüente, expulsão do Paraíso, como citado no livro de Gênesis 3.22-24<sup>8</sup>. Para estes, os pagãos carregavam em sua essência a maldade e, dessa forma, o processo de ocidentalização deveria incluir sua salvação.

Nesse universo, com o imaginário colonial europeu avivado, toda a humanidade descrente deveria abraçar a fé cristã para se tornar, por fim, melhor. A partir desse ponto de vista, foi devastadora a entrada dos ibéricos nas Américas. As armadas, de

---

<sup>8</sup> Verso 22 - Então disse o Senhor Deus: Eis que o homem é como um de nós, sabendo o bem e o mal; ora, para que não estenda a sua mão, e tome também da árvore da vida, e coma e viva eternamente. Verso 23 - O Senhor Deus, pois, o lançou fora do jardim do Éden, para lavrar a terra de que fora tomado. Verso 24 - havendo lançado fora o homem, pôs querubins ao oriente do jardim do Éden, e uma espada inflamada que andava ao redor, para guardar o caminho da árvore da vida. (Gênesis 3:22-24, ACF, Almeida Corrigida Fiel, Bíblia online).

Pedro Álvares Cabral e Cristovam Colombo, por exemplo, eram compostas por missionários e soldados, e estes massacraram os povos nativos, que “atingidos pelas armas, e mais ainda pelas epidemias e por políticas de sujeição e transformação que afetavam os mínimos aspectos de suas vidas, os povos indígenas trataram de criar sentido em meio à devastação” (MOISÉS *apud* GRUZINSKI, 1988, p. 9).

E mesmo estando os novos continentes distantes do mundo oriental, permaneciam esses próximos da imaginação que levava a uma vida de glória. Nesse sentido, Chaui (2001) alega que o “oriente” citado é uma construção simbólica que remete ao reencontro com a origem, ou o paraíso perdido, condição muito diferente da encontrada à época no “velho mundo”, que entrava em declínio, se comparada à imagem de esperança que o Paraíso Terrestre emanava, “o jardim perfeito: vegetação luxuriante e bela (flores e frutos perenes), feras dóceis e amigas (em profusão inigualável), temperatura sempre amena (“nem muito frio, nem muito quente”, repete toda a literatura), primavera eterna contra o “outono do mundo” (CHAUÍ, 2001, p. 37-38).

A despeito da possibilidade de que um olhar romantizado do Éden pudesse prevalecer; de outro, a dinâmica da expansão colonialista era mantida amiúde, dentro da razão e calcada na violência. Portugal, nesse contexto, entendia-se como o povo eleito por Deus para usufruir do Éden. “Ação divina, o descobrimento do Brasil desvendou aos portugueses a natureza paradisíaca que tanto os aproximariam do Paraíso terrestre, buscavam, assim, no acervo imaginário, os elementos de identificação da nova terra” (SOUZA, 2021, p. 51).

Dentro dessa empreitada, o imaginário cultural europeu foi inflado pelas impressões enviesadas sobre o Novo Mundo e as descobertas, vis a vis à expectativa da visão do Éden.

Sem ter como se defender desse espetáculo “pacificador”, os povos exóticos experimentaram a guerra a partir da “tensão entre o racional e o maravilhoso, entre o pensamento laico e religioso, entre o poder de Deus e o Diabo, ou seja, o embate entre o Bem e o Mal marcou as concepções diversas acerca do Novo Mundo” (SOUZA, 1993, p. 22).

Dessa maneira, nos séculos que antecederam e se seguiram ao “descobrimento” das Américas, a vida que se constituiu no Novo Mundo obedecia às regras do processo civilizatório impostas pelos ibéricos e que “pretendiam refazer o orbe em missão salvadora, cumprindo a tarefa suprema do homem branco e civilizado,

para isso destinado por Deus a juntar todos os homens numa só cristandade” (RIBEIRO, 2002, p. 39).

Guiados pelo imaginário cultural cristão, as incursões da colonização davam ao homem civilizado poderes para seguir em “guerra”. E, nessa condição, as atitudes que representavam a “evolução” humana interferiram na cultura e nos valores que guiavam sua (in) humanidade na busca constante pela conquista de territórios desconhecidos e pela riqueza, o que, por vezes, mantinha a estética acima da ética, fazendo prevalecer o ímpeto pelo novo, a corrupção e a inquisição como opção, para um povo que inspirava elucubrações demonológicas, como abordado por Souza (1993, p. 27).

Esta questão definia quem era digno ou não do “Paraíso”, isto é, de existir dentro das leis e religião estabelecidas no mundo ocidental, que coincidia com os esforços das conquistas, inicialmente, como afirma Gruzinski (2012, p. 479-480), se viam voltadas para as Índias, enquanto possibilidade de riqueza, o que, posteriormente, foram ampliadas com a expectativa de chegada aos novos continentes que representavam o Novo Mundo.

A sensação de poder e a possibilidade de salvar almas para alcançar um lugar melhor no “céu”, complementadas pelo desejo de enriquecimento a contar do domínio de outras terras, era um processo respaldado pelos representantes da Igreja, base para todas as investidas aos povos exóticos.

Dentro dessa ótica de descobertas e de empobrecimento ideológico dos povos conquistados, agora incrementados pela comunicação planetária, deixaram rastros atroz de destruição identitária nos continentes Americanos. E, mesmo não sendo possível resgatar tudo o que se perdeu no Brasil, por exemplo, a alma dos povos originários indígenas, africanos e outros que aqui se instalaram, contribuiu para a formação da nação brasileira.

Natureza exuberante, belezas infinitas, animais e aves coloridas, povo selvagem e acolhedor, como descrever esse Éden que, a despeito da gente estranha, à primeira vista parecia o paraíso terreal? Léry (1988), que esteve no Brasil a convite de Villegagnon em 1578, fez uma importante narrativa sobre os povos indígenas e a fauna e flora encontradas: “Senhor Deus, como tuas obras diversas são maravilhosas em todo o Universo! Como tudo fizeste com grande sabedoria! Em suma, a terra está cheia de tua magnificência” (LÉRY, 1988, p. 47).

A partir de narrativas como estas, entende-se ser compreensível que a descoberta do Novo Mundo suscitasse evocar o sentimento de oportunidade de riqueza e a recuperação do paraíso localizado no oriente longínquo.

O paraíso é aqui. “Como nos primeiros dias da Criação, tudo aqui era dom de Deus, não era obra do arador, do ceifador ou do moleiro” (HOLANDA, 2020b, p.13).

Aqui é certo que existiam “(...) gente boa e de boa simplicidade. E imprimir-se-á ligeiramente neles qualquer cunho, que lhes quiserem dar”, afirmava Caminha em sua carta a D. Manuel I, rei de Portugal afirmando ainda: “(...) E em tal maneira é graciosa que, querendo-a aproveitar, dar-se-á nela tudo, por bem das águas que tem”. (CAMINHA, 2021, p. 49).

É de Caminha (2021) identicamente a “sugestão” para que D. Manuel I considerasse, em primeiro lugar, no que diz respeito às terras e às riquezas brasileiras, salvar a sua gente. “Porém o melhor fruto, que nela se pode fazer, me parece que será salvar esta gente. E esta deve ser a principal semente que Vossa Alteza em ela deve lançar” (2021, p. 49).

Havia nas imagens traçadas o real encantamento, de certa forma recíproco, entre as nações indígenas e os primeiros navegantes que aqui chegavam. Um bom exemplo é a organização da primeira missa católica rezada no Brasil, como apresenta Gruzinski (2008, p.71) deixando clara a comoção de ambos, “para marcar sua participação distante numa cerimônia que parecia tão importante para os portugueses, os indígenas começaram a dançar, pular, tocar corneta”.

Essa impressão do bom selvagem, acolhedor e da terra paradisíaca, foi registrada por diferentes autores independentemente de, entre seus relatos, nem sempre haver um consenso sobre a representação do Novo Mundo (RODRIGUES, 2021). Toda a documentação que representa a história da terra Brasil versa sobre o paraíso e, identicamente, mas com menor prevalência, sobre o inferno.

As narrativas que destacavam o que era infernal, geralmente, reforçavam o pesadelo que desfaziam a oportunidade da vida boa na colônia e qualificavam os índios como bárbaros (GRUZINSKI, 2012, p. 232).

Se, no Brasil colonial, os homens eram vistos como selvagens, violentos e por isso tratados como inimigos; as mulheres, também selvagens, recebiam outro tipo de violência. Descritas por Caminha, na carta do descobrimento, como “(...) bem gentis, com cabelos muito pretos, compridos pelas espáduas, e suas vergonhas tão altas, tão cerradinhas e tão limpas das cabeleiras que de a muito bem olharmos, não tínhamos

nenhuma vergonha” (CAMINHA, 2021, p. 17); representavam um risco na colonização, “(...) os conquistadores encontraram no Brasil algo novo e diferente: mulheres a seus olhos amorais, sedutoras e acima de tudo disponíveis e nuas, com quem podiam pôr em prática suas fantasias sexuais sem maiores restrições” (GAMBINI, 2000, p. 132). Essa distorção dos fatos e as imagens estereotipadas das mulheres, somadas à edenização da natureza, à desconsideração dos homens – bárbaros, animais, demônios”, sustentavam a escravatura e a exploração desmedida da gente e da terra (SOUZA, 2021, p. 54).

Com essa dinâmica, documentou-se a fundação do Brasil. O primeiro documento foi expedido em 1454, a saber, a Bula Romanus Pontifex, quando o Santo Papa Nicolau V delibera sobre a expansão europeia. “Esse documento basilar assegurou ao rei e ao príncipe D. Henrique de Portugal o duplo direito de apropriar-se das terras africanas em que pusessem a pata, e de escravizar os negros que apressassem” (RIBEIRO, 1992, p. 16).

O segundo foi assinado em 1493, trata-se da Bula Inter Cetera, quando o Papa Borgia, Alexandre VI, definiu aos reis da Espanha: “(...) o direito de apropriar-se do Novo Mundo e de escravizar os povos nativos que encontrasse aqui, chamados índios, porque se supunha que fossem orientais” (RIBEIRO, 1992, p. 17).

O Tratado de Tordesilhas, terceiro documento, datado de 1494, impacta a divisão da exploração da América, em documento aprovado pelos Reis de Portugal, Espanha e pelo Papa. “Os portugueses ficaram com o Atlântico, inclusive o Brasil, que oficialmente nem fora descoberto. A Espanha ganha o resto, que seria o Pacífico, também por descobrir e as prodigiosas Índias, também por alcançar” (RIBEIRO, 1992, p. 17).

Documentado e aprovado, o destino Brasil foi cancelado em 22 de abril de 1500, quando oficialmente declarado colônia.

À exceção da gente, ou dos nativos, a natureza exuberante não foi suficiente para conduzir a colonização para além do desprezo frente à humanidade e mesmo à terra, que apesar de encantar a muitos dos que aqui chegavam, nunca os afastou do olhar do explorador.

Nesse paraíso, a “inferioridade” dos povos indígenas passou a ser vista com naturalidade pelos colonizadores que, propositadamente, face ao seguido insucesso das missões dos jesuítas, dizimavam as nações indígenas e extraíam da terra tudo quanto podiam – a começar pelo pau-brasil – e, pior, usando da ingenuidade, dos

saberes e da força do povo para tirar desses todas as informações necessárias para facilitar o “trabalho”.

De fato, a decisão pelo aproveitamento das riquezas e da gente forçada ao trabalho escravo imperou durante todo o período da descoberta e do Brasil colônia. Assim, em nome do imperialismo europeu, a vida do Novo Mundo foi paulatinamente transformada em um inferno, ao mesmo tempo em que o povo era diabolizado ou neutralizado nas narrativas dos navegantes.

O paraíso não é aqui! A imagem do Éden e do bom selvagem foi borrada pelos relatos dos navegantes visitantes, que transformavam o que era belo e bom em terra de ninguém.

A contar dessa época que se seguiu ao “descobrimento”, o país e seu povo parecem ter ocupado o imaginário cultural europeu dando origem às imagens e representações que fundam sua história de preconceito, terras paradisíacas e ao mesmo tempo inóspita; e nativos hospitaleiros e violentos, afinal, “quando irritados, os selvagens não se satisfazem apenas em ferir o agressor; chegam mesmo a ameaçá-lo de morte. São, contudo, muito serviçais, mesmo rudes como são, guiando um estrangeiro por cinquenta ou sessenta léguas” (THEVET, 1944, p. 184-185).

Gentes e terras contraditórias e estranhas aos olhares dos civilizados. Por certo, os indígenas eram odiados por muitos senhores de engenho, como Gabriel Soares de Souza, conhecido como Bahia, “por sua aversão às populações indígenas”. O português costumava afirmar, “(...) e como são tão esquivos inimigos de todo o gênero humano, não foi possível saber mais de sua vida e costumes” (SOUZA, 1587 *apud* RIBEIRO, 1992, p. 173).

Se para a coroa a expectativa era de mão de obra escrava e produtiva, a realidade era outra “(...) forçando aquela ‘indianidade’ inativa a viver um destino conforme a vontade de Deus e a natureza dos homens. O colono enriquecia e os trabalhadores se salvavam para a vida eterna” (RIBEIRO, 2002, p. 71).

De fato, havia dois projetos distintos ao longo da colonização no Brasil, a “antiutopia teológica”, que deixou marcas na sociedade; e a “mercantil”, capitaneada pelos representantes da coroa sedentos por recursos, como afirma Ribeiro (1992, p.25).

Céu ou inferno, sagrados ou profanos, deuses ou demônios, essas e outras questões firmadas na adversidade fundam a imagem que estigmatiza a terra e as nações indígenas e, posteriormente, os povos africanos e outros que aqui foram



aportados. Ao longo da história, esses contribuíram para o descontentamento do colonizador em voltas às dessemelhanças dos territórios e da gente, incluindo a luta pela autonomia dos mestiços brasileiros, como defende Souza: “Houve perplexidade ante as nuvens de insetos, as cobras enormes, o calor intenso; mas ante o canibalismo e a lassidão do indígena, a feitiçaria e a música ruidosa dos negros, (...), houve repúdio” (SOUZA, 2021b, p.47).

A sociedade brasileira se consolidou como a “união de milhões de gentes desconstruídas e mal vistas”, como descreve Ribeiro (1992). Está também no seu livro o relato de Léry (1578), que reforça o comportamento “inaceitável” dos nativos, para os valores europeus, “os homens inflados naturalmente pelo diabo não podem perdoar-se uns aos outros e eles bem o demonstram, revelando terem o coração mais falso e feroz que os próprios tigres” (1992, p. 167).

Com o passar dos primeiros séculos da colonização, os que sobreviveram ao massacre cultural ou biológico permaneceram representados enquanto selvagens canibais e violentos, portanto, sem salvação, e pior, sem entendimento. “Foram milhões de índios, de negros e de brancos, ontem escravos, hoje assalariados; já mais livres para imporem seu próprio projeto de nação” (RIBEIRO, 1992, p. 15).

Miscigenada, a nova gente herdava a mesma imagem dos povos originários, como no texto abaixo, de autoria do botânico Carlos Frederico Philippe von Martius que viajou pelo Brasil entre 1817 e 1820, deixando para a história vasta documentação: “A caça e os prazeres sensuais são os gozos que lhes compensam a solidão. (...) muitas vezes, a indolência e morosidade de seus pais indígenas, são (...), objeto de desprezo dos vizinhos (VON MARTIUS; SPRIX, 1820, p. 53).

Como complementa Ribeiro (1992), o estranhamento diante do que foi presenciado no Novo Mundo foi geral e contribuiu para essa percepção de imagem de um povo inferiorizado, quando, na verdade, o que se observava era um povo integrado à natureza e detentor de conhecimentos que encantavam alguns desde o princípio. Eles possuíam uma relação íntima com a natureza permitindo-lhes viver em harmonia (RIBEIRO, 1992, p. 23). Essa representação de contrastes entre a beleza da terra e suas intempéries, assim como a violência e sensualidade da sua gente hospitaleira e gentil ilustraram a literatura e os relatos, que versam entre o céu e o inferno na ilha de Santa Cruz.

Prevalece, desse modo, nos documentos de então a definição incontestável das belezas da terra e da incapacidade da gente encontrada, o que corrobora para o

conflito entre a terra abençoada e o povo abominável, portanto, passível de todo tipo de intervenção desumana, voltada para intolerância, violência ou salvação, mas no que diz respeito à “humanidade diversa, pintada de preto pelo escravo africano e de amarelo pelo indígena, venceu a diferença: infernalizou-se o mundo dos homens em proporções jamais sonhadas por toda a teratologia europeia” (SOUZA, 2021, p. 47).

Isto posto, Sergio Buarque de Holanda (2020), em *Visão do Paraíso*, afirmou que foi suscitado nos colonizadores todo tipo de desejo de exploração de riquezas e escravização dos povos indígenas. Um Brasil subjugado e colonizado desordenadamente, o que resultou numa sociedade marcadamente desigual, individualista e patrimonialista; já Laura de Mello e Souza (1993), em *Inferno no Atlântico*, discutiu aspectos voltados à complexa relação de violência entre europeus e nativos, analisando uma série de documentos da época para conhecer a percepção demonológica da gente justificando a colonização e a escravização. O que se vê, em ambos os casos, é a constituição progressiva de uma visão dicotômica do Brasil e sua gente.

Souza (1986) reforça que os invasores, temerosos do que pudessem encontrar no novo mundo, pareciam contaminados por um universo de narrativas fantasiosas que relatavam a presença de entidades demoníacas, que beiravam as fronteiras entre real – possível – e o imaginário cultural europeu de então. “Numa época em que o ouvir valia mais do que ver, os olhos enxergavam primeiro o que se ouvia dizer, tudo quanto se via era filtrado pelos relatos de viagens fantásticas, de terras longínquas, de homens monstruosos” (SOUZA, 1986, p.34).

As representações, imagens e narrativas do que se via, sempre a partir do enfoque do europeu colonizador, civilizado e exterior à sociedade existente, permitiam elencar dimensões que resumem a violência a que foi submetida a gente do Brasil a partir de “(...) um discurso cada vez mais racional e cada vez mais insano, frente à realidade do que sucedeu aos índios: esmagados e escravizados pelo colonizador, cego e surdo a razões que não fossem as do haver e do dever pecuniários” (RIBEIRO, 2002, p. 57-58).

Nesse universo, o imaginário cultural europeu que regeu a identidade da terra e da gente brasileiras, constituído nos anos que antecedem o achamento do Brasil, e que avançou até os primeiros séculos da colônia, ocorreu de forma subjetiva e objetiva. A primeira calcada num ideário de divinização da terra e da gente primitiva; a segunda, fundamentada no factual, que corresponde à chegada e instalação dos

colonizadores no Brasil, e a consequente diabolização de tudo o que aqui foi encontrado.

Avançando nos anos da “colonização”, Portugal criou as capitanias hereditárias por volta de 1535, que viria a ser mais um fracasso no processo colonizador e no poder instalado. “Cerca de dez anos depois de as capitanias terem sido criadas, as desordens internas, as lutas contra os nativos e a ameaçadora presença dos franceses acabaram provocando o colapso do sistema que o rei e seus conselheiros tinham optado por aplicar no Brasil” (BUENO, 1998, p. 15).

Na sequência, outro equívoco. Durante quase três séculos, a coroa manteve o Brasil fechado para estrangeiros, como comenta Bueno (1997, p. 97), com medo de que outros povos europeus se interessassem pelas riquezas brasileiras. Cientistas, estudiosos, viajantes, sábios e outros só puderam desembarcar no país a partir de 1808 com a abertura oficial do Brasil ao estrangeiro. No século XIX, a partir desta e de outras medidas, muitos eventos alteraram as relações entre Brasil e Portugal definitivamente. Em 1822, a proclamação da independência; em 1888, a abolição dos escravos; e em 1889, a república que pregava a igualdade para todo brasileiro – brancos, indígenas e negros – que acabavam de sair da escravidão, e que permaneciam esquecidos pela elite dominante, como traz Schwarcz (2012, p. 24).

Sobre cada questão, foram séculos de derramamento de sangue, violência e descaso, embora, nos livros de história, tudo tenha acontecido de forma branda, sem guerras. De fato, o que se desenhou neste século parece continuar aberto nos séculos que se seguem como a questão racial que permaneceu aberta na cultura e narrativas brasileiras, e incrementada pelos interesses do capital que ampliava a desigualdade impactando a lei da “oferta e da procura”, como mostrou Juremir Machado (2017, p. 89): “Disseminou-se a ideia de que os índios não eram dados ao trabalho, fugiam facilmente para as matas e não davam o retorno esperado. Se um índio valia 4\$000, um negro valia 10\$000”.

Sim, os povos originários, índios, dizimados; pretos escravizados e perseguidos; brancos portugueses, marcam a história de exploração dos povos originários, depois consagrada como a mistura das raças, que culminou com o “concurso”, desenvolvido pelo Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, em 1844, e que elegeu a melhor forma de se contar a história do Brasil – a mesma que aprendemos e repetimos na atualidade. “(...) Não é acidental o fato de a monarquia brasileira, recém-instalada, investir em uma simbologia tropical, que misturava

elementos das tradicionais monarquias europeias com indígenas, poucos, negros e muitas frutas coloridas” (SCHWARCZ, 2012, p. 35).

É fato que a redação não foi suficiente para resolver as questões raciais brasileiras ou o trabalho escravo, que seguiram dentro de sistemas de brutalidade e distanciamento das classes como atesta Ribeiro, sobre o povo, nação brasileiros: “(...) uma força de trabalho escrava, recrutada para servir a propósitos mercantis alheios a ela, através de processos tão violentos de ordenação e repressão que constituíram, de fato, um continuado genocídio e um etnocídio implacável” (RIBEIRO, 2002, p. 23).

É claro também que ao contrário do que traz a história, os grandes eventos no século XIX ocorreram sob a égide de violência e da estratificação social, tornando evidente a dominação da elite e a manutenção do subjugar o povo. Mesmo nesse período, índios continuaram a ser dizimados e negros chacinados, ainda considerados como primitivos ou inferiores (RIBEIRO, 2002, p. 25).

Somente a partir do século XX, os povos originários são reconhecidos como valores nacionais: “(...) foi nos anos 1930 que o mestiço se transformou definitivamente em ícone nacional, em um símbolo de nossa identidade cruzada no sangue, sincrética na cultura, isto é, no samba, na capoeira, no candomblé, na comida e no futebol” (SCHWARCZ, 2012, p. 37).

E embora uniformizados a partir da cultura de massas e da centralização do poder e da violência instaurada, a gente brasileira traz na alma a lembrança de seus ancestrais e, por isso, ainda guarda – apesar de tudo – a alegria e a hospitalidade que é a marca indelével do povo afeito à sensualidade e à ingenuidade daqueles que se integram à natureza da vida encantada e exuberante. Trazem também traços de guerreiros, daqueles que lutaram por suas crenças e honra. Sim, a paisagem e o cenário no qual estão inseridos certamente contribuem para que tenham se mantido assim, mesmo em face de todas as dificuldades enfrentadas, de um povo novo “(...) fundado num tipo renovado de escravismo e numa servidão continuada ao mercado mundo. Novo, inclusive, pela inverossímil alegria e espantosa vontade de felicidade, num povo tão sacrificado, que alenta e comove a todos os brasileiros” (RIBEIRO, 2002, p. 19).

Possivelmente, permanecerão a opressão e o distanciamento entre ricos e pobres que divide a nação e que tem na raiz a intolerância racial, a violência com que foram retratados os brasileiros, desde o início pelas elites dirigentes: “(...) primeiro

lusitanas, depois luso-brasileiras e, afinal, brasileiras, viveram sempre e vivem ainda sob o pavor pânico do alçamento das classes oprimidas” (RIBEIRO, 2002, p. 23-24).

O brasileiro surgiu, por fim, violentado em sua dignidade e separado de sua ancestralidade: “Ao contrário do que alega a historiografia oficial, nunca faltou aqui, até excedeu, o apelo à violência pela classe dominante como arma fundamental da construção da história” (RIBEIRO, 2002, p. 26).

Nesse contexto de desumanidade que perdurou nos últimos séculos, como afirma Schwarcz (2012, p. 39), o que se viu foi uma “conformação racial”, a partir da miscigenação dos povos, “para o bem e para o mal”. Como afirma Juremir Machado (2017, p. 67): “Parece quase impossível imaginar, no século XXI, que homens de lei possam ter defendido o direito de propriedade sobre seres humanos. O imaginário comporta o inimaginável”.

Por isso, dentro do imaginário popular, infortúnio ou valor nacional, a miscigenação ganhou luz na formação de estereótipos que tornaram natural a violência que acompanhava a nação e que continua a marcar a relação entre povo e classe dominante.

Face ao exposto, foram identificados os valores que nortearam o estigma da terra e os estereótipos da gente brasileira a partir de 1500. Isso foi possível graças a uma leitura atenta dos autores indicados no início do capítulo.

## **1.1 Brasil + Paisagem**

Sobre o tema da “paisagem exótica”, é possível observar o território brasileiro em duas perspectivas: a do paraíso e a do inferno. A visão paradisíaca, que prevaleceu sobre a infernal, está relacionada ao clima ameno, à abundância de riquezas naturais, às paisagens deslumbrantes, ao povo cordial e hospitaleiro, e ao potencial de exploração. Por outro lado, a visão negativa destaca as armadilhas do território, a rusticidade, a instabilidade climática, os insetos, os animais e os povos violentos, e as dificuldades de acesso, entre outras questões inaceitáveis para os civilizados.

Dessas duas visões, aquela que se destacou desde o início foi a perspectiva positiva, ou seja, a edenização da terra representada por paisagens vibrantes, com uma fauna e flora exuberantes e únicas, além da expectativa de exploração de recursos de toda ordem: “Tem um aspecto aprazível. As árvores estão sempre verdes.

(...) Naquela terra também existem algumas frutas de vegetação rasteira e arbórea, das quais homens e animais se alimentam” (STADEN, 1556 *apud* BUENO, 2020, p. 33).

## 1.2 Brasil + Gente

Para o tema Gente do Brasil, a tendência que se observou é da percepção de imagem divergente e antagônica. Esta variou em função dos interesses do observador e do momento do relato, levando em conta que não havia então uma visão clara sobre o que viria a ser “selvagem”: humano ou não humano, digno de salvação ou de destruição? Prevaleceu então a dúvida e a imagem cindida da gente que versava entre o bem e o mal. Nesse sentido, a imagem constituída se voltou para o exótico e para os aspectos estereotipados da gente miscigenada e, portanto, inferior. A gente exótica foi inicialmente relacionada à hospitalidade do povo inocente e indolente, seguidas das representações de violência e sensualidade, que se relacionavam com a indolência, a musicalidade e sexualidade, tudo visto de forma estranha e crítica. Estas foram aparentemente repassadas para os povos africanos escravizados e para os demais que chegavam para formar a nação e a gente, herdeiros dessa imagem distorcida e equivocada. Sobre a hospitalidade fica claro a surpresa dos invasores, frente à mansidão, à curiosidade e à confiança com que os indígenas se apresentavam. O imaginário da violência e crueldade, presente na descrição dos povos originários, destacava o canibalismo como a pior característica. Com relação à sensualidade, encontrou-se nos textos a ênfase à forma como os índios se relacionavam com o sexo, sem hora, nem lugar. Foram também salientadas a beleza e a disponibilidade das mulheres – primeiro das indígenas, depois das pretas -, vistas como insaciáveis e donas de corpos bem feitos e acessíveis.

Essa imagem como num degrade de representações condenáveis recebia críticas que não refletiam a complexidade da população, deixando de lado aspectos fundamentais da cultura existente: “O espanto europeu na América tropical foi a indianidade, essa outra humanidade canibal e gentil que, longe dos mundos de então, se fizera a si mesma com o só propósito de existir apreciando a vida” (RIBEIRO, 1992, p. 23).

Essas narrativas com base em imaginários contraditórios circundam a representação dos ameríndios: imagens fantasiosas, contaminadas desde o início pelo pensamento colonial europeu e embasada em rastros do arcaico e do exótico,

condenavam a terra e a gente do Brasil a repetir os papéis que lhes foram imaginados. Aprisionados nos estereótipos do “(...) violento, do hospitaleiro inocente, do sensual”; e na representação da terra enquanto paisagem, ambos exóticos e selvagens, foram paulatinamente dizimados “(...) entrei nos Ilhéus fui a pé dar em uma aldeia que estava sete léguas da vila” “(...) dei na aldeia e a destruí e matei todos os que quiseram resistir” (SÁ, 1570 *apud* RIBEIRO, 1992, p. 29); e seguem, aparentemente desempenhando o mesmo papel que inviabilizam o resgate do que foi original.

## **CAPÍTULO II**

### **IMAGEM DA TERRA E DA GENTE BRASILEIRAS A PARTIR DO GOOGLE IMAGES**

Dando sequência na constituição do corpus deste estudo, voltado para passado, com base nas narrativas dos "descobridores" que deixaram como herança para a representação do Brasil a imagem cindida entre diabolização e sacralização, esta pesquisa se iniciou no contexto contemporâneo, utilizando a mídia digital como fonte de investigação e comparação. O objetivo foi compreender se o conceito de exótico ou selvagem, associado à terra e a gente, ainda estavam presentes no imaginário popular atual, com foco no fenômeno comunicacional do turismo, no formato de estereótipos.

Para explorar a percepção da terra e da gente brasileiras, o *Google Images*<sup>9</sup> foi escolhido como campo etnográfico, tornando-se um ponto de partida relevante, considerando que mais de 5 bilhões de pessoas têm acesso à internet atualmente e que o *Google* é o site mais visitado do mundo. Essa ferramenta, de fato, funciona como uma espécie de praça pública virtual, onde milhões de pessoas buscam e visualizam imagens diariamente, contribuindo para a construção do imaginário popular em relação a diversos temas.

Além disso, *Google Images*, enquanto repositório virtual de imagens que simbolizam valores e crenças de determinados indivíduos ou grupos sociais, se configura como um canal midiático que permite acessar e compartilhar imagens do presente e do passado, consolidando-se como uma plataforma global de difusão. Utilizando algoritmos para organizar os resultados das buscas de milhões de usuários, possibilita rastrear, indexar e ranquear as imagens disponíveis na internet com base em estatísticas e análise de palavras-chave. Essa dinâmica reflete a construção coletiva de milhares de sujeitos ao redor do mundo. No entanto, é importante ressaltar que pode também resultar em distorções ou até mesmo na propagação de imagens preconceituosas e *fake news*, por exemplo, devido aos filtros utilizados pelo algoritmo.

Ao acessar e compartilhar imagens nas redes sociais, o indivíduo atualiza e comunica valores e crenças, o que pode influenciar na construção de identidades coletivas. Embora seja evidente que o algoritmo de recomendação do *Google Images*

---

<sup>9</sup> *Google by Google*. Disponível em: <https://about.google/>. Acesso em: 7 nov.2022.



sugestione ou inspire a disseminação de valores ao apresentar sugestões de imagens semelhantes, o que pode contribuir para a formação de uma bolha<sup>10</sup> que reforça e amplia a percepção de mundo de um grupo específico, optou-se por manter essa plataforma como parte constituinte do corpus deste estudo. Assim, apesar das possíveis limitações e vieses presentes na plataforma, a escolha foi embasada na capacidade do *Google Images* em fornecer acesso rápido e fácil a um amplo acervo de imagens na internet, relevante para a pesquisa em questão.

*Google Images*, indiscutivelmente, ocupa papel importante na cultura contemporânea, pois permite que imagens sejam revividas e compartilhadas em larga escala. Nesse contexto, sua contribuição para a compreensão da cultura visual contemporânea, incluindo estereótipos e estigmas vigentes, é relevante a partir do momento em que tudo se torna rastreável na plataforma.

Por conseguinte, observou-se diferentes conjuntos de imagens, e as mais representativas dão o norte do que se quer compreender sobre a formação da imagem da nação, enquanto destino turístico, delineada e atualizada digitalmente.

Desta feita, visando comparar os achados do passado e o que está manifestado no ambiente midiático no presente sobre a imagem da terra e da gente brasileiras, observou-se em primeiro lugar a publicidade institucional do Ministério do Turismo para avaliação e definição dos temas sequenciais, isto é, Rio de Janeiro, seguido por buscas de imagens na ferramenta, dos anos de 2022 e 2023, para os termos: hospitalidade, praia, carioca, favela, violência e Favela tour, como segue no decorrer deste capítulo. Essas buscas totalizaram uma amostra de 2.223 imagens analisadas.

## **2.1 Ministério do Turismo, Publicidade Institucional**

Para melhor entendimento da imagem projetada do Brasil, foram selecionadas inicialmente 12 peças publicitárias, veiculadas pelo Ministério do Turismo brasileiro, nos anos 2021 e 2022 (ver anexo 2), direcionadas para os públicos doméstico e internacional, como as que seguem:

---

<sup>10</sup> PARISER, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Conceito discutido pelo autor que coloca em pauta como os algoritmos personalizados usados por empresas de tecnologia como o Google e o Facebook podem criar uma "bolha" de informações que limitam a exposição dos usuários a pontos de vista divergentes e, portanto, reforçando suas próprias crenças e opiniões.

Figura 2 - Campanhas Publicitárias do Ministério do Turismo 2021, para o público doméstico



Fonte: Ministério do Turismo (2021)

Dispostas no *Google Images* e no site do Ministério, as campanhas nacionais acima têm como chamada “Viaje pelo Brasil, Gigante pela própria Natureza”<sup>11</sup>, “Sua Viagem está bem perto de acontecer” e “Brasil é muito mais do que tu imaginas”. Compostas por recortes de imagens de natureza com destaque para fauna, flora e atividades de lazer e cozinha regional, as peças trazem narrativas que reforçam na publicidade a edenização da terra que a todos abraça, ao tempo que fazem um convite a possibilidades de turismo seguro e consciente, viabilizado por acolhimento hospitaleiro e cordial. Nas imagens, turistas aproveitam da aventura, do relaxamento e da liberdade, sugerida por paisagens deslumbrantes.

O texto de uma das peças vai ao encontro da imagem publicitária: “Explore as paisagens de um dos países com mais belezas naturais do mundo: o seu. O Brasil tem sempre um destino incrível perto de você”.

O lançamento<sup>12</sup> da campanha publicitária noticiado no site do Ministério destacou a natureza e as paisagens lindas do Brasil e a importância de estar em contato com ela para se divertir, relaxar e se reconectar.

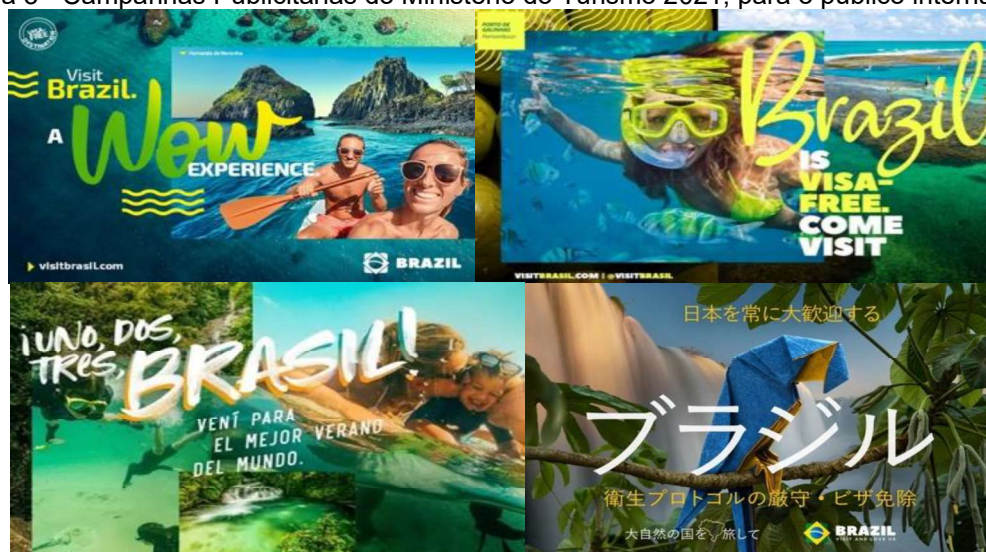
Para o público internacional, peças como as que podem ser vistas abaixo e que têm como ilustração paisagens de natureza reiteram as possibilidades de encontrar

<sup>11</sup> Turismo em Natureza. Publicado em: 14 jun.2021. Viaje pelo Brasil. Gigante pela própria natureza. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/campanhas/natureza>. Acesso em: 3 out.2022.

<sup>12</sup> Turismo de Natureza. Publicado em: 14 jun.2021. Viaje pelo Brasil. Gigante pela própria natureza. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/campanhas/natureza>. Acesso em: 3 out.2022.

no Brasil diferentes atividades de lazer e entretenimento, ambientadas em destinos naturais com ecossistemas variados.

Figura 3 - Campanhas Publicitárias do Ministério do Turismo 2021, para o público internacional



Fonte: Ministério do Turismo (2021)

Com destaque para “Visit Brazil, A wow experience<sup>13</sup>” ou, “¡Uno, dos, tres, Brasil!. Vení para el mejor verano del mundo<sup>14</sup>”, ou “Brazil is visa-free. come visit”<sup>15</sup>, as campanhas para o público internacional são um convite à experiência e ao entretenimento, que dispensam textos de apoio e se embasam nos títulos e nas imagens “inesquecíveis”, além de trazerem turistas em atividades prazerosas apontando para um país hospitaleiro e de gente feliz, que valoriza o meio e os que aqui chegam. A notícia divulgada no site do Ministério sobre a campanha para o Japão, por exemplo, reforça os pontos que traduzem o posicionamento que se quer encontrar para o Brasil / natureza: “Com o conceito<sup>16</sup> “O Japão é sempre bem-vindo no Brasil”, o foco da comunicação foi promover os destinos de ecoturismo no país.<sup>17</sup>

Assim a representação da gente do Brasil, como outros aspectos da cultura nacional, aparece implícitos: se a terra é boa, a gente é mais hospitaleira. Nas imagens agrupadas, estados brasileiros como Pernambuco, Mato Grosso, Goiás, Amazonas, Rio de Janeiro, entre outros, compõem as peças impressas e também

<sup>13</sup> Visit Brasil. A wow Experience. maio 2022. Disponível em: <https://embratur.com.br/2022/05/24/visit-brasil-a-wow-experience/>. Acesso em: 3 out.2022.

<sup>14</sup> ¡Uno, dos, tres, Brasil!. jan. 2022. Ministério do Turismo. Disponível em: <https://embratur.com.br/2022/01/07/uno-dos-tres-brasil/>. Acesso em: 3 out.2022.

<sup>15</sup> Brazil is visa-free. come visit. Visitbrasil.com. Porto de Galinhas, Pernambuco. Disponível em: <https://embratur.com.br/2022/01/02/brazil-is-visa-free-come-visit/>. Acesso em: 3 out.2022.

<sup>16</sup> O Japão é sempre bem-vindo no Brasil. Disponível em: <https://embratur.com.br/2021/08/20/o-japao-e-sempre-bem-vindo-no-brasil/>. Acesso em: 3 out.2022.

<sup>17</sup> Acesse: [www.thecountryofnature.com](http://www.thecountryofnature.com).

eletrônicas, bem como aquelas voltadas para as páginas do Ministério do Turismo na mídia social.<sup>18</sup>

Dentro desse universo proposto para divulgação do país, enquanto destino, Brasil com “s” ou “z” são utilizados, respectivamente, pelo Ministério do Turismo para o público doméstico e internacional, sem alteração no conteúdo que mantém chamadas similares para um e outro público. A publicidade do Ministério aponta para a manutenção da imagem do Brasil de natureza exótica e selvagem, um lugar de paisagens magníficas e paradisíacas. Nessa publicidade, a gente do Brasil permanece invisibilizada, dando espaço para o turista.

## **2.2 Google Images**

Após a observação das peças, iniciou-se a pesquisa na plataforma *Google Images* para uma sequência de termos associados à terra e a gente observadas à luz do fenômeno comunicacional do turismo. Nessa sequência, de imagens digitalizadas e recortadas na ferramenta, encontrou-se de forma clara o conceito do exótico, aplicado para terra e gente, apontando para a continuidade do preconceito, que segue sob investigação neste estudo.

A análise dessas imagens contribuiu ainda para o entendimento do vínculo que mantém ativos estereótipos herdados a partir das narrativas e imagens que descrevem o “descobrimento” e os períodos de colonização e pós, traçadas por europeus. Os conjuntos de imagens são os que seguem e foram constituídos em função dos achados no conjunto imediatamente anterior para conhecer os potenciais elos entre passado e presente. Assim, partimos do Brasil como destino turístico e seguimos para o Rio de Janeiro, de forma a aprofundar a visão da cidade maravilhosa; depois para a hospitalidade da sua gente; para a descontração do carioca; a sensualidade; a favela; a violência; e por fim, para a Favela tour, lugar onde o Brasil é também representado. Os conjuntos pesquisados são os que seguem:

1. *Brasil + Turismo*
2. *Brazil + Tourism*
3. *Rio de Janeiro*
  - a. *Hospitalidade+Rio de Janeiro*

---

<sup>18</sup> Ministério do Turismo, Governo Federal. Páginas visitadas: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/campanhas/natureza> ; <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/campanhas/natureza> ; <https://www.instagram.com/embraturbrasil/> ; <https://www.thecountryofnature.com/>.

- b. *Praia+carioca*
- c. *Favela+Rio de Janeiro*
- d. *Violência+Rio de Janeiro*
- e. *Favela tour+Rio de Janeiro*

Prosseguindo com o levantamento de imagens, definiu-se como os primeiros conjuntos os termos que seguem: conjunto 1. *Brasil + Turismo*; e conjunto 2. *Brazil + Tourism*. A proposta neste momento da pesquisa foi encontrar possíveis diferenças entre a visão interna e externa sobre a representação do Brasil e sua gente, o que não aconteceu. Os resultados dos quadros são semelhantes.

### 2.3 Brasil + Turismo

Para o conjunto *Brasil + Turismo*, do total de 322 imagens analisadas (ver anexo 3) foram descartadas 112, representadas por gráficos, mosaicos, capas de livros, charges etc. Permaneceram para esse conjunto, o total de 210 imagens válidas, como amostra. Destas, os Estados brasileiros foram representados como segue: Alagoas 3%, Amazonas 1%, Bahia 13%, Ceará 4%, Distrito Federal 0%, Espírito Santo 2%, Goiás 1%, Maranhão 1%, Mato Grosso do Sul 4%, Minas Gerais 2%, Pará 0%, Paraíba 0%, Paraná 10%, Pernambuco 11%, Rio de Janeiro 33%, Rio Grande do Norte 3%, Santa Catarina 1%, São Paulo 3%, Tocantins 0%.

Face ao exposto, Rio de Janeiro se distancia dos demais estados da Federação com 33% das imagens, o que representa 3 vezes o segundo estado mais popular, ou seja, Pernambuco, com 11%. Independentemente do Estado que representam, paisagens são contempladas em 90% da amostra, e do total destas, praias representam 30%. A imagem do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, que traz estampada a hospitalidade brasileira, aparece em 14% do total das imagens analisadas. Turistas em atividades de lazer aparecem em 27% dos resultados. Moradores nesse conjunto, repetindo a publicidade institucional, permanecem invisíveis na mídia ou aparecem como imagem de fundo, na praia lotada, por exemplo.

Abaixo foram selecionadas duas imagens do conjunto analisado, representativas: a primeira Rio de Janeiro, cartão postal, com o Cristo Redentor em primeiro plano e toda a beleza da cidade em meio à natureza. A segunda, uma imagem de praia com turistas passeando no calçadão, num dia ensolarado.



Figura 4 - Google Images, Brasil + turismo



Fonte: Google Images (2023)<sup>19</sup>

## 2.4 Brazil + Tourism

Para o conjunto de imagens localizadas, *Brazil + Tourism*, do total de 308 imagens (ver anexo 4) foram descartadas 66 que não se aplicavam ao estudo – painéis, mapas, mosaicos, charges etc. Os resultados das 242 imagens válidas foram compilados como segue: Alagoas 2%, Amazonas 0%, Bahia 7%, Ceará 2%, Distrito Federal 0%, Mato Grosso 1%, Mato Grosso do Sul 1%, Minas Gerais 1%, Para 1%, Paraná 1%, Pernambuco 5%, Rio de Janeiro 65%, Rio Grande do Norte 1%, Rio Grande do Sul 0%, Santa Catarina 2%, e São Paulo com 3%.

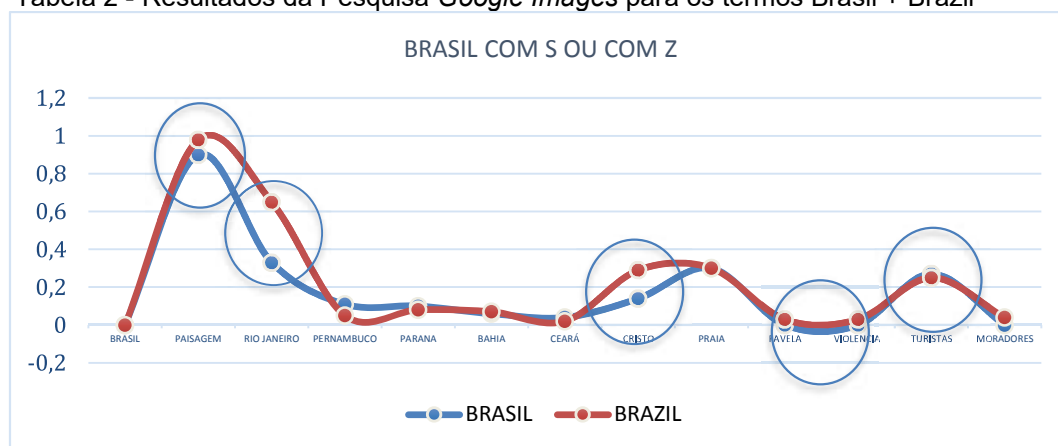
Nesse conjunto, não há como negar, a imagem do Rio de Janeiro se sobrepõe à imagem do Brasil, neste caso, com 65% das imagens coletadas. Das imagens do Rio de Janeiro, destaca-se o Cristo Redentor que representa 29% da amostra. Outros monumentos do Brasil, como pontes, cataratas, rios, lagoas, montanhas etc. somam 38% das imagens. Do total das imagens sobre o Brasil, paisagens e praias juntas somam o total de 98%, das quais 25% trazem turistas. Nativos aparecem em 4% das imagens, e Carnaval aparece em 2% delas.

Abaixo duas imagens que representam esse conjunto: a primeira com o Cristo soberano com a cidade do Rio de Janeiro a seus pés. E a segunda, turista fotografando o Pão de Açúcar em meio à natureza que envolve a cidade.

<sup>19</sup> Foto 1: Turismo e negócio sério? Não tanto no Brasil. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/19/02/2023/artigos/turismo-e-negocio-serio-nao-tanto-no-brasil/?cn-reloaded=1>. Foto 2: Brasil registra maior gasto de turistas estrangeiros desde 2016. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-10/brasil-registra-maior-gasto-de-turistas-estrangeiros-desde-2016>. Acesso em: 29 maio.2023.

Figura 5 - *Google Images*, Brazil + tourismFonte: *Google Images* (2023)<sup>20</sup>

Em ambos os recortes, paisagem e Rio de Janeiro se destacam, e o nativo visualmente não é mais foco nas imagens.

Tabela 2 - Resultados da Pesquisa *Google Images* para os termos Brasil + Brazil

Fonte: Elaborado pela autora

Ainda sobre as paisagens, na porcentagem de 33% e 65%, respectivamente, para os conjuntos 1 e 2, a paisagem carioca ou o Rio de Janeiro se sobrepõe à imagem de paisagem de natureza do Brasil, distanciando-se fortemente dos demais estados da Federação. Das imagens encontradas sobre o Rio de Janeiro, o Cristo Redentor representa respectivamente para o conjunto 1 e 2, 14% e 29%, o que remete à representação de um Brasil religioso, e por que não dizer abençoado e hospitaleiro, de gente sempre pronta a acolher o estrangeiro, uma nação de gente alegre e descontraída, integrada à natureza. Ainda um destaque, a análise fica por conta da presença de turistas e do apagamento dos nativos invisibilizados na mídia.

<sup>20</sup> Foto 3: Tourism in Brazil. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism\\_in\\_Brazil](https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Brazil). Foto 4: Unwto Official visit to Brazil. Disponível em <https://www.unwto.org/news/unwto-official-visit-to-brazil-to-support-sustainable-recovery-of-tourism>. Acesso em: 29 maio.2023.

Para o conjunto *Brazil + Tourism*, um alerta. Nesse Brasil onde tudo é natureza, beleza e gente boa, se sobressai a imagem de “favela” já nos primeiros registros: 3% das imagens da amostra referem-se à “favela”. De fato, as maiores favelas do Brasil e os relatos de violência encontram-se no Rio de Janeiro.

Tendo em vista os resultados até este ponto, o Brasil paradisíaco que se destaca na mídia e já com uma ponta de contraste que chama para a desigualdade, as imagens recortadas parecem confundir o internauta, ao não colocar fronteiras entre o que é Brasil ou Rio de Janeiro, principalmente para o público internacional.

Eleito como o melhor destino para turismo de aventura em 2022, pelo *US NEWS*<sup>21</sup>, o Brasil ganha evidência global pelo tamanho do seu continente e pelos ecossistemas que o turista encontra pelo país. Segundo o relatório *Travel & Tourism Development Index, 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future*<sup>22</sup>: “*The América’s leads the world Natural Resources, with Mexico leading the region in this pillar*”. Sim, o continente americano tem visibilidade pela paisagem de natureza, e o Brasil, por si só, alcança segundo lugar, comprovando que, em conjunto com outros países da região, o Brasil tem na “natureza paradisíaca” uma grande contribuição para ocupar as primeiras posições neste ranking.

Assim como o Brasil é valorizado na mídia internacional, enquanto destino turístico, o Rio de Janeiro, que representa o Brasil, conforme resultados acima, é percebido como uma das paisagens mais lindas do mundo. De fato, o Rio de Janeiro é também o principal destino turístico do país para o público doméstico, segundo a plataforma KAYAK no Brasil<sup>23</sup>, e para o público internacional, segundo a plataforma Booking.com<sup>24</sup> e Trivago<sup>25</sup>, entre outras. Eleito de forma recorrente como um dos melhores destinos do mundo, é conhecido por suas praias incríveis, morros,

---

<sup>21</sup> US NEWS, Ranking. Best countries, adventure. Disponível em:

<https://www.usnews.com/news/best-countries/rankings/adventure>. Acesso em: 29 set.2022.

<sup>22</sup> Fórum Econômico Mundial. Relatório Travel & Tourism Development Index, 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Disponível em:

[https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_Tourism\\_Development\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf). Acesso em: 12 jan.2023.

<sup>23</sup> CNN BRASIL. Especialista detalha quais os destinos mais procurados por brasileiros. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/especialista-detalha-quais-sao-os-destinos-mais-procurados-pelos-brasileiros/>. Acesso em: 9 jan. 2023.

<sup>24</sup> Rio é o destino mais procurado por estrangeiros para o Reveillon. Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2022/12/rio-e-destino-brasileiro-mais-procurado-por-estrangeiros-para-reveillon\\_193776.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2022/12/rio-e-destino-brasileiro-mais-procurado-por-estrangeiros-para-reveillon_193776.html). Acesso em: 9 jan. 2023.

<sup>25</sup> Trivago. O título de “Cidade Maravilhosa” não é para menos. O Rio de Janeiro (RJ) ocupa o 1º lugar da lista. Belas praias, cachoeiras e uma cultura voltada ao ar livre fazem parte dos grandes atrativos da capital carioca. Disponível em: <https://magazine.trivago.com.br/melhores-destinos-ferias-brasil/>. Acesso em: 9 jan. 2023.



monumentos e uma vida cultural “agitada”. Isso sem falar do Carnaval, do futebol e também das belas mulheres, representadas desde sempre pela eterna “Garota de Ipanema”. O Rio de Janeiro recebe, segundo a plataforma Passagens Promo<sup>26</sup>, 2 milhões de estrangeiros, e cerca de 5 milhões de brasileiros por ano.

Cidade única, vibrante, que encanta os visitantes, o Rio de Janeiro é representado por belezas naturais, pela diversidade cultural, pela hospitalidade do “carioca”, pela descontração do modo de vida, das festas e eventos.

A cidade maravilhosa carrega ainda outros títulos não tão animadores. É reconhecida por suas favelas que se somam à paisagem, e também pelos altos índices de violência policial e narcotráfico. O Rio de Janeiro, segundo dados do Relatório da Rede de Observatórios da Segurança Pública<sup>27</sup>, é o estado com mais mortes em ação policial no Brasil. E ainda segundo a ONG, Casa Fluminense<sup>28</sup>, caracteriza-se como uma das cidades mais desiguais do mundo, que se soma a outras cidades brasileiras em situação similar.

Segundo IBGE<sup>29</sup> (2020), a desigualdade no país se consolida por mais de cinco milhões de domicílios instalados em aglomerados subnormais “conhecidos como favelas, grotas, palafitas, mocambo, entre outros”, presentes em todo o território nacional. De modo geral, as favelas apresentam crescimento desordenado e sem planejamento, transformando o que era provisório desde sua fundação em comunidades complexas que abrigam a vida comunitária, a miséria e a violência num mesmo lugar. Dos barracos às casas de alvenaria, do barro ao asfalto, tudo se mistura para formar a paisagem.

No âmbito de viagem para destinos exóticos, pacotes turísticos intitulados Favela tour encontram-se como produtos da indústria cultural e de turismo, em

---

<sup>26</sup> Qual a cidade que mais recebe turistas no Brasil. Publicado em: 26 fev.2021. Disponível em: [https://www.passagenspromo.com.br/blog/turismo-no-brasil/#Qual\\_a\\_cidade\\_que\\_mais\\_recebe\\_turistas\\_no\\_Brasil](https://www.passagenspromo.com.br/blog/turismo-no-brasil/#Qual_a_cidade_que_mais_recebe_turistas_no_Brasil). Acesso em: 9 jan. 2023.

<sup>27</sup> Estudo em sete estados indica a polícia do RJ como a que mais mata e mais morre. Publicado no Portal G1, 6-out-22. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/10/06/estudo-em-sete-estados-indica-a-policia-do-rj-como-a-que-mais-mata-e-mais-morre.ghtml>. Acesso em: 12 jan.2023.

<sup>28</sup> Mapa da Desigualdade. Disponível em: <https://casafluminense.org.br/mapa-da-desigualdade/>. Acesso em: 9 jan.2023.

<sup>29</sup> BARROS, A. Agência IBGE. Publicado em: 19 maio.2020. [...] A Rocinha, no Rio, é o maior aglomerado subnormal do país, com 25.742 domicílios. Completam o grupo a comunidade do Sol Nascente, no Distrito Federal, com 25.441 casas; Rio das Pedras, também no Rio, com 22.509; e Paraisópolis, em São Paulo, com 19.262 domicílios em aglomerados subnormais. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27728-quase-dois-tercos-das-favelas-estao-a-menos-de-dois-quilometros-de-hospitais>. Acesso em: 5 out.2020.

diferentes plataformas de reservas nacionais e internacionais, como a TripAdvisor<sup>30</sup>. Ademais do turismo, as favelas do Rio de Janeiro, como Favela tour para Santa Tereza e Rocinha, maior favela do Brasil, com 25,7 mil domicílios e cerca de 70 mil habitantes, segundo dados do IBGE, fazem da cidade foco de notícias nos principais jornais do Brasil e do mundo.

## 2.5 Rio de Janeiro, *Google Images*

Para ampliar o entendimento da imagem da terra e da gente brasileiras, e, em função da sobreposição da imagem destas, sobre a cidade do Rio de Janeiro, optou-se pela continuidade da pesquisa a partir da busca de novos termos vinculados à cidade, dentro da plataforma *Google Images*.

Visando conhecer como o imaginário popular descreve o Rio, suas paisagens e sua gente, selecionou-se os seguintes termos que apresentam os contrastes da cidade maravilhosa, projetados nas imagens estereotipadas contemporâneas da terra e da gente brasileiras: Rio de Janeiro, hospitalidade, praia, carioca, favela, violência e, por fim, Favela tour – lugar onde o encontro entre o “civilizado” e o “selvagem” teimam em acontecer. Estes contemplam as características do exótico que remetem para o encantamento e estranhamento em paralelo à história e imagem do Brasil que, narrada pelos “descobridores”, constituiu a representação da natureza exuberante e da formação de uma gente única que povoa um dos principais destinos turísticos do mundo.

Segundo dados do Relatório Anual do *World Travel & Tourism Council* (WTTC), o Brasil, em 2021, ocupou o 11º lugar<sup>31</sup> como maior mercado do setor e, mais recentemente, foi eleito o melhor destino para turismo de aventura, o que contrasta com as manchetes de violência em que também é notícia.

Para aprofundar na representação do destino Rio de Janeiro, foram levantadas no *Google Images* 302 imagens da cidade, das quais foram descartadas 56 que

---

<sup>30</sup> Pacotes para Favelas cariocas disponíveis na plataforma TripAdvisor: Favela da Rocinha; Favela Santa Marta Tour; Favela Walking Tour; Favela Top Tour; Favela Santa Marta Tour; Excursão pela Favela; Favela Adventures; Abraço Carioca – Favela Hostel; Favela Tour Rio de Janeiro – Tour a pé pelo Vidigal by Russo Guia; Museu da Favela; Isabel Erdmann – Favela Cantagalo Tour; Pousada Favela Cantagalo, Favela Connection; Favela Hype; Be a Local Tours; etc. Disponível em: <https://encurtador.com.br/hvCP5>. Acesso em: 8 nov.2020.

<sup>31</sup> Brasil sobe duas posições no ranking mundial de contribuição do turismo em 2021, set-22. Disponível em: <https://encurtador.com.br/yFRY1>. Acesso em: 22 dez.2022.

estavam fora do escopo da pesquisa – painéis, mapas, capas de livro, notícias etc. O total de imagens válidas, desse modo, ficou em 246 imagens (ver anexo 5).

Os resultados encontrados na amostra destacam a paisagem de natureza, em 96% do total das imagens válidas. Estas continuam a representar o Rio de Janeiro como um cartão postal. Desse total, 28% das imagens retratam o monumento do Cristo, no topo do morro do Corcovado, que chamam para a hospitalidade carioca e também para a religiosidade do povo; 28% trazem estampado o Pão de Açúcar, monumento natural composto por dois morros, Pão de Açúcar e Urca, ligados por um bondinho que encanta os turistas; e 24% imagens de Praia – que estão circundadas pela natureza exuberante do Rio e por corpos esculturais que ressaltam a vida descontraída daqueles que tem um estilo de vida menos convencional. Ainda nesse composto, a imagem das Favelas aparece em 8% dos resultados da análise, reforçando o contraste e a desigualdade que se repete em todo o território nacional. Imagens do Carnaval, em 1%, turistas também marcam presença em 12% das imagens, em atividades de lazer; e moradores ou nativos, em 8% das imagens em atividades do cotidiano. Para representar o Rio de Janeiro, escolhemos abaixo três imagens, a saber: Cristo, com a cidade e as favelas a seus pés; Favela enquanto paisagem que gera curiosidade por seus barracos coloridos, com o pôr do sol ao fundo; e a Praia, sempre cheia, abrigando cariocas e turistas em trajes de banho e em atividades de lazer.

Figura 6 – Google Images, para o termo Rio de Janeiro



Fonte: Google Images (2023)<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Foto 1: Trip Advisor. Disponível em: [https://www.tripadvisor.es/AttractionProductReview-g303506-d12152822-Skip\\_the\\_Line\\_Christ\\_the\\_Redeemer\\_Admission\\_Ticket-de\\_Janeiro\\_State\\_of\\_Rio\\_de\\_.html](https://www.tripadvisor.es/AttractionProductReview-g303506-d12152822-Skip_the_Line_Christ_the_Redeemer_Admission_Ticket-de_Janeiro_State_of_Rio_de_.html). Foto 2: 7 Favelas para visitar no Rio de Janeiro. Disponível em: <https://4flyrj.com.br/artigo/7-favelas-para-visitar-no-rio-de-janeiro/>. Foto 3: The ultimate Rio de Janeiro itinerary. Disponível em <https://www.lauratheexplorer.co.nz/blog/ultimate-rio-de-janeiro-itinerary-best-things-to-to>. Foto 4: Rio de Janeiro Travel Guide. Disponível em: <https://www.travelandleisure.com/travel-guide/rio-de-janeiro>. Acesso em: 29 maio.2023.

## 2.6 Hospitalidade + Rio de Janeiro, *Google Images*

A imagem do Cristo de braços abertos que remete para a gente hospitaleira do Brasil, na imagem do carioca, é um destaque encontrado e que faz sentido, levando em conta as características que acompanham o brasileiro desde sua formação. Nesse sentido, a continuidade do estudo aponta agora para novo conjunto com os termos – *Hospitalidade + Rio de Janeiro*.

Para este conjunto foram encontradas 75 imagens (ver anexo 6). Destas foram descartadas 48 (capas de livros, eventos, hotéis, executivos de empresas, desenhos etc). Ou seja, ficamos com 36% da amostra de imagens válidas, ou 27 imagens. Deste total 81% são de paisagens. Cristo representa 52% do total; turistas que se encantam com a hospitalidade brasileira 37%. 4% são voltados à imagem de favela, repetindo o que se viu até aqui. Moradores aparecem em 7% do total e 4% são imagens de carnaval. Destacamos a seguir duas imagens que representam a amostra. A primeira uma vista aérea da favela com fundo para paisagem de natureza do Rio de Janeiro. A segunda com turistas no Cristo Redentor – fotografando a paisagem carioca, com fundo para Pão de Açúcar.

Figura 7 – *Google Images*, para o termo Hospitalidade + Rio de Janeiro



Fonte: *Google Images* (2023)<sup>33</sup>

Mais uma vez, a imagem de favela presente mantém a ideia da desigualdade. Ou seja, depois das paisagens e praias, o termo / imagem “favela” dentro desta análise é o de grande visibilidade, no conjunto de imagens que representam Rio de Janeiro, e hospitalidade. De fato, nessas representações “favela” aparece também como

<sup>33</sup> Foto 1. A cultura da hospitalidade. Disponível em: <https://poesiseconomiacriativa.com.br/a-cultura-da-hospitalidade/>. Foto 2: 95% dos estrangeiros voltariam ao Brasil pela hospitalidade. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2015/11/95-dos-estrangeiros-voltariam-ao-brasil-pela-hospitalidade.html>. Acesso em: 29 abr.2023.

cenário, ou seja, como uma paisagem incrustada no morro, na maioria das vezes em que se torna visível.

## **2.7 Praia + carioca, *Google Images***

Ainda para continuidade da pesquisa, e levando em conta que praias na composição de paisagens paradisíacas têm relevância na construção da imagem de paisagem da cidade, elencamos os termos Praia+carioca para entender melhor como o cenário se apresenta e como o “carioca” aparece inserido nesse contexto. Assim, para este conjunto foram recortadas 302 imagens veiculadas pelo *Google Images* (ver anexo 7). Dessas foram descartadas 50 imagens, isto é, 17% da amostra: textos, propaganda, revistas etc., e consideradas 252, ou 83% do total, como imagens válidas.

Desse total, chama a atenção a representação de homens de sunga e mulheres de biquíni – todos em ótima forma física, em atividades na areia ou no mar. Estas significam, respectivamente, 12% e 39% das imagens válidas, ou seja, na somatória, 50% do total. É verdade que as mulheres aparecem três vezes mais que os homens, mas o fato curioso nesse resultado é que desse total, ou seja, as imagens masculinas e femininas são compostas por atores, atrizes, modelos ou esportistas em atividades diversas, geralmente acompanhadas de chamadas do tipo: exibe sua boa forma, seu corpão etc. Pode-se inferir a partir daqui que a gente invisibilizada na mídia tem sua imagem de beleza e sensualidade projetadas nesses atores, visto que permanecem invisíveis.

Além dessa representação dos “cariocas”, imagens de praias lotadas, vistas aéreas, areia, calçadão, esportes, shows e quiosques fazem um conjunto de 81 imagens, ou seja, 32% da amostra. A análise das imagens traz ainda situações que contrastam com a beleza e apontam para a desigualdade e a violência na cidade linda, projetada por arrastões, prisões na areia que juntos representam 2% da amostra. Turistas são clicados em 19% da amostra. Abaixo, duas imagens que representam esse conjunto, a primeira com banhistas ao sol com destaque para o “corpão quase nu” das banhistas em contraste com o ambulante no fundo. A segunda, a praia enquanto paisagem com uma cena comum no Rio, grupo de jovens jogando futebol na areia.

Figura 8 - Google Images, para os termos Praia + carioca



Fonte: Google Images (2023)<sup>34</sup>

## 2.8 Favela + Rio de Janeiro, Google Images

Visando aumentar o conhecimento sobre a imagem projetada da terra e da gente brasileira, sobretudo a partir do Rio de Janeiro, o aprofundamento da representação de favelas é relevante, à medida que aponta para a desigualdade que não se pode esconder, afinal, as favelas incrustadas nos morros fazem parte da paisagem carioca.

As imagens encontradas totalizaram 300, das quais 28 foram descartadas por se tratarem de gráficos, mapas etc., restando 272 válidas para a pesquisa (ver anexo 8). Destas, 100% estampam barracos coloridos que formam uma paisagem diferente, sendo que 70% são de imagens aéreas ou distanciadas, e 30% com vista aproximada dos barracos.

Das imagens aéreas, 13% têm vista para o mar, e 17% têm os barracos integrados aos morros. A somatória destas duas situações, visão do mar ou da natureza, totaliza 32% do total das imagens, que representam as favelas como parte da paisagem de natureza.

As imagens aproximadas que trazem moradores correspondem a 40% delas, em situação de rotina, que permite uma visão – mesmo que reduzida – dos barracos e da pobreza da vida na comunidade; turistas são flagrados em atividades de visita / conhecimento, em 10% do total; e ações policiais representam 2% das imagens, e 1% narcotráfico. Essas se destacam em meio à paisagem e saltam aos olhos porque, em

<sup>34</sup> Foto 1: Covid-19, Carioca vai à praia. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/brasil/covid-19-carioca-vai-a-praia-apesar-de-decreto-proibir-aglomeracoes-1.2311077>. Foto 2: Carioca poderá ir à praia e tomar banho de mar fazendo reserva em aplicativo. Disponível em: <https://avozdaserra.com.br/noticias/carioca-podera-ir-praia-e-tomar-banho-de-mar-fazendo-reserva-por-aplicativo>. Acesso em: 13 mar.2023.



meio à imagem de “beleza e hospitalidade”, a violência se faz presente e interfere na qualidade de vida da comunidade. Para este conjunto, selecionou-se quatro imagens representativas, a saber: favela enquanto paisagem incrustada nos morros com fundo para o mar; a segunda moradores – crianças – em atividades de rotina sob a observação de policial; a terceira com uma turista que imita o Cristo como que a abraçar a cidade; e a quarta traz a paisagem dos barracos ao fundo, e no primeiro plano está o policial armado em alerta.

Figura 9 - Google Images para o termo *favela + Rio de Janeiro*



Fonte: Google Images (2022)<sup>35</sup>

Até este ponto, as imagens analisadas representam a paisagem de natureza que remonta ao Brasil e à sua diversidade. Em geral, é importante salientar que mesmo os barracos são retratados na forma de cenário / cartão postal, o que oculta sua gente, a miséria, a alegria, a violência e tudo o que compõe a vida na comunidade.

<sup>35</sup> Foto 1: Defensoria do RJ promove a partir deste fim de semana curso voltado para população das favelas. Disponível em: <https://www.brasildefatorj.com.br/2023/05/10/defensoria-do-rj-promove-a-partir-deste-fim-de-semana-curso-voltado-para-populacao-das-favelas>. Foto 2: Violência policial causa problemas de saúde mental em moradores de favelas no Rio. Disponível em: <https://averdade.org.br/2021/09/violencia-policial-causa-problemas-na-saude-mental-em-moradores-de-favelas-do-rio/>. Foto 3: Favela Tour Rio de Janeiro. Disponível em: <https://outraspalavras.net/crise-civilizatoria/policias-guerra-sem-fim-contra-os-que-nao-cabem/>. Foto 4: Polícias: guerra sem fim contra os que não cabem. Disponível em <https://outraspalavras.net/crise-civilizatoria/policias-guerra-sem-fim-contra-os-que-nao-cabem/>. Acesso em: 22 mar.2023.

Estas, quando aparentes, representam 7% do total da amostra. Como nos quadros anteriores, turistas representam 4% do total.

Levando em conta os contrastes da miséria e da vida em comunidade, e ainda, do que se quer ver ou invisibilizar da vida nas favelas, as ações policiais parecem trazer à tona a questão da violência e de outra visão da cidade que, para além da natureza e da hospitalidade, inclui preconceito e intolerância. Nesse cenário, na sequência deste estudo, optou-se por analisar um novo conjunto de imagens que inclui os termos *Rio de Janeiro + violência* para, a partir daí, compreender se os estereótipos e a visão do exótico permanecem ativos nos imaginários contemporâneos.

## **2.9 Violência + Rio de Janeiro, *Google Images***

Para esta etapa, foram reunidas 310 imagens do *Google Images*, para os termos “Violência + Rio de Janeiro”, das quais foram descartadas 131, por se tratarem de gráficos, capas de livros, mapas, charges e outros. (ver anexo 9).

Desse total de imagens válidas, ou seja, 179, a violência está representada por ações policiais ou da milícia, essas imagens estão estampadas em 83% da amostra. Moradores aparecem em 51% do total das imagens da amostra. Desses, 44% revelam-se em meio às ações da força de segurança ou da polícia, e 8% apresentam policiais armados perto de crianças e adultos, como se tudo fosse mais que natural. Do total das amostras que trazem as ações policiais, 8% se referem a protestos de moradores contra essa mesma força de segurança ou força policial, em intervenção na comunidade.

Listou-se, a seguir, algumas das frases presentes nos cartazes carregados por moradores nesses atos: “Parem de nos matar; O Rio quer paz e pede socorro; Queremos paz! #Justiça; Seu machismo mata!!! Violência não mais; As mães negras não aguentam mais chorar; Vidas negras e faveladas importam; A favela quer viver”.

Ou seja, as imagens recortadas do *Google Images* apontam para a violência sofrida pela população preta, em especial jovens, principais alvos das ações policiais. E não do povo violento, imagem que se quer ligar ao brasileiro, desde os tempos do descobrimento e colonização.

O Rio de Janeiro convive diariamente com uma presença complexa e constante dos milicianos e policiais nas comunidades, visando à “segurança” dos moradores,



isto é, o controle dos serviços públicos; a redução de atividades ilegais, como tráfico de drogas, venda de serviços de forma ilegal; entre outras. Essa intervenção que se tornou permanente nas favelas cariocas faz moradores conviverem com uma guerra diária em meio a um cenário de miséria e pânico.

Remontando ao passado, essas situações, registradas na plataforma, parecem reproduzir as atrocidades sofridas pelos povos originários durante a invasão. Isto é, para além da paisagem, o povo exótico, agora na pele do morador das favelas cariocas, continua a sofrer todo tipo de violência por parte da classe dominante – seja o colonizador, o governo, a milícia ou a polícia. Homens, mulheres e crianças reféns da situação que inclui representantes do narcotráfico e da força policial, e que nutrem os estereótipos que mantêm vivos os valores -coloniais.

Nesse contexto, o cenário da violência vinculada às questões raciais e à intolerância compõe as imagens em vistas aéreas da favela, enquanto paisagem e lugar de expedições exploratórias ou dos Favela tours. Ou seja, nas vistas aéreas da favela a gente desaparece. Na vista aproximada dos barracos a força de segurança é a todo tempo flagrada em ação em meio a gente, que continua como pano de fundo, quase invisível.

A seguir, selecionou-se algumas imagens como representação desse conjunto: a primeira com imagem de intervenção de agentes do Estado nas favelas cariocas; a segunda, com ato de protesto que repudia a militarização das favelas; e a terceira, retratando ações e operações das Forças de Segurança em meio a moradores e ao confronto com narcotráfico.

Figura 10 - Google Images para o termo Violência + Rio de Janeiro



Fonte: Google Images (2022)<sup>36</sup>

<sup>36</sup> Foto 1: GORTÁZAR, Naiara Galarraga. Mortes em operações policiais aumentam no Brasil, apesar da quarentena. El País. São Paulo, 2 jun.2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-06-02/mortes-em-operacoes-policiais-aumentam-no-brasil-apesar-da-quarentena.html>. Acesso em: 14 jan.2023. Foto 2: Auto de resistência: herança da ditadura militar nas favelas do Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.brasildefatorj.com.br/2019/10/19/auto-de-resistencia-heranca-da-ditadura-militar-nas-favelas-do-rio-de-janeiro> Acesso em: 30 abr.2023. Foto 3: Em 10 anos, dinheiro para segurança no Rio de Janeiro dobrou: por que a violência aumentou?

## 2.10 Favela tour + Rio de Janeiro

Fechando o levantamento de imagens que representam a terra e a gente brasileiras, o tema Favela tour parece extremamente apropriado por abranger a vida de contrastes na qual vivem os cariocas em meio à desigualdade e à superexposição proposta por visitantes / turistas que vão para visitar as belezas da região e que experimentam também o lado exótico, a partir do turismo mais ou menos étnico. Essa parece ser uma tônica em outros estados da Federação que abraçam o turismo de aventura, como uma possibilidade de entretenimento, lazer ou aventura e que desperta a curiosidade do estrangeiro.

Ao que tudo indica, a indústria cultural do turismo se consolidou ao redor do globo como sonho de consumo de “descobertas” em destinos paradisíacos e inexplorados. Dentro desse, iniciativas como Favela tour, que explora a miséria e a desigualdade, tornam-se atrativos ao redor do planeta. Este não é um produto nacional, como falado anteriormente. O mesmo modelo se repete em outros países subdesenvolvidos levando os “civilizados” a observarem os “selvagens” como nas exposições de humanos. Há inclusive um hotel na África do Sul<sup>37</sup> que simulou a construção de uma favela de lata para que o hóspede 5 estrelas possa experimentar a vida na comunidade sem sujar os sapatos, ou melhor, com todo o conforto de um resort de luxo em meio à savana.

Iniciativas como esta – que abraçam o turismo que se diz étnico – continua a expor os nativos / moradores como no século XIX. Anunciadas como atrações seguras, aguçam o olhar dos turistas que querem experimentar o diferente em aventuras perigosas com o objetivo de viver uma experiência “educativa”, do tipo, “veja como eu era feliz e não sabia”, que inclui visita guiada com transporte, alimentação, conforto e total segurança.

Isso posto, para entender o imaginário popular presente no *Google Images* sobre Favela tour no Rio de Janeiro – Brasil –, foram selecionadas 304 imagens, dos termos Favela tour + Rio de Janeiro. Dessas, 29 foram descartadas (ver anexo 10), consolidando-se como imagens válidas, 275. Desse total, em 100% das imagens estão presentes paisagens de natureza e dos barracos em vistas aéreas ou

---

<sup>37</sup> MAIA, S.H.V.M.; PINA, Juliana Ayres; SILVA, Maurício Ribeiro da. Emoya Luxury Hotel and Spa, na África do Sul, Favela de Lata: O Turismo de Luxo e as Paisagens. Mídiaéticas da África do Sul que Acionam Regimes de Invisibilidade Étnica. Disponível em: <https://encurtador.com.br/blwU3>. Acesso em: 12 jun.2023.

aproximadas. 2% trazem imagens do Cristo. Em 28% deste total são também retratados turistas aproveitando o Favela tour. Dessas, 3% são de imagens desses mesmos turistas circulando pela favela em jipes, como em um safari africano. Outros 4% deste total trazem moradores em atividades do dia a dia.

As imagens da miséria, dos moradores, do narcotráfico e da violência parecem camufladas nesses tours e também no imaginário popular, que com um olhar romântico enxergam a favela como paisagem naturalizada nos morros. Mais uma vez, a cisão entre paisagem e gente se consolida nos meios de comunicação, alimentando os valores coloniais arcaicos e mantendo tudo como deveria estar.

Trazemos algumas imagens selecionadas e que são representativas do conjunto. A primeira uma vista aérea que transforma favela em paisagem misturando barracos à natureza. A segunda com turistas em um mirante, fotografando os barracos, e ao fundo imagem de natureza. A terceira registra turistas em jipes circulando pela favela com seus guias e em “segurança” como numa expedição ou safari. A quarta apresenta um recorte da vida na favela com moradores em atividades do cotidiano, distantes dos turistas.

Figura 11 - Google Images para o termo Favela Tour + Rio de Janeiro

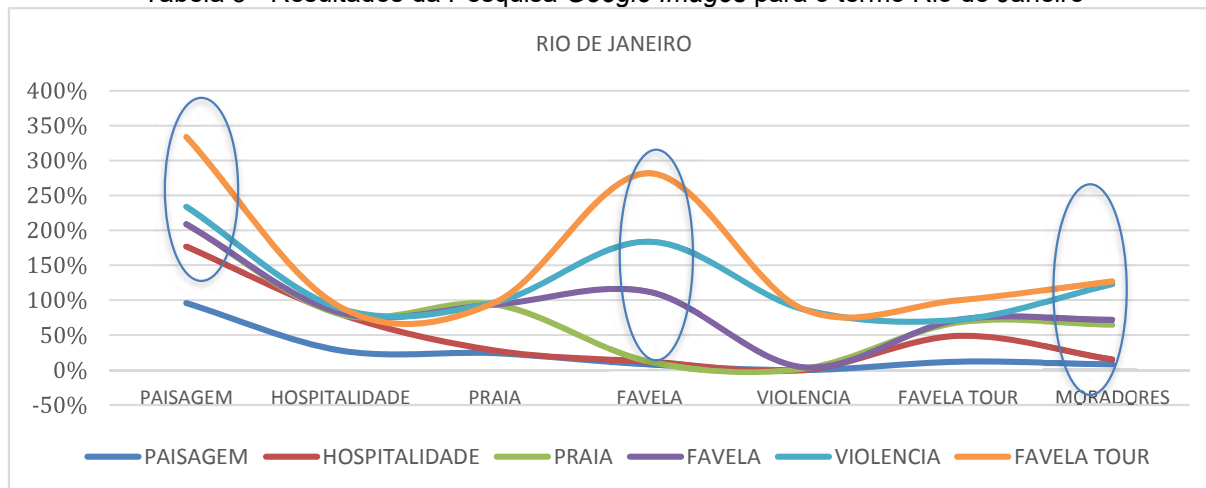


Fonte: Google Images (2022)<sup>38</sup>

<sup>38</sup> Foto 1: Desativado. Favela Tour na Rocinha. Experiência Social. Disponível em: <https://c2rio.rezdy.com/305944/favela-tour-na-rocinha-experiencia-social-local>. Foto 2: No Rio comunidade atrai viajante. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2013/01/31/no-rio-comunidade-atrai-viajante.ghtml>. Foto 3: Favela tour. Disponível em:

Para encerrar este capítulo, inserimos um gráfico resumo que demonstra o imaginário popular presente na plataforma sobre a cidade maravilhosa.

Tabela 3 - Resultados da Pesquisa *Google Images* para o termo Rio de Janeiro



O destaque aparece claro para a paisagem que se confunde com a imagem da favela. A paisagem sempre paradisíaca coloca Rio de Janeiro enquanto destino turístico exótico e de aventura de forma global. E nesse mesmo contexto, o turismo vem com uma “pegada” étnica, mas que se consolida como aventura, ou turismo de pobreza, também se faz presente a partir do destaque para os Favela tours, que aparecem ladeados pela paisagem maravilhosa e pela gente hospitaleira e violenta invisibilizadas. Como no quadro ilustrativo das imagens que pesquisamos sobre Brasil com s ou z, e ainda, com base na publicidade oficial do Ministério do Turismo, os moradores não são destaque ao longo destes temas e aparecem quando a questão é, por exemplo, violência, nas manchetes de jornais ou em outros veículos de comunicação.

Ao longo desse levantamento, foram encontradas várias cenas das ações policiais deixando claro que a intervenção do Estado parece repetir a ação sofrida pelos povos originários empreendida pelos colonizadores.

Outras imagens também remontam ao estereótipo traçado pelos navegantes quando encontraram as gentes nuas nas praias, ou agora, na atualidade, com as imagens de cariocas nas praias lotadas. Gente que não trabalha e que sob o sol

parece ainda mais sensual, repetindo os estereótipos aferidos aos povos originários. A sensualidade sempre presente aponta para a primeira imagem posta por Caminha, 1500.

Interessante salientar que embora os moradores ou nativos tenham sido invisibilizados no *Google Images*, estes aparecem em raros momentos com cenas do cotidiano na Favela ou Favela tour e, em grande número, nas praias cariocas, não como protagonistas, mas como parte da paisagem. Na areia embaixo de guarda-sóis coloridos, ou em imagem de fundo com nascer ou pôr do sol, permanecem anônimos na pesquisa. Esquecidos da mídia, são representados por atores, atrizes, modelos e esportistas distantes do seu cotidiano, distantes da realidade e, mais uma vez, apartados da terra – que parece não lhes pertencer. Até aqui, os nativos não ganham espaço fora das manchetes de jornais, das novelas, dos musicais, ou seja, dos espetáculos, que destacam a violência, a miséria e outras questões do cotidiano, que também são reais e parte do destino.

A seguir, para melhor entendimento do leitor sobre a visão da pesquisadora, foram incluídos mosaicos<sup>39</sup> de imagens, base da pesquisa na plataforma *Google Images*, levando em conta as primeiras páginas acessadas e que se repetem nas amostras, como se pode ver nos anexos.

Assim, consolida-se nos conjuntos de imagens que se apresentam na sequência, um recorte da amostra com um breve balanço do que se viu até aqui, referendado pela publicidade do Ministério do Turismo. BRASIL + TURISMO e BRAZIL + TOURISM reforçando a sobreposição da imagem da cidade do Rio de Janeiro sobre a imagem do Brasil, como apresentado anteriormente. A imagem do RIO DE JANEIRO refletindo a paisagem paradisíaca com destaque para o Cristo, sempre de braços abertos – chamando para a HOSPITALIDADE, também característica da gente invisibilizada nessa mídia. A PRAIA + CARIOCA, como uma tentativa de encontrar a gente – que mais uma vez – permaneceu no anonimato, dando espaço para modelos, atores, atrizes, como se estes primeiros não fossem dignos de representação. A FAVELA, lugar de gente, comunidade, alegria, violência, miséria, falta, representada por cenários, ou melhor, paisagens repletas de barracos coloridos, numa visão quase romântica da desigualdade. A VIOLÊNCIA, que chama para a submissão do povo, refém dos representantes do PODER, desde sempre

---

<sup>39</sup> Mosaico de imagens. As planilhas tabuladas, completas com todas as imagens da amostra *Google Images* elencadas neste capítulo encontram-se nos links que compõem os anexos, no final do texto.

desconsiderando o preto, o índio e o pobre. E, por fim, o espetáculo, representado pela FAVELA TOUR, que roda como um safari para as pessoas em busca de aventura ou da necessidade de se sentir CIVILIZADAMENTE SUPERIOR.







Figura 13 - Mosaico de imagens, Brasil + Turismo

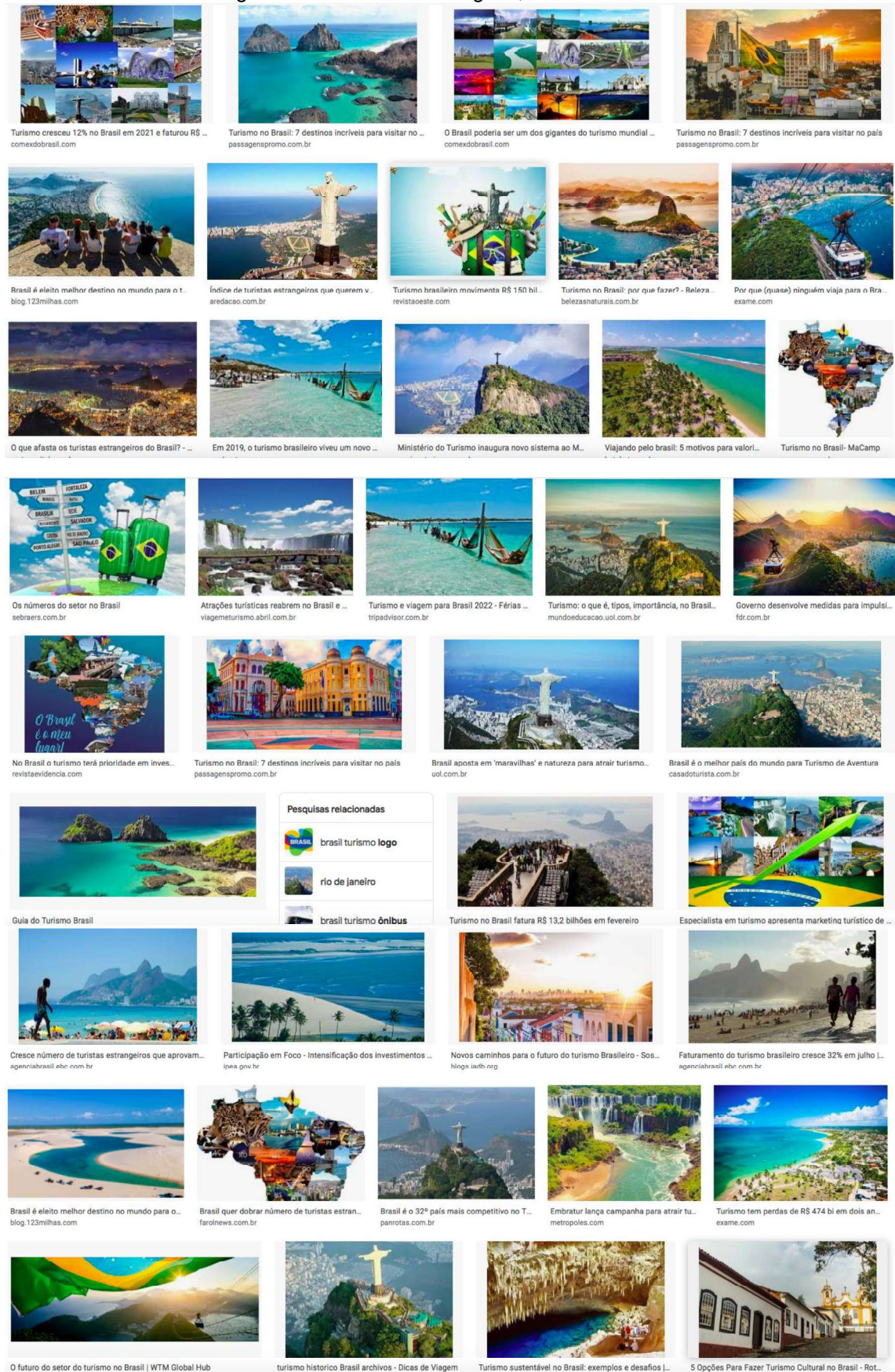




Figura 14 - Mosaico de imagens, Brazil + Tourism

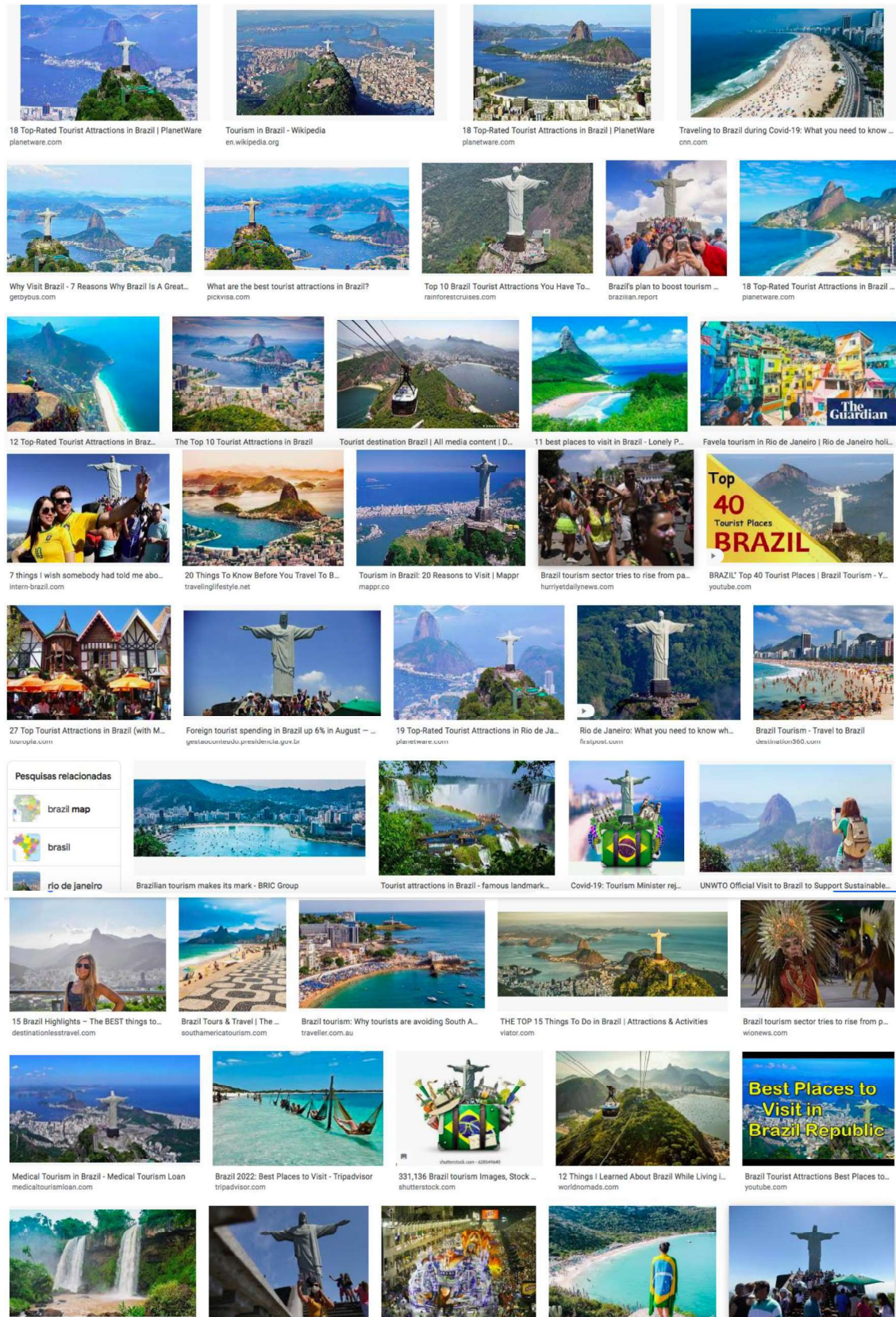




Figura 15 - Mosaico de imagens, Rio de Janeiro

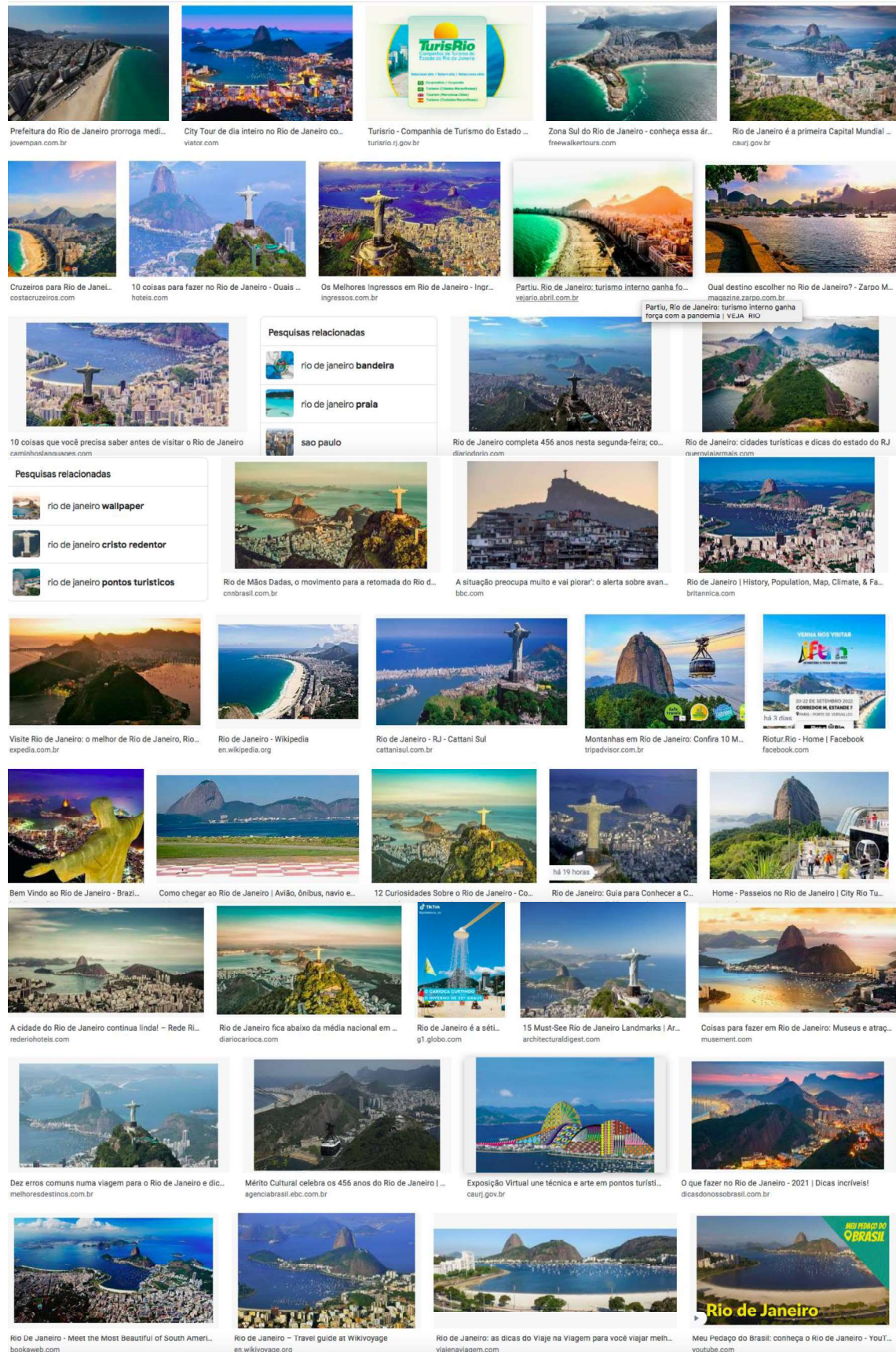




Figura 16 - Mosaico de imagens, Hospitalidade + Rio de Janeiro

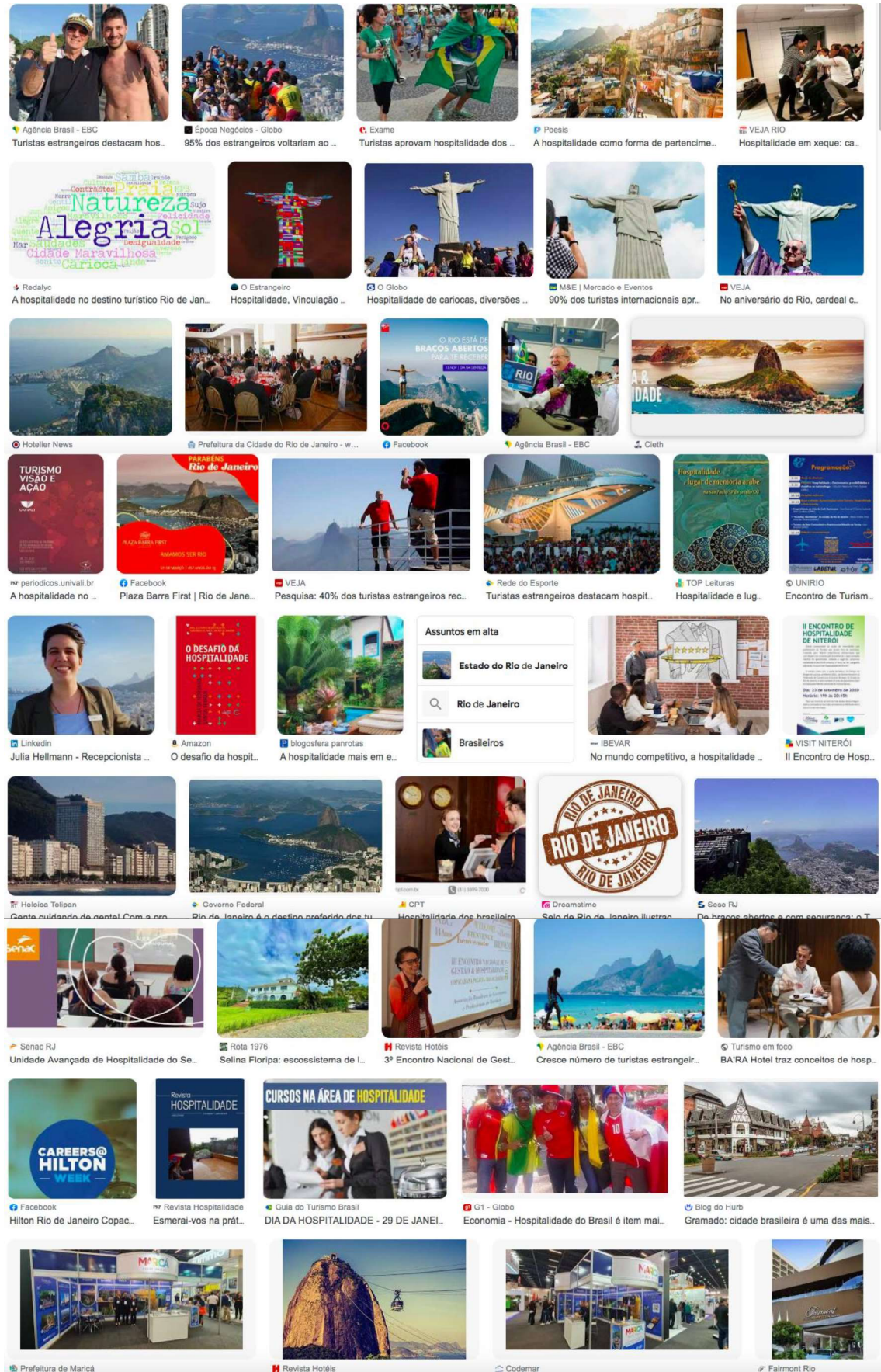




Figura 17 - Mosaico de imagens, Praia + Carioca

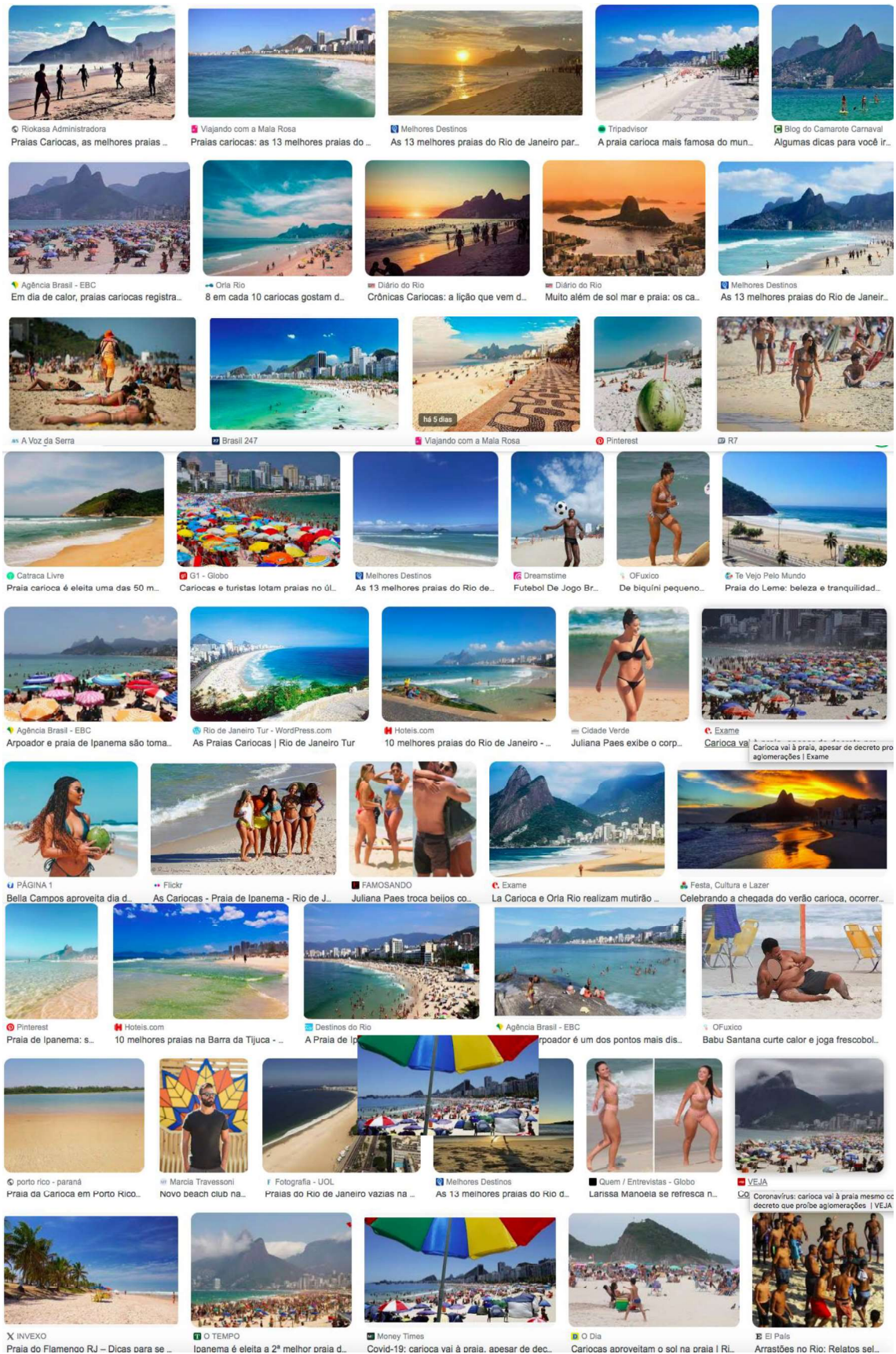




Figura 18 - Mosaico de imagens, Favela + Rio de Janeiro

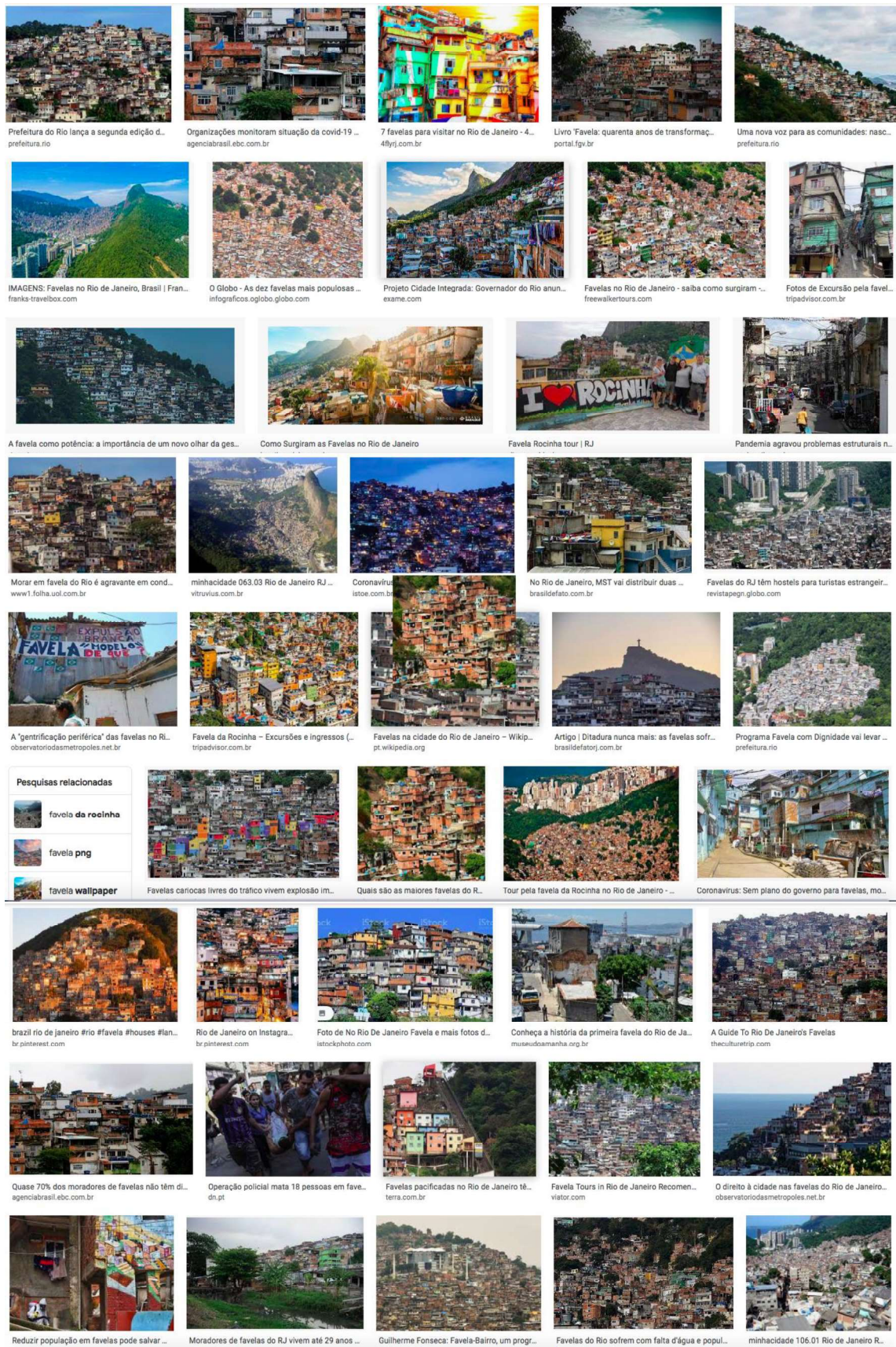




Figura 19 - Mosaico de imagens, Rio de Janeiro + Violência

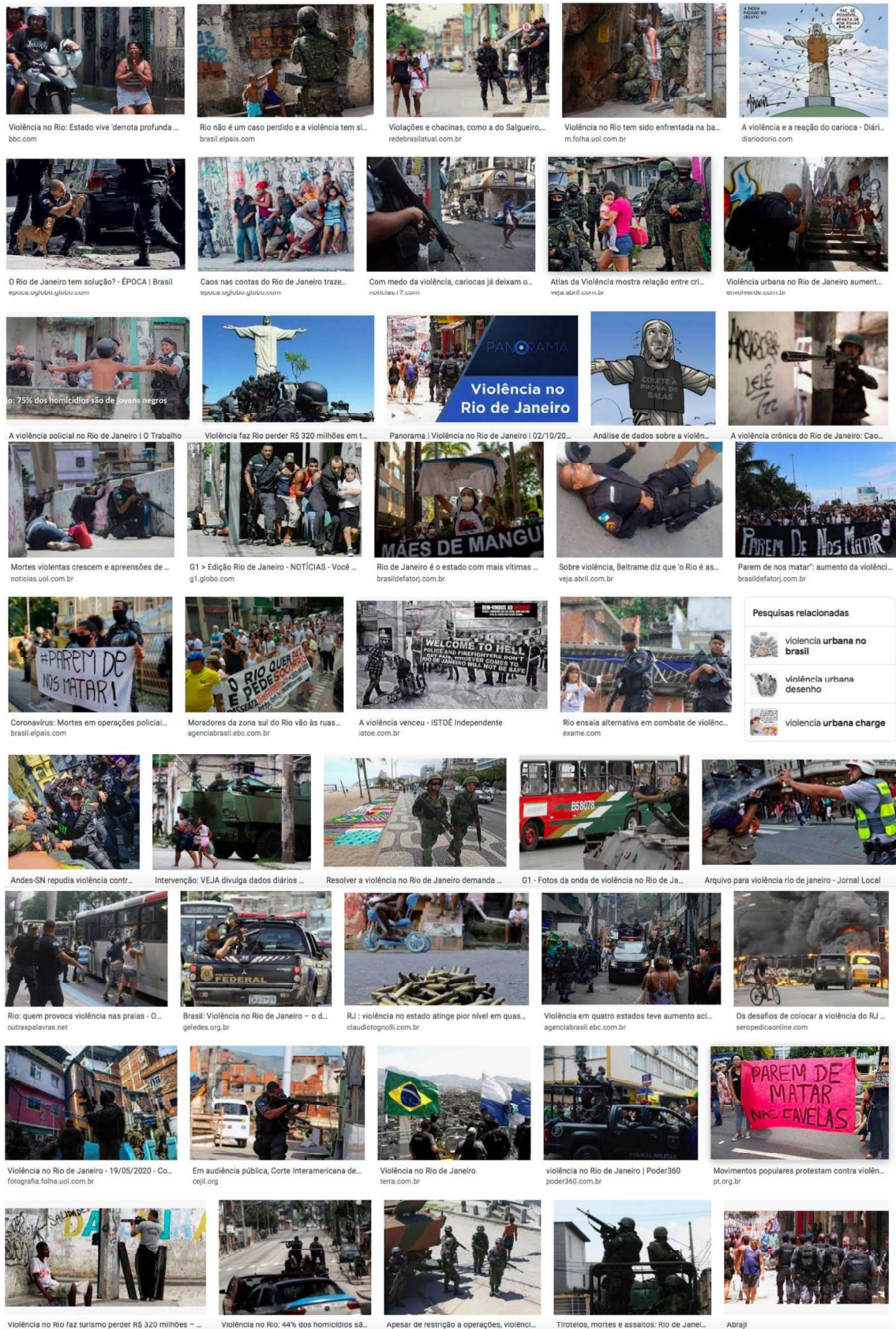
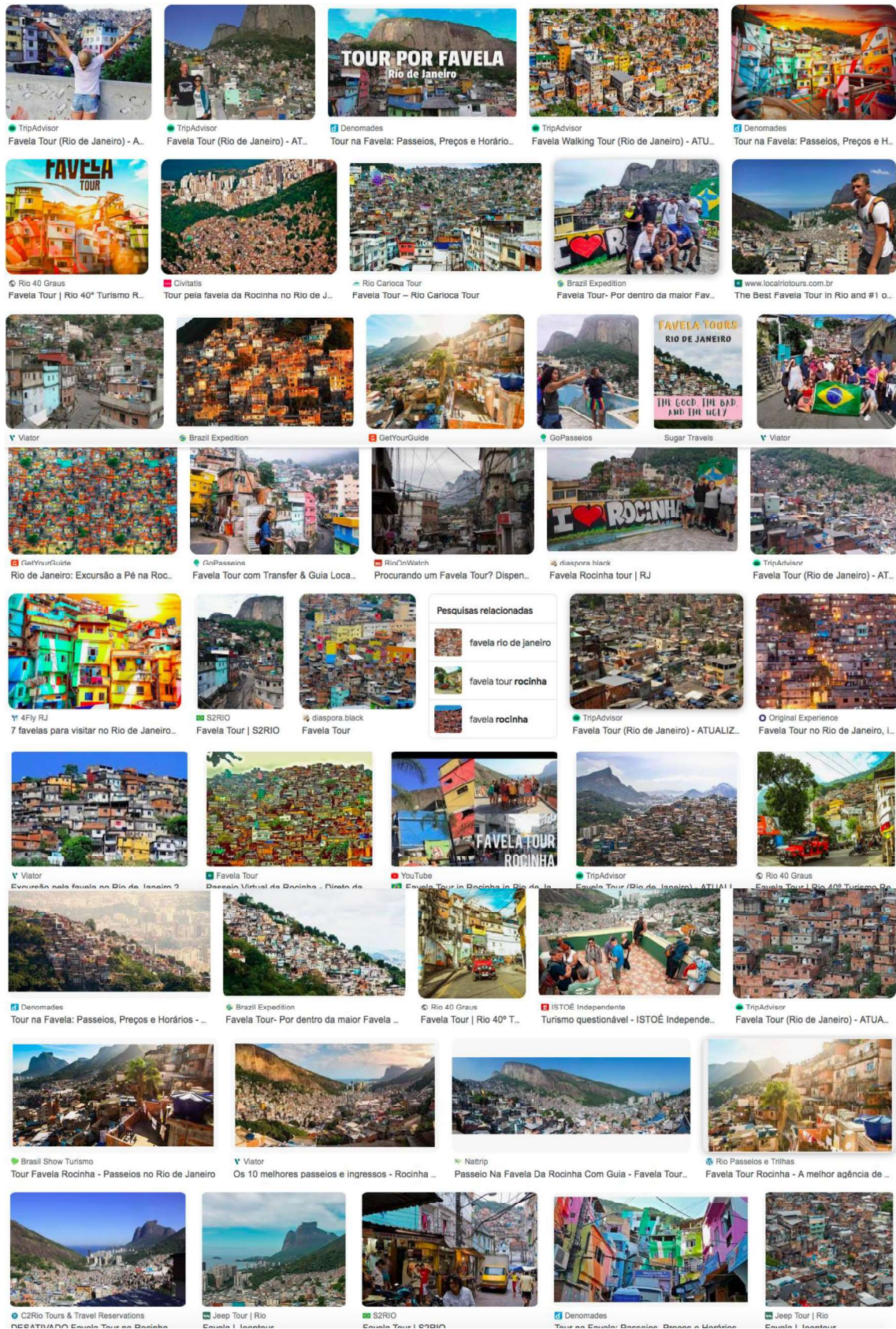




Figura 20 - Mosaico de imagens, Rio de Janeiro + Favela Tour



### CAPÍTULO III

## DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Ampliando a discussão sobre os achados nos capítulos anteriores e visando comprovar a hipótese proposta que coloca a imagem como potencial disseminadora de valores nos meios de comunicação, entendeu-se até este ponto da pesquisa que certamente as imagens atuam como transmissores de valores de forma transgeracional.

No que diz respeito à indústria cultural do turismo, essa questão se torna ainda mais evidente, até porque seus processos comunicacionais fazem também viver estereótipos e estigmas, perenizando a forma como territórios e povos são percebidos, além do fato de que viajar continua a ser considerado um sonho de consumo.

Sobre a terra e a gente brasileiras, a imagem cindida, que afasta uma e outra, é constante nos meios de comunicação, como se pode comprovar nos resultados deste estudo, que parte da fundação do Brasil e segue até o *Google Images*. O estigma da terra maravilhosa e os estereótipos da gente exótica, selvagem, e que tem ainda como atributos a hospitalidade, a violência e a sensualidade, permanecem presentes na mídia de forma simplista, quase distorcida.

Desse modo, das narrativas de Caminha até as imagens encontradas na mídia digital, os horrores do “achamento” do Brasil vêm à tona de maneira camuflada na comunicação, na publicidade, na mídia em geral, a todo o tempo.

A gente exótica brasileira, que se destaca por sua alegria e descontração, parece ter esquecido o que isso representava para os povos originários em sua relação com os ritmos da natureza. Quase que como um apagamento dos saberes, dos valores, da espiritualidade, da integração à terra e de outras características que são também herança da gente e da terra brasileiras, muito se perdeu no tempo.

O estudo aponta exatamente para essa questão. Ao contrário da permanência desses valores originais, a repetição das narrativas e imagens que, como num *storytelling*, recontam a história do Brasil e sua gente, conforme os interesses e a visão dos colonizadores à época.

Tudo mudou, o mundo mudou. A ideia de gente exótica foi posta abaixo. Os valores coloniais se desatualizaram, assim como a subjugação de povos, pelo menos na literatura.



O politicamente correto se tornou essencial dentro das regras de convivência, e o racismo e a intolerância, ainda vigentes, parecem viver tempos difíceis. Mas a imagem estereotipada que é veiculada da gente e da terra brasileiras parecem congeladas desde o passado distante.

A hospitalidade da gente, por exemplo, representada pelo Cristo Redentor de braços abertos, desde 1930, não deixa dúvidas sobre a forma como o brasileiro recebe seus turistas, tanto que esta é uma das qualidades mais valorizadas da gente.

A questão da sensualidade não causa estranhamento no contexto cultural brasileiro, embora se saiba que nos meios de comunicação, ou nos processos comunicacionais que divulgam e constroem a marca Brasil, a sexualização das relações, vista de forma distorcida e fora do contexto nacional, atrai para o país volume significativo de viajantes em busca do turismo sexual. Este, nas últimas décadas, foi criminalizado no Brasil. Ainda assim, casos como dos *coaches*<sup>40</sup> que organizaram um curso para americanos aprenderem a conquistar mulheres, com a chamada “Venha explorar com David e Mike e conheça as mulheres brasileiras ao redor do mundo que são conhecidas por serem divertidas, curvilíneas e apaixonadas”, disse o anúncio da viagem ao Brasil”, continuam a acontecer no Brasil e em outros países “subdesenvolvidos”.

Esse tipo de “mal entendido” baseado na estereotipia da “mulher bonita, calorosa, insaciável e disponível” é a descrição atualizada das índias aqui encontradas pelos “descobridores”. Infelizmente, durante muitos anos, a publicidade oficial do Brasil<sup>41</sup> colocava em destaque mulheres lindas e vendia o Brasil como lugar de samba, futebol e, nas entrelinhas, “sexo”. Nas últimas décadas esse discurso mudou e apagou da propaganda a “gente brasileira” destacando na atualidade a terra maravilhosa e os turistas em atividades de lazer / entretenimento. Caiu por terra o estereótipo da mulher “sempre disponível” e bela, e permaneceu nas peças e nos meios de comunicação, os estereótipos da terra maravilhosa, edenizada, cheia de riquezas e de natureza abundante, que mais uma vez foi apartada da gente brasileira.

---

<sup>40</sup> Coaches estrangeiros promovem festa em mansão e sem avisar usam mulheres como cobaias. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2023/03/15/coaches-estrangeiros-promovem-festa-em-mansao-e-sem-avisar-usam-mulheres-como-cobaias-para-alunos-de-curso-de-conquista.ghtml>. Acesso em: 10 abr.2023.

<sup>41</sup> No passado Brasil já teve material oficial de turismo com apelo sexual. Disponível em: <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2014/02/no-passado-brasil-ja-teve-material-oficial-de-turismo-com-apelo-sexual.html>. Acesso em: 5 jan.2023.

Figura 21 - Propaganda da Embratur de 1983



Fonte: Portal G1

A dança, a música, a beleza, a hospitalidade, tudo no Brasil encanta. A questão é que estas características vistas de forma reduzida dão a gente do Brasil uma conotação inferior, quase primitiva.

Sempre abordada de forma diabólica ou sagrada, as características de violência foram imputadas aos índios, depois aos pretos, para justificar a colonização e escravização dos povos. O estereótipo de povo violento, também narrado e constituído nesse período, coloca a gente, assim como a terra brasileira, em representações que vão do céu ao inferno, quando em realidade, toda a violência se iniciava pela necessidade de exploração, aliada à intolerância dos colonizadores para com os povos originários. Ou seja, não uma condição da gente, mas uma condição transferida para a gente brasileira. A violência sempre veio de fora. Mesmo antes do descobrimento, as guerras entre tribos, os ritos antropofágicos e outros estavam associados à honra, à ancestralidade, à força. Transpondo essa situação e esses estereótipos do passado para o presente, a imagem parece se repetir na pesquisa *Google Images*.

No caso específico dos registros das favelas no Rio de Janeiro, 100% delas, ao retratarem violência, trazem como ilustração ações policiais que se confundem com a milícia e que estão em constante intervenção na comunidade. Os protestos de moradores contra essa presença reforçam a questão: PAREM DE NOS MATAR! Nesses cartazes os gritos de horror dos povos originários ainda se fazem ouvir, e pedidos de socorro parecem ecoar. A terra e a gente do Brasil, em especial dos pobres, dos pretos e indígenas, continuam a sofrer todo tipo de agressão por parte

dos novos representantes dos colonizadores, que insistem em “salvar” a gente brasileira e, na contrapartida, explorar as riquezas da terra.

No que diz respeito à terra é claro que, separada da gente exótica, ganha na mídia status de paraíso perdido, com paisagens deslumbrantes, de natureza exuberante, em territórios desertos e com clima de sol. A gente do Brasil não aparece nessa mídia. A gente não está conectada à terra quando o que conta é aguçar a visão do turista para uma escapada ao “paraíso”, um lugar onde a felicidade plena impera, onde não há preocupações, somente a sensação de plenitude, beleza, de um lugar “bom”. A gente permanece nas entrelinhas da comunicação. Invisível, serviçal ou na categoria de atores, atrizes e modelos – como as encontradas nas praias cariocas, a partir do *Google Images*.

É interessante perceber que a gente do Brasil está projetada nesses atores, quase como personagens. Dá-se a impressão que a gente do Brasil, invisibilizada nos meios de comunicação, deixa de assumir seu papel, que só é aceito em ritmo de festa, samba, carnaval, futebol, ou para questões de intolerância, como visto acima. Distantes da terra e da sua origem, a gente brasileira continua a viver como foi narrada e imaginada por seus colonizadores, quase primitiva, não tão humana, meio coisificada.

Isso tudo permanece porque, aparentemente, no ambiente sociocultural que também é comunicacional, o que movimenta o humano – que é regido pelos meios de comunicação – tem papel preponderante ao atuar como vias que interligam passado, presente e futuro. Essa interligação sustenta o imaginário cultural, que carrega valores arcaicos que remontam ao “descobrimento” do Brasil e ao pensamento colonial europeu. Nesse ambiente, por exemplo, a representação naturalizada da violência e da intolerância, aliada à exaltação das paisagens e cenários paradisíacos que se encontram no destino Brasil, repete o mesmo olhar dos navegadores na chegada ao continente.

Essas narrativas, constituídas repetidamente, contribuem para os processos de manutenção e consolidação de estigmas e estereótipos que referendam o imaginário do Brasil colonizado, seja para aspectos positivos ou negativos. Em ambos os casos, imagens estereotipadas são sempre carregadas de ideias simplistas, reduzidas, ou seja, surreais.

Muito aparente ou nada aparente, a estereotipia, seguida da invisibilidade étnica e visibilidade espacial, faz parte da história brasileira desde sua fundação. Para

ambos, terra e gente brasileiras, as narrativas que remontam ao final do século XV e século XVIII até XIX são antagônicas e construídas a partir da demonização e da divinização destas, respectivamente.

Nesse sentido, ademais das demandas econômicas, sociais e raciais que se enfrentam no Brasil, há uma questão permanente, calcada no imaginário cultural constituído nos tempos do “descobrimento” e colonização e que está assentada sobre narrativas e imagens que carregam valores coloniais, hegemônicos, cristãos, europeus e ocidentais, que permanecem ativos nos meios de comunicação. Assim, seja no noticiário ou na ficção, pode-se verificar a cultura de violência no Brasil; a sexualização do povo; a beleza da mulher; a bestialização do pobre, do preto e do índio, enquanto estereótipos e estigmas, que mantêm a nação subjugada, porque não colonizada em seus sonhos e possibilidades.

Existe uma dimensão da cultura brasileira que se nutre do passado e que pouco é observada quando se analisa a conjuntura social e econômica do país. E embora nos anos recentes a questão do lugar do “pobre” no Brasil e no mundo tenha se tornado um elemento de grande repercussão, não há evolução para o tema dentro das discussões globais. De fato, essas populações, representadas por pretos, índios, e outros povos, também subalternizados, apesar dos discursos de agentes políticos, continuam “exiladas” dentro de suas possibilidades. Esta questão que exala preconceitos embasados em valores arcaicos parece inundar os meios de comunicação de diferentes maneiras, algumas delas de forma velada.

Assim, não obstante a qualquer mudança, permanece oculta a persistência nos padrões constituídos no imaginário colonial que remontam ao arcaico e continuam a se repetir nos estereótipos veiculados nos processos midiáticos.

Nesse cenário de permanência dos valores culturais constituídos no passado colonial existe um processo de transmissão transgeracional que mantém esses valores ativos e efetivos. Considera-se, pois, que na sociedade contemporânea, os meios de comunicação continuam a cumprir esse papel, independentemente do esforço feito, a exemplo de toda reparação possível aos povos originários e aos pretos, como a aplicação de cotas nas universidades; da inclusão de pretos como protagonistas de programas jornalísticos e de novelas etc. De fato, todo esse esforço não é eficaz face à manutenção dos valores do passado – sistematicamente – repetidos nos meios de comunicação.

É relevante registrar dois episódios largamente notificados pela mídia em tom de repúdio por parte dos brasileiros, por estereotiparem mais uma vez a cultura do país. O primeiro, quando três turistas alemães<sup>42</sup> foram detidos em Salvador em 2009, por trocarem de roupa em público no saguão do aeroporto, com a seguinte justificativa: “(...) os alemães declararam ter pensado que trocar de roupas em público era algo comum no país, dado o comportamento dos brasileiros nas praias”.

Outro exemplo é de um vídeo<sup>43</sup> veiculado no mês de junho de 2023 no qual uma companhia aérea divulga o destino Brasil. A imagem abaixo, por si só, é explicativa. Juliana Paes, uma das atrizes mais queridas do país, aparece seminua em meio a um voo inaugural Londres / São Paulo, que tem como justificativa o seguinte depoimento da companhia aérea: “Nova cidade, novo país, novo continente. Estamos muito animados para voar para São Paulo, Brasil. Lar do samba, caipirinhas, praias, belezas naturais e uma rica história arquitetônica.”

Figura 22 - Juliana Paes causa polêmica ao protagonizar comercial controverso de companhia aérea



Fonte: Google Images (2023)

Em ambos os casos, a questão da sexualidade dá lugar a tudo o que se pode encontrar no país. De fato, nestes episódios, percebe-se como a terra e a gente brasileiras são vistas de forma distorcida pelo público internacional e que, por vezes, se repete na visão dos nativos. É como se a história toda do brasileiro, antes do descobrimento, fosse deturpada e permanecesse dessa forma até os dias de hoje.

<sup>42</sup> Alemães são detidos após tirar roupa no Aeroporto. Matéria publicada em 3 fev. 2009. Disponível em: <https://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL984511-5598,00-turistas+alemaes+sao+detidos+apos+tirar+roupa+em+aeroporto+na+ba.html>. Acesso em: 10 jun.2023.

<sup>43</sup> Juliana Paes causa polêmica ao protagonizar comercial controverso de companhia aérea: Entenderam? Disponível em: <https://contigo.uol.com.br/noticias/famosos/juliana-paes-causa-polemica-ao-protagonizar-comercial-controverso-de-companhia-aerea-entenderam.phtml>. Acesso em: 10 jun. 2023.

Adormecida, dá lugar à visão estereotipada dos povos originários como que a esquecer que estes continuam vivos na alma de todo brasileiro.

Nessa dinâmica, analisar eventos, mesmo que de forma isolada, ajuda na compreensão da permanência de valores, anteriores aos fatos, que ofuscam e reduzem o entendimento do fenômeno como proposto neste estudo. Na sociedade contemporânea, fundada em trocas informacionais baseadas em tecnologia digital e velocidade, não se observa como traços arcaicos se fazem presentes, por exemplo. Estes, invisibilizados em camadas sucessivas, ao longo do tempo, tendem a tornar natural no presente aquilo que foi constituído há anos, mantendo a mesma frequência e elementos simbólicos avivados.

A natureza dos discursos presentes nos meios de comunicação, seja no jornalismo ou no entretenimento (desde programas de variedades, de humor ou na ficção, representada por novelas, séries, filmes e outros), a despeito da atualidade dos temas e dos fatos apresentados, não é, por isso, capaz de apagar traços constituídos no passado, os quais denominam-se como "cultura" e que permeiam e cocriam a história.

Essa condição cultural se mantém ao longo da vida, da magia com que se comemoram nascimentos ou datas de aniversário, nos ritos de passagem e na forma como se homenageiam os mortos. Desse modo, assim como as velas acesas representam a ligação com o espiritual e a proteção; desde as primeiras sepulturas, no paleolítico, há 35 mil anos, as flores perduraram como forma de simbolizar respeito, e resgatar a ideia do ciclo da vida nas cerimônias fúnebres.

Acontecimentos de toda ordem, nesse sentido, constituem e são constituídos por processos culturais que reverberam valores arcaicos, contribuindo para a mundialização dos olhares, das ideias e das guerras; como as capitaneadas, na era dos descobrimentos, pelo imperialismo europeu; como afirma Morin (2011b), que imputa o início da era planetária à comunicação que uniu as diversas partes do planeta, sendo a última parte descoberta – as Américas – há 500 anos.

Dentro desse pensar imagens, enquanto objeto transmissor de preconceitos, acordam elementos arcaicos que nem sempre se tornam conscientes. Acredita-se, portanto, que na arqueologia da imagem de intolerância, visto nas imagens analisadas nos capítulos anteriores, possa se encontrar a raiz do racismo e de outras questões sociais enfrentadas no Brasil contemporâneo.

Como se vê, no centro do que se abordou até aqui estão os imaginários atualizados por imagens narradas pelos europeus no século XVI e que permanecem no presente como estereótipos e estigmas da gente e da terra Brasil. Estas continuam a irromper em fenômenos sociais, atualizando imaginários e tornando-se dessa forma perenes. Nessa conjuntura, temas como o racismo, desigualdade social, gênero, violência, entre outros, repudiados pela sociedade, mesmo quando tratados por indivíduos que, inclusive, ganham notoriedade na atualidade ao defenderem estas causas, não se consolidam como possibilidade de mudança, por tenderem a seguir o que está estabelecido, o que foi “pensado” para o povo e a nação brasileira.

Esses fenômenos vinculados a valores do passado são concretizados no presente interferindo na vida do brasileiro na permanência de estruturas que se repetem em relação à cor, raça ou gênero. E levando em conta que o invisível move o mundo, a gente diabolizada da comunidade repete o papel dos nativos que, na era do descobrimento, ocupavam um lugar primitivo.

Face aos dados levantados até aqui, fica patente a sobreposição das imagens estereotipadas do passado às do presente. Estas retratam a terra e a gente brasileiras como exóticos, e por que não com um traço de selvageria, ao lado da hospitalidade e de outros atributos como a sensualidade e a violência, de forma dicotômica e com raiz em valores arcaicos?

Entende-se essas representações a partir das narrativas e imagens analisadas que se constituem em essenciais na transmissão de valores culturais. As imagens são, afinal, elementos centrais na sociedade contemporânea, que vão para além da lógica e da razão pelo valor simbólico que representam na constituição e manutenção de mitos e ritos. São fundamentais para a compreensão da cultura e da identidade de um povo e, nesse sentido, relevantes para este estudo que lança luz sobre a herança da nação embasadas em valores arcaicos que povoam os imaginários e continuam a ditar o destino do país.

Manifestadas em diferentes suportes, como narrativas, desenhos, pinturas, fotografias, objetos e pessoas, no mundo material ou digital, disseminam ideias, sensações e sentimentos. Elas representam um conjunto de arquétipos ou padrões universais ancestrais comuns a todas as culturas, expressando a percepção e a expressão do mundo a partir do inconsciente coletivo.

Do ponto de vista comunicacional, as imagens são objetos complexos e disseminadores de sentido na contemporaneidade. Compreendê-las é fundamental,

uma vez que são responsáveis pela manutenção e a transmissão transgeracional de símbolos que sustentam preconceitos e processos de (in)tolerância.

Imagens de símbolos nacionais, pontos turísticos e monumentos históricos, como a Torre Eiffel em Paris, França, ou o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, Brasil, projetam valores simbólicos, contribuindo para a forma como um país é percebido interna ou externamente. Assim, enquanto a Torre Eiffel simboliza a modernidade, o progresso e a cultura francesa; o Cristo Redentor representa a fé, a espiritualidade e a cultura brasileira de hospitalidade. Essas imagens, aliadas a outros aspectos como a música, a dança e o comportamento, fundamentam a cultura e têm papel preponderante na construção de padrões e identidades. Entendê-las permite desvendar regimes relacionados à cultura e aos imaginários acionados quando da fundação e organização de territórios.

Enfeitiçados pelo culto imagético, típico da cultura de massas, que abriga mitos e símbolos que, se reduzidos, perdem sua potência simbólica, os sujeitos seguem repetindo padrões dentro de fenômenos comunicacionais como aqueles voltados para a indústria turística. Este culto pode ser traduzido como adoração aos estereótipos, que simplificam a comunicação e funcionam como um processo que envolve “(...) a vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas”, como afirma Morin (2011a, p. 6), para compor e, ao mesmo tempo, discorrer sobre a realidade policultural em que se vive.

Esses aspectos cultivados por processos comunicacionais que simbolizam o sagrado e o profano; o selvagem e o civilizado, parecem acelerar movimentos contrários que ora aproximam ora distanciam o humano da alteridade, da empatia e da cooperação, fazendo acordar os mesmos sentimentos de encantamento e repulsa da era dos “descobrimentos”, então, embalada por imaginários que transbordavam valores coloniais europeus e que viam nos povos colonizados o exótico, como afirma Eliade (2012).

Edward Said (1978) escreveu o livro *Orientalismo*, referência para os estudos pós-coloniais. Na obra, o autor apresenta como esse olhar, baseado em valores do passado, influenciou campos de pesquisa sobre processos de acultramento. Objeto de debates e discussões em diferentes situações, incluindo aí estudos da comunicação, pode-se afirmar que o mesmo processo de exotização e estereotipização que aconteceu em relação ao Oriente também possa ser observado



em relação aos povos indígenas do Novo Mundo durante o período do descobrimento e colonização das Américas.

Essa construção fundada sobre uma visão eurocêntrica, que considerava a Europa e sua cultura como superiores às demais, alegava que os povos colonizados não eram capazes de governar a si próprios. Este foi o pensamento e pilar de discursos e narrativas, sobre povos originários, como abordado inicialmente, ou seja, da construção de imagens, que nos relacionavam a selvagens e primitivos, portanto, necessitados de interferência “civilizatória”. Desse modo, acredita-se que o que Said (1978) traz sobre a visão e imagem do Oriente, a partir do Ocidente, possa ser igualmente aplicada para os continentes americanos, justificando os processos violentos a que os indígenas foram submetidos.

Gruzinski (1988), em *Colonização de Imaginário: Sociedades Indígenas e Ocidentalização no México Espanhol, Séculos XVI-XVIII*, complementa o pensamento de Said (1978) e Eliade (2012) quando a questão é o exotismo e estereotipação da gente e dos territórios americanos. Para o autor, os povos “exóticos” da América foram vistos pelos europeus, durante a época do encontro com o Novo Mundo, de forma fantasiosa e estereotipada, até porque os europeus não possuíam qualquer entendimento sobre estes. Ele também enfatiza que essas representações foram usadas pelos europeus para justificar a colonização e a exploração das terras e dos povos que encontraram uma forma de poder simbólico que permitiu que os europeus dominassem os povos exóticos e justificassem suas ações como uma missão civilizatória.

Nesse sentido, de forma positiva ou negativa, a representação do exótico na mídia, aplicada na “leitura” dos territórios e das gentes do Brasil, pode ser vista como uma forma de exotização e objetificação da cultura brasileira, resultando numa visão esquizofrênica assentada numa realidade completamente distorcida e simplista, que coloca terra e gente em mundos separados e pior desqualificados. Em ambos os casos, as ações de “salvamento” ou “intolerância” são as respostas possíveis encontradas no concreto.

Ou seja, olhando para o passado, a representação do exótico, mais positiva, beirando a edenização da terra e da gente, relacionava o que era incomum, raro, estranho ou diferente do que era habitualmente encontrado na cultura ou ambiente europeu, enquanto sinônimo de originalidade, singularidade, autenticidade e encantamento. No entanto, como visto no Capítulo II, esse entendimento durava até

o momento do encontro de corpos. Como num acerto de contas, a vida como ela é, ofuscava o olhar do “descobridor”, principalmente em função dos interesses econômicos existentes, ou seja, o que era positivo se transformava em preconceito e as imagens explícitas da nudez, sensualidade, espiritualidade, indolência, alegria e da hospitalidade passavam a ser vistas como algo diabólico, perigoso e sedutor ao ponto de ganharem o status de perigosas.

De outro lado, quando esse olhar se tornava, de início, mais negativo, o “exótico” imediatamente ganhava características do estranho, do bizarro, assim, visto como ameaçador face ao que o ocidental estava habituado. Esta visão emprestava ao termo “exótico” os mesmos atributos do estrangeirismo, da artificialidade, da irrelevância, o que depreciava e gerava intolerância, violência e, claro, todo tipo de preconceito, ao que poderia também ser considerado infernal.

A partir desse entendimento e compreendendo o termo “exótico” que vem do grego *eksōtikós* (estrangeiro, estranho, o que está fora, que é incomum, singular), de forma ampliada, isto é, sagrada e diabolizada, compreende-se a raiz dos estereótipos da gente e da terra brasileiras, presentes na mídia hoje, como um acordar da colonização que parece nunca ter saído da mídia.

A imagem sacralizada ou diabolizada parte dos imaginários que abrigam as representações da nação brasileira e parecem permanecer ativas no ambiente comunicacional. Potencializados em função dos papéis que representam e das conexões que fazem, despertam rastros do que permanece nos fenômenos comunicacionais atuais, fortes o suficiente para a manutenção ou mudança do status quo.

Nesse contexto, acontecimentos de toda ordem constituem e são constituídos por processos imaginários que reverberam valores contemporâneos ou arcaicos, contribuindo para uma certa padronização dos olhares; como afirma Morin (1975, p.170).

O imaginário ativo, desde as imagens, inspira a ação embasada em uma mesma sintonia ou direção, como no fenômeno denominado – contágio psíquico –, conceito apresentado por Torres (2021, p. 19), e que move a massa a partir do corpo e da mente, movimento amplificado no contemporâneo, apoiado na mídia eletrônica e caracterizado como uma “força psíquica coletiva”. Sim, o imaginário lida com as questões coletivas e, dessa forma, segundo o autor, o “Contágio Psíquico (...) abarca

as questões social, emocional, da representação e ainda as expande em âmbito cultural (...)” (TORRES, 2021, p.15).

A cultura é, por isso, um repositório de saberes e conhecimentos universais que, quando combinados com as características regionais, podem trazer à tona valores arcaicos. Essa preservação, como um princípio ativo intangível, pode ser observada por meio de manifestações que se materializam em determinados momentos no ambiente comunicativo a partir das imagens. Compostas por elementos similares ou opostos que são visíveis pela frequência com que surgem na sociedade, são atualizados continuamente, mantendo os princípios que os regem. Esse processo, que começa na imaginação, indica a presença do princípio ativo que é trazido pela imagem e que é responsável pela atualização do imaginário que a contém.

Um exemplo de como esse princípio ativo surge pode ser visto na atualidade a partir das redes sociais e plataformas que veiculam imagens e símbolos que representam determinados valores e crenças. Por meio da repetição dessas imagens, que são compartilhadas em massa, esses valores e crenças são atualizados e reforçados na imaginação coletiva, quando, por exemplo, indivíduos de uma determinada comunidade constroem sua percepção da realidade a partir das imagens e símbolos que são compartilhados por eles, alimentam e são alimentados pelo imaginário popular, como o que utilizamos neste estudo, ou seja, o repositório *Google Images*. Dessa forma, a imagem mais e mais se torna um veículo poderoso para a transmissão de ideias e ideologias, mantendo viva a potência simbólica dos imaginários.

Como afirma Baitello Jr. (2005), há um paralelo entre o potencial simbólico da imagem e a capacidade do sujeito em imaginá-la. “Descer às profundezas da imagem e decifrá-la demanda, por isso, que o sujeito também se volte para o corpo e percorra novos caminhos internos, associando outros símbolos e imagens”. Compreender, pois, o papel das imagens num momento em que a visão exacerbada da comunicação digital e virtual é caracterizada pelo excesso e por um desequilíbrio dos sentidos – que parece desprezar o corpo em prol da visão – desobscurece como essa desarmoniza e altera o cotidiano e a cultura.

Ver com intensidade, experimentando os sentidos e buscando nas imagens introjetadas, a partir do corpo, acionar mecanismos que religuem o simbólico, é aceitar que aquilo que está posto não é suficiente. É, por exemplo, ler as imagens acessando as entrelinhas. É ver além da imagem projetada, dos estereótipos que sintetizam /

reduzem arquétipos, e dos estigmas que sobressaem nos meios de comunicação. É ocupar o espaço e não a superfície, preferindo a experiência que encanta, e o “ser”, plenamente. É, por fim, escolher viver no âmago, imaginar.

É considerável, portanto, que imagem não seja entendida como “visibilidade”, como afirma Baitello Jr. (2012, p.41). Sua complexidade está no que é invisível aos olhos e perceptível pelos sentidos e sentimentos do sujeito. Imagens são compostas pelo que é aparente e pelo que é subjacente a essa aparência. É a partir desse ponto que se abrem para revelar valores do passado não vividos, ou do presente em curso, configurando-se muito além da superfície, do que se vê, em comparação ao que se imagina.

Embora por muito tempo ao longo da história tenham sido refutadas, por levar ao erro, numa época em que imaginar se contrapunha à verdade, esta nunca deixou se submergir à razão. Multissentido e detentora de elementos simbólicos do passado e do presente, as imagens são sempre sujeitas à imaginação. Assim, não podem ser caracterizadas por uma única visão, uma única interpretação ou solução. À medida que não estão circunscritas a um significado literal, único ou determinado, detêm inúmeras possibilidades de interpretação, tornando concreto os imaginários que as constituem e que são também constituídos e atualizados por ela. Lançar luz em como todo esse processo se dá demanda um olhar ampliado.

Passado e presente estão, por fim, acumulados nas camadas que constituem a imagem e, por consequência, vivos nos processos do imaginário, que são pluripotentes. Estes podem ser acionados ou experimentados quando transbordam, transformando a realidade e interferindo na cultura e no meio em vias de mão dupla.

Dessa forma, imagens multidimensionais atualizam os imaginários fluídos e atemporais, enquanto potências simbólicas que se abrem para as imagens. E como traz Eliade (2012, p. 174), somente as imagens e os símbolos podem manter as culturas “abertas para o transcendente”, estas se configuram como oportunidades de rediscutir os grandes temas da história de ontem e de hoje.

Nesse âmbito, as imagens poderiam também ser observadas como uma possibilidade de experiência trans-histórica. Ou seja, se desvendadas em sua completude, elas têm poder para despertar a capacidade do sujeito em movimentar símbolos. Como afirmou Maurício Silva (2020, p. 121), “têm soluções exponenciais e infundáveis para transformar o mundo e humanizar as relações”. Isto é, imagens “abertas” ganham novos contornos a partir da análise simbólica, sem perder sua

natureza, uma vez que o pensamento simbólico faz romper a realidade imediata, mas sem diminuí-la ou desvalorizá-la na sua perspectiva. Assim, como afirma Eliade (2012, p. 178), “o universo não é fechado, nenhum objeto é isolado em sua própria existencialidade, tudo permanece junto, através de um sistema preciso de correspondências e assimilações”.

Logo, discorrer sobre o poder das imagens justapõe-se à análise interpretativa destas e à análise subjetiva do sujeito e de sua essência, inseridos no ambiente comunicacional e alimentado por suas reduções no formato de estereótipos. Por isso, a capacidade em acionar imagens internas e atuar, desconsiderando o que reduz potencialmente a imagem, o símbolo e os mitos, reflete na possibilidade da imaginação e na oportunidade de repensar ou questionar o mundo em que se vive.

Nesse universo, o embate que nutriu os séculos XVIII e XIX parece ter sido conduzido dentro da visão circunscrita que desvalorizava o que estava fora da referência e da razão, apoiando-se no imaginário colonial, desvinculado do simbólico, dos mitos e da vida espiritual, como afirma Eliade (2012, p.7). Pautado por estereótipos com a intenção de dominar povos, foi constituído como forma de poder, que ia além do espaço geográfico e temporal e que, aparentemente, persiste obliterado no contemporâneo, com a convicção de que o simbólico possa ser camuflado, mutilado ou degradado, assim como o imaginário.

De fato, essa possibilidade não existe. Intangível, o imaginário não pode ser extirpado, e é fato que atualizado retorna para a sociedade de diferentes formas e se concretiza enquanto fenômeno no ambiente cultural, podendo ser observado a partir da frequência com que se repete. Assim, como afirma Kamper (2016, p. 34) se quisermos mudar o “status quo”, só há uma maneira, completa o autor, “contra o imaginário – esse impedimento quase perfeito à liberdade – ajuda somente a força da imaginação”.

Isto é, a mudança de paradigma que coloca a imagem imaginável no centro da transformação contribui para a humanização da sociedade e se baseia no avivamento do corpo. Estas questões demandam tempo, liberação de soluções rápidas e prontas, composição com o racional, por exemplo.

Assim, como afirma Kamper (2016, p. 117), “o imaginário é a relação dos seres humanos com seus corpos”, o pensamento dos séculos XVI, XVII, XVIII e XIX que privilegiaram o ouvir em detrimento do corpo, constituindo um desequilíbrio dos sentidos, como o que se vive no contemporâneo com a exacerbação do sentido da

visão, deixa claro que a perda simbólica e o comprometimento da imaginação e a forma restringida de observar a imagem mantêm o sujeito limitado, ou enquadrado, num mundo onde o que persiste é a vida entre o verdadeiro e falso; preto e branco.

É verdade, no entanto, que sempre haverá saídas. Contrera (2017, p. 13-14) coloca luz no fim do túnel ao afirmar que: “O imaginário cultural continua transgressor e indomável, e muitos continuam a trabalhar para domesticá-lo – sem sucesso, se os deuses forem favoráveis”.

Contrera (2017) deixa abertas possibilidades de transcender o que está posto, e Eliade (2012) fala com entusiasmo da literatura, que encontrou espaço para fazer viver escondidos, mitos e símbolos, mesmo quando a razão e o cientificismo dominavam a sociedade. A autora afirma “que aventura excitante seria revelar o verdadeiro papel espiritual do romance do século XIX, que, não obstante todas as ‘fórmulas’ científicas, realistas, sociais, foi o grande reservatório dos mitos degradados” (ELIADE, 2012, p.7). Já Contrera complementa e resgata o desejo de poder implícito no contemporâneo, que aparentemente são idênticos aos que direcionaram os “sábios” do século XIX, ao afirmar que implícito na demanda da ciência por objetividade, “[...] escondia-se o desejo de domínio do sujeito egocêntrico da racionalidade que a tudo precisava atribuir um sentido específico (de preferência único), realizando a crise do sentido pelo excesso de codificação, pela saturação” (CONTRERA, 2017, p. 52).

Sim, a máxima de sujeitos “sem corpo” ou sem “imaginação”, que ocorreu e ocorre em diferentes momentos da história da sociedade, independente do que se considera a forma com que se chega à perda simbólica, parece fazer parte também de um jogo de poderes. Este aponta para o rebaixamento da consciência do sujeito que se esquece que “cada ser histórico traz em si uma grande parte da humanidade anterior à História” (ELIADE, 2012, p. 9).

É preciso, por isso, não perder de vista, como tratado por Eliade (2012, p.9), que o “despertar” simbólico na Europa Ocidental no século XX deu início à mudança de perspectiva do “provincialismo esterilizante” em curso, contribuindo para a disponibilidade de aprendizado com as culturas exóticas, até então desconsideradas, sendo relevante para a sociedade como um todo. Para Durand (2014, p. 48), “o paradoxo desta descolonização intelectual coincide com a colonização, pelas potências europeias, dos povos que consideram inferiores”. Logo, entrou-se no século XX com o olhar enfraquecido e com os sentidos ofuscados pelo eurocentrismo implícito e ativo.

Para Contrera (2017, p.52), viver à margem pode fazer algum sentido, mas não pode ser a regra. “A servidão voluntária que assistimos durante todo o século XX foi também, de certa maneira, não uma forma de resistência, mas uma forma de desistência. Desistimos da ordem simbólica”.

Desistir de “ser” implica na morte simbólica. Acredita-se que esteja aí a relevância da manutenção dos estudos da imagem e do imaginário. Essas pesquisas se consolidam como “alertas” que tiram o sujeito do seu lugar de conforto. Afinal, as imagens técnicas, “despejadas” pelo digital para o consumo do que está concreto e objetificado, continuarão a ser ofertadas pelo mercado, tirando o sujeito do seu centro.

Amparados pela cultura de massas, diferentes setores da economia, entre eles a indústria cultural do turismo, encontram sucesso a partir daí. A sedução de consumidores pela indústria da publicidade, por exemplo, tem nas imagens recursos que fazem viver a ideia concisa de *arquétipos* (princípio original, expresso no tipo), facilitando o posicionamento de produtos e marcas que tocam o coração do sujeito. Ao representar força, virilidade, beleza e poder, estes acrescentam aos produtos e serviços elementos simbólicos, oferecendo muito mais ao cliente. O mesmo acontece com a atualização de mitos ou ritos que, para além da publicidade, ocupam as telas de cinema, novelas e cerimônias religiosas, ou para a construção de destinos paradisíacos do turismo de aventura ou étnico, por exemplo, levando seus personagens a repetirem sagas importantes como a saga do herói, do viajante, do estrangeiro, entre outras.

A identificação do sujeito com essas imagens, que são uma redução do princípio, isto é, dos arquétipos, dos mitos ou dos ritos, enquanto atualização dos imaginários, mesmo que de forma rebaixada, dão sentido à vida, enredando o sujeito a partir do que ressoa internamente, ou seja, das imagens que traz consigo. Desse modo, a imagem simulada da experiência que se baseia em dimensões subjetivas e simbólicas define o sujeito, mesmo que este não se dê conta dessa interferência, que é também cultural.

Ademais ao mercado de consumo, o uso político de imagens que carregam valores ultrapassados tem potência para manter ondas de violência e intolerância, assentadas em crenças que delimitam o “civilizado”, mantendo-o superior ou em contraposição ao “exótico”, por exemplo, como a estereotipização do Oriente ou da América.

Como visto até aqui, imagem não é racional, não é lógica. Imagem, portanto, não tem um sentido único como a razão determina. A imagem tem potência, para nos processos do imaginário “dominar os pensamentos” ou influenciar a sociedade, atuando como agente transmissor de imaginários que pode estar carregado de preconceito, por exemplo. A transformação ou interferência no meio, no entanto, irá sempre depender do sujeito, de sua essência e da sua capacidade de imaginar, ou seja, aceitar ou repudiar o que chega pronto para ser absorvido.

A despeito da possibilidade de vida num mundo ideal, dimensões ilimitadas de imagens ganham musculatura no contemporâneo, por conta de processos midiáticos e pela cultura de massas que tudo reduz e simplifica, agora potencializada pelo digital, pelo virtual e pela inteligência artificial. Ampliam-se destarte sua onipresença em função do excesso e da sua produção massiva, tornando imagem em produtos da tecnocultura. Essa mudança, assim como o pensamento racional nos séculos passados, compromete a visão do sujeito, não mais pela razão, mas em face do volume e da multiplicação das imagens a que este é submetido, dentro de uma sequência de obsolescência e substituição que as convertem em superfície: imagens mortas, fechadas, para sujeitos alienados e corporificados, conforme afirma Maurício Silva (2020, p. 128).

Repetem-se, dessa forma, padrões frequentes que habitam o imaginário midiático ou a Mediosfera, tratados por Contrera (2017, p. 62), lugar inventado pela cultura de massas que tira dos imaginários culturais seu poder central.

Dominante no contemporâneo, o imaginário midiático, apesar de complementar dinâmicas de comunicação plurais que facilitam o acesso e democratizam a informação, massifica a imagem tornando o sujeito desinformado. O excesso de imagens no cotidiano gera um mundo distópico, povoado agora por estereótipos que ilustram o show *bizz*, o cinema, o turismo do exótico, o noticiário etc.

Nesse universo, não há disponibilidade imaginativa simbólica para acuidade interpretativa necessária das imagens, há sim a absorção de preconceitos e de estereótipos que estigmatizam destinos, cidades, lugares.

A sociedade imagética, fundada na disseminação de imagens produzidas de forma descontrolada e exteriores ao sujeito, altera a percepção e o entendimento do meio e da cultura. Esta, de fato, parece seduzir o sujeito de tal forma que lhe resta consumir ou produzir imagens que alimentam a mídia em todas as suas possibilidades, num círculo sem fim. Baitello Jr. (2014, p.7) dá ao sujeito uma única



oportunidade, “devorar imagens” ou “ser devorado por elas”, enquanto possibilidades simultâneas e não excludentes, próprias da sociedade contemporânea e digital. Mortas, como completa o autor, as imagens reproduzidas e repetidas em sua superficialidade, em série, perdem suas “memórias viscerais” e “(...) se revelam vitimadas pela fadiga da imagem-mãe, pois já não há mais resquícios das coisas, apenas o eco de suas superfícies (BAITELLO JR., 2012, p. 72).

Ainda segundo o autor, ao citar Belting, Baitello Jr. afirma que estas podem ser classificadas em imagens endógenas, voltadas para potencializar a imaginação, conduzindo o sujeito para seu interior; ou imagens exógenas, que atuam como motivos “autorreferentes” que carregam uma única verdade / interpretação, não representam, são partes do objeto, ou seja, não carecem de imaginação. Impedem, dessa forma, movimento de interiorização e contato com as imagens endógenas.

A partir daqui, pode-se alcançar a formação de estereótipos que mantêm o olhar do sujeito fixado em uma das facetas da imagem em si, reduzindo seu poder transformador e seu potencial simbólico, como proposto por Contrera (2017, p. 64), “o olhar, como sabemos, é o alimento das imagens exógenas, o que equivale a dizer que essas imagens se alimentam da nossa energia, da atenção que a elas dispensamos”.

Esse fenômeno comunicacional caracterizado pelo excesso das imagens exógenas, pelo desequilíbrio dos sentidos e pela aceleração da vida, turbinados pelos meios eletrônicos de comunicação, inibe a interpretação simbólica e, aparentemente, continua a ganhar espaço.

Desse modo, seja na observação das imagens no contemporâneo, referendadas pelo excesso, seja nas narrativas e relatos dos tempos do colonialismo, baseados no concreto, na objetificação e na ciência racional, há uma deformação da imagem que se reproduz e deixa de lado a complexidade do processo como um todo. Perde-se a “realidade velada” das imagens e sua potência imaginativa, como afirma Durand (2014, p.10) ao tratar das questões do imaginário.

Logo, se a imagem multidimensional, conjunto de significações que carrega mitos e elementos simbólicos, demanda interiorização e análise, demanda corpo, esta não deveria ser vista como objeto, pelo risco de estabelecer-se como superficial e incompleta, na condução da sociedade, como reforça Eliade (2012, p. 12), “(...) traduzir uma imagem na sua terminologia concreta, reduzindo-a a um único dos seus planos referenciais, é pior que mutilá-la, e aniquilá-la, anulá-la como instrumento de conhecimento”.

Imagem, afinal, é veículo importante nos processos do imaginário que também são ilógicos, vivos, pulsantes e plenos em movimento e distantes da razão. Como afirma Maurício Silva (2020, p.128), em constante mutação, a imagem torna concreta as inúmeras narrativas vigentes na esfera do imaginário. Dentro desse âmbito, responsáveis pela manutenção e atualização dos imaginários, as imagens passíveis de serem imaginadas demandam atenção. Nesse contexto, imagem e sujeito seguem no mesmo plano – a imagem como um vetor que viabiliza o simbólico e atualiza os imaginários – e o sujeito, como potencial imaginador destas, contagiado pelos imaginários.

Este processo reducionista, com relação ao Brasil, ignorou que a história das Américas, como afirma Bueno (1997, p.7) pode datar de 12 mil anos atrás. No Brasil, como em todo o território americano, havia civilizações organizadas por diferentes povos indígenas. Não se sabe ao certo, mas estima-se que os índios brasileiros ultrapassavam a casa dos 3 milhões. Daí, em 1500, Pedro Álvares Cabral ter encontrado pelo litoral brasileiro tribos do grupo tupi-guarani. “(...) Havia cerca de 500 anos, tupinambás e tupiniquins tinham assegurado a posse dessa longa e recortada costa, expulsando para os rigores do agreste as tribos ‘bárbaras’, que chamavam de tapuias” (BUENO, 1997, p. 8).

Muito diferente do já conhecido até aquele momento, os invasores relataram visões surpreendentes da nova terra e da sua gente. Esse olhar quase profético se justificava por ser o novo continente, algo completamente inesperado e fora dos “padrões”. A visão das Américas que orbitava sobre o paraíso perdido e da sua gente nua, diabolizada, foi um choque que resultou na rejeição e, por consequência, na subjugação de povos e territórios. A violência e a escravidão que se seguiu sustentavam a economia e o desenvolvimento, ou seja, a geração / acúmulo / valoração de riquezas para manutenção do poder.

A mesma tônica de poderio econômico ocorreu em grandes impérios, potências. A imposição hegemônica a grupos étnicos diversos tornou-se uma consequência dentro da história humana, iniciando quando o mundo ainda se dividia em três partes: Europa, Ásia e África. Foi somente a partir do século XVI com a invasão do território americano e sua inclusão no mapa que a escravização ganhou novos contornos, e a “comunicação” entre as quatro partes do planeta foi viabilizada pela tecnologia existente e pelo destemor de portugueses e espanhóis em cruzar os oceanos.

Desse modo, a chegada dos invasores às Américas, inicialmente, despertou o imaginário cultural europeu da Ilha Brazil, da Ilha mitológica, ou do paraíso perdido, e a terra encantadora avistada ganhou força. Mas o mesmo não aconteceu com a imagem dos povos originários, que durante todo o período de “descoberta” e colonização foram estereotipados e tratados como “selvagens” e “violentos” e, ao mesmo tempo, “sensuais” ou “exóticos”. De fato, comparar a conquista do Novo Mundo e de seus povos com qualquer outra do mundo antigo é um exercício de imaginação, como afirma Todorov (1999), “em primeiro lugar, a descoberta da América, ou melhor, a dos americanos, é sem dúvida, o encontro mais surpreendente de ‘nossa história’”.

Para o autor, o sentimento de estranhamento imperou desde o primeiro contato, o que gerou a projeção de imagens preconceituosas para o que era desconhecido. Por isso, sobre a atuação de repulsa dos europeus frente aos índios das Américas, Todorov (1999) declara que na história “o encontro nunca mais atingirá tal intensidade, se é que esta é a palavra adequada. O século XVI veria perpetrar-se o maior genocídio da história” (TODOROV, 1999, p. 10).

Sim, o que se passou no continente americano em função da imposição hegemônica capitaneada por espanhóis e portugueses, acompanhada por franceses, ingleses e holandeses, aconteceu a partir da visão europeia colonialista, contaminada pelo imaginário cultural vigente. Se, de um lado, buscava-se o retorno ao éden; de outro, ansiava-se pela conquista de todas as benesses possíveis.

Uma vez escravizados, esperava-se dos ameríndios o que segue: dos homens mão de obra forçada; das mulheres, objetos para satisfazer os desejos dos “senhores”. Ademais, eram descartáveis como inúteis. No Novo Mundo, os indígenas escravizados foram quase totalmente dizimados em menos de um século. Vistos como coisas, eram considerados desalmados e sem serventia pelos invasores. Os povos originários foram violentados em sua realidade e sua terra saqueada de diferentes formas. Incompreendidos em sua sabedoria e espiritualidade, esses povos foram perseguidos e mortos ao longo dos séculos, deixando para as gerações seguintes a alma e o espírito ancestral. Desta forma, interrompidos em seu potencial desenvolvimento, sofreram com a atuação europeia descolada do humano, como Colombo e sua preferência pela terra, conforme relatado por Todorov (1999, p. 63).

Essa conduta direcionou as ações da colonização e os relatos dos estrangeiros que apresentavam o Brasil dos portugueses e, depois, já independente, mas ainda

aprisionado às narrativas e imagens fantasiosas que os acompanhavam, bem como suas terras. Estes colocavam luz no exótico em comunhão com os valores arcaicos e culturais existentes. Este tratamento foi estendido aos povos africanos e outros que, a partir de 1530, chegaram às Américas e ao Brasil como mão de obra escrava, e ao permanecerem no continente sofreram tratamento similar ao tempo que formavam a gente miscigenada brasileira. Nas palavras de Ribeiro (2002, p.114), “os negros do Brasil, trazidos principalmente da costa ocidental da África, foram capturados meio ao acaso nas centenas de povos tribais que falavam dialetos e línguas não inteligíveis uns aos outros”.

Estes, sob os horrores da escravidão, foram traficados “no porão de navios negreiros que por mais de 300 anos cruzaram o Atlântico, desde a costa oeste da África até a costa nordeste do Brasil, mais de 3 milhões de africanos fizeram uma viagem sem volta” (BUENO, 1997, p. 85).

Complementando o cenário aterrador, Juremir Machado (2017, p. 853-854) declara que “a bela Rio de Janeiro foi um caldeirão de desterrados. (...) cerca de 300 mil escravos morreram a caminho do Rio”. A tragédia deixa seus rastros até de forma irônica no imaginário.

Maltratada e inferiorizada, a gente brasileira foi assim formada no ventre das índias, e depois das negras em “união” com os portugueses que chegavam ao Brasil para tirar deste tudo o que podiam. “O brasileiro é, pois, esta gente nativa mestiça, sobrando e indesejada, que irrompe na sociedade colonial, partida entre senhores e escravos, como uma entidade nova e intrusa” (RIBEIRO, 1992, p. 32).

Dentro desse contexto de “descobrimento”, “colonização” e “pós-colonização”, observar as imagens constituídas e o preconceito, dentro de processos comunicacionais que se formaram no ambiente, é fundamental para entender a redução do simbólico vis a vis à permanência de estereótipos fundados no imaginário colonial europeu no contemporâneo, e que mantém o Brasil dentro do estigma e da visão de belas paisagens e povo exótico, selvagem.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Importante salientar que o processo de recorte de imagens por meio do *Google Images* foi construído como alternativa neste estudo para a realização de pesquisa de campo por conta de sua relevância e em razão do seu alcance. Desse modo, a ferramenta foi utilizada como um campo etnográfico visando observar a imagem do Brasil no contemporâneo, enquanto veículo de manutenção do imaginário colonial.

Essa é uma nova estratégia adotada pela autora deste estudo que está consciente de que ainda cabem melhorias, assim como correção de eventuais vieses, o que não invalida a conclusão até aqui.

Assim, levando-se em conta as questões apontadas no início do texto, este estudo conclui que imagens, enquanto objetos complexos, cumulativos e multissentidos, se configuram como agentes de sincronização social e, portanto, se caracterizam como vetores na manutenção e disseminação de imaginários, carregados com valores do passado atrelados aos processos de intolerância.

Nesse contexto, acredita-se que as imagens, apesar de a sociedade ter alterado seu discurso com relação ao que passou e mudado suas estruturas sociais, econômicas e políticas, permanecem repetindo valores coloniais no presente, fazendo viver estereótipos que corroboram com o preconceito e naturalizam processos de intolerância e violência. Desse modo, a despeito do papel da imagem na transmissão de valores como comprovado nesta pesquisa, não se espera aqui atribuir à indústria do turismo toda a responsabilidade por alimentar os meios de comunicação com imagens e narrativas estereotipadas, seja do Brasil, seja de outros destinos.

Tem-se claro, no entanto, que esta indústria poderia contribuir de forma mais efetiva nas questões da alteridade, diversidade e respeito ao humano se incluísse em seus processos comunicacionais, de forma mais efetiva, aspectos culturais, ambientais e históricos que, se entendidos, poderiam enriquecer a experiência do viajante e daqueles que o acolhem.

É importante também reconhecer que essas dinâmicas de divulgação de destinos segmentadas em tours voltados para lazer, negócios, esporte, etnia, pobreza, aventura, entre outros, deveriam também analisar seu efeito nas vidas humanas que toca. Ou seja, avaliar se, mesmo que de forma involuntária, seus processos comunicacionais atuam de maneira a expor povos e culturas a situações

constrangedoras, como aquelas dos Zoológicos Humanos ou, mais recentemente, como Favela tour.

E isso inclui tornar a veiculação de mensagens mais conscientes e responsáveis em relação aos produtos turísticos, incluindo a valorização da diversidade cultural, a promoção intercultural e o respeito às comunidades locais, que bem poderiam ser envolvidas na criação e planejamento desses pacotes ou tours.

Este estudo demonstrou ser relevante retroagir no tempo, nos anos 1.500 no descobrimento do Brasil, para os séculos que se seguiram na colonização, pós e até República, chegando às exposições ou zoológicos humanos, aceitos pela sociedade da época como espetáculos para as classes mais abastadas. Sim, estas exposições, que ocorreram no final do século XIX e início do século XX na Europa e Estados Unidos, foram baseadas em ideologias racistas e hegemônicas, revelando a complexidade das representações e estereotipação da vida que reverberaram nos meios de comunicação ao longo dos séculos e parecem estar ativas nos processos comunicacionais do turismo.

E como mencionado anteriormente, as narrativas que trazem índios, pretos e pobres, e a terra Brasil, cindidos na literatura e nos meios de comunicação, em função do que é politicamente correto ou não, o mesmo aparentemente não ocorreu com o tratamento das imagens que os representam. Estas continuam vivas como vetor de manutenção do imaginário colonial europeu, com todos os valores coloniais que fundam estereótipos e distorcem a imagem, alterando a origem da terra e da gente do Brasil, de povo com potencial de desenvolvimento e valores voltados para a vida na natureza cercada de espiritualidade, para um povo subjugado e primitivo. O estranhamento e o tratamento brutal, em face à exploração da terra e da gente brasileira, como registrado nas narrativas do período de colonização, justificaram a violência e o desprezo sobre a paisagem e a gente do Brasil, que permanecem até os dias de hoje.

Essas imagens na forma de reduções simplistas e generalizadas, apesar de infundadas, apresentavam "selvagens" ou "exóticos" como meras curiosidades, afetando profundamente a vida dessas pessoas e daqueles que se sujeitavam a participar desses espetáculos.

A violência horrível perpetrada era retratada como algo natural, como se os nativos de outras regiões pudessem ser exibidos como aberrações bestializadas, por mérito ou culpa. Nesse contexto, o objetivo era expor as descobertas do Novo Mundo,

ênfatizando a suposta distância entre os civilizados e os "selvagens" ou "exóticos", justificando assim as ações de "salvação" ou "resgate" em curso.

Essa distorção da realidade servia ainda para acentuar a exploração desses povos e nações, contando com o respaldo da população influenciada por imagens e narrativas que negavam o desenvolvimento das culturas diferentes do pensamento eurocêntrico.

De fato, como ocorrido nos séculos passados, na era dos “descobrimientos ou das invasões”, entre os séculos XV e XVIII, poucos observadores enxergavam os “exóticos ou selvagens” como dignos de tratamento humanizado ou a terra como algo a ser preservado.

A partir de imagens deformadas e estereotipadas, os colonizados, percebidos como “inferiores”, “primitivos” ou “não humanos”, não tinham como se defender do preconceito e da intolerância, que dizimavam todos quanto não aceitavam uma vida de escravidão e violência.

A crença da “supremacia branca” ao tempo que inferiorizava “gentes” de outros continentes deixava um rastro de destruição que, infelizmente, segue ativa a partir de atualizações, ou melhor, variações sobre o mesmo tema, mas agora de forma velada e politicamente correta. A questão que se coloca, nesse contexto, é de que não adianta continuar a empurrar o lixo para debaixo do tapete. Não adianta tampouco discutir o racismo estrutural, sem aprofundar na forma como a terra e as gentes brasileiras, por exemplo, foram narradas pelos “Senhores do Brasil”, até porque são essas narrativas que prevalecem no imaginário popular e que continuam a alimentar a “matança” de pretos e jovens e a violentar mulheres em atos machistas, como se a culpa por tais horrores fosse uma resposta à imagem estereotipada de um povo violento, indolente, sensual, ingênuo – que não merece usufruir das belezas e riquezas que seu território abriga.

Essas imagens se atualizaram ao longo do tempo em outras atividades culturais, como na composição dos safaris africanos; dos espetáculos e paródias; nos desfiles das escolas de samba do carnaval no Rio de Janeiro; e mais recentemente no Favela tour, que, geralmente, expõe a cultura regional e o nativo, perenizando a imagem estereotipada de “superioridade” dos povos “civilizados”.

Nesse sentido, independente do meio de comunicação, as imagens que representam o Rio de Janeiro e que refletem a imagem do Brasil contemporâneo na ferramenta Google Images e representam o imaginário popular à medida que se

embasam na associação de termos pesquisados de milhares de indivíduos continuam a remeter o observador para os estereótipos da gente selvagem, violenta e, ao mesmo tempo, exótica e sensual, e da terra estigmatizada a ser retratada como “terra abençoada” e martírio dos pobres e pretos, como que a repetir o preconceito do passado no presente.

Afora a beleza e a hospitalidade; desigual, violenta e intolerante, o outro lado da imagem distorcida do Rio de Janeiro, que repete a cisão da terra maravilhosa e da gente não tão maravilhosa, demonstra que não é por acaso que se encontram na cidade as maiores favelas do país. Os contrastes entre estética e pobreza colocam o destino em situações distintas – Éden e Inferno – realidades que são camufladas para que se sobressaia o que é industrialmente comercializável, ou melhor, na linguagem atual das redes sociais – instagramável.

As favelas, não só no Brasil, também em outros destinos, além de acomodar a miséria e a imagem do “selvagem” ou nativo, representam o descaso pelo humano, que abraçados pela cultura de massa dão forma a estereótipos preconceituosos e que apontam para invisibilidade étnica e visibilidade espacial – pano de fundo do Favela tour, por exemplo.

Desse modo, repetir insistentemente a forma como a terra e a gente brasileiras foram narradas, no passado, por ocasião da sua fundação, aparentemente se tornou automatizado na atualidade. Difícil entender hoje se isso acontece dessa forma por que vende mais o destino ou por que apresenta o Brasil que os consumidores querem comprar. Ou seja, o sistema todo corrobora para que tudo se mantenha como está e isso é a somatória de diferentes indústrias, em diferentes segmentos que nutrem e são nutridas pela cultura de massas, fortalecida pela mídia digital, virtual e pela inteligência artificial.

Nesse sentido, a contribuição deste estudo parece ser evidente, à medida que coloca em discussão a forma como a terra e a gente do Brasil podem e querem ser apresentadas nos meios de comunicação daqui por diante. Afinal, imagens e narrativas como agentes de sincronização social são parte das questões sociais na atualidade, e compreender seu papel torna possível rediscutir as questões nacionais sobre outro prisma, deixando de lado visões estereotipadas e conceitos ultrapassados em prol do aprofundamento no resgate dos saberes e conhecimentos dos povos originários, por exemplo. A compreensão de que não se pode apagar o valor da



ancestralidade, da alma ou da origem da terra e da gente brasileiras ocultas por valores coloniais é um ganho imenso para a nação.

Nesse caso, imagens e narrativas, agentes de sincronização social, como falado no início, fazem parte da discussão e – quero afirmar neste momento – também farão parte da solução. Até porque, imaginar um Brasil diferente que valoriza suas raízes e abraça a herança dos povos originários é essencial, contra esse imaginário popular que se mantém atualizado indefinidamente. Mas deve-se caminhar também para introjetar e depois comunicar este novo posicionamento.

Essa nova forma de apresentação da terra e da gente brasileiras deve desconstruir estereótipos e abarcar novas imagens e narrativas que representem e protejam a terra e a gente brasileiras. Insere-se aí a descoberta dos verdadeiros heróis nacionais, da música, da dança, dos ritos e das festas da gente brasileira. Ainda dá tempo. Temos representantes dos afrodescendentes, dos índios descendentes que, enquanto povos originários, podem ajudar a gente e a terra do Brasil a encontrar novas narrativas, novas imagens.

Nesse momento, não se ouvirá mais falar que brasileiro é vagabundo, que gosta de levar vantagem, que toda mulher brasileira é fácil, que o povinho daqui não merece a terra que herdou, que é violento, que vive como índio, ou ainda outras tantas pérolas de cunho racista contra os pretos brasileiros e que não estão mais nas narrativas, mas continuam presentes nas imagens veiculadas nos meios de comunicação. O mesmo deve ocorrer com os problemas sociais enfrentados no país e que podem ser discutidos à luz dos estigmas que herdamos, que naturalizam os estereótipos interferindo nas pequenas e grandes decisões nacionais.

Sim, a imagem está corrompida. E por causa do excesso e por se manter na superfície, ela atua para manutenção do olhar e da visão, que sem uma ecologia da comunicação não tem perspectiva de mudança. Apesar de conscientes de que há um movimento de reafirmação dos afrodescendentes e dos índios descendentes no Brasil, não encontramos reverberação disso no material encontrado.

Ao contrário, o exemplo da Favela tour configura-se dentro do esperado e da clivagem da imagem entre terra maravilhosa e gente selvagem, exótica, que ainda no contemporâneo assombra qualquer movimento de resgate das culturas e saberes dos povos originários, até em função – como afirmado acima – de não ser esta uma aspiração da nação, que parece ter se conformado com as imagens estereotipadas que inspira.

Dentro desse princípio, a questão de que há uma transmissão cultural de valores que vai se adaptando e atualizando no tempo parece-nos real e possível. Os achados nas narrativas dos navegantes e dos autores contemporâneos em comparação com o que foi encontrado no *Google Images* parecem se justapor ao mesmo conceito que enxerga a terra maravilhosa em detrimento da gente miserável.

Em função dos achados desta pesquisa, temos claro que a valorização dos povos originários, da cultura africana e da cultura indígena no Brasil não faz parte do ideário de brasilidade dos brasileiros.

Há sim uma ideia de miscigenação que amálgama os povos originários, como se a formação da gente do Brasil dependesse dessa mistura para existir, a despeito do que se herdou daqueles que estavam aqui, muito antes da invasão; ou dos que aqui chegaram nesse ínterim. A riqueza da cultura afro e indígena aparentemente se perdeu no tempo e permaneceu em movimentos de resgate e reparação que não tocam na ferida que continua aberta e que machuca a alma brasileira desde sempre.

Nesse contexto, parece-nos que insistir na discussão do racismo estrutural é algo não profícuo, uma vez que a raiz da discussão, ou seja, a forma como a terra e a gente brasileiras foi narrada, desde sua fundação, aponta para questões que permanecem na mídia e nos meios de comunicação a despeito de qualquer movimento em prol do preto ou do índio, na atualidade. Isto posto, céu e inferno possivelmente continuem a representar a terra, e a gente brasileira a depender de um novo olhar à luz do imaginário; de outro modo, não há mudança possível que conduza o país para fora desse círculo que se fecha nos valores que geram ações de violência, intolerância e/ou salvação.

De fato, o racismo no Brasil não parece estar sedimentado por regras sociais normatizadas. Distante disso, está voltado para ações individuais ligadas a preconceitos e ações de discriminação que podem sim ser frutos da forma como os meios de comunicação atualizam a cultura e distorcem a imagem abundante nos processos midiáticos, consolidando estereótipos que são efetivos na manutenção desse tipo de movimento.

Dentro desse pensar, partir das imagens da fundação do Brasil, rumo às imagens veiculadas no contemporâneo da terra e da gente brasileiras, para entender o papel dos meios de comunicação, enquanto agente de transformação social, foi uma decisão acertada, e por que não dizer uma viagem épica de reencantamento pelos povos originários, seus conhecimentos, sua espiritualidade e integração à natureza.

Em cima dessa questão, acredita-se que este estudo contribui para uma ecologia da imagem brasileira e para a revisão de processos comunicacionais midiáticos, em especial, no campo do turismo. Resgatar a origem da gente e da terra brasileiras e rever a herança colonial são prementes para tal fato que justifica esta pesquisa, que enxerga na arqueologia da intolerância imagens e narrativas que romperam o fluxo natural do desenvolvimento da nação e que continuam a interferir nas escolhas da gente com impacto na forma como interage-se com a terra.

Por isso, a imagem do paraíso perdido, representado por paisagens deslumbrantes de natureza exuberante, riquezas naturais e dos povos originários, como selvagens, recua às narrativas dos séculos que se seguiram à invasão, ecoando até o contemporâneo e circundando a história da nação. Carregando a sombra dos colonizadores através dos séculos, as terras e a gente do Brasil parecem ainda lutar para formar sua identidade que difere das imagens que lhes foram impostas. Narrados como exóticos, violentos, hospitaleiros, antropofágicos, canibais, animais, ingênuos, musicais, sensuais, naturais, inocentes, alegres; os povos originários que habitavam esse potencial “paraíso terreal” não foram vistos na sua cultura e na sua ancestralidade.

Nesse contexto, pode-se inferir que a exemplo do que vimos hoje na literatura, no *Google Images* ou no noticiário, percebe-se transbordar nas imagens, diferentemente dos discursos da atualidade, ecos do passado.

Dentro desse cenário, soma-se à questão do imaginário que sustenta o status quo, a partir das narrativas, das imagens do belo e do grotesco, de deus e do diabo, ou seja, de tudo que coloca o Brasil dentro de uma visão que sai do paraíso perdido diretamente para o inferno Atlântico, uma visão assemelhada à da colonização e que tudo justifica, o bem e o mal, quando a questão continua a ser a exploração da terra e a “escravização” da gente, seja de que forma for.

Essas narrativas disseminadas no campo da sociedade, que sustentam e naturalizam elementos dentro de conceitos hegemônicos e misóginos, continuam a se configurar enquanto alimentos que atualizam o imaginário e são por ele também atualizadas.

Logo, se havia no Brasil uma sociedade assentada no padrão hegemônico do homem branco civilizado europeu, percebe-se que essa condição permanece mesmo com as políticas implantadas. Teoricamente, esta é a imagem encontrada nos meios de comunicação. Do mesmo modo que gente brasileira é representada nos relatos e documentos do descobrimento é também apresentada na atualidade nos meios de

comunicação, baseada nos estereótipos que caminham entre a divinização e a diabolização de forma dicotômica e que repetem valores arcaicos.

Nesse sentido, a datar da sua fundação e seguindo até os dias de hoje, a “Terra de Santa Cruz” tem sua presença nos relatos e documentos de sua fundação polarizada. De um lado, reforça-se a hospitalidade do povo e as belezas naturais; de outro, está a sensualidade imoral e a hostilidade e violência atreladas aos perigos da terra e do clima que remontam aos relatos dos navegadores.

O Brasil como lugar de riquezas, de paisagens maravilhosas e da imagem de um povo primitivo está aquém dessa visão. Esse processo, que vem se repetindo até os dias de hoje e se consolida enquanto estereotipia e cultura ao acionar imaginários centrados no colonialismo, pode ser rediscutido e reavaliado a partir dos conhecimentos e saberes dos povos originários, se esta escolha for soberana à nação.

Nesse contexto, dentro de regimes de (in) visibilidade das questões étnico-raciais, parece-nos claro que estas precisam sair dos roteiros turísticos e da indústria cultural para as discussões que possam referendar o Brasil, a partir do olhar amoroso e voltado para sua origem.

Os estereótipos do índio ou do miserável comprovadamente têm raízes na fundação do país, conectadas à violência e à intolerância, de modo a distanciá-los do princípio, de quando terra e gente brasileiras eram livres, e isso vale também para os pretos que chegaram ao Brasil ao longo de todo esse processo na condição pior possível: desrespeitados, subjugados, destratados.

Nesse contexto de aprendizado e compartilhamento, esta pesquisa foi uma viagem de volta para casa. Uma viagem que particularmente colocou esta pesquisadora em meio a um mar de sangue e descaso com a gente e com a terra que, ainda hoje, terminada a tese, dói na carne, como uma ferida que se abriu e que depende do despertar da gente brasileira para cicatrizar.

Uma viagem que olhou a terra maravilhosa brasileira como parte de um ecossistema vivo e que, apesar da exploração desmedida, insiste em se reerguer oferecendo ao estrangeirismo e a tudo o que une a terra ao paraíso perdido ou a Terra abençoada de Santa Cruz uma visão inesquecível denominada Brasil. Uma viagem que abraça a gente brasileira, índia, preta, branca e, acima de tudo, humana, hospitaleira, livre, sensual, ingênua e indolente, no sentido de que sim, os ritmos naturais, a espiritualidade e a integração com a terra fazem sentido à nação.

Uma viagem que mudou o olhar e a visão da gente feliz e da terra “encantada”, e que pode contagiar a outros brasileiros a refletirem sobre a questão.

Depois de concluído o estudo, ficou aqui marcado no corpo e na alma a sede de aprofundamento e de contribuição para a ecologia da imagem e da visão, a partir da reflexão sobre os meios de comunicação, enquanto vetores que sincronizam gente e terra, fazendo viver imagens reais ou estereotipadas a depender de quem, quando, onde e como “aperta o play”.

## REFERÊNCIAS

ANDREASSEN, Rikke. **Human Exhibitions**. Race, Gender and Sexuality in Ethnic Displays. London and New York: Routledge Taylor and Francis Group, 2016.

BAITELLO JR., Norval. **A era da iconofagia**. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

BAITELLO JR., Norval. **O pensamento sentado**. Sobre glúteos, cadeiras e imagens. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

BAITELLO, JR, Norval. A sociedade das imagens em serie e a cultura do eco. 2005, **Revista F@ro**, n.2. Disponível em: [http://web.upla.cl/revistafaro/n2/02\\_baitello.htm](http://web.upla.cl/revistafaro/n2/02_baitello.htm). Acesso em: 20 out.2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 8. ed. Lisboa: Edições 70, 2003.

BECATTINI, Natalia. Os passeios nas favelas e o turismo de pobreza. **360 Meridianos**. 2014. Disponível em: <https://www.360meridianos.com/2014/04/os-passeios-nas-favelas-e-o-turismo-de-pobreza.html> Acesso em: 20 jan.2023.

BRAZIL Independence Day – September 7, 2022. **National Today**. 2022. Disponível em: <https://nationaltoday.com/brazil-independence-day/>. Acesso em: 9 jan.2023.

BYSTRINA, Ivan. **Tópicos de Semiótica da Cultura**. CISC – Aula de maio/95, PUC/SP. Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. Tradução de Norval Baitello Junior e Sonia B. Castino, 2009.

BUENO, Eduardo. **A viagem do descobrimento**: um outro olhar sobre as expedições de Cabral. Rio de Janeiro-RJ, Estação Brasil, 2016, e-book.

BUENO, Eduardo. **Brasil uma história**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012. E-book.

BUENO, Eduardo. **Capitães do Brasil. A saga dos primeiros colonizadores**. v. III, Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

BUENO, Eduardo. Como era gostoso Hans Staden: Um livro para devorar. In: STADEN, Hans. **Duas viagens ao Brasil**. Primeiros registros sobre o Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: LPM Pocket, 2020.

BUENO, Eduardo. **História do Brasil. Os 500 anos do país em uma obra completa, ilustrada e atualizada**. 2. ed. São Paulo: Folha de S.P, 1997.

CAMARGO, Luiz. In: MONTANDON, Alain. **O Livro da Hospitalidade**. Acolhida do Estrangeiro na História e nas Culturas. São Paulo: Senac, 2011.

CAMINHA, Pero Vaz. **A Carta de Pero Vaz de Caminha**. 2ª reimp. Petrópolis - RJ: Vozes, 2021.

CARICATURA DE LUIZ PEIXOTO. **Correio da Manhã (RJ) 1960-1969**. 2 caderno, Disponível em: [http://memoria.bn.br/DocReader/089842\\_07/53859](http://memoria.bn.br/DocReader/089842_07/53859). Acesso em: 9 jan.2023.

CASTRO, Eduardo Viveiros de. **Metafísicas canibais**: elementos para uma antropologia pós-estrutural. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

CENSO POPULACIONAL DA MARÉ. Disponível em: <https://apublica.org/wp-content/uploads/2020/07/censomare-web-04mai.pdf>. Acesso em: 9 jan.2023.

CHAUÍ, Marilena. **Mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

CLASTRES, Pierre. **Arqueologia da violência. Pesquisa e antropologia política**. E-book. Editora Cosac & Naify, 2004.

CONHEÇA melhor as principais campanhas que a Embratur criou para divulgar o Brasil e seus destinos. **Embratur**. Disponível em: <https://embratur.com.br/campanhas/>. Acesso em: 9 jan.2023.

CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera, imaginário e desencantamento do mundo**. São Paulo: Imaginalis, 2017.

CONTRERA, Malena Segura. **Impactos persistentes da cultura de massas na comunicação**: a crise da empatia e o rebaixamento cognitivo. Intercom - RBCC São Paulo, v. 44, n. 2, p.35-49, maio/ago. 2021

CORTINA, Adela. **Aporofobia, el rechazo al pobre**. Um desafio para la democracia. E-book. Barcelona – ES: Paidós, 2017 (Estado Y Sociedad), 2017.

DESIGUALDADES Sociais por Cor ou Raça no Brasil. Estudos e Pesquisas Informação Demográfica e Socioeconômica. n.41. **IBGE**. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681_informativo.pdf). Acesso em: 20 mar.2022.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2019.

DURAND, Gilbert. **O imaginário. Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. 6. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2014.

EMBRATUR confirma nova marca “Brazil visit and love us”. **Panrotas**. 2019. Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/07/embratur-confirma-nova-marca-brazil-visit-and-love-us\\_166036.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/07/embratur-confirma-nova-marca-brazil-visit-and-love-us_166036.html). Acesso em: 9 jan.2023.

ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.  
ELIADE, Mircea. **Imagens e símbolos**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

FAVELA DA ROCINHA. **Wikipedia**. Disponível em: <https://wikifavelas.com.br/index.php/Rocinha#:~:text=A%20Rocinha%20%C3%A9%20uma%20favela,cerca%20de%2070%20mil%20habitantes>. Acesso em: 12 jan. 2023.

FAVELA TOUR. **S2RIO**. Disponível em: [https://s2rio.com.br/favela-tour/#tour\\_galeria](https://s2rio.com.br/favela-tour/#tour_galeria). Acesso em: 29 maio.2023.

FREIRE, Ricardo. Os 7 erros da nova marca do Brasil. **Viagem na Viagem**. Disponível em: <https://www.viajenaviagem.com/marca-brasil-erros/>. Acesso em: 19 jan.2023.

GAMBINI, Roberto. A alma ancestral do Brasil. **Youtube**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZPon2i7Ya18&t=9s>. Acesso em: 17 set.2022.

GAMBINI, Roberto. **Espelho índio. A formação da alma brasileira**. São Paulo: Axis Muni: Terceiro Nome, 2000.

GAMBINI, Roberto. Identidades Interrompidas. **Youtube**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qRtZfK3xyAI&t=2366>. Acesso em: 20 set.2022.

GAMBINI, Roberto. Os grandes arquétipos da História da América Latina. **Youtube**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uhXtAKWI2To&t=2980s>. Acesso em: 17 set.2022.

GÂNDAVO, Pero de Magalhães. **Tratado da Terra do Brasil**. História da Província de Santa Cruz, com notas. 1576. E-book.

GRASSI, Marie-Claire. Transpor a Soleira. In: MONTANDON, Alain. **O Livro da Hospitalidade**. Acolhida do Estrangeiro na História e nas Culturas. São Paulo: Senac, 2011.

GRUZINSKI, Serge. **A águia e o dragão. Ambições Europeias e Mundialização no século XVI**. São Paulo: Schwarcz, 2012. E-book.

GRUZINSKI, Serge. **A colonização do imaginário. Sociedades indígenas e ocidentalização no México espanhol séculos XVI XVIII**. São Paulo: Cia das Letras. 1988.

GRUZINSKI, Serge. **A passagem do século 1480-1520. As origens da globalização**. São Paulo: Schwarcz, 2008.

GRUZINSKI, Serge. **As quatro partes do mundo de uma mundialização**. Minas Gerais: UFMG, 2014.

HAY mucho más Brasil. **Embratur**. Disponível em: <https://embratur.com.br/>. Acesso em: 12 jan. 2023.

HEMEROTECA Digital. **Fundação Biblioteca Nacional**. Disponível em: <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 1 jan.2022.



HOLANDA, Sergio Buarque. **Raízes do Brasil**. 27.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020a.

HOLANDA, Sergio Buarque. **Visão do Paraíso**. 4. ed. São Paulo: Cia das Letras, 2020b.

KAMPER, Dietmar. **Mudança de Horizonte**. O sol novo a cada dia. São Paulo: Paulus, 2016.

KOUTSOUKOS, Sandra S. Machado. **Zoológicos Humanos**. Gente em exibição na era do imperialismo. Campinas: Unicamp, 2020. E-book.

LÉRY, Jean de. **Le Nouveau Monde Histoire d'un voyage fait en la terre du Brésil**. Édition Flammarion, 1998a.

LÉRY, Jean de. **Viagem à terra do Brasil**. Caderno no. 10. Série Documentos históricos. Conselho Nacional da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica. São Paulo, 1998b.

LÉRY, Jean de. O mau selvagem. 1578. In: RIBEIRO, Darcy; NETO, Carlos de Araujo Moreira. **A Fundação do Brasil**. São Paulo: Vozes, 1992.

LIVRO reúne fotos raras do Brasil e do Rio na década de 40  
Fotógrafo Kurt Klagsbrunn chegou ao Brasil com 20 anos, em 1939. 'Refúgio do olhar' mostra fotos do cotidiano do Rio de Janeiro. **G1.Globo**. 2013. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/06/livro-reune-fotos-raras-do-brasil-na-decada-de-40.html>. Acesso em: 16 jan.2023.

MAPA da desigualdade. Região Metropolitana do Rio de Janeiro. **Casa Fluminense**. 2020. Disponível em: [http://casafluminense.org.br/wp-content/uploads/2020/07/mapa-da-desigualdade-2020-final\\_compressed.pdf](http://casafluminense.org.br/wp-content/uploads/2020/07/mapa-da-desigualdade-2020-final_compressed.pdf). Acesso em: 28 mar.2022.

MARTIUS, C.F.P.; SPRIX, J.B. Von. **1820. Através da Bahia**. v.4, iBooks.

MARTIUS, C.F.P.; SPRIX, J.B. Von. **1817. Viagem ao Brasil**. v.1. Rio de Janeiro, Imprensa oficial.

MARTIUS, C.F.P. "Como se deve escrever a história do Brasil". Ciência Hoje, São Paulo, 1991, v. 14, n. 77, p. 13. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz. **"Nem Preto Nem Branco, Muito Pelo Contrário"**. Coleção Agenda Brasileira. iBooks.

MONTANDON, Alain. **O Livro da Hospitalidade**. Acolhida do Estrangeiro na História e nas Culturas. São Paulo: Senac, 2011.

MONTAIGNE, Michel de. Ensaio sobre os bárbaros canibais. 1572. In: RIBEIRO, Darcy; NETO, Carlos de Araujo Moreira. **A Fundação do Brasil**. São Paulo: Vozes, 1992.

MORIN, Edgar. **O enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. São Paulo: Forense-Universitária, 2011a.

MORIN, Edgar. KERN. Anne Brigitte. **Terra-patria**. Porto Alegre: Sulina, 2011b.

MOTA, Camila Veras. Por que Brasil e EUA ficaram tão diferentes? Curso na Universidade de Chicago tenta explicar. **BBC News Brasil**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-59499807>. Acesso em: 20 set.2022.

NATIONAL GEOGRAPHIC. Por dentro do mundo controverso do turismo em favelas. **National Geographic**. Disponível em: <https://www.nationalgeographicbrasil.com/turismo/2018/04/por-dentro-do-mundo-controverso-do-turismo-em-favelas>. Acesso em: 19 jan.2023.

NEVES, Luiz Felipe Baêta, Apresentação à quarta edição Brasileira, 2004. In: MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**. 10. ed. vol.1, Neurose, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

O DESAFIO da reputação do Brasil. **ABERJE** - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial. Disponível em: <https://www.aberje.com.br/blog/o-desafio-de-reputacao-do-brasil>. Acesso em: 19 jan.2023.

PELE ALVO: A cor que a polícia apaga. **Rede de Observatórios da Segurança**. 2022. Disponível em: [http://observatorioseguranca.com.br/wordpress/wp-content/uploads/2022/11/EM-EMBARGO-ATE-1711\\_5-AM-REDE-DE-OBS\\_PELE-ALVO2\\_171122.pdf](http://observatorioseguranca.com.br/wordpress/wp-content/uploads/2022/11/EM-EMBARGO-ATE-1711_5-AM-REDE-DE-OBS_PELE-ALVO2_171122.pdf). Acesso em: 14 jan.2023.

POR QUE Brasil e EUA ficaram tão diferentes. Curso na Universidade de Chicago tenta explicar. **BBC News Brasil**. Youtube. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=d3YGQPddK\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=d3YGQPddK_U). Acesso em: 20 set.2022.

PROSS, Harry; BETH, H. **Introduction a la Ciencia de la Comunicacion**. Barcelona: Anthropos, 1987.

PROSS, Harry. **Estructura simbólica del poder**. Barcelona: GG Mass Media, 1980.

RESEARCH Institute Global Wealth report 2021. **Credit Suisse**, jun. 2021. Disponível em: <file:///Users/sandramaia/Downloads/global-wealth-report-2021-en.pdf>. Acesso em: 28 mar.2022.

RIBEIRO, Darcy; NETO, Carlos de Araujo Moreira. **A Fundação do Brasil**. São Paulo: Vozes, 1992.

RIBEIRO, Darcy. **O Povo Brasileiro. A formação e o sentido do Brasil**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

RIBEIRO, Darcy. **A política indigenista brasileira**. Rio de Janeiro: Editora SIA, 1962.

RIO DE JANEIRO tem mais vítimas de ações policiais em lista de cinco estados. **Brasil de Fato**. Rio de Janeiro. 14 jul. 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/07/14/rio-de-janeiro-lidera-em-vitimas-em-acoes-policiais-em-lista-de-cinco-estados>. Acesso em: 14 jan.2023.

RODRIGUES, Leandro Garcia. Uma carta, Um novo mundo. In: CAMINHA, Pero Vaz. **A Carta de Pero Vaz de Caminha**. 2ª reimp. Petrópolis - RJ: Vozes de Bolso, 2021.

SAID, Edward. **Orientalismo**. O Oriente como invenção do Ocidente. Companhia de Bolso. 13ª impr. São Paulo, 2021.

SALVADOR, Frei Vicente. **História do Brasil América Latina**: a pátria grande 1500-1627. Editora UNB, 2014.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Nem preto, nem branco, muito pelo contrário**. São Paulo: Editora Claro Enigma, 2012. E-book.

SER BRASILEIRO é estar sempre perto de um destino incrível @embraturbrasil. **Youtube**. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yyLjcJ4WiAY>. Acesso em: 28 mar.2022.

SILVA, Maurício Ribeiro da. Os Caminhos da Incomunicação. In: BAITELLO JR., Norval; CONTRERA, Malena Segura; MENEZES, José Eugênio de Menezes (Orgs.). **Os meios da Incomunicação**. São Paulo: Anablume, 2005.

SILVA, Maurício Ribeiro da. O eclipse do imaginário: imaginário instrumental e redução da potência imaginativa das imagens. **Revista Matrizes**, v. 4, n. 2, 2020, São Paulo, SP.

SILVA, Maurício Ribeiro da. **Imaginário. Aula Palestra**. Universidade Paulista - UNIP, 15 de março de 2022.

SILVA, Juremir Machado da. **Raízes do conservadorismo brasileiro. A Abolição na imprensa e no imaginário social**. Rio de Janeiro, RJ: Editora Civilização Brasileira, 2017, i-Books,

SIMÕES, Leila. Jeep Tour Rio de Janeiro – Passeio, ingressos, atrativos e dicas. **TransPortal**. 2022. Disponível em: <https://www.transportal.com.br/noticias/rodoviaria-novorio/jeep-tour-rio-de-janeiro/> Acesso em: 20 jan.2023.

SOUZA, Creomar Lima Carvalho de. Para levar a sério a imagem do Brasil. **Veja.abril**. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/para-levar-a-serio-a-imagem-do-brasil/>. Acesso em: 19 jan.2023.

SOUZA, Gabriel Soares de. Caráter e Costume dos Índios Aimoré. 1587. In:

RIBEIRO, Darcy; NETO, Carlos de Araujo Moreira. **A Fundação do Brasil**. São Paulo: Vozes, 1992.

SOUZA, Laura de Mello e. **Inferno Atlântico**: demonologia e colonização: século XVI e XVIII. São Paulo: Cia das Letras, 1993.

SOUZA, Laura de Mello e. **O diabo e a terra de Santa Cruz. Feitiçaria e religiosidade popular no Brasil colonial**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

STUDY shows how the Brazilian government was seen abroad in 2020. **Aberje**. Disponível em: <https://www.aberje.com.br/en/study-shows-how-the-brazilian-government-was-seen-abroad-in-2020/>. Acesso em: 28 mar.2022.

SUBIMOS A ROCINHA. Dentro da maior favela do Brasil. **Youtube**. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=ofwk\\_VIYDPE](https://www.youtube.com/watch?v=ofwk_VIYDPE). Acesso em: 20 fev.2023.

THEVET, Fr. André. **Singularidades da França Antártica a que outros chamam América**. Prefácio, tradução e notas do Prof. Estevão Pinto. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1944.

TODOROV. Tzvetan. **A conquista da América**: a questão do outro. São Paulo: Martins Fontes, 1999. iBooks.

TORRES, Leonardo. **Contágio Psíquico**. A Loucura das Massas e suas reverberações na Mídia. São Paulo: Eleva Cultural, 2021.

TURISMO do Brasil ganha nova marca no exterior. **Agência Brasil**. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-07/promocao-turistica-do-brasil-no-exterior-ganha-nova-marca>. Acesso em: 28 mar.2022.

UM BRASIL “irresponsável, negligente e arrogante”: estudo da Curado e associados mostra imagem internacional do país. **Aberje**. Disponível em: <https://www.aberje.com.br/um-brasil-irresponsavel-negligente-e-arrogante-estudo-da-curado-e-associados-mostra-imagem-internacional-do-pais/>. Acesso em: 28 mar.2022.

WHAT’S Going on in Brazil? Brazil Scholars Brodwyn Fischer & Rafael Ioris in Conversation. **Youtube**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NROHFDz7u2s>. Acesso em: 28 mar.2022.

WIKIPEDIA. **Race and ethnic in Brazil**. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Race\\_and\\_ethnicity\\_in\\_Brazil](https://en.wikipedia.org/wiki/Race_and_ethnicity_in_Brazil). Acesso em: 14 jan.2023.

## ANEXOS

### Anexo 1 - Planilha autores



ANEXO 01. PLANILHA  
AUTORES (1).xlsx

### Anexo 2 - Planilha Publicidade Ministério do Turismo



ANEXO 02. PLANILHA  
PUBLICIDADE MINISTÉRI

### Anexo 3 - Planilha Brasil Turismo



ANEXO 03. PLANILHA  
BRASIL TURISMO.xlsx

### Anexo 4 - Planilha Brazil Tourism



ANEXO 04. PLANILHA  
BRAZIL TOURISM - 27

### Anexo 5 - Planilha Rio de Janeiro



ANEXO 05. PLANILHA  
RIO DE JANEIRO - 24-

### Anexo 6 - Planilha Hospitalidade Rio de Janeiro



ANEXO 06. PLANILHA  
HOSPITALIDADE RIO C

### Anexo 7 - Planilha Praia Carioca



ANEXO 07. PLANILHA  
PRAIA CARIOCA.xlsx

### Anexo 8 - Planilha Favela Rio de Janeiro



ANEXO 08. PLANILHA  
FAVELA RIO DE JANEI

### Anexo 9 - Planilha Violência Rio de Janeiro



ANEXO 09. PLANILHA  
VIOLENCIA RIO DE JANEIRO

### Anexo 10 - Planilha Rio de Janeiro Favela Tour



ANEXO 10. PLANILHA  
RIO DE JANEIRO FAVELA TOUR

### Anexo 11 - Tabela 1 - Pesquisa autores diversos - Fundação do Brasil 167 frases



TABELA 01. PESQUISA  
AUTORES DIVERSOS -

### Anexo 12 - Tabela 2 - Pesquisa Google Images Brasil + Brazil



TABELA 02 -  
PESQUISA GOOGLE IMAGES

### Anexo 13 - Tabela 3 - Pesquisa Google Images - Rio de Janeiro



TABELA 03 -  
PESQUISA GOOGLE IMAGES