

# Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

William Cleber Domingues Silva  
(Organizador)



**Atena**  
Editora

Ano 2021

# Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

**William Cleber Domingues Silva**  
(Organizador)



**Atena**  
Editora

Ano 2021

**Editora Chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Assistentes Editoriais**

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto Gráfico e Diagramação**

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremonesi

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

**Imagens da Capa**

Shutterstock

**Edição de Arte**

Luiza Alves Batista

**Revisão**

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial**

**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Instituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido

Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília

Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás

Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina

Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília

Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina

Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira

Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra

Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras

Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia

Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco

Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará

Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí

Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas

Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará

Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá

Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados

Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino

Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora

Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto

Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás

Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná

Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás

Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobbon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

### **Conselho Técnico Científico**

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo  
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza  
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba  
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí  
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais  
Prof. Me. Alessandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional  
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa  
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia  
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá  
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais  
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco  
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar

Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos  
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná  
Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo  
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas  
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará  
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília  
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa  
Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia  
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases  
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina  
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil  
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita  
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás  
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí  
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein  
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás  
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora  
Prof. Me. Fabiano Eloy Atílio Batista – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas  
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará  
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo  
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária  
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás  
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina  
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza  
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College  
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará  
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social  
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe  
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay  
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco  
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás  
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFGA  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis

Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR  
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará  
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ  
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe  
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná  
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz  
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas  
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos  
Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo  
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior  
Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo  
Profª Ma. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará  
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos  
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa  
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal  
Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba  
Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão  
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo  
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana  
Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo  
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

## Turismo, cidades, colecionismo e museus

**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
**Bibliotecária:** Janaina Ramos  
**Diagramação:** Luiza Alves Batista  
**Correção:** Kimberly Elisandra Gonçalves Carneiro  
**Edição de Arte:** Luiza Alves Batista  
**Revisão:** Os Autores  
**Organizador:** William Cleber Domingues Silva

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T938 Turismo, cidades, colecionismo e museus / Organizador  
William Cleber Domingues Silva. – Ponta Grossa - PR:  
Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5706-942-4

DOI 10.22533/at.ed.424213103

1. Turismo. I. Silva, William Cleber Domingues  
(Organizador). II. Título.

CDD 338.4791

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

contato@atenaeditora.com.br

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa.

## APRESENTAÇÃO

A coleção “Turismo, cidades, colecionismo e museus” é uma obra que tem como foco principal a discussão científica por intermédio de trabalhos diversos que compõem seus capítulos. O volume apresenta relevantes investigações científicas relacionadas ao tema proposto pelo livro.

O objetivo central foi apresentar de forma objetiva e atual estudos desenvolvidos em diversas instituições de ensino e pesquisa do Brasil, Portugal e Equador. Os trabalhos que compõem esse volume abordam possíveis relações existentes entre os temas que nortearam as contribuições dos autores: turismo, cidades, colecionismo e museus.

O surgimento e avanço da crise sanitária mundial provocada pela pandemia COVID 19 bem como seus impactos no setor de turismo, nas cidades e nos museus também despertaram relevantes reflexões dos autores.

Temas diversos e interessantes são, deste modo, discutidos aqui com a proposta de disseminar o conhecimento científico desenvolvido por profissionais de turismo e áreas afins atuantes em diferentes regiões do Brasil e do mundo.

Desta forma destaca-se que o título “Turismo, cidades, colecionismo e museus” é uma obra direcionada a profissionais e acadêmicos de diferentes áreas do conhecimento humano. O livro apresenta em seus capítulos temas relevantes para os interessados em se atualizarem em assuntos debatidos pelas ciências sociais aplicadas.

Finalizando considera-se relevante registrar o importante papel desempenhado pela Atena Editora enquanto plataforma capaz de oferecer a pesquisadores e leitores um espaço adequado para apresentação, divulgação e publicação de pesquisas científicas no Brasil.

Desejamos a todos uma excelente viagem!

William Cleber Domingues Silva

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

TURISMO E VIAGENS CULTURAIS *ON-LINE* EM TEMPOS DE PANDEMIA: UM ESTUDO DE BASE ETNOGRÁFICA SOBRE O PROJETO VIAJAR DE CASA

Karla Estelita Godoy

**DOI 10.22533/at.ed.4242131031**

### **CAPÍTULO 2..... 23**

INCENTIVOS FINANCEIROS DESTINADOS AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO

Aracelis Gois Morales Rigoldi

Graziela Oeste Graziano Cremonesi

Valéria Rueda Elias Spers

Marli Terezinha Vieira

Angélica Gois Morales

**DOI 10.22533/at.ed.4242131032**

### **CAPÍTULO 3..... 38**

DESAFIOS DA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO: O IMPACTO DA LEI GERAL DO TURISMO NO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Elaine Gomes Borges da Silva

Jane Márcia do Nascimento Teixeira Scorzelli

**DOI 10.22533/at.ed.4242131033**

### **CAPÍTULO 4..... 55**

O TURISMO DE INTERESSES ESPECIAIS EM ESPAÇO RURAL: POSSIBILIDADES PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA PÓS-COVID-19

Carla Oliveira Brito

Janine Santos de Sousa

Sara Caroline Chagas dos Santos

Natalia Silva Coimbra de Sá

**DOI 10.22533/at.ed.4242131034**

### **CAPÍTULO 5..... 73**

A CIBERMUSEALIZAÇÃO: O OBJETO MUSEOLÓGICO EM DOIS MUSEUS VIRTUAIS BRASILEIROS

Rosali Henriques

Rafael Chaves

**DOI 10.22533/at.ed.4242131035**

### **CAPÍTULO 6..... 84**

ANOTHER TOURISM IS POSSIBLE: THE SOCIAL AND SOLIDARITY ECONOMY COMMUNITY TOURISM IN AGUA BLANCA

Lucia Dolores Loor Bravo

**DOI 10.22533/at.ed.4242131036**

<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>95</b>
O MARKETING TURÍSTICO DA EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO (EMBRATUR) E A CONCEPÇÃO DE “MULHER BRASILEIRA” EM TERRAS ESTRANGEIRAS COMO MULATAS	
Crislaine Custódia Rosa Kerley dos Santos Alves	
<b>DOI 10.22533/at.ed.4242131037</b>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>109</b>
QUESTÕES EPISTEMOLÓGICAS: PARA UMA COMPREENSÃO DO TURISTA HÍBRIDO	
Helio Fernando Lôbo Nogueira da Gama	
<b>DOI 10.22533/at.ed.4242131038</b>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>123</b>
WALKING TOUR COMO FERRAMENTA DE POTENCIALIZAÇÃO DA VISITAÇÃO EM DESTINOS TURÍSTICOS PÓS PANDEMIA	
Carla Nou Levita Jaime José da Silveira Barros Neto	
<b>DOI 10.22533/at.ed.4242131039</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>135</b>
A QUESTÃO DA HOSPITALIDADE FACE A NOVA COEXISTÊNCIA CULTURAL NO TERRITÓRIO EUROPEU CONTEMPORÂNEO: DESAFIOS PARA O FAZER TURISMO	
Eduardo Taborda de Jesus Flavia de Brito Panazzolo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310310</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>152</b>
RESORTS BRASILEIROS: DESCRIÇÃO DO DESEMPENHO DAS VENDAS ENTRE 2016 E 2017, ATRAVÉS DA TAXA DE OCUPAÇÃO, RECEITA MÉDIA E TREVPAR GERAIS E SEGMENTADOS POR AMBIENTE GEOGRÁFICO	
Antonio Carlos Bonfato	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310311</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>177</b>
CARTOGRAFIA DO TURISMO: ÓTICA GEOTURÍSTICA E GESTORA DO MUNICÍPIO DE BELÉM – PARÁ	
Lucas Daniel Noronha Ferreira Mozart dos Santos Silva Erick Peuriclepes Rodrigues da Silva Dickson Weverton Sobral de Souza Arthur Jeronimo Santana Aragão Mayara Cobacho Ortega Caldeira Carlos Rodrigo Tanajura Caldeira Anna Júlia Souza Dias Wallace Douglas da Cruz Santos Marcos Gabriel Silva e Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310312</b>	

<b>CAPÍTULO 13.....</b>	<b>190</b>
A FERRAMENTA DE ANÁLISE DE DADOS <i>BIG DATA</i> , SEUS USOS NO TURISMO E UMA PROBLEMATIZAÇÃO SOBRE AS POSSIBILIDADES DE SEU USO EM FOZ DO IGUAÇU	
Alfredo Brito Aguiar Andressa Szekut	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310313</b>	
<b>CAPÍTULO 14.....</b>	<b>211</b>
ACESSIBILIDADE E PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO TEATRO AMAZONAS - IMPLICAÇÕES PARA O TURISMO	
Marklea da Cunha Ferst Helen Rita Menezes Coutinho Lucia Claudia Barbosa Santos	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310314</b>	
<b>CAPÍTULO 15.....</b>	<b>230</b>
ANÁLISE DA GOVERNANÇA EM UMA EXPERIÊNCIA DE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: APLICAÇÃO DO MODELO MAG DO TBC À ADESCO	
João Gabriel Barrêto Pereira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310315</b>	
<b>CAPÍTULO 16.....</b>	<b>247</b>
TURISMO, PONTA DO CORUMBAU, PROGRESSO E SUSTENTABILIDADE: UMA PESQUISA DE FENÔMENO SITUADO	
Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310316</b>	
<b>CAPÍTULO 17.....</b>	<b>263</b>
COMUNIDADE QUE SUSTENTA A AGRICULTURA - PERSPECTIVA DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA E DA SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO DE CASO DA COMUNIDADE PÉ NA TERRA DE BRASÍLIA	
Juzânia Oliveira da Silva Brandão	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310317</b>	
<b>CAPÍTULO 18.....</b>	<b>278</b>
DIAGNÓSTICO DO TURISMO NO DISTRITO DE ITAIACOCA, PONTA GROSSA-PR: ESTUDO TEÓRICO PRELIMINAR PARA O PLANEJAMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL LOCAL	
Luiz Fernando de Souza Natali Calderari	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310318</b>	
<b>CAPÍTULO 19.....</b>	<b>288</b>
TURISMO DE COMPRAS NA FRONTEIRA JAGUARÃO-RS/BRASIL E RIO BRANCO/URUGUAI: UMA REFLEXÃO SOBRE IMPACTOS DA COVID-19 NA ECONOMIA	
Caio Lucas Rossi Angela Mara Bento Ribeiro	
<b>DOI 10.22533/at.ed.42421310319</b>	

<b>CAPÍTULO 20.....</b>	<b>298</b>
VIAGENS E TURISMO: EMÍLIA SNETHLAGE E HELOISA ALBERTO TORRES AS CIENTISTAS E VIAJANTES DA AMAZÔNIA DO SÉCULO XX	
Diana Priscila Sá Alberto	
DOI 10.22533/at.ed.42421310320	
<b>CAPÍTULO 21.....</b>	<b>319</b>
O CONCRETO PENSADO: ALGUMAS CATEGORIAS ANALÍTICAS PARA UMA ANÁLISE SOCIOLÓGICA DO FENÔMENO TURISMO	
Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama	
DOI 10.22533/at.ed.42421310321	
<b>CAPÍTULO 22.....</b>	<b>329</b>
DESVENDANDO EMOÇÕES NO MUSEU GRUPPELLI: BREVES APONTAMENTOS CONCEITUAIS	
José Paulo Siefert Brahm	
Juliane Conceição Primon Serres	
Diego Lemos Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.42421310322	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR.....</b>	<b>344</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO.....</b>	<b>345</b>

# CAPÍTULO 7

## O MARKETING TURÍSTICO DA EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO (EMBRATUR) E A CONCEPÇÃO DE “MULHER BRASILEIRA” EM TERRAS ESTRANGEIRAS COMO MULATAS

Data de aceite: 22/03/2021

Data de submissão: 08/03/2021

**Crislaine Custódia Rosa**

Mestranda Universidade Federal de Juiz de Fora – Juiz de Fora – Minas Gerais.  
<http://lattes.cnpq.br/9142163000863742>

**Kerley dos Santos Alves**

Pós Doutora em Democracia, Cidadania e Direito pelo Centro de Estudos Sociais de Coimbra, Portugal.  
<http://lattes.cnpq.br/0155112780470566>

**RESUMO:** O objetivo deste artigo é identificar as percepções de mulheres em intercâmbio à Europa a respeito da construção histórica do imaginário em torno da mulher brasileira a partir do marketing turístico. Foram realizadas pesquisas bibliográficas e entrevistas com seis mulheres brasileiras e intercambistas. Os dados indicaram que estas mulheres sofreram ou presenciaram algum tipo de assédio a partir de sua nacionalidade e racialização. Esta pesquisa aponta que, mesmo com a mudança de foco da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) no ano de 2002, o efeito que as imagens e estereótipos ilustradas pela Empresa Brasileira de Turismo criaram, causaram às mulheres brasileiras participantes da pesquisa, episódios em que sua identidade e nacionalidade são negadas. Neste sentido, vale destacar que a reestruturação proposta neste governo relativa ao Instituto brasileiro de turismo favoreceu a

mudança das propagandas do *trade* turístico, porém, não apagou totalmente as marcas do passado sobre a imagem das mulheres brasileiras ora propagandeada internacionalmente e como ainda, reverberam no imaginário internacional.

**PALAVRAS - CHAVE:** Marketing turístico; mulher brasileira, mulata exportação; EMBRATUR

### THE TOURISM MARKETING OF THE BRAZILIAN TOURISM COMPANY (EMBRATUR) AND THE CONCEPT OF “BRAZILIAN WOMEN” IN FOREIGN LANDS AS MULLATA

**ABSTRACT:** The aim of this paper is to identify the perceptions of exchange student women in Europe regarding the historical construction of the Brazilian women imaginary from the view of tourism marketing. It has been made bibliographical research and interviews with the total of six Brazilian women at an exchange program in Europe. The analyses appoint that these women suffered or witnessed some kind of harassment because of their nationality and racialization. Hence, this paper appoints that even with the change of the Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) focus, in the year of 2002, the effects that the images and illustrated stereotypes made by EMBRATUR caused events to these Brazilian women where their identity and nationality were denied, therefore, this analyses made us reflect of what marks that the Empresa Brasileira de Turismo left to the Brazilian women around the world.

**KEYWORDS:** Marketing tourism; Brazilian women; exportation mulate.

## INTRODUÇÃO

O turismo é dividido em diversos segmentos, dentre estes Turismo de Aventura, Cultural, Ecoturismo, de Negócios e Eventos, Gastronômico, Religioso, Sol e Praia. A Empresa Brasileira de Turismo surge no período da Ditadura Militar, onde o então presidente do regime Humberto de Alencar Castelo Branco, pelo Decreto-Lei nº55, de 18 de novembro de 1966, definiu a Política Nacional de Turismo ao criar o Conselho Nacional de Turismo (CNT) e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR). A partir da criação da EMBRATUR, no período de 1967 a 1985, quando a mesma é encarregada de fomentar o turismo internacional no país. Neste período os segmentos que se destacaram, foram de Sol e Mar e Eventos, onde os veículos para tais divulgações usadas, foram os Calendários Turísticos.

Diversas pesquisas vêm sendo feitas por pesquisadoras brasileiras a respeito das formas de publicizar a imagem do Brasil e principalmente da mulher brasileira. Pesquisadoras como Maria Badet (2008), Mariana Selister (2013) e Cléa Leite (2016), nos trazem as discussões acerca das imagens midiáticas e da Empresa Brasileira de Turismo nesse mesmo sentido. A construção da beleza e da sensualidade da mulher brasileira, foi um dos grandes estereótipos vendidos ao exterior, retratado em materiais da Empresa Brasileira de Turismo. Do ponto de vista antropológico, o turismo é uma atividade social e econômica, onde este possui caráter fenomenológico, ou seja, é necessário compreender o fenômeno a fim de identificar os equívocos e propor novas ações, para que desta forma, novos rumos sejam tomados.

O presente artigo, tem como objetivo identificar as percepções de mulheres brasileiras em intercâmbio à Europa a respeito da construção histórica do imaginário em torno da mulher brasileira à partir do marketing turístico efetivado pela Empresa Brasileira de Turismo (1966 – 1985) e para além, apresentar como as imagens criadas por essas propagandas e formas de retratar a mulher brasileira, influenciaram em suas relações no exterior durante o intercâmbio à países da Europa, por meio de análise do discurso, destacando em suas falas os estigmas destas relações durante o período em que permaneceram nestes países. Foram realizadas pesquisas bibliográficas e entrevistas com um total de seis mulheres brasileiras e intercambistas na Europa.

## ESTRATÉGIAS DE MARKETING TURÍSTICO - EMBRATUR: EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO

A criação da EMBRATUR, no período de 1967 a 1985, coincide com o período de recessão e ditadura militar no Brasil. Assim como o interesse pela construção e busca de identidade, típica de governos ditatoriais, a busca por uma cultura nacional, sendo este “um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção de nós mesmos. [...] As culturas nacionais ao produzir sentidos sobre

‘a nação’, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades.” (HALL, 2006, 51)

Com a criação da Empresa Brasileira de Turismo, esta é colocada como uma empresa ligada ao governo, e uma de suas incumbências como tal, é a promoção da imagem do país no exterior. Sendo este órgão um dos responsáveis pelas primeiras imagens oficiais nacionais, a forma com que essas imagens são passadas, influenciam os fluxos turísticos em direção ao destino que lhes é apresentado por via desta, despertando a motivação ou a ausência dela pela viagem. Assim, a forma com que é passada, toma uma interpretação por via do receptor da imagem, podendo esta ser positiva ou negativa e assim, acarretando em segmentos problemáticos, principalmente para mulheres e crianças, como por exemplo, o turismo sexual.

Como um breve histórico da EMBRATUR, pós-ditadura militar, temos a criação do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo em 1990, onde a empresa se vincula ao novo ministério e continua com suas funções. Em 1999, cria-se o Ministério do Esporte e Turismo, ao qual a EMBRATUR fica vinculada como autarquia especial do governo, com a função de elaborar e executar a Política Nacional de Turismo. A partir de 2003, com a criação do Ministério do Turismo, a EMBRATUR passa a ser responsável somente pela promoção, marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos brasileiros ao exterior, sendo também vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Regional da Presidência da República, com a missão de formular, coordenar e executar a Política Nacional de Turismo (EMBRATUR, 2016).

## **CALENDÁRIOS TURÍSTICOS DA EMBRATUR E A REPRESENTAÇÃO DA MULHER BRASILEIRA**

A partir da década de 1970, estando o país em um regime ditatorial militar, a censura, a perseguição e a tortura aos presos políticos ocorriam no país, assim como os líderes de movimentos sociais e partidários perseguidos e oprimidos, sendo este, o período mais sombrio da Ditadura Militar no Brasil. Em paralelo, a economia brasileira sofreu um rápido crescimento, possibilitando investimento em diversos setores, inclusive para o setor de turismo. Assim, para Santos Filho e Martoni (2007, 12) “nessa época, apelou-se para uma propaganda de exploração do erotismo e da beleza da mulher brasileira, bem como para o lado exótico e a diversidade cultural de nosso país, para demonstrar uma convivência social cuja existência era mais produto de romances e novelas do que a realidade histórica do país. A estratégia consistiu em se montar uma propaganda política oficial que seria veiculada por meio de um órgão de turismo, em que as belezas do Brasil serviram para ocultar o que de fato estava acontecendo no país.

O primeiro Calendário Turístico foi lançado pela Empresa Brasileira de Turismo em 1971, onde em seu conteúdo encontram-se diversas imagens de mulheres com corpos

expostos para a promoção de um destino. Nas imagens a seguir, foram escolhidas imagens que dentre os Calendários Turísticos do Brasil de 1971 e 1974, em que as páginas destacadas são mulheres representadas de acordo com a ideia se encontraria no Brasil, vinculado à atividades como carnaval e turismo de praia e sol.

O período de apresentação dos primeiros calendários turísticos da EMBRATUR, coincide com o período em que se formava um consenso de que no Brasil aparência física (fenótipo) e não origem (genótipo) determinaria a cor de alguém (Guimarães, 1999). As imagens a seguir, serão analisadas pela perspectiva interseccional de raça e gênero.



Figura 1 - Calendário Turístico do Brasil de 1971

Fonte: EMBRATUR, 1970.

Na figura 2, nota-se mulheres negras de pele clara, em uma posição de destaque, esboçando alegria, festejo e simpatia pelo que está acontecendo, ao que traz uma ideia de carnaval onde nos faz a alusão de que são uma parte total e que compõem a festa e o destino.



Figura 2: Calendário Turístico do Brasil de 1971

Fonte: EMBRATUR

A figura 2, apresenta várias mulheres de pele branca em um concurso de Miss Brasil, muito usado neste calendário de 1971 e reafirmando o que nos diz o antropólogo Edgar Roquette-Pinto, sobre a participação de mulheres brasileiras em concursos de beleza mundial, aos quais eram considerados de importância nacional. Para ele o evento: (a) tomava o caráter de uma prova eugênica; (b) fazia recordar ao brasileiro que era hora de pensar na raça; (c) prova de amor patriótico das candidatas; (d) os juízes deveriam exercer a tarefa com seriedade, pois tratava-se de uma política de raças, desta forma, “o tipo escolhido não deveria ser exatamente um tipo médio brasileiro, mas o tipo ideal: a beleza da mulher brasileira branca” (Flores, 2007, p.29-30) citado por Santos (2015, p.16), sendo assim também expostas no Calendário como parte da oferta turística e representando a mulher brasileira.

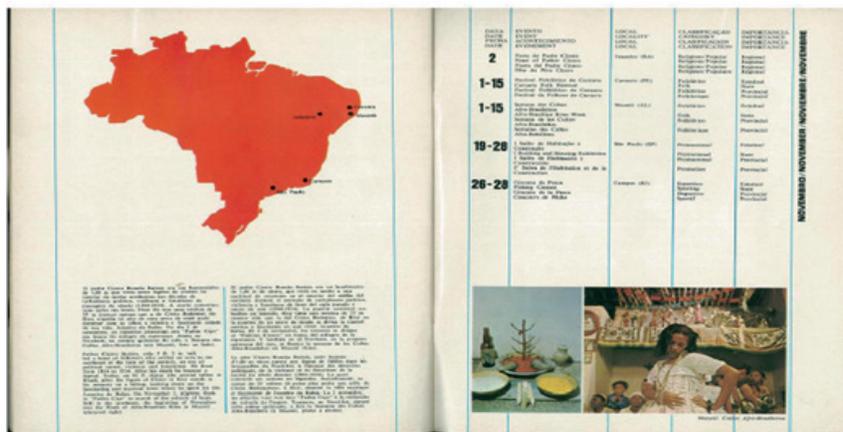


Figura 3: Calendário Turístico do Brasil de 1971

Fonte: EMBRATUR

Na figura 3, observa-se uma mulher negra, com roupas que faz alusão à cultos de religiões afro-brasileiras, nos levando a uma outra representação das mulheres brasileiras expostas no calendário. Pela ótica da intersecção de raça, podemos destacar as diferenças com que são retratadas essas mulheres a partir de sua aparência étnica como nos é mostrado nas figuras 2, 3 e 4 do Calendário Turístico de 1971, onde as mulheres de peles branca estão relacionadas a ideia de glamourização, as negras de pele mais clara, estão colocadas em um situação de alegria, alvoroço e despojamento, enquanto a de pele mais escura, está relacionada a cultos religiosos, o que nos remete à pesquisadora Ana Cláudia Lemos Pacheco (2008), em sua tese intitulada “branca para casar, mulata pra f\*der e negra para trabalhar”, ao qual nos revela o olhar masculino em relação à mulher, sobretudo à mulher negra e como nos fala Lélia Gonzalez (1984, 228), sobre como a branquitude racializa mulheres de cor, colocando-as em lugares de submissão.

Como todo mito, o da democracia racial oculta algo para além daquilo que mostra. Numa primeira aproximação, constatamos que exerce sua violência simbólica de maneira especial sobre a mulher negra, onde pelo viés do colorismo, mulheres de pele mais clara são retratadas em situação de exotificação e hipersexualização e mulheres retintas, retratadas também de forma exotificada, mas no que se remete à mão de obra. Ou seja, de um lado o endeusamento carnavalesco ocorre no cotidiano desta mulher, do outro ela se transfigura na empregada doméstica. É por aí que a culpabilidade engendrada pelo seu endeusamento exerce com fortes cargas de agressividade. É por aí, também, que se constata que os termos mulata e doméstica são atribuições de um mesmo sujeito. A nomeação depende da situação em que são vistas.

No Calendário Turístico do Brasil de 1974, é trazida a representação da mulher

indígena, como mostra a figura 4:

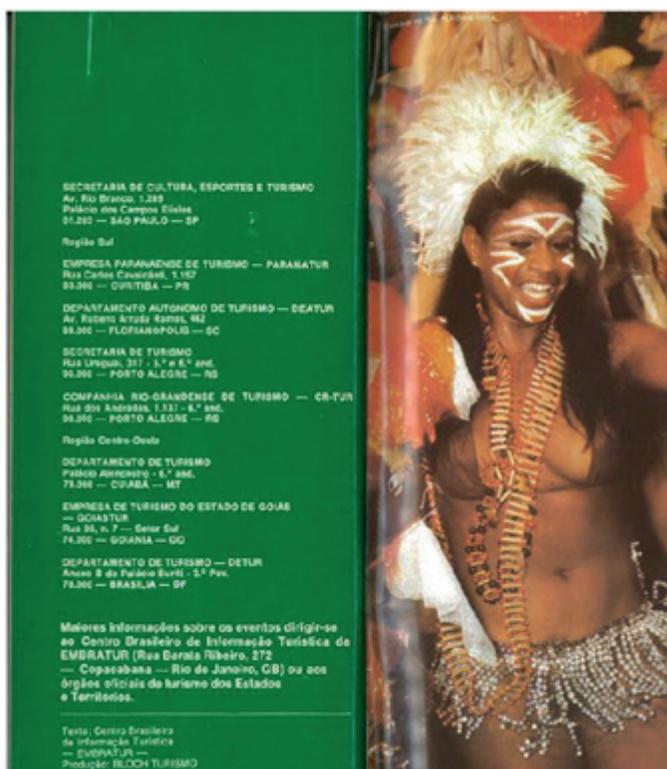


Figura 4 – Calendário Turístico do Brasil de 1974

Fonte: EMBRATUR

A figura da mulher indígena brasileira tem, dentre outras, nos marcadores sociais de diferença e na estrutura de opressões diversas questões que permeiam sua imagem, como a miscigenação e o estupro na colonização, não fugindo da imagem construída de mulher brasileira e erotizada. O que nos apresenta a figura 6 mostrada abaixo é uma imagem basicamente semelhante à figura 5.



em pesquisa publicada no ano de 2013, intitulada “O imaginário social <Mulher Brasileira> em Portugal: Uma análise da construção de saberes, das relações de poder e dos modos de subjetivação”, trata da imagem da mulher brasileira como imigrante no país e suas construções midiáticas.

A partir de revisão bibliográfica de acadêmicos dos assuntos que reitera a intersecção de raça e gênero, foi construída a base para esta pesquisa, e desta forma, surge a inquietação para tal pesquisa, as quais foram entrevistadas mulheres em países da Europa em intercâmbio, onde buscou-se compreender a perspectiva destas mulheres sobre o estereótipo fomentado pela EMBRATUR no período de sua criação e se estes interferiram em suas relações nestes países. Os países visitados pelas entrevistadas foram: Entrevistada 1 – Espanha; Entrevistada 2 - Portugal; Entrevistada 3 – Inglaterra; Entrevistada 4 – Irlanda; Entrevistada 5 – Inglaterra; Entrevistada 6 – Alemanha.

A seleção das entrevistadas foi realizada a partir de uma publicação da autora em um grupo da rede social, vinculado à Universidade Federal de Ouro Preto, onde buscava-se selecionar, a partir da Universidade Federal de Ouro Preto, entre os períodos de 2010 a 2018 e estudantes do sexo feminino atendidas por diferentes processos de intercâmbio, sendo este o ponto em comum entre as entrevistadas.

## **ESTEREÓTIPOS DE MULHER BRASILEIRA: “A MULATA EXPORTAÇÃO”**

O estereótipo de mulher brasileira foi construído antropológicamente e socialmente ao longo dos anos no Brasil, nos é imposto e mesmo que inconscientemente são atribuídos e até mesmo cobrado das mulheres que correspondam a estes padrões estereotipados para que possam se ver parte de um grupo determinado. Deste modo, a percepção que as entrevistadas têm a partir de seu intercâmbio é importante, pois “o indivíduo só pode ser compreendido como parte da sociedade à qual pertence, e que a sociedade só pode ser compreendida com base nas inter-relações dos indivíduos com seus constituintes” (BOAS,1930, In: BOAS, 2010, p. 53), ampliando nossa visão sobre como a imagem difundida na década de 1970 ainda reflete às intercambistas.

Neste sentido, consideramos a diversidade cultural um fator essencial na construção da cultura no Brasil, como construção da identidade sendo que para Ortiz (1986, p. 8), “toda identidade é uma construção simbólica”, e usando deste aparato, foram perguntadas às entrevistadas sob qual biótipo elas se encaixavam:

**“Não me vejo com o corpo ideal da mulher brasileira né, porque mulher brasileira tem um pouco de peito, tem um quadril bonito, pernas grossas, tem uma bunda. Eu não me vejo como igual nas propagandas assim sabe lá, me vejo como uma pessoa magra, que passa na rua e não chama atenção, nem olha. Tipo assim não é tão, como se diz, que o pessoal não fica olhando tanto assim, fazendo “fiu fiu”, essas coisas assim, porque eu não sou, acho que o biótipo preferido do pessoal eu mora aqui no Brasil.”** (Entrevistada 1).

“Me vejo como **branca, magra, altura mediana**, alta em algumas regiões, alto em outras. Me vejo como um biótipo, um dos típicos, cabelo cacheado e olho castanho, sabe. Uma das coisas típicas brasileiras.”(Entrevistada 2)

“Então, até muito pouco tempo atrás, eu nunca tinha pensado um pouco nisso, porque eu não gosto muito desses rótulos, nunca corri atrás de pensar muito nisso, mas de um tempo pra cá, **eu me caracterizo como negra.**” (Entrevistada 3)

“**Negra**” (Entrevistada 4 – Grifo nosso)

“**Branca.** Cabelo preto, cabelo liso.” (Entrevistada 5)

“Quadril muito largo, cintura fina, Tenho estatura alta, mas eu sou **muito branca**, vamos dizer assim, pro estereótipo, cabelo liso, até meio indígena, né? Mais indígena o cabelo, não sei se seria indígena, o cabelo mais liso, mais fino...” (Entrevistada 6)

Nota-se, pela descrição feita pelas próprias entrevistadas suas diferenças de auto identificação, por meio de suas construções como mulheres brasileiras. A diversidade de traços, de jeitos e de imagens com as quais se identificam, é nítida a partir de suas respostas quando as mulheres passam por um processo de auto - identificação, visto que, no Brasil, a ideia de miscigenação é positiva quando clareia, mas não quando escurecida. A ideia de miscigenação sempre impregnada na construção do povo brasileiro causa a dificuldade de afirmação a partir de uma identidade. No Brasil, encontramos, em relatos de mulheres negras mestiças os elementos recorrentes no que diz respeito a “elogios” como mulata sensual ou do samba (Santos 2015), o que reitera a hipersexualização das mulheres de cor, refletindo estereótipos já criados, como mulata Sargentelli ou a mulata Globeza, sempre evidenciando o corpo e sensualidade ligado a essas mulheres.

Por meio destas respostas, podemos notar que, as mulheres não-negras, buscam identificar traços negróides para evidenciar sua miscigenação ou partem de um parâmetro de equivalência, enquanto as negras, se identificam como negras e têm consciência de sua raça, sendo esta a todo momento posta a tona quanto a identificação das mesmas como brasileiras. Como bem nos explica Hall (2006, 62):

[...] contrariamente à crença generalizada – a raça não é uma categoria biológica ou genética que tenha qualquer validade científica. Há diferentes tipos e variedades, mas eles estão tão dispersos no interior do que chamamos de “raças” quanto entre uma “raça” e outra. A diferença genética – último refúgio das ideologias racistas – não pode ser usada para distinguir um povo do outro. A raça é uma categoria discursiva e não uma categoria biológica. Isto é, ela é a categoria organizadora daquelas formas de falar, daqueles sistemas de representação e práticas sociais (discursos) que utilizam um conjunto frouxo, frequentemente pouco específico, de diferenças em termos de características físicas – cor da pele, textura do cabelo, características

físicas e corporais, etc. – como marcas simbólicas, a fim de diferenciar socialmente um grupo do outro.

Levando em consideração, marcadores sociais de diferença, como raça e gênero notam-se a discrepância de tratamento e o marcador dessas mulheres como brasileiras ou não brasileiras, a partir de um imaginário pré-construído pelos estrangeiros a respeito das brasileiras, como narram as entrevistadas, onde elas quando perguntadas a respeito de fatos marcantes, relatam episódios de estereotipia.

“O que mais me marcou [...] em relação a esse tema de estereótipos [...] é que os brasileiros que moravam comigo, as namoradas deles foram visitá-los [...]. As duas bem, vamos entrar assim no estereótipo, **as duas bem brasileiras. Uma negra de cabelo cacheado, baixa e a outra, também de pele mais escura e cabelo mais afro, porém ela era mais baiana.** As duas baianas na verdade, mas ela era mais clara de pele. E eu senti um preconceito por parte dos amigos poloneses, que eles falaram “nossa, não é bonita a namorada, porque é muito escura. [...]” (Entrevistada 6)

“Eu estava na França, e uma noite alguns amigos da gente. A gente foi em um bar, um bar normal, era verão, então estava todo mundo sentado do lado de fora, nas mesas e tudo, e daí de repente, começou a **tocar um samba, e apareceram umas mulheres, com um biótipo estereotipado de mulher brasileira,** vestindo roupas que o pessoal usa no sambódromo no carnaval e começaram a sambar no ritmo de escola de samba” (Entrevistada 1)

“Existia duas palavras que eu ouvia muito nas amigas portuguesas que eu fiz. Uma dizia que queria ter **pernas de brasileiras, ela até dizia pra mim, ah que eu não tinha pernas de brasileira, porque perna de brasileira normalmente são aquelas pernas super malhadas, tipo assim, o corpo das panicats,** né. Corpos super malhados, né, super sarados, são considerados pernas de brasileiras.” (Entrevistada 4)

“Uma vez eu estava na praia na Croácia, e estava com o cabelo vermelho, daí eu estava conversando com um cara, e a gente estava conversando, conversando e eu falei que era brasileira e eu vi a cara de decepção dele, ele falou pra mim ‘sério? **Você não parece o que eu imaginava de uma brasileira’ e ele falou assim ‘que tirando o fato do cabelo cacheado ele também falaria que eu era europeia.’** Eu pensei na hora, ele esperava que brasileira era realmente uma outra forma de brasileira, provavelmente peito e bunda, eu acho. Dava pra ver a cara de decepção dele tipo ‘conheci uma brasileira, nem todas são gostosas’.” (Entrevistada 2)

“Muitas vezes, enquanto eu estava fora, viraram pra mim, eu estava num grupo de amigos e falavam “**você é brasileira, você quem tem características”, mas eu era a brasileira porque, tá, eu sou negra, com cabelo crespo e é essa imagem mais próxima de brasileira que está sendo passada pra fora, porque junto comigo tinha uma gaucha, loira, do olho, claro, branca, a maioria branca, então a galera simplesmente enxergava em mim a imagem de brasileira.**” (Entrevistada 3)

[...] sempre acharem que eu era portuguesa e não brasileira, eu acho que é isso, que o **que é vendido pra fora é mulher negra, mulher gostosa, e eu sou exatamente o contrário disso.**" (Entrevistada 5).

A partir destas narrativas, pode-se observar então, que mesmo que essas mulheres se identificassem como brasileiras ou como não brasileiras, sempre haveria um padrão ao qual se espera que correspondam, e mesmo a ideia de miscigenadas que passaram não era apontada fenotipicamente pelos receptores. As negras se reconhecem negras e mesmo que não se reconhecessem como tal, as reconheceram.

Quando destacamos todas as características citadas para estas mulheres como o que seria o esperado para uma mulher brasileira, foram apontadas características de mulheres negras ou o estereotipado e vendido "mulata exportação", a qual Amossy (2014) atribui estereotipagem como "a operação que consiste em pensar o real por meio de uma apresentação cultural preexistente em um esquema coletivo cristalizado". Atribuições às quais foram naturalizadas como de mulheres brasileiras. As imagens externadas e construídas da mulher brasileira caracterizam mulheres sempre muito bonitas, sinônimo de alegria, "o que há de melhor das três raças". Carnaval, corpos femininos à mostra e esbanjando feminilidade permeiam o imaginário, e é o que se espera de uma "mulher brasileira de verdade", o que neste caso, reflete a ideia colonial.

A promoção das imagens passadas pelas propagandas expostas pela mídia ao exterior vem sendo refletida nas mulheres de forma direta ou indireta, criando uma espécie de expectativa a respeito das brasileiras, causando reações hostis às visitantes. Este estereótipo apresentado de mulata, também reflete. Às grandes obras brasileiras como Casa-Grande & Senzala (Freyre, 2016), em letras de canções até discursos midiáticos além dos expostos nos calendários turísticos da década de 1970. O queremos dizer neste artigo, é que até os dias atuais estas marcas, imagens e imaginários refletem a nossa identidade. O que para alguns pode parecer algo inofensivo, elogio exaltação da beleza nacional, no que diz respeito às mulheres negras, reflete à um período no qual havia violação e exploração sexual de seus corpos. O que foi culturalmente construído como benéfico e positivo, vai ganhando contorno de assédio sexual e discriminação racial (Santos, 2018, p 24).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No período em que a EMBRATUR atuou como Empresa Brasileira de Turismo, foi a responsável pela divulgação dos segmentos e principais atrativos brasileiros no exterior. Desta forma, tornou-se a maior influência e referência do Turismo no país, sendo este o órgão oficial do turismo ligado ao governo. Atuando com políticas de publicação, fomento e influência do turismo.

No período desta pesquisa, as intercambistas entrevistadas, relataram a forma com que se sentiram e o que mais chamou a atenção das mesmas sobre as perguntas referidas, em que as autoras grifaram as partes que se encaixam em um estereótipo. Nos três casos

apresentados as caracterizações, estão diretamente ligadas ao corpo destas mulheres, à ideia “mulatizada”, o que se aproxima dos corpos ilustrados nos cadernos da EMBRATUR, associadas ao carnaval, ao desejo sexual e à exotificação dos corpos que não pertencem a este padrão, fugindo à normatização do corpo feminino quando o “intuito” era “mostrar ao mundo que o Brasil possuía riquezas naturais, uma gente hospitaleira, belas mulheres, samba e futebol” (GAMA, 2009).

O efeito que as imagens e estereótipos ilustradas pela EMBRATUR criaram, causaram às mulheres brasileiras, episódios onde sua identidade e nacionalidade são negadas, desta forma, nos faz refletir sobre quais marcas a Empresa Brasileira de Turismo deixou às mulheres brasileiras internacionalmente. A partir da criação do Ministério do Turismo no ano de 2002, a EMBRATUR, foi transformada em Instituto Brasileiro de Turismo, e seu tratamento ao turismo ganha nova forma, assim como as prioridades do Ministério do Turismo. Neste sentido, vale destacar que a reestruturação proposta neste governo favoreceu a mudança das propagandas do trade turístico, porém, não apagou totalmente as marcas do passado.

As indagações levantadas neste artigo, vêm como forma de refletir sobre a imagem das mulheres brasileiras internacionalmente, e sobre como estas ainda reverberam no imaginário internacional, chegando a influenciar no modo de tratamento, o que nos abre caminho para continuar as pesquisas relacionadas ao tema gênero e turismo, de forma que possamos, atuar de fato, na mudança do tratamento de mulheres brasileiras no Brasil e no exterior.

## REFERÊNCIAS

BADET, Maria. A prevalência de imaginários estereotipados do Brasil no exterior e o papel das mídias na manutenção. *Revi. Inter. Discip.* Mobil, Brasília, v.24, n 46, p.59-75, apr. 2016. Disponível em <<https://www.scielo.br/pdf/remhu/v24n46/1980-8585-REMHU-24-46-059.pdf> >

BOAS, Franz. **Alguns problemas de metodologia nas ciências sociais**. 1930. In: BOAS, Franz. Antropologia Cultural. Textos selecionados, apresentação e tradução: Celso Castro. 6. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**, Brasília – DF; Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

CORRÊA, Mariza. Sobre a Invenção da Mulata. **Cadernos Pagu**, Campinas – SP, n. 6, p. 35 – 50, 1996.

Disponível: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1860>>

FREYRE, Gilberto. **Casa-Grande & Senzala**. Lisboa: Livros do Brasil, 2016.

GAMA, Gheysa Lemes Gonçalves. **Turismo e Ditaduras: a construção da imagem através das Políticas de Turismo**. In: Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós -Graduação em Turismo, VI.10 e 11 de setembro de 2009. Universidade Anhembi Morumbi–UAM/ São Paulo, 2009.

GOMES, Mariana Selister. O Imaginário Social em Portugal: Uma Análise da Construção de Saberes, das Relações de Poder e dos Modos de Subjetivação. *Dados*, Rio de Janeiro, v 56, n 4, p 867 – 900. Dez 2001. Disponível em: < <https://core.ac.uk/download/pdf/206458461.pdf>>

GONZALES, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. In: SILVA, I. A. et. Al. **Movimentos sociais urbanos, minorias e outros estudos**. Ciências Sociais hoje, Brasília, ANDOPOOS. n 2, p 223 – 244, 1984.

GUIMARÃES, A.P.A. **Raça e os estudos de relações raciais no Brasil**, *Novos Estudos*, n 54, (pp.147-156) CEBRAR. 1999.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. Ed. Rio de Janeiro.

LEITE, Cléa Aguiar. **A representação da “mulher brasileira” foi construída pela Embratur entre 1966 e 1985**. Dissertação em Turismo, 173 f. Centro de Excelência em Turismo. Universidade de Brasília. 2017.

MOESCH, Marutschka Martins. **A produção do saber turístico**. 2. Ed. São Paulo: contexto, 2002. Epistemologia social do turismo. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Campinas.

PACHECO LEMOS, Ana Cláudia. **Branca pra casar, mulata pra f..., negra pra trabalhar”: escolhas afetivas e significados de solidão entre mulheres negras em Salvador, Bahia**. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Doutorado em Ciências Sociais.

SANTOS, Andréa Ana Luiza Martins dos. **Mulher negra: das formações discursivas à consolidação e quebra do estereótipo da mulata que dança**. 2018. 91f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos e literários em Inglês) - Departamento de Letras Modernas, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

SANTOS, Eleonora Vaccarezza. **A influência da Cor da Pele nas representações sociais sobre beleza e feiura**. Núcleo de Pós Graduação e Pesquisa em Psicologia Social. Mestrado em Psicologia Social. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão - Sergipe. 2015.

SANTOS FILHO, J.MARTONI, R.M. **Ufanismo, sandice e galhofa são atributos das políticas públicas de turismo no Brasil**. Mimeo, 2007.

SILVA, Aline Souza. Turismo e identidade no Brasil: Imagem idealizada e estereótipo. **CAD. Est. Pés. Tur**. Curitiba, jan/ dez, 2013.

SKIDMORE, Thomas E. **Preto no Branco**, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1989.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Acessibilidade 8, 3, 12, 20, 29, 127, 131, 195, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 284, 285

Aracaju Walking Tour 123, 124, 131, 132

### B

Base de dados 78, 190, 205, 206

Big Data 8, 190, 191, 192, 195, 196, 197, 199, 200, 201, 205, 206, 207, 208, 209, 210

### C

Cartografia 7, 177, 178, 179, 183, 184, 185, 187, 188

Cibermusealização 6, 73, 76, 77, 82

Corumbau 8, 121, 247, 248, 249, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 327

### D

Desenvolvimento Socioeconômico 38, 39, 42, 52

### E

Embratur 7, 24, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 106, 107, 108, 193

Epistemologia 108, 109, 110, 262, 277, 305, 317

Espacialização 178, 181, 189, 324

Estâncias Turísticas 23, 24, 28, 31, 32, 34, 35

Estruturação dos destinos 38, 39, 51

Ética 9, 21, 49, 120, 121, 135, 137, 140, 141, 142, 263, 276

### F

Foz do Iguaçu 8, 190, 191, 192, 193, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210

Free Walking Tour 123, 124, 129, 130, 131, 133

### G

Gestão 3, 23, 25, 27, 30, 31, 35, 38, 39, 40, 43, 44, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 82, 111, 115, 119, 130, 150, 153, 154, 174, 175, 178, 179, 180, 183, 184, 185, 187, 190, 192, 195, 196, 197, 199, 201, 205, 206, 207, 208, 209, 211, 231, 232, 236, 239, 240, 241, 244, 245, 246, 266, 267, 270, 281, 286, 287, 288, 311, 315, 316, 319, 320

## H

Hospitalidade 7, 67, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 119, 121, 135, 136, 137, 140, 141, 142, 144, 145, 148, 149, 150, 151, 154, 175, 247, 248, 264, 271, 277, 296, 319, 320, 326

## I

Imaginário 3, 4, 21, 61, 95, 96, 102, 103, 105, 106, 107, 108, 114, 116, 118, 119, 298, 301, 314, 319, 324, 326, 332, 340

Internet 78

## L

Legislação 23, 24, 25, 27, 28, 30, 31, 35, 36, 38, 40, 41, 44, 47, 48, 51, 72, 140, 207, 211, 283, 321

Lei Geral do Turismo 6, 38, 39, 40, 41, 45, 47, 50, 54, 178

## M

Marketing turístico 7, 95, 96

Mulata Exportação 95, 103, 106

Mulher Brasileira 7, 95, 96, 97, 99, 101, 102, 103, 105, 106, 108

Musealização 78

Museologia 78

Museu da Pessoa 73, 77, 78, 79, 80, 83

Museu das Coisas Banais 73, 79, 80

Museu Virtual 73, 76, 77, 78, 79, 80, 82

## O

Objeto museológico 6, 73, 74, 77, 78

## P

Patrimônio 78

Patrimônio Histórico 8, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 220, 222, 226, 227, 228, 310

Pessoa com deficiência 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 222, 223, 224, 226

Planejamento Turístico 53, 54, 126, 129, 188, 278

Política Nacional de Turismo 6, 38, 40, 44, 45, 47, 48, 50, 51, 53, 96, 97, 128, 193

Políticas públicas de turismo 23, 24, 25, 26, 30, 32, 35, 36, 44, 49, 51, 52, 108, 134, 202

Programa de Regionalização do Turismo 38, 39, 41, 49, 52, 128, 134

Progresso 8, 124, 133, 217, 247, 248, 249, 251, 258, 259, 261, 276

## R

Receita média 7, 152, 155, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 167, 171

Recursos Financeiros Turísticos 23

Resorts 7, 24, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176

Roteirização Turística 123, 126, 128, 134

## S

Sociologia 14, 70, 109, 110, 111, 112, 113, 121, 122, 319, 320, 326, 328, 329, 331, 337, 338, 339, 341, 342

Sustentabilidade 8, 38, 49, 52, 59, 118, 121, 126, 195, 232, 241, 246, 247, 249, 258, 261, 263, 265, 268, 269, 270, 271, 272, 280, 281, 286, 327

## T

Taxa de ocupação 7, 152, 155, 156, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 167, 171

Teatro Amazonas 8, 211, 212, 213, 214, 217, 218, 220, 221, 222, 223, 224, 226, 227, 229

Tecnologia 6, 7, 83, 129, 146, 187, 190, 195, 196, 199, 207, 213, 288, 317, 325

Terrorismo 12, 136, 137, 145, 146, 147, 148, 150

Tolerância 130, 135, 136, 140, 141, 142, 144, 149, 150, 151

Trevpar 7, 152, 155, 158, 159, 160, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172

Turismo 2, 5, 6, 7, 8, 9, 1, 2, 3, 4, 6, 9, 11, 12, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 144, 145, 146, 147, 149, 150, 153, 157, 171, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 207, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 220, 224, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 241, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 257, 258, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 271, 272, 273, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 308, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 344

Turismo Comunitário 234, 236, 244, 245, 266, 267, 276

Turismo de Base Comunitária 8, 230, 231, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 241, 243, 244, 245, 263, 265, 266, 267, 268, 272, 276

Turismo de interesses especiais 6, 55, 56, 57, 59, 60, 68, 69

Turismo em áreas naturais 278

Turismo Rural 55, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 69, 70, 72, 241, 245, 246, 268, 273, 278, 284, 285, 286, 287, 290

Turismo Sustentável 8, 175, 195, 232, 249, 278, 279, 280, 282, 285, 286

Turismo Virtual 1, 2

Turista Híbrido 7, 109, 319

# Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

 **Atena**  
Editora

Ano 2021

# Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

 **Atena**  
Editora

Ano 2021