

Presidente Lula, por que temos que pagar ao estrangeiro para saber o que eles pensam de nós?

JOÃO DOS SANTOS FILHO*

A fábula do turismo brasileiro – a volta de Brasilino...

A Embratur, senhor presidente parece ter assumido de fato sua função de *Convention & Visitors Bureau Nacional*, o responsável por essa pasta, inacreditável, acabou decretando a longo prazo a extinção desse órgão, pois reduziu suas funções administrativas à captação de eventos e de sinalizador responsável pela imagem do país no exterior, papel que era desempenhado de forma eficiente pelas embaixadas do Brasil no exterior.

Nosso espanto, como brasileiro e leitor de "um dia na vida de Brasilino" não poderia deixar passar sem comentários a carta procedente da assessoria de comunicação da Embratur, intitulada "Embratur realiza estudo sobre a imagem do Brasil no exterior". Seja por inocência política ou tentativa marota de perpetuar dinastias, somos obrigados a protestar contra mais um dos tantos despautério contra o turismo nacional.

Em primeiro lugar, toda imagem que se tem do Brasil no exterior é produto exclusivo daquilo que alimentamos as mentes e representações de nossa forma de ser, junto aos meios de comunicação.

Nada é obra do acaso, mas sim, fonte de um pensamento tautológico, em que mostramos nossa idiossincrasia, em que a dimensão cultural do país que a recebeu irá formata-la segundo conceitos, normas, regras e preconceitos vigentes naquela sociedade.

Obviamente, que a imagem do Brasil no exterior não é fruto de geração espontânea, mas resultado daquilo que queremos mostrar em nossas mensagens, país de belas mulheres, em que a plástica nacional é imbatível e a sedução dos trópicos enfeitiça qualquer estrangeiro. Quem sempre foi a grande responsável pela propaganda do Brasil no exterior foi a própria Embratur isso desde 1966, num primeiro momento a mesma montou uma folheteria exaltando a nudez da mulher brasileira na praia e no carnaval. O resultado foi um desastre o Brasil ficou conhecido como a rota do turismo sexual e só prestar a atenção na presença dos agentes de turismo rufiões que habitam os aeroportos internacionais brasileiros, combinando com o turista estrangeiro os custos da mercadoria - mulher adulta ou criança.



* **JOÃO DOS SANTOS FILHO** é professor da Universidade Estadual de Maringá-UEM. Coordenador e professor do curso de turismo da Faculdade Nobel. Professor da Universidade Norte do Paraná (UNOPAR). Aluno especial do doutorado da Universidade de São Paulo (USP) na Escola de Comunicação e Artes (ECA).



Em segundo lugar, a Embratur resolvia por conta de seus gênios burocratas a implementação de propaganda e publicidade, cultuando uma imagem do Brasil, exaltando a mulher brasileira com toda a justiça, porém, nunca fez um acompanhamento de opinião pública junto aos países estrangeiros como essa representação era entendida. Essa falha produziu sequelas que sofremos até hoje, em que há pacotes destinados ao turismo sexual. Ou decidem desenvolver uma propaganda nos horríveis taxis ingleses, com o amadorismo próprio de comandar o turismo brasileiro.

Em terceiro lugar, cultuaram o estrangeirismo adquirindo programas falidos de experiências desastrosas, que só sobreviveram pelo estrago que realizaram junto as prefeituras e comunidade apoiada pela mídia ufanista e da inocência de voluntários dentro do território nacional. A vaidade pessoal acabou determinando à sociedade programas de cima para baixo desrespeitando as particularidades da população brasileira.

Em quarto lugar, podemos afirmar que o Brasil não pode se dar ao disparate de vir a utilizar os serviços de uma empresa estrangeira de assessoria de imprensa e relações públicas, pois as nossas são tão competentes quanto elas e o Brasil é reconhecido mundialmente nesse campo por sua criatividade e capacidade profissional de seus trabalhos.

Presidente as vezes indago se perdemos o direito de defender nossa maturidade política e cidadã, que podemos sentir com a presença do Partido dos Trabalhadores no Governo Federal, enganos ocorrem, mas usar do nosso dinheiro para pagar serviços para "saber o que os estrangeiros pensam de nós" e algo extremamente grave para não dizer bizarro.

Como sociólogo, turismólogo e cidadão brasileiro eu e o povo, temos o direito de saber mais sobre o referido estudo, bem como, o valor do contrato e metodologia a ser utilizada para a pesquisa. E qual a razão que levou um órgão federal decidir pela contratação de uma empresa estrangeira.