



Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19

Management and positioning of Jair Bolsonaro's government in tourism in Brazil due to the crisis caused by the Covid-19

Mariana Manzano Lopes¹ 
Alexandre Panosso Netto² 

DOI: 10.22478/ufpb.2525-5584.2024v9n2.66

Recebido em: 13/16/2023
Aprovado em: 08/05/2025

Resumo: Com a crise mundial desencadeada pela Covid-19, o Brasil estabeleceu procedimentos para o setor de turismo. O Presidente da República naquele momento e membros do governo também se manifestaram sobre a problemática em diversas ocasiões. Essas declarações refletem o posicionamento do Governo Federal. Assim, analisou-se, pela perspectiva do agendamento (Kingdon, 1984; 2014) as normativas federais para a condução da crise no turismo. E, pela metodologia proposta na Semiótica Francesa, os discursos de Jair Bolsonaro e membros do governo sobre o tema. Concluiu-se que o turismo não foi considerado pelo governo como uma atividade de potencial propagação do vírus, mas numa visão diametralmente oposta, o vírus, e a preocupação com ele, foram vistos como um impeditivo para o desenvolvimento econômico gerado pelo turismo, a economia foi percebida como um problema maior do que a saúde pública, tendo sido uma prioridade na agenda do governo, revelando uma política negacionista, anti-ciência e pró-morte.

Palavras-chave: Covid-19; Brasil; governo Bolsonaro; políticas públicas; Semiótica francesa; turismo.

¹ Universidade Federal da Paraíba (UFPB) – E-mail: ma_malopes@yahoo.com.br.

² Universidade de São Paulo (USP) – E-mail: panosso@usp.br.

Abstract: With the global crisis triggered by Covid-19, the Brazilian government established procedures for the tourism sector. On several occasions, the President at that time and members of the government also spoke about the problem. These statements reflect the position of the federal government. Thus, this research analyzed, from the perspective of scheduling (Kingdon, 1984; 2014) the federal normative measures that determined the conduct of the crisis in tourism. And, by the methodology proposed in French Semiotics, the speeches of Bolsonaro and members of the government about the subject. The analyses concluded that: tourism was not seen by the federal government as an activity with potential to spread the virus, but in a diametrically opposite view, the virus, and the concern of people with it, were seen as an impediment to the economic development generated by tourism. In this way, the economic issue was perceived as a bigger problem than the issue of public health, been a priority on the government's agenda, revealing a denialist, anti-science and pro-death policy.

Keywords: Covid-19; Brazil; Bolsonaro's government; public policy; French semiotics; tourism.

1. INTRODUÇÃO

É inegável que a crise mundial de saúde pública desencadeada pela pandemia de Covid-19 teve impactos significativos no segmento do turismo. Com o fechamento das fronteiras e o isolamento social, a atividade do turismo foi uma das mais impactadas em todo mundo, pois a prática do turismo pressupõe deslocamento, hospedagem, alimentação, entretenimento, lazer, entre outras ações fora do local habitual de residência das pessoas (Beni, 1997).

O impacto econômico da atividade turística no mundo, antes da pandemia de covid-19, chegou a representar 4,1% da economia mundial, segundo dados da Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2023). No Brasil esse número varia de acordo com a metodologia utilizada e vai de 1% do PIB (Santos, 2023) até a 7.8% do PIB anual (Ministério do Turismo [MTur], 2023).

Independente das questões estatísticas, evidencia-se a grande importância que o turismo tem alcançado no Brasil, a partir da estabilização da moeda em meados dos anos 1990, da ascensão social de 2003 em diante e de um grande grupo de pessoas que não tinha condições de consumir turismo e o passou a fazer (Panosso Netto & Trigo, 2009).

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

No início de 2020 a pandemia se espalhou rapidamente pelo mundo e cada país escolheu os meios e os métodos para lidar com a crise. O Brasil, que tem desde 2003 um Ministério do Turismo sob o comando direto da Presidência da República, articulou medidas para o setor. Por isso, este trabalho propôs-se a analisar os procedimentos adotados pelo Ministério do Turismo e pelo Governo Federal, assim como o posicionamento do governo frente à pandemia.

Sobre a condução do Governo Federal como um todo, Asano et al. (2021) apuraram que na gestão da crise sanitária, optou-se por priorizar a proteção econômica em detrimento da proteção da vida das pessoas, e que houve uma “estratégia institucional de propagação do vírus, promovida pelo governo brasileiro sob a liderança da Presidência da República” (Asano et al., 2021, p. 2), revelando “empenho e a eficiência da atuação da União em prol da ampla disseminação do vírus no território nacional, declaradamente com o objetivo de retomar a atividade econômica o mais rápido possível e a qualquer custo” (Asano et al., 2021, p. 7). Nosso objetivo é compreender se essa estratégia se reflete também nas medidas específicas relacionadas ao turismo.

Assim, este trabalho analisou, por meio do processo de agendamento de políticas públicas proposto por Kingdon (1984; 2014), as políticas públicas federais de turismo no tocante à condução da crise desencadeada no setor pela pandemia de Covid-19. Também se analisou o posicionamento do Governo Federal, especialmente através de declarações realizadas sobre o tema pelo Presidente da República e por membros do alto escalão do governo. Com isso, foi possível traçar um panorama sobre as prioridades de atuação do governo.

Na perspectiva de Kingdon (2014), um tema ou uma questão só vira um problema político quando um gestor político resolve encontrar uma solução para ela, em detrimento de outras questões. Portanto, a definição dos problemas é uma etapa fundamental para determinar a ação política.

O problema de pesquisa formaliza-se na pergunta: como se deu a condução e o posicionamento do governo de Jair Bolsonaro frente à crise no turismo desencadeada pela pandemia de Covid-19? Para respondê-la, foram analisadas as medidas normativas editadas pelo Ministério do Turismo e as

medidas abrangentes do Governo Federal que se relacionaram com o turismo. Já para compreender o posicionamento do presidente e de membros do governo, foi analisado o pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro no evento de lançamento do Plano de Retomada do Turismo, em 10 de novembro de 2020, no Palácio do Planalto e, em complemento, declarações sobre o tema proferidas na *live* do presidente de 4 de junho de 2020, realizada no canal oficial do presidente na plataforma da rede de compartilhamento de vídeos *YouTube*.

Este artigo é composto por quatro seções: na introdução, são apresentados os pressupostos de onde partem as reflexões que são desenvolvidas, os objetivos e o problema de pesquisa. Na segunda seção, foi realizada uma breve revisão das bases teóricas que dão embasamento às análises realizadas, a saber, o modelo de agendamento de políticas públicas proposto por J. Kingdon (1984) e a Semiótica Francesa, proposta inicialmente por A. J. Greimas (1966). Na terceira seção, apresentam-se os métodos utilizados para condução da pesquisa. Na quarta seção analisam-se e discutem-se os resultados obtidos, na última seção estão as considerações finais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Modelo de agendamento em análise de políticas públicas

A análise de políticas públicas tem o objetivo de estudar as decisões de políticas, programas e ações dos governos, da formação de agenda dos governos através da observação dos problemas que se pretende resolver, da formulação das políticas, das soluções apresentadas, da implementação e dos resultados dessas políticas. As ciências políticas admitem dezenas de modelos teóricos válidos quando se trata de análises de políticas públicas. O modelo escolhido para o embasamento deste trabalho baseia-se na perspectiva de agendamento proposta no modelo de Fluxos Múltiplos de John Kingdon (1984).

Partindo da premissa de que a existência prévia de soluções influencia o processo de escolha dos problemas a serem confrontados, Kingdon (2014) procurou explicar como os problemas se transformam em “problemas políticos”,

de que maneira eles captam a atenção dos decisores políticos e porque estes escolhem um problema em vez de outros, como os problemas entram na agenda da ação dos decisores políticos e, como os governantes escolhem as soluções para os problemas que vão cuidar. Estando o processo de formação de agenda, no centro de sua análise.

O autor concebe seu modelo baseado em três conceitos centrais:

- *As comunidades políticas:* são grupos de interesse, cujos indivíduos partilham de interesses e preocupação com determinados temas e problemas comuns e difundem as mesmas ideias, por meio da construção de narrativas e discussões (Kingdon, 2014).
- *Os empreendedores políticos:* que fazem a mediação e negociação dos processos de agendamento (Kingdon, 2014).
- *A janela de oportunidade:* que se abre quando convergem três “fluxos” – o dos problemas, o da política e o das políticas –, que dá aos empreendedores políticos, defensores de uma determinada ideia, a chance de acoplarem seus interesses e preocupações, promovendo mudanças nas políticas públicas (Kingdon, 2014).

Para Kingdon (2014), os três “fluxos” são independentes, porém, inter-relacionados: o dos problemas, onde uma questão socialmente percebida só é transformada em problemas quando o gestor político escolhe encontrar uma solução para ela, em detrimento a outras questões; o das políticas, que é conjunto de alternativas e soluções possíveis que se formam nas comunidades políticas e; o da política, a qual são as condições de governança.

Kingdon (2014) chamou de *sentimento nacional* a situação em que muitas pessoas de um país têm ideias semelhantes e afirmou que esse sentimento sofre mudanças ao longo do tempo e que essas mudanças têm impacto significativo nas agendas e nos resultados políticos. Assim, se os governantes consideram que a maioria das forças e grupos de interesse apontam para uma direção, os governos tendem a apontar suas ações nesta direção.

Capella (2016) afirma que, embora o alinhamento de cada um dos fluxos possa acontecer por acaso, na maioria das vezes isso ocorre pela ação

concreta de um empreendedor político. Esse ator emprega tempo, energia e recursos financeiros não apenas porque se importa com os objetivos de um grupo, mas também porque percebe uma oportunidade de transformar esse investimento em algo pessoalmente gratificante. O modelo de Kingdon (2014) é importante para compreensão do impacto das ideias na formação de políticas públicas.

2.2. *Semiótica Francesa*

A Semiótica Francesa, proposta inicialmente pelo linguista lituano Algirdas Julien Greimas em 1966, propõe-se como uma teoria que investiga a construção dos sentidos do texto (o que o texto diz), e dos procedimentos para que ele diga o que diz (como o texto diz). É caracterizada como uma teoria que procura dar conta dos processos de significação e dos mecanismos de construção dos sentidos e preocupa-se também com os diálogos que os textos mantêm com outros textos (Barros, 2012).

A Semiótica Francesa parte do pressuposto de que os textos possuem uma lógica subjacente geral. E, independente das características que individualizam cada texto, há um esquema de organização comum a todos eles (Gomes & Mancini, 2007). Trata-se de uma teoria linguística com grande poder interdisciplinar, que permite analisar textos nos mais diversos campos do conhecimento, podendo ser usada para resolver problemas relativos à construção do sentido em diferentes objetos (Matte & Lara, 2009).

A grande contribuição desta teoria diz respeito a uma metodologia direcionada para a leitura e análise de textos onde é possível analisá-los a partir de três níveis, com diferentes graus de abstração, cujo conjunto desses níveis é chamado de percurso gerativo de sentido (Fiorin, 2018; Barros, 2005).

O primeiro nível do percurso gerativo de sentido é o mais simples e abstrato: denominado *nível fundamental*, é nele que se determina o mínimo de sentido sobre o qual o texto se constrói. Esta etapa funda-se nas relações de oposição, contradição e implicações semânticas.

Já nesse nível é possível identificar a inclinação ideológica do texto (Gomes & Mancini, 2007). Na determinação dos valores de cada um dos pólos

na Semiótica Francesa, os valores positivos são identificados como eufóricos e os negativos como disfóricos. Além disso, estabelece-se no nível das estruturas fundamentais um percurso entre os termos. Passa-se, então, da disforia à negação da disforia e então à euforia ou, no percurso contrário, da euforia a não-euforia e então à disforia. É justamente a transformação e o encadeamento desses valores que produzirão a sucessividade do texto e determinarão a linha argumentativa da narrativa (Barros, 2005).

No segundo nível, denominado *nível narrativo*, os valores fundamentais são organizados em forma de narrativa a partir da perspectiva de um sujeito e se baseia nas relações juntivas estabelecidas entre o sujeito, que busca um objeto. Esse objeto representa ao sujeito um valor; por isso, denomina-se objeto-valor. Dessa forma, a narrativa então simula a história de um sujeito em busca de valores e os contratos, conflitos e consequências (recompensa ou punição) que marcam essa busca.

Qualquer texto é uma narrativa complexa, que envolve uma série de enunciados de estado e enunciados de fazer de forma hierárquica, organizados em uma sequência canônica que envolve as fases de: manipulação, competência, performance e sanção (Fiorin, 2018).

- *Manipulação*: por tentação, intimidação, sedução ou provocação;
- *Competência*: querer-fazer, poder-fazer, dever-fazer, saber-fazer;
- *Performance*: mudança de um estado a outro;
- *Sanção*: prêmios e castigos decorrentes do cumprimento ou não dos acordos estabelecidos entre um destinador e um destinatário.

Uma vez estabelecidas as estruturas narrativas, elas serão, no **nível discursivo**, o terceiro nível do percurso, transformadas em discurso. Ou seja, serão assumidas por um sujeito da enunciação e este deixa marcas da sua projeção no enunciado. Por ser o patamar mais concreto do percurso gerativo de sentido, o nível discursivo é o mais privilegiado para as manifestações ideológicas.

É no nível discursivo que se situam as estratégias de projeção do sujeito da enunciação nos enunciados. Quando falamos de sujeito da enunciação na semiótica – seja pela perspectiva do enunciador, seja pela do enunciatário –

estamos nos referindo a uma voz que emana do texto e não de pessoas reais. Essa projeção é feita através de marcas espalhadas no texto, especialmente no que tange às categorias de pessoa, tempo e espaço e no uso de temas e figuras (Fiorin, 2018).

Todo enunciado tem como pressuposto uma interlocução e nessa interlocução estão construídas as especificidades de cada texto, dado que o sujeito da enunciação, ao se projetar no enunciado, deixa as suas marcas nele. O enunciador persuade então o enunciatário a crer na verdade do seu discurso, essa relação torna-se possível através da instauração de um contrato de veridicção, estabelecido entre o enunciador e o enunciatário e determinado por um conjunto de referências contextuais e situacionais inscritas no texto (Gomes & Mancini, 2007).

O conceito de veridicção, na teoria semiótica, é definido como um processo de enunciação crítico da verdade. A problemática da verdade no interior do discurso pode ser interpretada como a inscrição e a leitura de marcas da veridicção, graças às quais o discurso se ostenta como verdadeiro ou falso, mentiroso ou secreto (Casquilho, 2013). A verdade, a mentira, a falsidade e o segredo são então, integrantes dos efeitos de sentido, e estabelecem-se na relação entre o ser e o parecer. “O ‘*ser*’ reporta-se à natureza profunda, diríamos ontológica, enquanto o ‘*parecer*’ remete para a ordem da manifestação, da superfície, da aparência. Estes dois planos não têm que coincidir” (Casquilho, 2013, p. 87).

Estabelecida a relação entre o ser e o parecer: a verdade é aquilo que parece ser o que é, e, portanto, é a produção do saber autêntico; a mentira é aquilo que parece ser, mas não é, e manifesta-se na produção da simulação do saber (parecer saber); a falsidade é aquilo que nem é, nem parece ser, e instaura-se na produção do não saber; o segredo é aquilo que é, mas não parece ser e apresenta-se na dissimulação do saber (Baldan, 1988).

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa tem abordagem interdisciplinar (Veal, 2011), pois estabelece a relação de dois campos distintos do conhecimento com a

pesquisa em turismo: as políticas públicas e os estudos do discurso. Para isso, parte de pressupostos teóricos de duas disciplinas: as ciências políticas e a linguística.

A pesquisa tem caráter qualitativo e abordagem aplicada e, enquanto delineamento, é um estudo de caso (Veal, 2011). O *corpus* reuniu os documentos oficiais que definiram as políticas federais de turismo com relação à condução da crise gerada pela pandemia de Covid-19, que foram coletados nos portais do Governo Federal, do Palácio do Planalto, do Ministério do Turismo, da Embratur, do Congresso Nacional, e no Diário Oficial da União.

Trabalhou-se também com o discurso do presidente Jair Bolsonaro pronunciado no evento de lançamento do Plano de Retomada do Turismo em 10 de novembro de 2020 no Palácio do Planalto e com declarações sobre o tema do turismo proferidas na *live* do presidente de 4 de junho de 2020, realizada por meio do canal oficial do presidente na plataforma da rede de compartilhamento de vídeos *YouTube*, com a presença de Gilson Machado, presidente da Embratur naquele momento e Felipe Jean Martins, assessor especial da presidência para temas internacionais.

As políticas públicas foram analisadas pela perspectiva do agendamento proposto no Modelo dos Fluxos Múltiplos de John Kingdon (2014). Os discursos foram analisados pela perspectiva da Semiótica Francesa, que foi escolhida como método analítico, por oferecer um arcabouço metodológico consolidado para uma análise científica do texto.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. Condução federal do turismo na crise gerada pela pandemia de Covid-19

A primeira medida normativa no âmbito do Ministério do Turismo (MTur) para o enfrentamento da crise gerada pela pandemia de Covid-19 foi a instituição, pela Portaria n.º 144 de 20 de março de 2020, do Comitê Setorial de Crise, para “articular, coordenar, monitorar, orientar e supervisionar as providências e medidas a serem adotadas pelo Ministério, pelos Órgãos e Entidade Vinculadas” (Brasil, 2020a). Tal Portaria também estabeleceu

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

condições para atividades remotas aos servidores e empregados do MTur e terceirizados, assegurando a preservação e o funcionamento dos serviços considerados essenciais ou estratégicos e ficando as decisões a cargo dos responsáveis por cada um dos setores.

Na sequência, foram publicadas as Portarias do Ministério do Turismo n.º 162, de 03 de abril de 2020, e n.º 181, de 14 de abril de 2020. Tendo em vista a publicação do Decreto Legislativo n.º 6, de 20 de março de 2020, que reconheceu a ocorrência do estado de calamidade pública. Essas Portarias estabeleceram que, durante o período de vigência do estado de calamidade pública, ficariam suspensos os parcelamentos de débitos vigentes no Ministério do Turismo.

Em 8 de abril de 2020, foi publicada a Medida Provisória (MP) n.º 948, que dispôs sobre o cancelamento de serviços, de reservas e de eventos dos setores de turismo e cultura, em razão do estado de calamidade pública e da emergência de saúde pública de importância internacional, decorrente do coronavírus.

A MP n.º 948/20 desobrigou os prestadores de serviço e as sociedades empresariais de reembolsar os valores pagos pelos consumidores na hipótese de cancelamento de reservas, serviços e eventos, incluindo shows, desde que assegurassem a remarcação ou disponibilizassem crédito para abatimento na compra de outros serviços, reservas ou eventos disponíveis, estabelecido o prazo de 12 meses ou, ainda, que formalizassem acordo com o consumidor. Também assegurou que tais operações ocorressem sem custo adicional ou a incidência de multas, ou taxas ao consumidor, desde que as solicitações fossem efetuadas no período de 90 dias após a MP entrar em vigor.

A Medida Provisória também estabeleceu que, na impossibilidade de remarcação, concessão de crédito ou acordo, o prestador de serviços ou a sociedade empresária deveria restituir o valor recebido ao consumidor, atualizado monetariamente pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo Especial - IPCA-E, no prazo de doze meses, contado da data de encerramento do estado de calamidade pública.

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

A MP n.º 948/20 foi, posteriormente, convertida na Lei n.º 14.046, de 24 de agosto de 2020, que dispôs sobre medidas emergenciais para atenuar os efeitos da crise decorrente da pandemia da Covid-19 nos setores de turismo e de cultura. A Lei n.º 14.046/20 estabeleceu a data de 31 de dezembro de 2021 para desobrigação de reembolso por parte do prestador de serviço ou sociedade empresária, desde que este assegurasse a remarcação ou a concessão de créditos ao consumidor. Também estendeu o prazo, de 90 para 120 dias, para a solicitação por parte do consumidor e estabeleceu que, se por motivo de falecimento, de internação ou de força maior, o consumidor não fizesse a solicitação no prazo assinalado de 120 dias, um novo prazo de 120 dias seria restituído em proveito da parte, do herdeiro ou do sucessor, a contar da data de ocorrência do fato impeditivo da solicitação, desobrigando o fornecedor de ressarcimento caso esses prazos não fossem observados.

Alinhado a MP n.º 948/20 e a Lei n.º 14.046/20, o MTur, em conjunto com entidades do setor turístico e o Governo Federal lançou a campanha online “Não cancele, remarque!”. O objetivo foi incentivar que as pessoas remarcassem suas viagens, em vez de cancelá-las.

Para concessão de crédito aos empreendimentos turísticos afetados pela crise, em 7 de maio de 2020 foi editada a Medida Provisória n.º 963 que injetou R\$5 bilhões em crédito no Fundo Geral de Turismo (Fungetur). A contratação do crédito foi permitida aos prestadores de serviços turísticos que estivessem devidamente inscritos no Cadastur. A MP n.º 963/20 foi posteriormente convertida da Lei n.º 14.051, de 08 de setembro de 2020.

Sobre as autuações e fiscalizações dos prestadores de serviços públicos, foi publicada em 17 de setembro de 2020 a Portaria do Ministério do Turismo, n.º 644, que suspendeu, durante o período de emergência de saúde pública internacional relacionada ao coronavírus, a contar de 23 de março 2020, os prazos processuais afetos às autuações e atos públicos de fiscalização dos prestadores de serviços turísticos previstos na Lei n.º 11.771/08.

A suspensão de prazos processuais abrangeu, inclusive, a aplicação das penalidades como advertência por escrito; multa; cancelamento da

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

classificação; interdição de local, atividade, instalação, estabelecimento empresarial, empreendimento ou equipamento e cancelamento do cadastro, enquanto perdurarem os efeitos da citada Portaria. Não se aplicando, porém, na hipótese de necessidade de prática de atos pelo Ministério do Turismo para a configuração de flagrante conduta de infração à legislação consumerista e ambiental.

Entendendo o turismo como vetor de desenvolvimento econômico e social, por meio da publicação da Portaria do MTur n.º 754, de 10 de novembro de 2020, foram instituídos os eixos de atuação e os parâmetros para desenvolvimento de programas, projetos e ações para retomada do turismo no Brasil, visando mitigar os efeitos negativos causados pela pandemia de Covid-19 no setor de turismo.

Por eixos de atuação, entende-se: preservação de empresas e de empregos no setor de turismo; melhoria da estrutura e da qualificação dos destinos turísticos; implantação de protocolos de biossegurança e promoção e incentivo às viagens. (Brasil, 2020b).

Observado que os programas, projetos e ações deveriam respeitar os seguintes parâmetros: considerar os protocolos de biossegurança para os prestadores de serviços turísticos, turistas e comunidades receptoras; incentivar a conduta responsável de cada indivíduo, como prevenção à disseminação do Covid-19; incentivar as viagens pelo Brasil, em especial as viagens de lazer, de forma responsável e segura; definir medidas para a retomada do turismo de negócios e eventos, como feiras e congressos e convenções; adotar medidas para melhor distribuição de turistas pelo país, priorizando o turismo em áreas naturais (Brasil, 2020b).

Tais programas, projetos e ações deveriam buscar os seguintes resultados: retomada das viagens no país, de forma responsável e segura para os prestadores de serviços turísticos, turistas e comunidades receptoras; manutenção das empresas existentes e os empregos no setor do turismo; ampliação e facilitação do crédito para o setor do turismo; aprimoramento da segurança jurídica e melhoria do ambiente de negócios do setor; ampliação e intensificação das ações de qualificação profissional no turismo; melhoria do

acesso e da infraestrutura em destinos turísticos e; fortalecimento do turismo como vetor de desenvolvimento econômico e social (Brasil, 2020b).

O plano de ação denominado Retomada do Turismo, estabelecido a partir da Portaria n.º 754/20, posicionou-se como “uma aliança nacional que reúne poder público, iniciativa privada, terceiro setor e Sistema S, coordenada pelo Ministério do Turismo, para mitigar os efeitos negativos causados no setor, em decorrência da pandemia da Covid-19.” (MTur, 2020a) e previu que ações, projetos e iniciativas deveriam apresentar resultados efetivos até 31 de julho de 2021.

Uma cartilha de orientações com 32 páginas foi disponibilizada no website do MTur (2020a). Em seu texto introdutório, afirma-se que, os efeitos econômicos gerados pela pandemia são mais nefastos do que aqueles relacionados à saúde dos indivíduos:

A pandemia não afetou diretamente só a saúde dos indivíduos, mas também a forma como a sociedade se relaciona (...) haja vista que uma das medidas adotadas para conter a disseminação é o distanciamento social. O atual quadro possui efeitos ainda mais nefastos em toda a cadeia econômica e produtiva (p. 4).

Nela, o turismo é entendido como um dos setores mais impactados pela pandemia e se aposta em uma retomada gradual do turismo, iniciando por viagens regionais e de curta duração, depois por destinos nacionais e, só então, por destinos internacionais. A cartilha apontou que a redução da renda e a perda da capacidade de compra por parte das famílias, aliadas à valorização das moedas estrangeiras, como o Dólar e Euro, em relação ao Real, poderia tornar o Brasil um destino mais atrativo e competitivo para os turistas internacionais.

Apostando na tendência de que o turista, no pós-isolamento social, valorizaria aspectos relacionados à segurança e às questões sanitárias que garantisse a integridade dos trabalhadores do turismo, das comunidades receptoras e dos viajantes, a primeira etapa do Plano de Retomada do Turismo foi o Programa Selo Turismo Responsável, que estabeleceu protocolos de biossegurança para 15 atividades do setor.

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

Na visão do MTur, tal política posicionou o Brasil como “um destino protegido e responsável” (MTur, 2020b, p. 13). Para ter acesso ao selo, as empresas e guias de turismo precisavam estar devidamente inscritos no Cadastur. A adesão ao selo foi feita por autodeclaração através de formulário online no website do MTur. Ao declarar que atendia aos pré-requisitos determinados, o empresário ou profissional poderia realizar o download do Selo e imprimi-lo. A orientação era que o selo fosse colocado em local de fácil acesso ao cliente. O selo contava com um código de resposta rápida (QR code), em que o turista poderia consultar as medidas adotadas por aquele empreendimento e/ou profissional.

O Programa Selo Turismo Responsável também estabeleceu um protocolo de orientações para os turistas e fornecia a relação de empresas que aderiram ao Selo. O portal também recomendou que, caso os protocolos de segurança não fossem cumpridos pelos estabelecimentos, os turistas deveriam denunciar ao Disque-Saúde, pelo telefone 136. No entanto, não deixava claro quais seriam as medidas fiscalizatórias de cumprimento das normas e protocolos estabelecidos por parte do MTur, nem eventuais punições aos estabelecimentos que descumprissem as regras.

Figura 1: Selo Turismo Responsável



Fonte: Ministério do Turismo (2020c).

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

O MTur estabeleceu um conjunto de protocolos básicos, que deveriam ser observados por todos os segmentos e protocolos específicos para cada segmento. Entre os protocolos básicos estavam: lavagem e desinfecção das superfícies, medição de temperatura, disponibilização de álcool 70%, uso de máscaras e distanciamento entre as pessoas.

No entanto, uma nota de rodapé no website do programa destacava que, segundo orientação da Organização Mundial de Saúde (OMS), de 6 de abril de 2020, não havia evidências para o uso de máscaras por pessoas saudáveis na comunidade em geral e que a orientação para o uso de máscaras deveria estar alinhada com as determinações legais de cada local. Segundo a nota:

Considerado a orientação provisória sobre o uso de máscaras no contexto da COVID-19, publicada pela OMS em 06 de abril de 2020, onde consta descrito que, no momento, não há evidência de que o uso de uma máscara (seja cirúrgica ou de outros tipos) por pessoas saudáveis na comunidade em geral, incluindo o uso universal de máscara na comunidade, possa prevenir uma infecção por vírus respiratórios, inclusive o COVID-19. Assim, a obrigatoriedade de máscaras descrita nesse Protocolo deve estar alinhada com as determinações legais de cada local (estados, municípios e Distrito Federal) (MTur, 2020c).

Porém, a orientação provisória da OMS sobre o uso de máscaras foi atualizada em 05 de junho de 2020 e incluiu evidências científicas sobre uso de máscaras para prevenir a transmissão do novo coronavírus. Depois, a orientação foi novamente atualizada, em 1 de dezembro de 2020, onde foram incluídas novas evidências relevantes para o uso de máscaras, para reduzir a propagação da doença (OMS, 2020). Até dezembro de 2021, o site do MTur não destacava estas atualizações. O Quadro 1 sintetiza os atos normativos federais sobre a condução da pandemia no setor de turismo.

Figura 2: Atos Normativos Federais sobre a condução da pandemia no setor de turismo

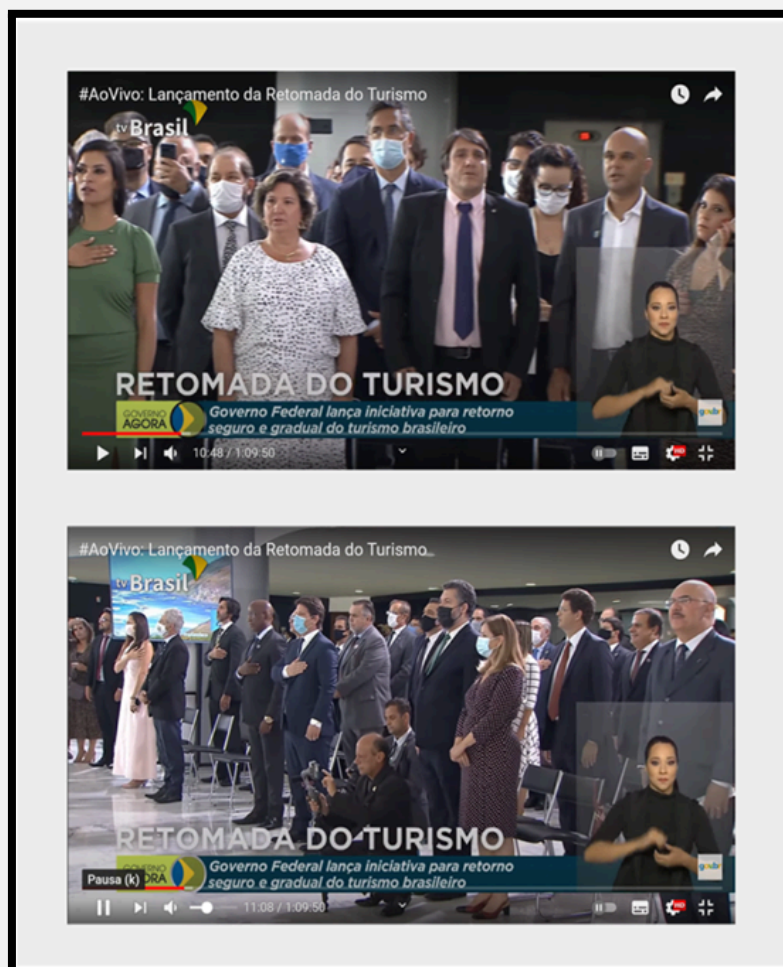
Ato Normativo	Data	Pontos principais
Portaria do MTur nº 144	20/03/2020	- Estabelecimento de um comitê setorial de crise no MTur. - Definição de condições para atividades remotas aos servidores, empregados e terceirizados do MTur e medidas de prevenção e cautela no trabalho.
Portarias do MTur nº 162 e nº 181	03/04/2020 e 14/04/2020	- Suspensão dos parcelamentos de débitos vigentes no MTur e dos prazos de que trata a Portaria Interministerial nº 424 de 30 de dezembro de 2016.
Medida Provisória nº 948	08/04/2020	- Estabeleceu critérios para cancelamento de serviços, reservas e eventos dos setores de turismo e cultura, desobrigando prestadores de serviço e empresas de reembolsar os valores pagos por consumidores na hipótese de cancelamento desde que assegurassem a remarcação ou disponibilizassem crédito para abatimento em nova compra ou que formalizassem acordo com o consumidor. - Assegurou que as operações de solicitação de reembolso ou remarcação ocorressem sem custo adicional, multas ou taxas ao consumidor, desde que solicitadas no período de 90 dias. - Definiu que na impossibilidade de remarcação, concessão de crédito ou acordo, o prestador de serviços ou a empresa deveria restituir os valores ao consumidor, corrigido pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo Especial - IPCA-E, no prazo de 12 meses, contado da data de encerramento do estado de calamidade pública. - Artistas e profissionais contratados também ficaram desobrigados de reembolsar imediatamente os valores dos serviços ou cachês, desde que o evento fosse remarcado, no prazo de 12 meses, contado da data de encerramento do estado de calamidade pública.
Medida Provisória nº 963	07/05/2020	- Injetou R\$5 bilhões no Fundo Geral de Turismo – Fungetur para concessão de crédito a prestadores de serviços turísticos inscritos no Cadastur.
Lei 14.046	24/08/2020	- Conversão da MP nº 948/20. - Modifica para de 31 de dezembro de 2021 a data limite para desobrigação de reembolso, remarcação ou concessão de créditos por parte de prestadores de serviço ou empresas. Os mesmos prazos foram aplicados para artistas e profissionais contratados. Também estendeu o prazo de 90 para 120 para a solicitação por parte do consumidor.
Lei nº14.051	08/09/2020	- Conversão da MP nº 963/20.
Portaria do MTur nº 644	17/09/2020	- Suspendeu, a contar de 23 de março de 2020, os prazos processuais, as autuações e atos públicos de fiscalização dos prestadores de serviços turísticos previstos na Lei nº 11.771/08. - Suspendeu a aplicação de penalidades como advertência, multa, cancelamento da classificação, interdições e cancelamento do cadastro enquanto perdurarem os efeitos Portaria. Não se aplicando, porém, na hipótese de configuração de flagrante conduta de infração à legislação consumerista e ambiental.
Portaria do MTur nº 666 do MTur	25/09/2020	- Estabeleceu as normas gerais e critérios de aplicação dos recursos do Fungetur, em operações de financiamento efetuadas por intermédio de agentes financeiros credenciados, mediante celebração de contrato administrativo com o MTur.
Portaria do MTur nº 754	10/11/2020	- Instituiu os eixos de atuação e os parâmetros para desenvolvimento de programas, projetos e ações para retomada do turismo no Brasil, visando mitigar os efeitos negativos causados pela pandemia de Covid-19 no setor de turismo. - Estabeleceu os critérios para o plano de ação denominado Retomada do Turismo.

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

4.2. *Posicionamento do Governo de Jair Bolsonaro frente a crise no turismo, gerada pela pandemia de Covid-19*

O Plano de Retomada do Turismo foi lançado em um evento realizado em 10 de novembro de 2020, no Palácio do Planalto, em Brasília, com a presença de autoridades. O próprio evento de lançamento, que aconteceu no auge da pandemia, no entanto, desconsiderou os protocolos de segurança recomendados pelo programa Selo Turismo Responsável. A imprensa oficial do Governo Federal fez a cobertura e a transmissão ao vivo pela internet. No vídeo, é possível observar que muitos dos presentes estavam sem máscaras e não havia distanciamento entre as pessoas.

Figura 3: Imagens do evento de lançamento do Programa de Retomada do Turismo



Fonte: Canal oficial de *YouTube* do Planalto (2020).

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

O presidente Jair Bolsonaro foi o último a discursar no evento, após as falas de Gilson Machado, presidente da Embratur naquele momento, de Marco Ferraz, presidente da Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos, representando no evento o trade turístico e de Marcelo Álvaro Antônio, Ministro do Turismo naquele momento. O presidente da república falou por 19 minutos e 03 segundos.

Ao realizar-se a análise do discurso do presidente por meio da metodologia proposta na Semiótica Francesa, apurou-se que no nível fundamental, o discurso do presidente apresenta oposição fundamental à preservação (disfórica) vs. mudança (eufórica), passando pela não preservação (não-disfórica). Nesse sentido a preservação das leis ambientais, da regulamentação, das medidas restritivas de isolamento, a preservação da vida, do meio ambiente, das relações diplomáticas, das atitudes tidas como fracas, frágeis, medrosas e de valores tidos como “valores de esquerda”, opõe-se a mudança, representada pelo desenvolvimento econômico, a força, a coragem, os valores de direita, o enfrentamento da morte, a mudança de atitude frente à pandemia e a oportunidade de mudar o Brasil.

Na base de todos os programas narrativos, existem conflitos entre a preservação da situação atual e a mudança. “Mudar o Brasil” é objeto-valor do sujeito Governo Bolsonaro, e isso fica evidenciado na análise do nível narrativo do discurso do presidente. E como estratégia de persuasão, ele enfatiza tudo o que se perde com a manutenção da situação atual, portanto, existe ênfase nos programas de privação.

Essa privação é operada pelas leis, pela burocracia, pelo parlamento, pelos governadores e prefeitos, pelo lobby, pelos ambientalistas, pelo Supremo Tribunal Federal, pela imprensa e por aqueles que defendem o isolamento social. Estes agem como anti-sujeitos, impedindo que o sujeito Governo Bolsonaro entre em conjunção com o objeto-valor “mudar o Brasil”.

Pela ação dos anti-sujeitos, os empresários ficam privados dos turistas e dos lucros, o Brasil privado do crescimento, do desenvolvimento econômico e da liberdade, os brasileiros privados de facilidades (como a facilidade de pilotar jet-ski); os empresários privados de empreender livremente; a Baía de Angra

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

privada do investimento de 1 bilhão de reais; Jair Bolsonaro privado de tomar decisões e os trabalhadores privados de seus ganhos.

Em todo o discurso, há uma incompatibilidade entre o querer-fazer e o poder-fazer. Bolsonaro quer promover a mudança desejada por ele, seja mudando os regulamentos, leis e regras, seja enfrentando a pandemia de outra maneira, seja afastando o perigo da esquerda. Mas ele não pode, pois sempre é impedido por alguma força, cujos valores são incompatíveis com os seus. Segundo o seu discurso, ele é o tempo todo espoliado do poder de tomar decisões corajosas com relação à pandemia, ficando na mão dos fracos e dos medrosos o poder de decidir.

Para conseguir o apoio que deseja para obter a mudança almejada, apresenta um percurso de manipulação, ora por tentação (mais turistas, mais dinheiro, mais investimentos), ora por intimidação (falta de turistas, pobreza, desemprego, milícias, “marginais de fuzil”, “piratas de jet-ski”, volta da esquerda). Bolsonaro faz-crer que a regulação (ambiental, de acesso, de entrada de investimento, de habilitação de jet-ski, de vistos) é o que emperra o crescimento do turismo no Brasil.

No entanto, destaca no discurso que algumas transformações já foram ou estão sendo operadas pelo seu governo, no sentido de obtenção do objeto-valor. Em uma delas, Jair Bolsonaro afirma que fez as autoridades da marinha fazerem uma transformação na relação com a facilidade, para tirar habilitação de jet-ski. Em outra, o sujeito do fazer Governo Bolsonaro, por meio da isenção de vistos (desregulação), transformou a relação dos empreendedores do turismo com o objeto-valor turistas. E, ao propor acabar com a quarentena e o isolamento social, o presidente, enquanto sujeito do fazer, quer devolver aos empreendedores e trabalhadores seus trabalhos e ganhos.

O discurso é majoritariamente desenvolvido em primeira pessoa, portanto, tem caráter de opinião e parcialidade. No entanto, em alguns momentos é utilizado o efeito da ancoragem, como nas seguintes passagens: “Aqui do continente, um ditador disse que ‘não, enquanto tiver Covid não tem turismo nesse negócio aí’” (Bolsonaro, 2020b); “O chefe de Estado falou que

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

poderia gastar conosco, né, por volta de 1 bilhão de reais” (Bolsonaro, 2020b); “a imprensa (...) já começa a falar que as mortes estão chegando e vão ser maior do que o próprio Covid. Bem como, novas pesquisas, ainda não comprovadas oficialmente, mas estudos avançados têm mostrado que não chega a 20% o número de óbitos do Covid, o resto foram outras causas” (Bolsonaro, 2020b); “A manchete amanhã, ‘ah, não tem carinho, não tem sentimento com quem morreu” (Bolsonaro, 2020b) e “Assistimos há pouco aí, um grande candidato à chefia de Estado dizer que se eu não apagar o fogo da Amazônia, levanta as barreiras comerciais contra o Brasil” (Bolsonaro, 2020b).

Nessas passagens, ele dá voz a outros em seu discurso, seja para contrapô-los, afirmando que eles disseram coisas que o enunciador não disse/não diria, seja para referenciar de forma positiva a realidade que o enunciador afirma, reforçando o efeito de verdade daquilo que é dito.

Ao construir o percurso sobre o interesse de investimentos de recursos no turismo no Brasil (especificamente na Baía de Angra), utiliza como recurso as especificações figurativas, pois é um chefe de estado que quer investir no país, produzindo efeito de maior importância e credibilidade ao discurso.

Num percurso de destinador-julgador, Bolsonaro cria o efeito de “revelar um segredo” (aquilo que é verdade, mas não parece ser) de que as mortes por Covid-19 não passam de 20% daquilo que a imprensa afirma ser verdade: “estudos avançados têm mostrado que não chega a 20% o número de óbitos do Covid, o resto foram outras causas” (Bolsonaro, 2020b). Assim, nessa lógica, a imprensa e aqueles que defendem o isolamento, pelo ato de não dizerem a verdade sobre o real número de mortos e de amedrontar o povo com uma segunda onda, colocam o povo brasileiro em conjunção com a fome e com o caos econômico.

Para reforçar sua retórica, apoia-se em dados falsos e numa linguagem científica, desta maneira, o presidente acusa a imprensa e aqueles que apoiam o isolamento de contar mentiras e enganar o povo. Em sua lógica, Jair Bolsonaro, enquanto sujeito do fazer, deu ao povo brasileiro o valor modal “verdades sobre a pandemia”, mas essa verdade, enquanto objeto-valor, foi

espoliada pela imprensa, pelos prefeitos e por todos aqueles que diziam “fique em casa, economia, a gente vê depois” (Bolsonaro, 2020b).

Bolsonaro, ao entender a morte como algo inevitável, coloca aqueles que enfrentam a morte de frente como merecedores de benefícios como renda, crescimento econômico, lucro e trabalho, exercendo uma manipulação por tentação. Enquanto isso, aqueles que temem a morte e defendem as medidas de contenção da pandemia e o isolamento social, são tidos como os que fogem da realidade, e a estes são atribuídos valores indesejados como “coisa de maricas” (Bolsonaro, 2020b) e “país de maricas” (Bolsonaro, 2020b), exercendo assim a manipulação por provocação.

Durante todo o discurso, o enunciador constrói uma figurativização da morte como algo menos importante, que não deve ser o objeto de preocupação da sociedade quando existe um bem maior, neste caso associado aos valores eufóricos de força e liberdade, capital e desenvolvimento econômico.

Ao dizer que “um ditador” proibiu o turismo em Noronha durante a pandemia, ele reforça a sua narrativa de minimização da morte e da subversão dos valores culturais. A vida importa menos do que a economia. Estabelece a supremacia do crescimento econômico em detrimento da vida das pessoas. Pois aquele que age em nome da preservação da vida é “um ditador”.

Essa construção tem como objetivo de defender que as medidas de isolamento social e contenção da pandemia de Covid-19 são uma fraqueza frente à morte, que não deve ser considerada como fator de primeira importância. Quando afirma que “todos vão morrer um dia, é a vida” (Bolsonaro, 2020b), e que “Tudo agora é pandemia, tem que acabar com esse negócio, pô” (Bolsonaro, 2020b), o que está em jogo é uma política de morte, justificada pelo desenvolvimento econômico.

O enunciador afirma, categoricamente, em vários momentos, que a pandemia, os cuidados com a pandemia e as medidas de isolamento foram superdimensionados e que a economia deveria ter sido uma prioridade. Ao apresentar dados inventados e sem nenhum tipo de fundamento científico, de que o número de mortos pela Covid não chegaria a 20% dos divulgados, afirma “eu estava certo” (Bolsonaro, 2020b). Ao fazer isso, ele tenta convencer

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

aqueles que serão prejudicados economicamente pelas medidas de isolamento que estes deveriam ter acreditado na sua versão dos fatos, afirma: “afundaram vocês” (Bolsonaro, 2020b).

O discurso tem como inserção ideológica as políticas de direita, negacionistas, anti-ciência e pró-morte. O próprio contexto em que o evento acontece já dá pistas dessa construção. Em um evento para promover o turismo, atividade notadamente marcada pelo deslocamento e encontro de pessoas, no meio de uma pandemia, em que a maior parte dos presentes não usa máscara de proteção facial, em um auditório cheio, quando a recomendação das autoridades de saúde é a de manter distanciamento, as pessoas estão próximas umas das outras, promovendo aglomeração.

Ao ser confrontado com outros textos, pela perspectiva da veridicção, esse discurso apresenta diversas mentiras. O presidente faz afirmações que parecem verdadeiras, mas que não são próprias à caracterização dos discursos mentirosos. Bolsonaro afirma que o turismo é “travado no Brasil”, o que, por si só, já se mostra uma não verdade quando analisados os números divulgados pelo próprio Ministério do Turismo. Porém, o presidente precisa convencer seus ouvintes de que o turismo é travado, para conseguir o apoio que precisa para passar suas propostas de desregulação.

Depois afirma que, devido às taxas de preservação ambiental cobradas para acesso e permanência em Fernando de Noronha, o arquipélago não recebe turistas, quando diz: “quem vai numa pipoca dessa” (Bolsonaro, 2020b). Porém, segundo dados do Governo de Pernambuco, em 2019, antes da pandemia, Fernando de Noronha recebeu 106 mil turistas (Pernambuco, 2020), número muito acima do Plano de Manejo do Arquipélago que prevê uma capacidade máxima de pouco mais de 89 mil turistas ao ano (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade [ICMBio], 2017). Os dados demonstram que antes da pandemia Fernando de Noronha já trabalhava além da sua capacidade.

Outra construção que permeia todo o texto é a narrativa do “Nós contra Eles”. Os bons contra os maus, os de direita contra os de esquerda, os liberais contra os ambientalistas e os ditadores, os fortes contra os fracos, os que

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

querem mudar o Brasil contra os que não deixam, os bandidos contra os empresários. O texto se constrói sempre costurado em um cenário de batalha constante, de guerra, e de recrutamento de soldados para essa guerra contra eles, todos eles. Dentro dessa lógica, se Joe Biden, numa ação punitiva, ameaça privar o Brasil dos acordos comerciais, caso o país não garanta a preservação ambiental, Bolsonaro aproveita o momento de fala para, por meio da manipulação pela intimidação, ameaçar os Estados Unidos com o fim da diplomacia e o uso da pólvora.

4.3. *Participação da Embratur nas ações de repatriação*

Por meio da Medida Provisória (MP) n.º 907, de 26 de novembro de 2019, o presidente Jair Bolsonaro, no uso de suas atribuições, extinguiu a estatal Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo e instituiu a Embratur – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, a nova entidade ficou popularmente denominada Nova Embratur.

A MP n.º 907, de 26 de novembro de 2019, foi regulamentada pelo Decreto n.º 10.172 de 11 de dezembro de 2019 e posteriormente convertida na Lei n.º 14.002, de 22 de maio de 2020. Após apreciação do Congresso Nacional. Em acréscimo ao texto da MP 907/19, a Lei n.º 14.002/20 estabelece que em circunstâncias que justifiquem a decretação de estado de emergência, a Embratur poderá auxiliar no processo de repatriação de brasileiros impossibilitados de retornar ao país e/ou contratar serviços de hospedagem, no território brasileiro, quando a situação que originou a decretação de estado de emergência acarretar a necessidade de isolamento social (Brasil, 2020c), como foi o caso da pandemia de Covid-19.

Na live do presidente de 4 de junho de 2020, Jair Bolsonaro, Gilson Machado, presidente da Embratur naquele momento, e Felipe Jean Martins, Assessor Especial da Presidência para temas Internacionais, debateram sobre a política de repatriação realizada pelo Governo Federal frente a situação de calamidade gerada pela Pandemia de Covid-19.

Na ocasião, Gilson Machado, afirmou que as ações de repatriação seriam realizadas através da MP n.º 907/19: “Ô presidente, nós estamos com

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

10 milhões já, prontos para buscar o restante dos brasileiros através da MP 907” (Machado, 04/06/2020). No entanto, a citada MP não estabeleceu a participação da Embratur em ações desta natureza, isso foi previsto apenas na Lei n.º 14.002/20. Essa observação é importante, pois as Medidas Provisórias, assim como os Decretos são editados pela Presidência da República, já as Leis são construídas pelo parlamento. Ao afirmar que o governo vai “buscar o restante dos brasileiros através da MP 907”, Machado faz crer que é uma iniciativa da presidência. Porém, a participação da Embratur nos atos de repatriação é uma contribuição do Congresso Nacional.

Mais adiante, no mesmo diálogo, Gilson Machado faz uma afirmação sobre uma suposta declaração da Organização Mundial do Turismo – OMT, sobre a abordagem do Brasil na condução da crise gerada pela pandemia de Covid-19: “Ô presidente, e o equivalente a OMS para o turismo é a OMT, e ele citou o Brasil como um exemplo de abordagem na crise do turismo” (Machado, 04/06/2020).

É importante pontuar que Machado está fazendo referência à fala de Zurab Pololikashvili, Secretário-Geral da Organização Mundial do Turismo. Ao fazer isso, Machado exerce uma personificação da entidade Organização Mundial do Turismo, fazendo-crer que a declaração de Pololikashvili manifesta a opinião de toda a entidade.

Há também incoerências com relação ao conteúdo da fala de Pololikashvili. No vídeo institucional publicado nas redes sociais da OMT e do Governo Federal, e retransmitido nas redes de membros do Governo e no site do MTur, o secretário, que é natural da Geórgia, declara em língua portuguesa:

Prezados Amigos, quero vos transmitir da parte da Organização Mundial do Turismo a nossa total solidariedade com o Brasil. O Brasil é um país de espírito único, um país de imensas riquezas culturais e naturais e um exemplo de como o turismo pode transformar vidas. O Brasil colocou o turismo como um dos seus pilares de desenvolvimento, a OMT apoia esta visão na certeza de que o turismo irá liderar a recuperação e criar oportunidades para todos, muito obrigado (Pololikashvili, 2020).

Em nenhum momento é manifesto que o Brasil é um exemplo de abordagem na crise do turismo. O Secretário-Geral apenas manifesta

solidariedade e apoio ao Brasil e aposta na recuperação do turismo no país. Machado, assim como Bolsonaro, faz parecer aquilo que não é, criando efeito de sentido de que a gestão de Bolsonaro está realizando um ótimo trabalho na condução da crise no turismo desencadeada pela pandemia.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando da crise desencadeada pela Covid-19, no Brasil, com relação ao turismo, escolheu-se tratar: de questões relativas a medidas de prevenção e cautela no trabalho para servidores, empregados e terceirizados do MTur, de débitos vigentes junto ao MTur, de questões relacionadas à proteção das relações de consumo quanto ao reembolso e remarcação de serviços e reservas nos setores de turismo e cultura, de proteção às empresas e de concessão de crédito emergencial aos empresários por meio do no Fundo Geral de Turismo – Fungetur. Já os trabalhadores do setor de turismo ficaram beneficiados somente das medidas abrangentes que beneficiaram também outros setores, como o auxílio emergencial.

Salvo quando do fechamento das fronteiras, pela Portaria Interministerial n.º 132, de 22 de março de 2020, em nenhum outro momento o turismo foi tido como uma atividade de potencial propagação do vírus, mas numa visão diametralmente oposta, o vírus, e a preocupação das pessoas com ele, é que foram vistos como um impeditivo para o desenvolvimento econômico gerado pelo turismo. A principal política pública de turismo em meio a uma pandemia que matou mais 610 mil brasileiros, até dezembro de 2021, teve como objetivo “incentivar as viagens pelo Brasil” (MTur, 2020a).

Neste sentido, a questão econômica relacionada ao turismo foi percebida como um problema maior que a saúde pública na gestão do governo de Jair Bolsonaro, tendo sido uma prioridade na agenda do governo. No entanto, na perspectiva discursiva, cria-se o efeito de sentido de que o governo fez uma ótima gestão da crise.

Em 2018, ainda em campanha eleitoral, Bolsonaro se construiu na retórica do “tem que acabar com tudo isso que está aí” (não preservação) e na retórica do “tem que mudar isso daí” (mudança), em um discurso proferido mais

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

de dois anos após eleito, percebeu-se que seus discursos ainda giravam em torno da mesma temática e das mesmas estratégias de manipulação da opinião pública.

Também observamos que o turismo, no discurso do presidente, não alça status de tema, ele sempre é recurso figurativo na construção de outros temas, ora visto a desregulação ambiental, o desenvolvimento econômico, a política econômica liberal e o apoio político e eleitoral.

REFERÊNCIAS

Asano, C. L., Ventura D. F. L., Aith, F. M. A., Reis, R. R., & Ribeiro, T. B. (2021). Direitos na pandemia: mapeamento e análise das normas jurídicas de resposta à Covid-19 no Brasil. *Boletim Direito na Pandemia* n.º 10. *CEPEDISA/FSP/USP e Conectas Direitos Humanos*. Recuperado em 14 de abril de 2021. https://www.conectas.org/wp/wp-content/uploads/2021/01/Boletim_Direitos-na-Pandemia_ed_10.pdf.

Baldan, M. de L. O. G. (1988). Veridicção: um problema de verdade. *Alfa: Revista de Linguística*, 32, 47-52.

Barros, D. L. P. (2005). *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática.

Barros, D. L. P. (2012). A semiótica no Brasil e na América do Sul: rumos, papéis e desvios. *Revista de estudos da linguagem*, 20(1), 149-186.

Beni, M. C. (1997) *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac São Paulo.

Bolsonaro, J. M., & Machado. G. (2020a, 4 de junho). *Live semanal do presidente*. Recuperado em 21 de abril de 2021. https://www.youtube.com/watch?v=rSO0DszwUbA&list=PL_vtLIQluE-vF_jMBXWagpCxlWHGXBPVK&index=3.

Bolsonaro, J. M. (2020b, 10 de novembro). *Discurso do Presidente da República no evento de Lançamento da Retomada do Turismo*. Recuperado em 21 de dezembro de 2020. www.youtube.com/watch?v=sYmx4UgJtU&list=PL_vtLIQluEsm71VyTgkVnN6nV7922v-e&index=1 de 49'45" a 1h08'48".

Brasil (2020a). *Portaria MTur n.º 144, de 20 de março de 2020*. Recuperado 20 de abril de 2021, de <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-144-de-20-de-marco-de-2020-249247210>.

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

Brasil (2020b). *Portaria MTur n.º 754, de 10 de novembro de 2020*. Recuperado em 20 de abril de 2021. <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-754-de-10-de-novembro-de-2020-287514394>.

Brasil (2020c). *Lei n.º 14.002, de 22 de maio de 2020*. Recuperado em 8 de junho de 2021. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14002.htm.

Capella, A. C. N. (2016). Um estudo sobre o conceito de empreendedor de políticas públicas: Ideias, Interesses e Mudanças. *Cadernos EBAPE*. Brasil, 14, 486-505.

Casquilho, J. P. (2013). Veridicção, verossimilhança e informação. *Revista Veritas*, 1, 81-102.

Fiorin, J. L. (2018). *Elementos de análise do discurso*. 15ª ed. São Paulo: Contexto.

Gomes, R., & Mancini, R. (2007). Textos midiáticos: uma introdução à semiótica discursiva. *Atas do IX FELIN*. Rio de Janeiro: UERJ.

Kingdon, J. W. (2014). *Agendas, alternatives and Public Policies*. 2ª ed. Edinburgh: Pearson.

Matte, A. C. F., & Lara, G. M. P. (2009). Um panorama da semiótica greimasiana. *ALFA: Revista de Linguística*, 53(2).

Ministério do Turismo (2020a). *Retomada do turismo*. Recuperado em 01 de maio de 2021. <https://retomada.turismo.gov.br/>.

Ministério do Turismo (2020b). *Retomada do turismo: cartilha*. Recuperado em 01 de maio de 2021. <https://retomada.turismo.gov.br/wp-content/uploads/2020/11/Cartilha-Retorno-pelo-Turismo-On-line-min.pdf>.

Ministério do Turismo (2020c). *Selo turismo responsável*. Recuperado em 01 de maio de 2021. <https://seloresponsavel.turismo.gov.br/selo-turismo-responsavel>.

Ministério do Turismo (2023). *Turismo será responsável por quase 8 milhões de empregos e 7,8% do PIB do Brasil em 2023, afirma WTTC*. Recuperado em 19 de novembro de 2024. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-sera-responsavel-por-quase-8-milhoes-de-empregos-e-7-8-do-pib-do-brasil-em-2023-afirma-wttc>

Organização Mundial da Saúde (2020). *Publicações*. Recuperado em 16 de abril de 2021. <https://www.paho.org/pt/publicacoes>.

Manzano Lopes & Netto. *Condução e posicionamento do governo de Jair Bolsonaro no turismo no Brasil frente à crise desencadeada pela Covid-19.*

Panosso Netto, A., & Trigo, L. G. G. (2009). *Cenários do turismo brasileiro*. São Paulo: Aleph.

Planalto, P. do. (2020). *Lançamento da retomada do Turismo*. Canal oficial no YouTube. Recuperado em 11 de janeiro de 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=sYmx4UgJjTU>.

Pololikashvili, Z. (2020). *Declaração para a Organização Mundial do Turismo*. Recuperado em 1 de abril de 2021. <https://www.facebook.com/watch/?v=256581195457427>.

Santos, G. E. de O. (2023). PIB do turismo no Brasil: estimativas pelo método do quociente de participação do turismo. *Revista Turismo em Análise | ECA-USP* | v. 34, n. 1, p. 124-147, dez.

UNWTO. (2023). *Economic Contribution and SDG*. Recuperado em 19 de novembro de 2024. <https://www.unwto.org/tourism-statistics/economic-contribution-SDG>

Veal, A. J. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo: Aleph, 29.