

Análise descritiva dos discursos acadêmico e político sobre turismo no Brasil entre os anos de 2000 e 2022

Descriptive analysis of academic and political discourses on tourism in Brazil between the Years 2000 and 2022

Bruna Marques Souza Henrique

Mestre em Turismo pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo – EACH/USP, São Paulo/SP, Brasil.

E-mail: bruna.henrique@usp.br

Jordana de Souza Cavalcante

Doutoranda em Turismo pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo – EACH/USP, São Paulo/SP, Brasil e Universidade de Girona – UDG, Girona, Espanha.

E-mail: jordanacavalcanterr@gmail.com

Artigo recebido em: 14-10-2024

Artigo aprovado em: 25-11-2025

RESUMO

O presente estudo aborda análises descritivas e comparativas sobre os artigos científicos de turismo e os discursos feitos por parlamentares da câmara brasileira relacionados com o tema de turismo, tendo como recorte temporal os anos de 2000 a 2022. O referencial teórico contempla os temas da produção científica em turismo e discurso político sobre turismo no Brasil, além de fazer menções específicas aos temas mais citados no corpus de trabalho. Os dados aqui utilizados foram coletados a partir do banco de dados de periódicos científicos ibero-americanos de turismo do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da Universidade de São Paulo (USP) e do Banco de Discursos do site da taquigrafia do Senado. O exercício de análise e comparação foi realizado por meio da análise de rankings formados por bigramas, trigramas e tetragramas da palavra “turismo” com frequência de citações acima de 30 em ambos os discursos. Ao final do estudo, pode-se observar que existem divergências significativas entre os temas dos discursos acadêmico e político, apesar de existirem verbetes relacionados, principalmente, à segmentação e ao desenvolvimento da atividade turística que aparecem no discurso acadêmico e político, mesmo que com posições diferentes nos rankings.

Palavras-chave: Turismo. Discurso. Político. Academia. N-grama.

ABSTRACT

This study presents descriptive and comparative analyzes of scientific articles and speeches made by parliamentarians of the Brazilian chamber related to the topic of tourism, covering the time frame from 2000 to 2022. The theoretical framework addresses the themes of scientific production in tourism and political discourse on tourism in Brazil, in addition to making specific mentions of the most cited themes in the study corpus. The data used here were collected from the database of Ibero-American scientific tourism journals of the Postgraduate Program in Tourism (PPGTUR) of the School of Arts, Sciences and Humanities (EACH) of the University of São Paulo (USP) and from the Speech Databank of the Senate's shorthand reposting website. The analysis and comparison exercise was performed through the analysis of rankings formed by bigrams, trigrams and tetragrams related to the word “tourism” with a frequency of citations above 30 in both discourses. The study concludes that there are significant divergences between the themes of academic and political discourses, despite the existence of related terms - mainly concerning the segmentation and development of tourist activity - that appear in both academic and political discourse, albeit with different positions in the rankings.

Keywords: Tourism. Speech. Political. Academy. N-gram.

1. INTRODUÇÃO

O turismo no Brasil transcende sua dimensão puramente econômica, consolidando-se, nas últimas décadas, como um complexo campo discursivo. Nele, diferentes atores sociais, notadamente a academia e a classe política, disputam a definição de suas prioridades, sentidos e funções sociais. Este artigo investiga se esses atores estão, de fato, falando sobre o mesmo turismo.

A década de 1990 representa o marco zero dessa institucionalização discursiva. Foi nesse período que o turismo entrou formalmente na agenda política nacional, impulsionado tanto por pressões de entidades globais, como a World Travel & Tourism Council (WTTC) (Oliveira, 2008) quanto por diagnósticos internos. Essas primeiras análises oficiais revelaram um intenso fluxo doméstico, ainda largamente informal, baseado no transporte rodoviário e na hospedagem em redes de parentesco (IBGE, 1999; Ministério do Turismo, 2003).

A partir dessa constatação, o discurso político se intensificou e se estruturou. A década de 2000 assistiu a uma explosão de planejamento estatal, com a criação do Ministério do Turismo (2003) e a implementação de sucessivos Planos Nacionais de Turismo (PNTs). O foco desse discurso político-institucional voltou-se para a captação de divisas, a gestão, a qualificação e o investimento em infraestrutura para grandes eventos, além da reformulação da imagem internacional do país através de estratégias como o "Plano Aquarela" (Ministério do Turismo, 2007; Todesco & Silva, 2021; Lohmann *et al.*, 2022). Paralelamente a essa efervescência política, o mesmo período assistiu à emergência de um segundo e robusto campo discursivo: o acadêmico. A trajetória da produção científica em turismo no Brasil destaca a progressiva institucionalização e formalização desse campo de estudo, com o estabelecimento de programas de pós-graduação *stricto sensu* na década de 1990, refletindo um amadurecimento (Momm & Santos, 2009). Este campo passou por fases de maturação e diversificação (2013-2019), tornando-se um ator fundamental na produção de conhecimento sobre o setor (Lohmann *et al.*, 2022).

O Brasil, portanto, possui dois poderosos aparatos discursivos, o político-parlamentar e o científico-acadêmico, que cresceram e se consolidaram no mesmo período (1990-2020), falando sobre o mesmo objeto. Contudo, não está claro se esses discursos operam em sinergia

ou em realidades paralelas. O que a academia prioriza em suas pesquisas é o que o parlamento debate em suas sessões? O recorte temporal desta pesquisa justifica-se por capturar esse *boom* discursivo duplo, desde sua gênese nos anos 1990 até o ponto de inflexão da pandemia de COVID-19 (Zenker & Kock, 2020).

Diante disso, o objetivo central deste estudo é analisar as convergências e divergências temáticas entre o discurso acadêmico (expresso nos artigos científicos) e o discurso político (expresso nas falas da Câmara dos Deputados) sobre o turismo no Brasil, no período de 2000 a 2022. Para alcançar este objetivo, foi elaborada uma análise de frequência comparativa dos bigramas, trigramas e tetragramas mais recorrentes em ambos os *corpora*.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A articulação teórica entre Discurso, Ideologia e Poder

Este estudo posiciona-se na interseção da Análise de Discurso e dos estudos de ideologia, adotando a Análise Crítica do Discurso (ACD) como seu principal eixo teórico-metodológico. A ACD fornece a "conexão teórica substancial" solicitada, ao postular que o discurso não é apenas um reflexo da realidade social, mas um instrumento ativo em sua produção e manutenção (Fairclough, 2013). O discurso é, portanto, uma prática social que, simultaneamente, molda e é moldada por relações de poder e processos ideológicos (Van Dijk, 2001).

A ideologia, nesta perspectiva, não é uma "falsa consciência", mas um conjunto de representações e práticas que servem para estabelecer e legitimar relações de poder assimétricas (Fairclough, 2013). A linguagem, portanto, nunca é neutra; ela é o local privilegiado onde as lutas ideológicas ocorrem (Foucault, 1980). Na literatura brasileira, esta articulação é precisamente definida por Brandão (2012, p. 11) como o "ponto de articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos linguísticos", e por Orlandi (2003, p. 20), que define o discurso como "efeito de sentido entre locutores", um efeito que é, em si, determinado ideologicamente.

Embora esta articulação teórica seja robusta, sua aplicação no campo do turismo no Brasil ainda é incipiente. Como destacam Silva e Fratucci (2022), o uso da análise do discurso é menos frequente na pesquisa nacional em comparação com métodos como a análise de

conteúdo, embora já esteja mais consolidada em outras escolas, como a espanhola (Soares & Godoi, 2017) e a francesa (Souza, Gastal & Campos, 2017; Moreira & Campos, 2019).

Este estudo analisa dois *corpora* que representam distintos "campos de poder" (Van Dijk, 2006): o discurso acadêmico e o discurso político.

1. O Discurso Acadêmico-Científico: Compreendido aqui como o discurso escrito nos artigos científicos de turismo. Este campo opera sob suas próprias regras de formação discursiva (Foucault, 1980), buscando legitimidade através da objetividade e do rigor. No entanto, ele não está isento de ideologia. Tomando a concepção de Brandão (2012) e Orlandi (2003), este discurso representa a "classe intelectual acadêmica". A linguagem utilizada é um "lugar de confronto ideológico" (Brandão, 2012), onde se disputa quais temas, métodos e conclusões são considerados válidos para definir o "turismo" como objeto de estudo.

2. O Discurso Político-Parlamentar: Compreendido como o discurso oral dos parlamentares. A ACD analisa este tipo de discurso como uma forma explícita de legitimação do poder (Van Dijk, 2001, 2006). A classe política, personalizada pelos gestores do Estado, atua como "um ente terceiro indispensável à relação trabalho - capital" (Mascaro, 2013, p. 94). Para Silva e Fratucci (2022, p. 6), esta classe "não tem um interesse autônomo e sim uma atuação para defender os interesses de uma ou outra das classes". O discurso parlamentar, portanto, é a materialização textual da luta ideológica pela direção do Estado e pela aplicação de políticas (no caso, de turismo) que favorecem determinados interesses de classe.

Ambos os discursos são, portanto, compreendidos como espaços onde o fenômeno linguístico e o ideológico político se articulam, conforme definido por Brandão (2012). Seguindo Silva e Fratucci (2022, p. 5), analisamos cada texto individual (seja um artigo ou uma fala) como uma parte onde "o todo da ideologia está em cada texto individual", e o "complexo de textos expressa a ideologia" do campo como um todo. Este referencial fundamenta a análise comparativa entre os conteúdos produzidos pelos pesquisadores em turismo e pelas figuras parlamentares, tratando os *corpora* como materializações textuais específicas que veiculam essas ideologias concorrentes.

2.2 O Discurso Acadêmico

Para analisar o "discurso acadêmico" como um *corpus* ideológico, é preciso primeiro compreender sua trajetória institucional e, mais importante, as correntes teóricas (ou "escolas de pensamento") que o constituem. O campo acadêmico não é monolítico; é um espaço de disputa paradigmática (Tribe, 2006).

A institucionalização do campo no Brasil é recente. O marco inicial da publicação científica foi a criação da revista *Turismo em Análise* pela USP em 1990 (Miranda & Rejowski, 2012). Contudo, a análise sobre essa produção, bem como a sua expansão exponencial, consolidou-se apenas a partir de meados da década de 2000 (Santos & Rejowski, 2013). Trabalhos pioneiros (Rejowski & Aldrigui, 2007) mapearam essa evolução, que foi impulsionada pela criação dos programas de pós-graduação. Este período, de 2000 a 2012, foi de fato um momento de "fortalecimento significativo" da pesquisa nacional (Santos & Rejowski, 2013, p. 165).

Mais importante do que sua existência, é a natureza desse conhecimento. Globalmente, a pesquisa em turismo é fragmentada por debates paradigmáticos, notadamente entre duas grandes escolas: (1) uma abordagem positivista, focada na gestão, economia e negócios (a "escola de negócios"); e (2) uma abordagem crítica e interpretativa, focada nos impactos sociais, culturais e ambientais (a "escola das ciências sociais") (Ateljevic *et al.*, 2007; Jafari, 2001). A pesquisa brasileira reflete essa tensão, utilizando abordagens multi, inter e transdisciplinares para construir a "ciência do turismo" (Moesch & Beni, 2015).

Portanto, o "discurso acadêmico" que analisamos não é unívoco. Ele é o resultado de uma disputa ideológica interna sobre qual deve ser a função social do turismo. Os periódicos científicos são a arena formal onde essa disputa é registrada e legitimada (Berturzzo, 2004). O papel da comunicação científica (Minozzo & Rejowski, 2004; Muller, 1994) é disseminar os achados de uma ou outra escola, enquanto o sistema de citações (Gonçalves, Ramos & Castro, 2006) é o mecanismo que valida a dominância de um paradigma sobre outro.

Dessa forma, as informações originárias das publicações científicas auxiliam em propostas de desenvolvimento para o turismo, seja de cunho político ou estratégico. A compreensão da evolução da pesquisa em turismo e suas diferentes escolas de pensamento é crucial, pois fundamenta a análise comparativa com o discurso político. Permite-nos investigar não apenas o que a academia diz, mas de qual lugar ideológico e paradigmático ela fala.

2.3 Discurso Político

O discurso político, objeto central desta análise, é aqui compreendido não apenas como um reflexo da política, mas como a própria prática da política (Fairclough, 2013). Esta seção situa o *corpus* parlamentar dentro do quadro teórico da Análise Crítica do Discurso (ACD), que postula que o discurso é o principal vetor pelo qual o poder é exercido, legitimado e contestado na sociedade (Van Dijk, 2001).

Na esfera política, o discurso é a ferramenta de luta pelo "poder simbólico", a capacidade de impor uma visão de mundo e nomear a realidade (Bourdieu, 1991). Os atores políticos (como os parlamentares) estão em uma disputa constante para legitimar suas posições ideológicas perante o eleitorado. Como argumenta Charaudeau (2006), a linguagem é um componente fundamental da "ação política", servindo como o "mediador" entre a "instância cidadã" e a "instância política". Esta mediação, no entanto, não é neutra; é um ato estratégico. Van Dijk (2006) demonstra que as ideologias são gerenciadas e reproduzidas no discurso político através da seleção de tópicos, ênfases e omissões, visando fabricar o consenso e o apoio do eleitorado.

O modelo de Charaudeau (2006), adotado por Tupynambá (2010), oferece uma taxonomia precisa para analisar essa prática. Ele identifica dois eixos centrais da atividade discursiva: (1) o foco nas "ideias" (o espaço de fabricação de ideologias) e (2) o foco nos "atores" (a elaboração das relações de força). Para ter sucesso, o ator político deve construir o que Tupynambá (2010) chama de "dupla identidade discursiva". Esta identidade articula o *posicionamento ideológico* (os valores que defende) com a *estratégia de gestão do poder* (a persuasão e a ação). Esta "dupla identidade" é, na prática, uma performance retórica complexa, onde o ator político se posiciona estrategicamente para construir um "nós" (o povo) em oposição a um "eles" (oponentes), uma tática central na legitimação política (Wodak, 2015).

O discurso político, portanto, não é um fenômeno unitário; ele ocorre em diferentes "lugares" (Charaudeau, 2006). Enquanto a "instância cidadã" (o lugar de opinião) e a "instância midiática" (o lugar de mediação) são cruciais, este estudo foca no "lugar de governança" (a instância política).

No contexto parlamentar brasileiro, o lócus ideal para capturar essa "dupla identidade discursiva" é a Câmara dos Deputados. Conforme identificado por Moreira (2019; 2020), embora as sessões parlamentares sejam regimentadas (Ordem do Dia, Grande Expediente), é no "Pequeno Expediente" que os deputados possuem maior liberdade discursiva. É neste momento que a tensão entre a identidade partidária-ideológica e a estratégia de ação se manifesta de forma mais explícita. Portanto, o discurso analisado neste artigo é a materialização da "linguagem-ação" (Charaudeau, 2006) no epicentro da instância política brasileira.

3. METODOLOGIA

Considerando o histórico de pesquisa científica em turismo desenvolvida no Brasil, o crescimento da atividade turística no país e a evidente importância do diálogo entre pesquisa e políticas públicas, torna-se relevante investigar os temas que vêm sendo discutidos nos âmbitos acadêmico e político, identificando as convergências e divergências entre os discursos e pensando em formas de aproximação entre eles.

Como um primeiro passo, o objetivo desta pesquisa exploratória é identificar e comparar os temas dos discursos acadêmico e político de turismo no Brasil de outubro de 2000 a março de 2022. Para fins de recorte da amostra a ser analisada neste estudo, preferiu-se a análise dos n-gramas que contenham a palavra "turismo". O modelo baseado em n-gramas se trata de um modelo probabilístico de linguagem, onde o caso $n=1$ é chamado de unigrama e sua aplicação origina os sacos-de-palavras, quando $n=2$ são usados pares de palavras na sequência em que ocorrem, $n=3$ são utilizadas sequências de três palavras, e assim por diante. Segundo Jurafsky e Martin (2021), os modelos de n-gramas são utilizados para estimar a probabilidade de sequências de palavras ou de uma palavra específica de acordo com as palavras que a antecederam, essa estimativa é conhecida como suposição de Markov.

Dada sua simplicidade, os modelos de n-gramas são ferramentas utilizadas em casos de poucos dados ou necessidade de resultado com pouco tempo de desenvolvimento (Finger, 2021). Embora o recorte temporal de 22 anos desta pesquisa gere um grande volume de dados textuais (um *corpus* extenso), a ferramenta de n-gramas foi selecionada precisamente por sua eficiência computacional (Jurafsky & Martin, 2021). Ela se mostrou a ferramenta mais

adequada para uma análise exploratória inicial, permitindo identificar padrões de alta frequência e estruturas lexicais recorrentes (os "temas") de forma rápida e sistemática, servindo como uma base robusta antes da aplicação de modelos mais complexos, que fogem ao escopo deste primeiro estudo.

Ainda, para Jurafsky e Martin (2021) há uma ambiguidade terminológica e para saná-la geralmente descarta-se a palavra “modelo” e utiliza-se os termos n-gramas para referenciar as sequências de palavras ou o modelo preditivo que atribui uma probabilidade. Os termos n-gramas utilizados no presente estudo são: bigrama(s); trigramas(s); e tetragrama(s). Apesar deste modelo de linguagem [n-grama] ser mais simples do que outros modelos probabilísticos, ele é uma importante ferramenta para a compreensão de conceitos básicos de outros modelos mais complexos.

Neste estudo foram selecionados os n-gramas com sequências de duas, três e quatro palavras, a fim de evitar termos de uso muito particular ou específico, reduzindo a amostra aos termos de cada discurso - acadêmico e científico - com maiores chances de convergência. Para fins de esclarecimento, o termo “bigrama” corresponde à sequência de duas palavras, “trigrama” à sequência de três palavras e “tetragrama” à sequência de quatro palavras (Finger, 2021).

Para realizar esta pesquisa, foram utilizadas as transcrições dos discursos dos deputados realizados no âmbito da Câmara Federal e as publicações de artigos científicos de turismo de outubro de 2000 a março de 2022. As fontes dessas bases de dados são o banco de dados de periódicos científicos ibero-americanos de turismo do PPGTUR da EACH, pertencente à USP, e o Banco de Discursos do site da taquigrafia do Senado.

Após os bancos de dados serem baixados em formato *excel*, os arquivos foram submetidos ao Programa R para seleção dos bigramas, trigramas e tetragramas que envolvessem a palavra “turismo”. As planilhas geradas a partir da seleção dos n-gramas passaram pela análise conjunta de duas codificadoras que criaram uma planilha considerando apenas os n-gramas com frequência de citações superior a 30 e retirando os n-gramas que não fizessem sentido por si só por exemplo “do turismo”, “turismo como”, “turismo de base”, “virtual de turismo”, “turismo cultura e esporte” e “indústria comércio e turismo”.

O principal critério de exclusão de n-gramas teve base nas classes gramaticais da língua portuguesa, especificamente na contribuição de cada uma delas com o sentido e clareza do n-grama, identificados através de um contexto para o termo turismo. Por exemplo, foram excluído n-grama iniciados ou finalizados com o artigo “o”, pois no entendimento das decodificadoras este artigo [classe gramatical] não indicava um contexto para a palavra “turismo”. Visto o longo período abrangido pelo recorte temporal desta pesquisa, também não foram considerados n-gramas citados poucas vezes, assumindo-se que estes foram termos com um papel secundário nos discursos estudados.

Desse modo, os critérios para exclusão de n-gramas foram: n-gramas iniciados ou finalizados com advérbios, artigos, numerais, preposições, pronomes, conjunções e interjeições; n-gramas citados menos de 30 vezes; n-gramas que necessitassem de palavra/as complementar/res para expressar uma ideia; n-gramas com caracteres especiais.

Foram elaboradas três tabelas onde são apresentados os n-gramas que envolvem a palavra “turismo”, tanto dos artigos científicos quanto dos discursos dos parlamentares da Câmara dos Deputados, ranqueados pela ordem de frequência de citações. Ao todo foram analisados 165 n-gramas, sendo 18 bigramas, 51 trigramas e 10 tetragramas do discurso acadêmico e 18 bigramas, 49 trigramas e 19 tetragramas do discurso político.

Na última etapa, após apresentados os n-gramas que envolvem a palavra “turismo”, tanto dos artigos científicos quanto dos discursos dos parlamentares da Câmara dos Deputados, ranqueados pela ordem de frequência de citações, as autoras classificaram os n-gramas em 8 (oito) categorias utilizando uma matriz.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Análise dos dados

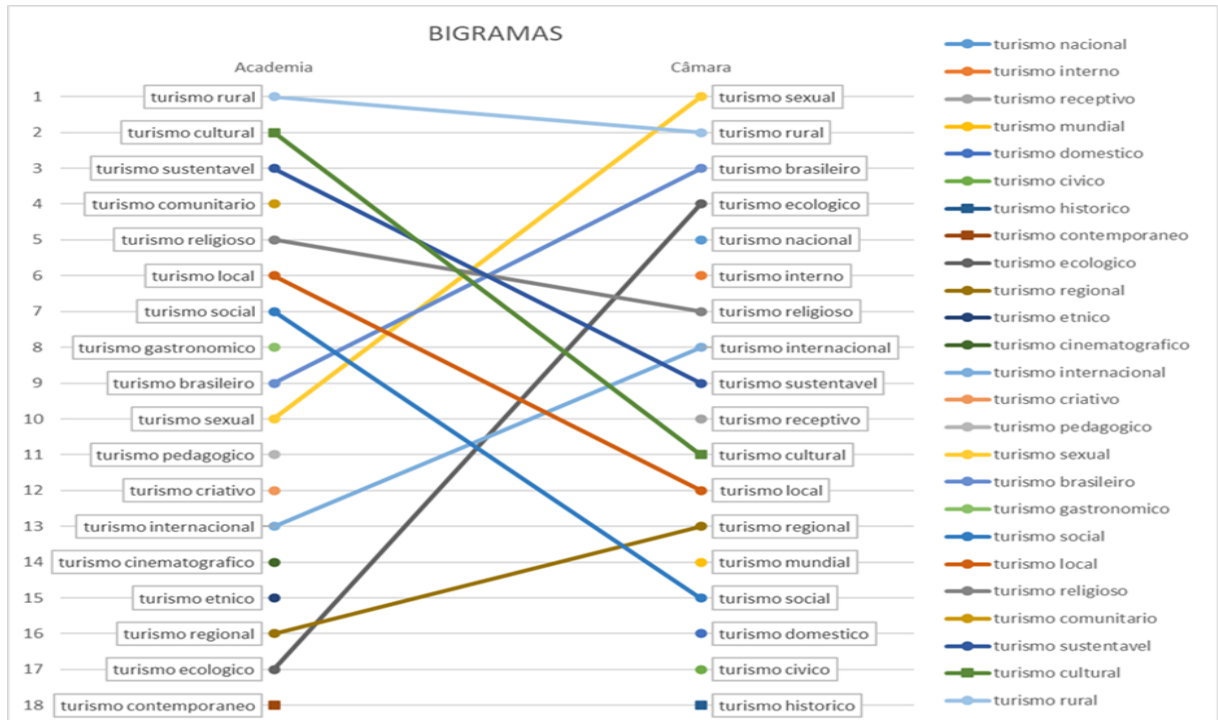
A apresentação das análises segue a ordem de bigramas, trigramas e tetragramas. Para cada conjunto de n-gramas foi elaborado um gráfico que mostra o ranqueamento dos n-gramas e suas correlações, no eixo “y” tem-se as posições do ranking e no eixo “x” os âmbitos artigos e câmara.

Após a análise dos termos convergentes entre os artigos científicos e os discursos da câmara, foram elaboradas categorias que englobassem essas convergências, de forma que sua análise fosse menos focada e mais abrangente. Conforme a Análise Crítica do Discurso (ACD), a frequência e a seleção lexical não são neutras; elas são indicadores de prioridades ideológicas e do exercício do poder simbólico (Van Dijk, 2006; Bourdieu, 1991). A análise a seguir, portanto, não se limitou a descrever os termos, mas a interpretar suas posições de ranking como evidência das disputas discursivas e ideológicas delineadas no referencial teórico. Os n-gramas foram classificados em 8 (oito) categorias, sendo elas: Segmentação do Turismo (1), Órgãos e Instituições de Turismo (2), Educação e Turismo (3), Contexto Ambiental (4), Economia do Turismo (5), Teoria do Turismo (6), Termos Aeroportuários (7) e Políticas Públicas de Turismo (8).

As planilhas que compuseram a base de dados do discurso acadêmico utilizada nesta pesquisa ofereceram o total de 3.475 bigramas que envolvem a palavra turismo, 94 deles foram citados 30 vezes ou mais, e 18 fazem sentido para a presente pesquisa. As planilhas que compuseram a base de dados dos discursos políticos forneceram ao todo 3.144 bigramas, 113 com frequência igual ou maior a 30 e 18 adequados para análise. Entre os bigramas excluídos por serem considerados sem sentido, observa-se: “turismo no”, “turismo muito”, “ecoturismo e” e “turismo enquanto”.

Quadro 1

Bigramas



Fonte: elaboração própria (2022).

No Quadro 1 tem-se 18 bigramas de cada âmbito, que se dividem nas seguintes categorias:

- Segmentação do turismo (1): turismo rural; turismo cultural; turismo sustentável; turismo comunitário; turismo religioso; turismo social; turismo pedagógico; turismo cinematográfico; turismo criativo; turismo étnico; turismo cívico; turismo histórico; turismo gastronômico.
- Contexto ambiental (4): turismo ecológico.
- Economia do turismo (5): turismo brasileiro; turismo mundial.
- Teoria do turismo (6): turismo local; turismo regional; turismo contemporâneo; turismo receptivo.
- Termos aeroportuários (7): turismo internacional; turismo nacional; turismo doméstico; turismo interno.
- Políticas públicas de turismo (8): turismo sexual.

No mesmo quadro, encontram-se 11 convergências entre as listagens de bigramas de origem acadêmica e política. Esses termos estão nas categorias segmentação de turismo, contexto ambiental, economia do turismo, teoria do turismo, termos aeroportuários e políticas públicas de turismo.

Esta análise inicial dos bigramas revelou uma primeira e fundamental divergência discursiva. Enquanto o discurso acadêmico demonstrou uma pulverização temática significativa (Categoria 1), com foco em nichos teóricos e emergentes (como ‘turismo criativo’, ‘turismo étnico’, ‘turismo contemporâneo’), o discurso político apresentou uma concentração em termos de escopo territorial e econômico (‘turismo brasileiro’, ‘turismo mundial’). Esta diferença não foi trivial. Ela sugeriu que os campos operavam com lógicas distintas já no nível mais básico: o campo acadêmico estava focado em especializar e criticar o fenômeno, alinhando-se a uma abordagem de ciências sociais (Tribe, 2006), enquanto o campo político estava focado em delimitar o turismo como um ativo nacional e um mercado, uma visão alinhada à legitimação da ação estatal (Charaudeau, 2006). A única convergência em ‘políticas públicas’ (‘turismo sexual’) foi notavelmente um tema de problema social, indicando que a intersecção inicial ocorria mais no campo da regulação de desvios do que no planejamento proativo.

O número de bigramas ligados a segmentação de turismo pode indicar a proximidade das discussões de mercado com este ambiente de criação de políticas públicas, os verbetes da categoria “teoria do turismo” remetem a recortes territoriais ou de planejamento. Coincidentemente neste quadro de bigramas, a categoria “termos aeroportuários” também remetem a recortes territoriais ou até mesmo âmbitos de planejamento da atividade turística.

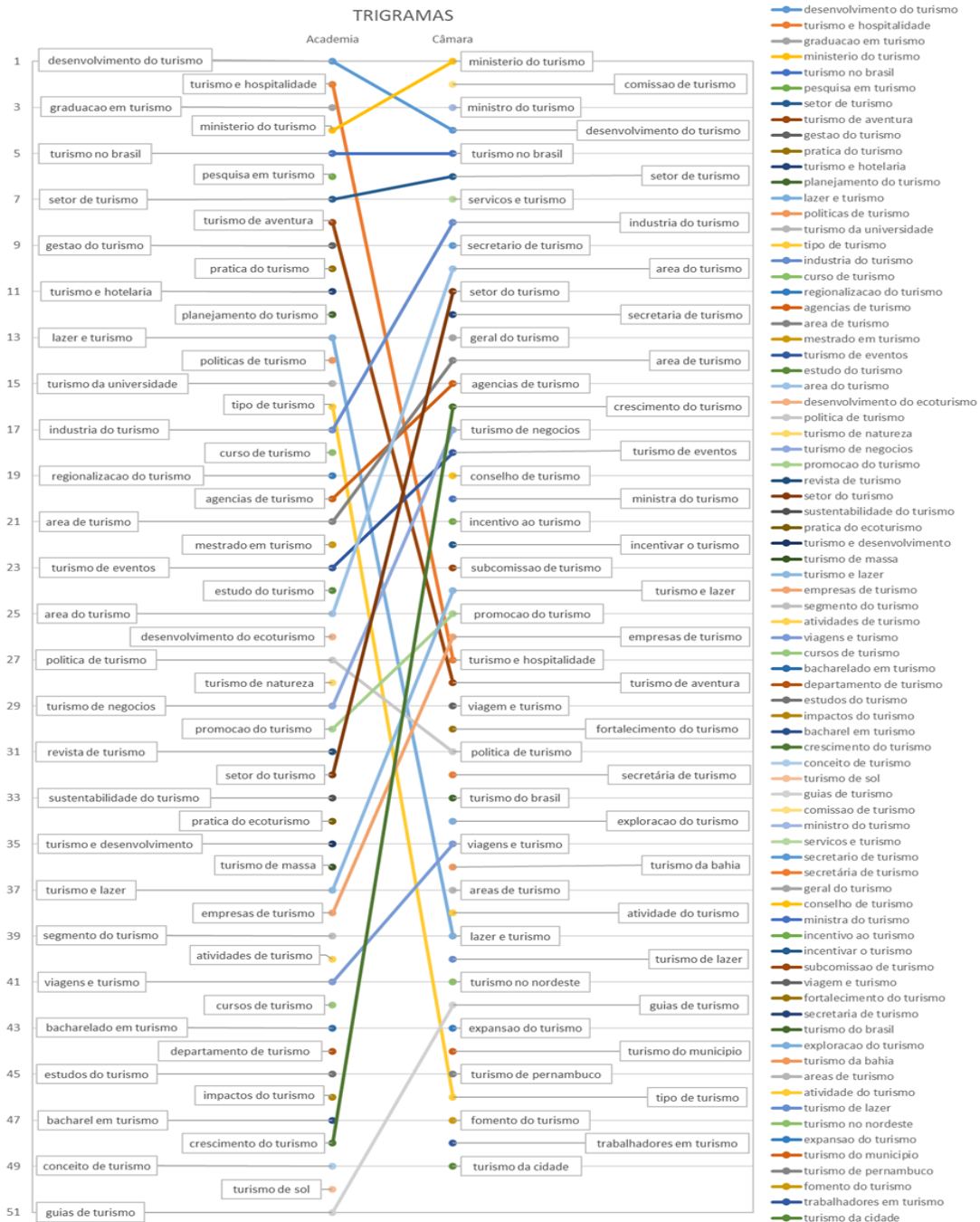
Neste ranking, percebeu-se bastantes termos ligados à segmentação de mercado por produto, além de termos que indicam recortes territoriais, mas que, a depender do contexto de suas falas, podem também descrever segmentos de mercado, por exemplo “turismo brasileiro”.

O total de trigramas encontrados na base de dados do discurso acadêmico foi de 19.628, 190 deles tiveram frequência igual ou maior que 30 e 51 termos foram considerados para análise. Na base de dados dos discursos políticos, o total era composto por 21.001 trigramas, cuja frequência igual ou superior a 30 abrangia 262, e 49 foram selecionados para análise. Na

série de exclusões, encontram-se trigramas como: “públicas de turismo”, “do turismo rural”, “mundial do turismo” e “do turismo em”.

Quadro 2

Trigramas



Fonte: elaboração própria (2022).

No Quadro 2 observam-se trigramas que correspondem a todas as categorias elaboradas, sendo divididos da seguinte forma:

- Segmentação do turismo (1): turismo de negócios, turismo de natureza; turismo de sol; turismo na cidade; turismo no município; turismo de Pernambuco; turismo no Nordeste; turismo de lazer; turismo da Bahia; turismo no Brasil; turismo de aventura; turismo de eventos; turismo de negócios.
- Órgãos e instituições de turismo (2): revista de turismo; secretaria de turismo; ministra do turismo; conselho de turismo; secretária de turismo; secretário de turismo; ministro do turismo; comissão de turismo; ministério do turismo; subcomissão de turismo.
- Educação e turismo (3): bacharel em turismo; estudos do turismo; cursos de turismo; bacharelado em turismo; estudo do turismo; mestrado em turismo; curso de turismo; turismo da universidade; turismo e hotelaria; pesquisa em turismo; graduação em turismo; turismo e hospitalidade; turismo e lazer.
- Contexto ambiental (4): prática do ecoturismo; sustentabilidade do turismo; desenvolvimento do ecoturismo.
- Economia do turismo (5): impactos do turismo; departamento de turismo; atividades de turismo; segmento do turismo; turismo de massa; turismo e desenvolvimento; tipo de turismo; prática do turismo; trabalhadores em turismo; fomento do turismo; expansão do turismo; guias de turismo; atividade do turismo; áreas de turismo; viagens e turismo; exploração do turismo; fortalecimento do turismo; viagem e turismo; empresas de turismo; promoção do turismo; incentivar o turismo; incentivar ao turismo; crescimento do turismo; agências de turismo; área de turismo; desenvolvimento do turismo; área do turismo; setor do turismo; setor de turismo; indústria do turismo; serviços e turismo.
- Teoria do turismo (6): conceito de turismo.
- Termos aeroportuários (7): turismo do Brasil.
- Políticas públicas de turismo (8): regionalização do turismo; políticas de turismo; planejamento do turismo; gestão do turismo; política de turismo; geral do turismo.

Pode-se observar um total de 22 convergências entre os trigramas dos artigos científicos e dos discursos da câmara, esses termos estão categorizados como segmentação do turismo (1), órgãos e instituições de turismo (2), educação e turismo (3), contexto ambiental (4), economia do turismo (5), teoria do turismo (6), termos aeroportuários (7) e políticas públicas de turismo (8).

A análise dos trigramas aprofundou a percepção de divergência ideológica. A emergência da Categoria 2 (Órgãos e Instituições) quase exclusivamente no discurso político ('ministro do turismo', 'comissão de turismo', 'secretaria de turismo') foi uma evidência clara

da ‘dupla identidade discursiva’ de Charaudeau (2006). Os parlamentares não discutiam apenas o turismo em si, mas performavam sua posição de poder e legitimidade dentro da estrutura de governança. Em contraste, a Categoria 3 (Educação) no discurso acadêmico (‘pesquisa em turismo’, ‘mestrado em turismo’) revelou um campo parcialmente autorreferencial, focado em sua própria legitimação e reprodução institucional, como um campo de poder simbólico (Bourdieu, 1991). A Categoria 5 (Economia) foi a de maior volume, mas com nuances ideológicas distintas: a academia focou em ‘impactos do turismo’ (termo crítico/analítico), enquanto a política focou em ‘fomento do turismo’ e ‘crescimento do turismo’ (termos desenvolvimentistas). O discurso político, portanto, alinou-se a uma ideologia de legitimação do capital, enquanto o acadêmico manteve um distanciamento analítico, como previsto por Van Dijk (2006).

Assim como nos bigramas, o número de trigramas ligados a segmentação de turismo foi alto e indicou a familiarização de ambos os ambientes (científico e político) com as segmentações de mercado. No Quadro 2 há um volume expressivo de trigramas na categoria de instituições de educação do turismo, apontando que o turismo por vezes foi apresentado de forma associada à outra área de estudo. Com o aumento do número de palavras nos n-gramas, os termos que estão relacionados às políticas públicas e economia do turismo passaram a se encaixar nos critérios estabelecidos para seleção de n-gramas, o que fez aumentar o número de termos nestas categorias de forma razoável, indicando que tanto nos artigos científicos quanto nos discursos da câmara esses temas (políticas públicas e economia do turismo) são discutidos com certa frequência.

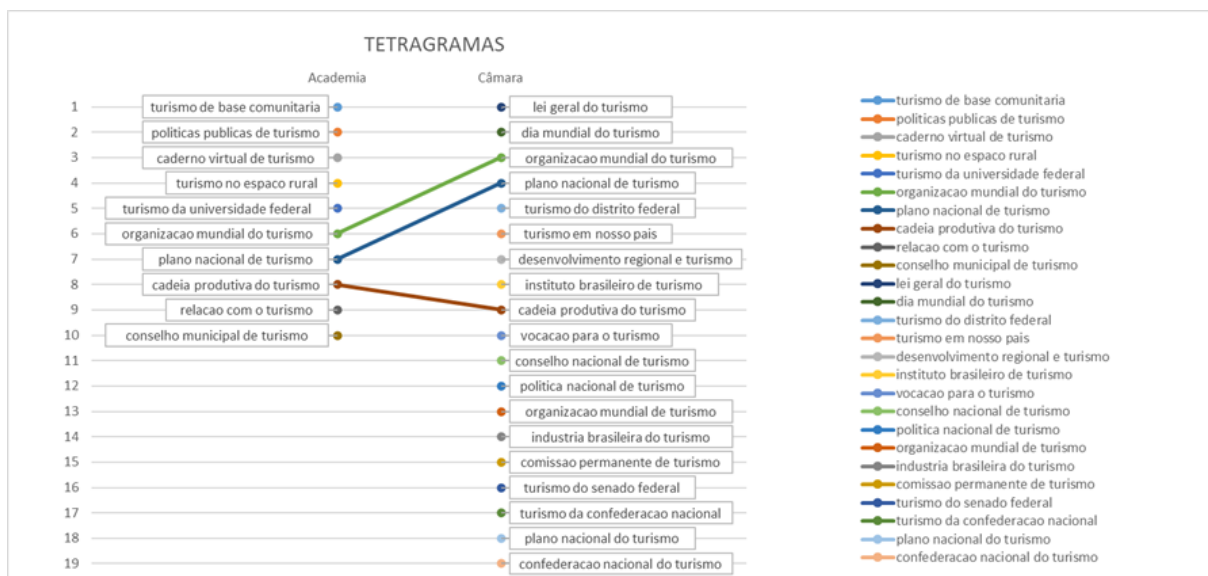
Observam-se os termos “área de turismo”, “políticas de turismo” e “atividades de turismo” na coluna Artigos, que poderiam convergir com os termos “áreas de turismo”, “política de turismo” e “atividade de turismo” da coluna Câmara, respectivamente. Contudo, as autoras optaram por não considerar estes n-gramas como convergências por conta da flexão de número das palavras “áreas”, “políticas” e “atividades”, que por estarem no plural, possivelmente atribuíram um sentido genérico em seus respectivos contextos. Enquanto as palavras “área”, “política” e “atividade”, por estarem no singular, poderiam indicar uma referência específica na sentença que formaram.

Entre os trigramas, os termos apresentados são mais abrangentes e muitos fazem referência ao turismo enquanto área. Também aparecem segmentos de mercado e algumas expressões de uso comum para relacionar o turismo com outra área do conhecimento Além das convergências, nota-se a ocorrência de trigramas com a conotação de desenvolvimento do turismo.

A base de dados dos discursos acadêmicos forneceu o total de 46.940 tetragramas envolvendo a palavra turismo. Destes, 76 foram citados 30 ou mais vezes, e 10 faziam sentido para a análise desta pesquisa. Da mesma forma, o discurso acadêmico possuía 55.827 tetragramas, 152 com frequência superior a 30 e 19 adequados para a análise. Entre os n-gramas excluídos por não terem sentido, tem-se: “bens serviços e turismo”, “ao ministério do turismo”, “turismo e hospitalidade universidade” e “se que o turismo”.

Quadro 3

Tetragramas



Fonte: Elaboração própria (2022).

No Quadro 3 os tetragramas são divididos em 6 categorias, sendo a de políticas públicas de turismo a mais numerosa.

- Segmentação do turismo (1): turismo no espaço rural; turismo do distrito federal; turismo em nosso país; turismo do senado federal.
- Órgãos e instituições de turismo (2): organização mundial do turismo; instituto brasileiro de turismo; conselho municipal de turismo; conselho nacional de turismo.
- Educação e turismo (3): caderno virtual de turismo; turismo da universidade federal.
- Contexto ambiental (4): turismo de base comunitária.
- Economia do turismo (5): desenvolvimento regional e turismo; relação com o turismo; vocação para o turismo; indústria brasileira do turismo.
- Políticas públicas de turismo (8): lei geral do turismo; políticas públicas de turismo; Dia Mundial do Turismo; plano nacional de turismo; cadeia produtiva do turismo; política nacional de turismo; comissão permanente de turismo; turismo da confederação nacional; confederação nacional do turismo; turismo do senado federal; turismo do distrito federal.

A predominância de n-gramas relacionados às políticas públicas apontou para a importância que os ambientes científico e político atribuem ao planejamento e ordenamento da atividade turística. Percebe-se que o aumento do número de palavras trouxe expressões mais específicas e complexas sobre turismo, conseqüentemente reduzindo a amostragem.

No conjunto de tetragramas selecionados houve três convergências entre os discursos acadêmico e político, sendo categorizadas como políticas públicas de turismo e órgãos e instituições de turismo. A primeira convergência é o termo “cadeia produtiva do turismo” que é definida por Borschiver, Mendes e Antunes como “o conjunto de agentes econômicos e as relações que são estabelecidas, desde as matérias-primas e insumos até a obtenção do produto final para atender a demanda de consumidores” (Borschiver; Mendes; Antunes, 2002, p.67).

O segundo termo é “organização mundial do turismo”, uma agência especializada das Nações Unidas e que se apresenta como responsável pela promoção do turismo responsável, sustentável e universalmente acessível (Organização Mundial do Turismo, 2022). Este n-grama aparece no discurso acadêmico como “organização mundial do turismo” e no discurso político como “organização mundial de turismo”, as autoras desta pesquisa decidiram tratar como convergência por conta da clareza da referência à mesma organização.

O terceiro termo é “plano nacional do turismo”, um documento elaborado em âmbito nacional, que orienta o esforço do Poder Público por meio de diretrizes e estratégias direcionadas para a implementação da Política Nacional de Turismo. Assim como o n-grama anterior, este termo tem uma diferença entre as preposições, que aparece no discurso acadêmico como “plano nacional de turismo” e no discurso político como “plano nacional do turismo”, as autoras desta pesquisa decidiram tratar como convergência por conta da clareza da referência ao mesmo tipo de documento.

Estas três convergências não foram acidentais; elas representaram o nexos exato onde as duas instâncias discursivas (política e acadêmica) foram forçadas a se alinhar. A ‘Cadeia Produtiva do Turismo’ e o ‘Plano Nacional de Turismo’ (PNT) são os principais instrumentos de ação estatal, alinhando-se à dimensão de ‘gestão do poder’ de Charaudeau (2006). A ‘Organização Mundial do Turismo’ (OMT) representou a legitimação externa e a fonte de dados que ambos os campos utilizaram para validar seus argumentos. O que a análise dos tetragramas demonstrou foi a escassez de convergência em termos conceituais ou críticos. A convergência ocorreu apenas em termos instrumentais (o PNT), econômicos (a Cadeia Produtiva) e institucionais (a OMT). Isso reforçou a tese de que, enquanto a academia construía um discurso de ‘ciência do turismo’ (Moesch & Beni, 2015), alinhado às escolas de pensamento das ciências sociais, o parlamento construía um discurso de ‘indústria do turismo’, um debate alinhado às escolas de negócios (Tribe, 2006; Jafari, 2001), focado na legitimação da ação governamental.

Em geral, observam-se menções às instâncias de governança, conselhos, e ferramentas de planejamento da atividade turística, como “lei geral do turismo” e “plano nacional de turismo”. Especialmente nesta relação de n-gramas, houve uma diferença razoável entre o número de n-gramas identificados nos artigos científicos e nos discursos da câmara.

As categorias foram elaboradas com base nas seleções feitas a partir dos bancos de dados, de forma que abrangessem todos os n-gramas escolhidos e os dividissem em grandes blocos, facilitando a análise destes. O Quadro 4 resume, em números absolutos, como os n-gramas se dividiram entre as 8 (oito) categorias.

Quadro 4

Categorias X ngramas

Categorias	Bigramas	Trigramas	Tetragramas
Segmentação do Turismo	13	13	4
Órgãos e Instituições de Turismo	0	10	4
Educação e Turismo	0	13	2
Contexto Ambiental	1	3	1
Economia do Turismo	2	31	4
Teoria do Turismo	4	1	0
Termos Aeroportuários	4	1	0
Políticas Públicas de Turismo	1	6	11

Fonte: elaboração própria (2022).

O resumo do Quadro 4 foi revelador. Ele mostrou que, no nível mais simples (Bigramas), a discussão se fragmentou em ‘Segmentação’ (13 termos). À medida que a complexidade aumentou (Trigramas), o foco discursivo migrou para a ‘Economia’ (31 termos) e a ‘Educação’ (13 termos). Finalmente, no nível mais complexo (Tetragramas), a discussão convergiu para ‘Políticas Públicas’ (11 termos). Esta trajetória quantitativa sugeriu um padrão discursivo: a política e a academia divergiram radicalmente nos detalhes (segmentos), encontraram um terreno comum (embora contestado) na economia, e só convergiram verdadeiramente nos macro-instrumentos de planejamento (PNT, OMT). Esta lacuna entre o micro (a prática) e o macro (a política) foi a evidência mais clara da frágil conexão entre os dois campos discursivos no Brasil, confirmando a necessidade desta pesquisa.

Embora a categorização descrita tenha cumprido seu objetivo nesta pesquisa, ressalta-se algumas limitações encontradas no seu uso: alguns termos podem se encaixar em mais de

uma categoria, por exemplo “turismo sustentável”, cabendo nas categorias 1 e 4; determinados n-gramas podem não se encaixar adequadamente em nenhuma das oito categorias, por exemplo “turismo sexual”, que não é uma segmentação de mercado mas, pelas autoras entenderem que ele está relacionado à um problema social, ele foi categorizado como políticas públicas de turismo.

5. CONCLUSÃO

Em seu resultado, este artigo ofereceu um estudo descritivo e exploratório dos n-gramas de turismo presentes nos artigos científicos e discursos da câmara federal produzidos no período entre outubro de 2000 e março 2022, de forma a analisar e comparar os temas que têm sido tratados pelos discursos acadêmico e político no Brasil. O referencial teórico abrange a produção científica de turismo no Brasil, a relação entre discurso e ideologia e os discursos políticos no Brasil, enquanto o processo metodológico utilizou n-gramas para recorte dos dados a serem analisados. A análise dos resultados foi realizada de forma indutiva.

De forma geral, os n-gramas presentes nos artigos científicos apresentaram expressões mais comuns à ambientes de pesquisa e vanguarda, como “turismo criativo” e “caderno virtual de turismo”; verbetes ligados à educação, como “universidade” e “bacharel”; e alinhamento da palavra turismo com termos específicos, como “turismo de base comunitária” e “desenvolvimento do ecoturismo”. Esse perfil de n-gramas se mostra correspondente à sua origem em artigos científicos, que usualmente são escritos em ambientes acadêmicos, vinculados às instituições de pesquisa e educação.

Quanto aos n-gramas dos discursos da câmara federal, constatou-se a alta frequência de termos ligados a instrumentos de políticas públicas e instâncias políticas e/ou de governança, como “plano nacional de turismo”, “ministério do turismo” e “organização mundial do turismo”; referência ao turismo enquanto área, como “indústria do turismo” e “área do turismo”; e termos de recorte territorial, como “turismo mundial” e “turismo da Bahia”. Embora sejam utilizados termos mais genéricos e menos técnicos, identificou-se o cuidado dos interlocutores em citar instâncias e organizações passíveis de articulação para o planejamento da atividade turística, além de surgirem termos que referem-se aos estados e à federação como um todo. O

perfil dos n-gramas descritos corresponde à sua procedência no âmbito político federal, uma vez que foram colocados publicamente de forma verbal, em um ambiente político partidário, onde a pauta é composta em grande parte por apresentações de propostas e votações.

Essa divergência nos discursos dos dois públicos (acadêmico e político) mostra a atenção dedicada a assuntos mais específicos em revistas científicas, por exemplo “turismo étnico”. Esse comportamento pode ser explicado pelo estudo de vanguarda desse público, não poucas vezes tratando sobre temas disruptivos e/ou fenômenos não triviais para indivíduos sem conhecimento técnico na área. Por outro lado, os discursos políticos se mostram focados em ações de articulação entre entes governamentais e não governamentais, sendo necessário, por exemplo, citar instituições, conselhos, e instancias de governança que detêm alguma responsabilidade por um tema ou resolução de um problema específico.

Observou-se que o discurso acadêmico trouxe termos voltados para questões de ensino e aprendizagem, muito por conta do próprio ambiente em que ele é produzido (e reproduzido) e pelo que ali é visto como algo valoroso: conhecimento. Nos discursos políticos, percebeu-se um número razoável de expressões que indicaram o turismo enquanto área ou setor, o que pode estar associado a uma limitação do repertório das pormenoridades da atividade turística, visto que os interlocutores não necessariamente possuem conhecimento técnico sobre turismo.

Em ambos os discursos se notou a presença de n-gramas com conotação de desenvolvimento da atividade turística, como “fomento do turismo” e “promoção do turismo”, indicando que os dois ambientes - acadêmico e político - existem discussões quanto à continuidade e crescimento da atividade turística no país. Termos de segmentação de mercado também foram citados diversas vezes (30 vezes), se mostrando um tema familiar aos dois ambientes.

A possibilidade de maior interação entre academia e meio político eventualmente pode contribuir para o arcabouço dos parlamentares e pesquisadores com conhecimentos técnicos científicos e de governança sobre o turismo, respectivamente. O que pode ser relevante e enriquecedor em termos de pesquisa e políticas públicas para o desenvolvimento do setor turístico.

Destaca-se a possibilidade de aprofundamento de análises a partir dos bancos de dados utilizados neste artigo, dos resultados expostos e das discussões desenvolvidas, uma vez que esta pesquisa de caráter exploratório fez um esforço de coleta e sistematização de dados, e manteve sua análise a nível descritivo e explicativo. Para composição do processo metodológico, sugere-se o uso do modelo de Markov ou outros modelos probabilísticos mais complexos, e -além dos artigos científicos e discursos da câmara federal- propõe-se a utilização de bancos de dados que reflitam as percepções de outros públicos sobre o turismo, por exemplo sites de avaliações de destinos turísticos e secretarias estaduais e municipais de turismo.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- Ateljevic, I., Pritchard, A., & Morgan, N. (Eds.). (2007). *The critical turn in tourism studies: Innovative research methodologies*. Elsevier.
- Borschiver, S., Mendes, C., & Antunes, A. (2002, julho). Estudo prospectivo da cadeia produtiva de embalagens plásticas para alimentos. *Revista Inteligência Empresarial*, (12).
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Polity.
- Brandão, H. H. N. (2012). *Introdução à análise do discurso*. Editora da Unicamp.
- Câmara dos Deputados. (2022, 11 de maio). *Discursos e notas taquigráficas*.
<https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/discursos-e-notas-taquigraficas>
- Charaudeau, P. (2006a). *Análise do discurso: Gêneros, comunicação e sociedade*. Núcleo de Análise do Discurso, UFMG.
- Charaudeau, P. (2006b). *O ethos, uma estratégia do discurso político*. Contexto.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2ª ed.). Routledge.
- Finger, M. (2021). Inteligência Artificial e os rumos do processamento do português brasileiro. *Estudos Avançados*, 35(101), 51-71. <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2021.35101.005>
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected interviews and other writings 1972–1977* (C. Gordon, Ed.). Pantheon Books.
- Gonçalves, A., Ramos, L. M., & Castro, R. C. (2006). Revistas científicas: características, funções e critérios de qualidade. In D. A. Población, G. P. Witter & J. F. M. da Silva (Eds.), *Comunicação & produção científica* (pp. 163-190). Angellara.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE]. (1999). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD: Turismo 1998*. IBGE.
- Jafari, J. (2001). The scientification of tourism. In V. L. Smith & M. Brent (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (pp. 28-41). Cognizant Communication Corporation.
- Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2021). *Speech and language processing* (3ª ed. draft).
<https://web.stanford.edu/~jurafsky/slp3/>

- Lohmann, G., Lobo, H. A. S., Trigo, L. G. G., Valduga, V., Castro, R., Coelho, M. F., Cyrillo, M. W., Dalonso, Y., Gimenes-Minasse, M. H., Gosling, M. S., Lanzarini, R., Leal, S. R., Marques, O., Mayer, V. F., Moreira, J. C., Moraes, L. A. de, Panosso Netto, A., Perinotto, A. R. C., Queiroz Neto, A., ... Uvinha, R. R. (2022). O Futuro do turismo no Brasil a partir da análise crítica do período 2000-2019. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, e-2456. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2456>
- Mascaro, A. L. (2013). *Estado e forma política*. Boitempo.
- Ministério do Turismo. (2003). *Plano Nacional de Turismo 2003-2007: Diretrizes, metas e programas*. Ministério do Turismo.
- Ministério do Turismo. (2007). *Plano Nacional de Turismo 2007-2010: Uma viagem de inclusão*. Ministério do Turismo.
- Ministério do Turismo. (2020, 11 de dezembro). *Plano Nacional de Turismo*. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/plano-nacional-do-turismo>
- Ministério do Turismo. (2021). *Anuário estatístico de turismo 2020: Volume 47 - Ano base 2019* (2ª ed.). <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/dados-e-fatos/anuario-estatistico-de-turismo>
- Minozzo, C. C., & Rejowski, M. (2004). Periódicos científicos em turismo. *Revista de la Asociación Latinoamericana de Carreras Universitarias de Turismo y Hotelería*, 3(1), 39-54.
- Miranda, E. C. P., & Rejowski, M. (2012, 30 de agosto–1 de setembro). *Panorama dos periódicos científicos de turismo e hospitalidade no Brasil* [Apresentação de artigo]. IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, São Paulo, SP, Brasil.
- Moesch, M., & Beni, M. C. (2015). *Do discurso sobre a ciência do turismo para a ciência do turismo* [Apresentação de artigo]. XII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Natal, RN, Brasil. <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/48.pdf>
- Momm, C. F., & Santos, R. N. M. (2009). *O campo de estudo do turismo no Brasil e os indícios de sua institucionalização científica: Programas de pós-graduação stricto sensu – 2000 a 2006* [Apresentação de artigo]. VI Seminário da Associação Brasileira

- de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.
<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/10090>
- Moreira, D. (2019). Karaokê da Câmara dos Deputados: o uso do microfone na atividade parlamentar. *Opinião Pública*, 25(3), 597-629. <https://doi.org/10.1590/1807-01912019253597>
- Moreira, D. (2020). Com a Palavra os Nobres Deputados: Ênfase Temática dos Discursos dos Parlamentares Brasileiros. *Dados*, 63(1), e20180176.
<https://doi.org/10.1590/001152582020204>
- Oliveira, F. M. de. (2008). As políticas de turismo no Brasil nos anos noventa. *Revista Turismo Em Análise*, 19(2), 177-200. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v19i2p177-200>
- Organização Mundial do Turismo. (2002). *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Bookman.
- Orlandi, E. P. (2003). *A linguagem e seu funcionamento: As formas do discurso*. Pontes.
- Silva, I. C. M., & Fratucci, A. C. (2022). Uma Análise de Discurso da Política Pública Nacional de Qualificação Profissional em Turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16(1), e-2250. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2250>
- Soares, J. R. R., & Godoi, C. K. (2017). A metodologia da análise sociológica do discurso em estudos turísticos: o processo de transformação da imagem turística e sua relação com a lealdade. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(1), 185-199.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.015>
- Souza, D., Gastal, S., & Campos, L. J. (2017). Relação entre Sujeito, Turismo e Trabalho. *Revista Hospitalidade*, 14(2), 1-19.
- Todesco, C., & Silva, R. C. D. (2021). Planejamento setorial e execução orçamentária em turismo no Brasil (2003-2018). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(2), e-1986. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i2.1986>
- Tribe, J. (2006). The truth about tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 360-381.
- Tupynambá, G. C. (2010). [Resenha do livro *Discurso político*, por P. Charaudeau]. *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, 10(2), 185-190. <https://doi.org/10.26512/les.v10i2.9291>
- Van Dijk, T. A. (2013). Ideology and discourse analysis. In M. Freedon (Ed.), *The meaning of ideology* (pp. 110-135). Routledge.

- Van Dijk, T. A. (2015). Critical discourse analysis. In D. Tannen, H. E. Hamilton, & D. Schiffrin (Eds.), *The handbook of discourse analysis* (2ª ed., pp. 466-485). Wiley-Blackwell.
- World Economic Forum [WEF]. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future*. World Economic Forum.
- World Tourism Organization [UNWTO]. (2022, 1 de julho). *About us*.
<https://www.unwto.org/about-us>
- Zenker, S., & Kock, F. (2020). The Coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

Henrique, B. M. S., & Cavalcante, J. S. (2026). Análise descritiva dos discursos acadêmico e político sobre turismo no Brasil entre os anos de 2000 e 2022. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 14(1), 1202-1228. DOI 10.21680/2357-8211.2026v14n1ID37965
