

# ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA NA PESQUISA DE TURISMO

## The Critical Discourse Analysis in the Tourism Research

DIOGO DINIZ DE SOUSA<sup>1</sup>

### RESUMO

Com uma produção científica crescente, as análises do turismo abrigam diferentes metodologias. Porém, ainda de forma incipiente, encontra-se a da Análise de Discurso Crítica [ADC]. Fundamentada na observação da reprodução, manutenção, mitigação ou transformação das relações de poder hegemônicas nos discursos, este trabalho tem como objetivo discutir a metodologia de Análise do Discurso Crítica como referencial metodológica em uma pesquisa de turismo. Para isso, serão discutidas três categorias de análise [poder, ideologia e hegemonia] com o objetivo de entender e discutir as concepções teóricas da metodologia, relacionando-as com o turismo. Como resultado, espera-se que este artigo contribua para que se debata a referida metodologia no estudo do turismo, contribuindo para uma maior diversificação metodológica e científica da área de conhecimento.

### PALAVRAS-CHAVE

Turismo; Metodologia; Análise de Discurso Crítica.

### ABSTRACT

With a growing scientific production, tourism analyses encompass different methodologies. However, Critical Discourse Analysis (CDA) is still in its infancy. Based on the observation of the reproduction, maintenance, mitigation or transformation of hegemonic power relations in discourses, this paper aims to discuss the CDA methodology as a methodological reference in tourism research. To achieve this, three categories of analysis will be discussed with the aim of understanding and discussing the theoretical conceptions of the methodology, relating them to tourism. As a result, it is expected that this paper will contribute to debating the aforementioned methodology in the study of tourism, contributing to greater methodological and scientific diversification of the area.

### KEYWORDS

Tourism; Methodology; Critical Discourse Analysis.

### INTRODUÇÃO

Conforme observa Moesch (2002), o turismo, como ciência, tem a sua própria área de pesquisa: o fenômeno turístico. Por sua análise ser transdisciplinar e dialogar com outras áreas de conhecimento, como abordam, de forma inicial, Jafari e Ritchie (1980) e Tribe (1997), métodos e metodologias de outros campos são incorporados a ele. Assim, o turismo, como uma ciência

---

<sup>1</sup> **Diogo Diniz de Sousa** – Mestre. Doutorando em Geografia, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/7630044024776767>. E- mail: [diogodiniz40@gmail.com](mailto:diogodiniz40@gmail.com)

enquadrada dentro das Sociais Aplicadas, não é imune a um mutualismo científico de outras ciências que se encontram nessa seara ou de outras próximas, como as Ciências Humanas, e tampouco a suas metodologias. Porém, como exceção, encontra-se a metodologia da Análise do Discurso (AD). Em uma pesquisa rápida, com os caracteres ‘análise do discurso’ nos buscadores de seis dos principais periódicos da área de conhecimento, com diferentes graduações quanto as classificações instituídas pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior [CAPES] – Revista Turismo e Visão; Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo; Revista Turismo em Análise; Revista de Turismo Contemporâneo; Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade; e Revista Cenário –, entre 2020 até maio de 2024, nenhum artigo, em nenhum dos seis periódicos, utilizara-se da metodologia de Análise do Discurso, o que evidencia a sua incipiência.

Segundo Silva e Araújo (2017), a AD é um campo da linguística focado no estudo do discurso, destacando a relação entre língua, discurso e ideologia. Ela baseia-se na ideia de que a ideologia se materializa no discurso e este, por sua vez, se concretiza na língua. Segundo Pêcheux (1975), não existe discurso sem sujeito, nem sujeito sem ideologia, pois o indivíduo é transformado em sujeito pela ideologia, e é dessa forma que a língua ganha sentido (Orlandi, Guimarães & Tarallo, 1999). Pêcheux (1990) define o discurso como uma forma de materialização ideológica, em que o sujeito é um depósito de ideologia, sem vontade própria, e a língua é um processo que permeia diversas esferas da sociedade. O discurso é, portanto, o espaço onde se pode observar a relação entre língua e ideologia e entender como os sentidos são produzidos nos enunciados.

Dentre outras tipologias de AD, a Análise de Discurso Crítica [ADC], conforme apontam Batista, Sato e Melo (2018), fundamenta-se na reprodução, ou não, de discursos que possam contribuir para a manutenção, mitigação ou transformação das relações de poder, notadamente as hegemônicas. Assim, a sua investigação se dá na compreensão de como buscar ferramentas linguísticas para desvelar, a partir dos discursos, as relações heterogêneas de poder. Os discursos, nisso, assumem uma concepção dialética, quando a linguagem e o discurso – não-neutro, mas imbuído de intencionalidades – influenciam e são influenciados na sociedade. Por isso, o discurso na ADC não se comporta meramente como a leitura da descrição da ideologia dos sujeitos a partir de seus discursos, mas como uma prática social, passível de ser analisada por uma concepção científica.

Segundo Greimas e Landowski (1979), isso transparece na capacidade de leitura que outras metodologias, como entrevistas, questionários e pesquisas de campo, não sejam

completamente suficientes para a elucidação científica. Assim, conforme Fairclough (2003), os discursos – que podem ser encontrados em um texto, uma música, uma postagem no Twitter, uma obra de arte – têm elementos, neste trabalho elevados a categorias de análise: o poder, a ideologia e a hegemonia.

Segundo afirmam Magalhães, Martins e Resende (2018), o poder, é a influência de alguns sujeitos sobre outros, dada a concepção, a prática e a percepção de algum fenômeno. Já a ideologia, são as crenças e valores que moldam o poder de algum sujeito dentro de um contexto específico. Inclui visões de mundo, que, no discurso, conforme afirmam os mesmos autores, têm um caráter dominador – e de manutenção ou ampliação do poder dos sujeitos hegemônicos –, dominado – aceita as condições impostas pelo dominador – ou de resistência – contradiz o poder dominador, com vistas à formação de um outro poder. Por fim, a hegemonia, diferentemente do poder, é materializada na habilidade de transpor as ideias na realidade, ou seja, no domínio permanente do poder. Dada a contextualização histórico-cultural, deve ser vista de uma forma perene, e revela representações dominantes, suas construções, manutenções e legitimações.

A identificar a cada um deles, é possível observar reproduções, assimetrias e naturalizações dominantes na estrutura social do recorte a ser pesquisado. Essas intencionalidades moldam crenças, valores e identidades, que podem ou não favorecer a dominação de grupos hegemônicos a grupos dominados, de modo a interpretar, a partir deles, a prática social e a própria realidade. Numa pesquisa de turismo, imagina-se, que uma investigação científica dada por uma ADC pode oferecer uma compreensão mais profunda sobre como os discursos moldam e refletem o seu funcionamento, a partir da investigação de como o poder, a ideologia e a hegemonia moldam a prática do turismo em determinado território.

Por isso, como objetivo geral, este artigo tem a premissa de entender e discutir as concepções teóricas da metodologia, relacionando-as com o turismo. E como objetivos específicos, utilizar-se-á das categorias de análise – poder, ideologia e hegemonia – para atingir esse fim, associando-as ao turismo. Justifica-se este artigo ao entender que a pouca produção científica da ADC na área do turismo se dá pela falta de produções científicas que aproximem os pesquisadores a ela, de modo que este artigo empenha-se ser inovador a isto. Também, por outro lado, espera-se propiciar um debate que, como finalidade, enseje, como alternativa, a ADC como opção metodológica para artigos, teses, dissertações, trabalhos de conclusão de cursos e outros meios de divulgação científica.

## TESSITURA REFERENCIAL DA ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA

A metodologia de ADC vem ganhando importância dentro das pesquisas das Ciências Sociais Aplicadas e das Ciências Humanas, como a Sociologia, a Antropologia, a Ciência Política e a Política Pública, conforme observam Magalhães e outros (2018). Segundo Nogueira (2001), o crescimento dessa metodologia se dá pela sua capacidade em fazer uma leitura científica da realidade que não se encontra presa às perspectivas teóricas. A autora aponta que a ADC, assim, se contrapõe às atuações prontas e institucionalizadas da ciência, sendo que as propriedades da metodologia dependem, necessariamente, dos posicionamentos dos sujeitos, não sendo possível classificá-los e padronizá-los. A ADC, justifica, nega a origem a partir de um arcabouço positivista e dedutivo. Assim, a base teórica constituída a partir de quatro escolas de pensamento: o Pós-Modernismo, a Teoria Crítica, a Crítica Social e o Pós-Estruturalismo.

O Pós-Modernismo, conforme aponta Harvey (1992), é uma reação às concepções modernistas. Lyotard (1989) considera que, no ambiente acadêmico, o Pós-Modernismo rejeita a interpelação de que a discussão científica pode ser feita a partir de questões-macro, universais e objetivas, cuja realidade se dá a partir dos desdobramentos de uma interposição política dos sujeitos, a partir de suas concepções idiossincráticas. Dessa forma, continua o autor, ao recusar a crença em verdades absolutas, o Pós-Modernismo destaca a multiplicidade de formas de vida e a natureza historicamente contingente das crenças. Em resumo, o Pós-Modernismo rejeita os pressupostos do Modernismo, vista por ele como demasiadamente positivista, e enfatiza a coexistência de diversas perspectivas e desafiando a busca por verdades definitivas.

Já a Teoria Crítica surge, conforme aborda Morrow (1994), como base da ADC, no contraponto à distinção entre questões empíricas e normativas, que empunhavam a separação entre ciência e o 'eu', ou seja, os sujeitos e seus valores. Nisso, a Teoria Crítica surge para uma crítica desse desvencilhamento do caráter científico, ao afirmar que a produção da ciência deve ter um componente do sujeito social que constrói o mundo. O autor reitera a crítica ao afirmar que, se a base de análise das pesquisas, dado o método científico, é a realidade e como a vida se dá, é impossível uma análise delas sem o indivíduo, uma sem o outro. Assim, a teoria crítica propõe uma abordagem alternativa que entende a sociedade como uma totalidade histórica e complexa, ou seja, um sistema dinâmico em constante transformação, influenciado por fatores históricos, culturais, políticos e econômicos. Em vez de buscar leis universais, a Teoria Crítica argumenta que a compreensão da sociedade requer a consideração de sua natureza historicamente contingente e contextual.

A Crítica Social, a partir dos trabalhos acerca do poder discutidos por Foucault (1979), urge quando o autor apresenta um pensamento ímpar sobre ele, o qual o conhecimento também é formado de sua construção, bem como sua investigação. Dessa forma, o poder pode ser mensurado a partir da possibilidade e da representação de outros. Ele, assim, é manifestado através da interposição e das proposições de discursos que reproduzem aspectos hegemônicos, bem como, de forma dialética, àqueles que são frutos da resistência ao discurso e proposições dominantes. Contrapondo a uma concepção positivista da ciência, conforme Foucault (1979), o poder também é exercido através do discurso, pois este permite as pessoas exercerem poder na mudança social e pessoal através de sua reafirmação, conquista ou contraposição.

O Pós-Estruturalismo, por sua vez, conforme observa Burr (1995), concorda que a linguagem é a base da construção da identidade pessoal. Dessa forma, ela é materializada como um fenômeno social, construída em trocas entre pessoas, que a torna um componente da esfera social que, concretamente, faz com que haja o compartilhamento de suas especificidades. Conforme argumenta o autor, o Pós-Estruturalismo enfatiza que a linguagem – e o seu significado – não é fixa, mas aberta a questionamentos e contestações. Isso implica que a linguagem não é um sistema de sinais com significados rígidos, mas sim um local de variabilidade, conflito e relações de poder. Nesse contexto, conforme apura Nogueira (2001), o discurso é percebido como um meio de reprodução de identidades, lutas e conflitos, onde as relações de poder se manifestam e se contestam.

#### **DISCURSO, PODER, IDEOLOGIA, HEGEMONIA**

Segundo Batista et al. (2018) e Magalhães et al. (2018), a definição dos conceitos de discurso, poder, ideologia e hegemonia, sob a perspectiva da ADC, são cruciais e implicam em uma compreensão aprofundada das relações sociais e políticas que permeiam a produção e a reprodução dos discursos. O discurso, na acepção tradicional, não é simplesmente uma sequência de palavras, mas um modo de pensamento que se opõe à intuição. Frequentemente chamado de ‘pensamento discursivo’, ele opera através de um raciocínio estruturado, seguindo um percurso e atingindo seu objetivo por meio de etapas intermediárias. Isso significa que o movimento do pensamento vai de um juízo a outro, percorrendo intermediários antes de alcançar o conhecimento. Segundo Bobbio (2001), os lógicos introduziram a expressão ‘universo do discurso’ para designar o conjunto ao qual vinculamos, pelo pensamento, os objetivos dos

quais falamos, evidenciando a complexidade e a intencionalidade presentes no processo discursivo.

A filosofia contemporânea, segundo Japiassu e Marcondes (2006), especialmente através da filosofia da linguagem, valoriza a análise do discurso como método próprio à filosofia. Nesse contexto, o discurso é visto não apenas como um texto simples, mas como um campo de constituição de significado onde se estabelece uma rede de relações semânticas com a visão de mundo que pressupõe. A ADC se insere nessa perspectiva ao examinar como os significados são produzidos e contestados no discurso, elucidando as formas pelas quais os discursos refletem, sustentam e desafiam as estruturas de poder e as ideologias vigentes na sociedade. Assim, a análise do discurso crítica oferece ferramentas essenciais para compreender e transformar a realidade social por meio da linguagem.

A ADC tem como objetivo examinar como o poder, a hegemonia e a ideologia se manifestam na linguagem. Nesse sentido, a definição tradicional de discurso como uma série de juízos intermediários que conduzem ao conhecimento é fundamental. A ADC investiga não apenas as palavras e estruturas linguísticas, mas também as relações de poder subjacentes que moldam e são moldadas pelo discurso. Ao considerar o 'universo do discurso', a ADC busca revelar como certos discursos dominantes moldam percepções e práticas sociais, legitimando ou contestando determinadas ideologias.

A definição de discurso na ADC vai além da simples manifestação linguística, porém, nela ele é materializado. Ele é entendido como uma prática social que reflete e reproduz relações de poder, ideologia e hegemonia, que podem estar presentes na manifestação linguística, como num texto, numa fotografia ou numa fala, mas, sobretudo, nas entrelinhas destes. O discurso não é neutro, mas sim carregado de intencionalidades e valores que são influenciados pelo contexto social, político e histórico em que é produzido. Dentro desse contexto, o discurso materializa formas de representação e ação de grupos e instituições sobre outros, instituindo modos de agir e pensar. Ele é um elemento central na construção e manutenção das identidades individuais e coletivas, bem como das relações de poder existentes na sociedade.

A concepção dialética do discurso na ADC destaca a interação entre ele e a estrutura social, indicando que o discurso não é apenas um reflexo da realidade, mas também um agente que contribui para a sua constituição. Ao ser publicizado, o discurso materializa as representações gestadas nas relações de reprodução entre a sociedade e as identidades instituídas, mostrando como as práticas discursivas são fundamentais para a construção e manutenção da ordem social.

Já o poder é entendido como o efeito de dominação que permite que certos grupos ou indivíduos controlem e constituam as relações sociais em uma sociedade. Essa definição vai além da noção tradicional de poder como uma simples relação de autoridade ou controle, pois destaca como o poder está intrinsecamente ligado ao discurso e às práticas sociais.

A AD aplicada ao texto desvela, então, as relações de poder subjacentes às definições e conceitos apresentados, como ponderam Silva e Araújo (2017). A ADC, por sua vez, busca entender como o poder é exercido e reproduzido nas práticas discursivas, revelando assimetrias e hierarquias de poder. A crítica às definições tradicionais que tratam o poder como a posse de instrumentos para alcançar objetivos desejados pode ser vista como um exemplo de como a linguagem é usada para moldar e manter estruturas de poder. Ao questionar essa definição, sugere-se que o poder não é simplesmente uma posse, mas uma relação dinâmica entre pessoas, o que está em consonância com a ADC, que busca desnaturalizar o poder e mostrar como ele é construído e mantido através do discurso, conforme Bobbio (2001).

Além disso, a ADC também se interessa pela relação entre poder e conhecimento, destacando como o poder influencia o que é considerado verdadeiro e legítimo em uma sociedade, corroborando com o entendimento consolidado sobre o seu significado sob a égide do pensamento weberiano. Essa relação é abordada ao discutir a distinção entre o poder como uma simples possibilidade e o poder efetivamente exercido, sugerindo que a intenção de determinar o comportamento do outro é um aspecto fundamental do poder. Isso pode ser interpretado como uma forma de legitimar o poder, ao enfatizar a importância da intencionalidade na definição de poder, o que pode influenciar as percepções e concepções de poder na sociedade.

Outro aspecto relevante para a ADC é a questão da resistência e da agência dos indivíduos em relação ao poder, isto é, o poder depende da disposição do outro indivíduo em se deixar influenciar, o que está alinhado com a ideia de que o poder não é exercido de forma unilateral, mas sim em uma relação dialética entre dominante e dominado. Isso ressalta a importância da agência dos sujeitos na reprodução ou subversão das relações de poder, interpretação tão comum à análise foucaultiana de poder, e nisso, elevando a teoria da crítica social [e aproximando-a] da ADC.

A ADC também se interessa pela dimensão ideológica do poder, ou seja, como as ideias e valores dominantes são reproduzidos e naturalizados através do discurso. Essa questão é abordada ao discutir a relação entre o poder potencial e a escala de valores dos indivíduos, sugerindo que a

probabilidade de se exercer poder depende das normas e valores aceitos em uma determinada sociedade. Isso demonstra como o poder não é apenas uma questão de recursos materiais, mas também de normas e ideologias que moldam as relações sociais. O poder, conforme discutido por Fairclough (2003) e outros teóricos críticos da ADC, é um instrumento fundamental na definição e reestruturação da sociedade, de suas identidades e laços culturais. Ele é um elemento constitutivo do discurso, pois as intencionalidades por trás dele muitas vezes visam a redefinir a realidade e impor uma determinada visão de mundo. Nesse sentido, compreender o poder é essencial para entender como as estruturas sociais são mantidas ou alteradas. Ele se manifesta de diversas formas, como poder político, econômico, institucional e geopolítico, e pode ser exercido tanto de maneira coercitiva quanto sutil, influenciando a forma como as pessoas pensam, agem e se relacionam na sociedade.

A ideologia, por sua vez, é entendida como o conjunto de ideias, crenças e valores que sustentam e legitimam as relações de poder existentes em uma sociedade. Ela permeia os discursos de forma implícita e explícita, moldando a maneira como os indivíduos interpretam a realidade e se posicionam frente a ela. Ao se aplicar uma metodologia que busca desvelar as relações de poder e ideologia presentes nas definições e conceitos apresentados, segundo Bobbio (2001), a complexidade do termo 'ideologia' e as diferentes interpretações que recebe, destacando dois principais significados: o 'fraco', relacionado a sistemas de crenças políticas neutras, e o 'forte', ligado à ideia de falsa consciência das relações de domínio entre as classes. Essa diferenciação conceitual é central para a ADC, que busca analisar como o discurso político e social reproduz ou contesta relações de poder e ideológicas.

A ideia de ideologia como falsa consciência, presente no significado forte, remete à visão marxista das relações de poder e dominação. A ADC explora como essa concepção de ideologia [e, por isso, esta topologia de AD é crítica] influencia a forma como as classes dominantes justificam e mantêm seu poder, ocultando as reais relações de dominação. Além disso, a discussão sobre a evolução do significado da palavra, com a perda da conexão entre ideologia e poder, poderia ser analisada à luz da forma como as ideologias são utilizadas para legitimar diferentes formas de dominação política e social.

Por outro lado, a predominância do significado fraco de ideologia na ciência política contemporânea também é relevante para a ADC, pois demonstra como a ideologia é frequentemente utilizada de forma neutra, sem considerar seu potencial de mascaramento das relações de poder. Isso levanta questões sobre como as diferentes interpretações de ideologia



influenciam a análise política e social, e como podem ser usadas para perpetuar ou contestar estruturas de poder existentes. A análise dos usos particulares do significado fraco de ideologia, como a contraposição entre ideológico e pragmático, também pode ser explorada pela ADC. Essa dicotomia reflete diferentes formas de pensar o papel das ideologias na política e na sociedade, mostrando como a ideologia pode ser usada para legitimar certas práticas políticas ou para contestá-las. Segundo Fairclough (2003), a ADC investiga como essa dicotomia é construída e mantida discursivamente, e como influencia as percepções sobre poder e ideologia.

Assim, em resumo, a ideologia desempenha um papel fundamental na reprodução das estruturas de dominação, na ótica da ADC, pois naturaliza as reproduções sociais [e, portanto, as desigualdades e as injustiças socioeconômicas e espaciais] e justifica a manutenção do *status quo*, conforme aponta Fairclough (2003). Ela pode ser identificada nos discursos através das intencionalidades dos sujeitos, sejam elas implícitas ou explícitas, revelando as visões de mundo que têm um caráter dominador, de manutenção ou ampliação do poder dos agentes-atores hegemônicos, ou de resistência, que contradizem o poder dominador.

É importante ressaltar que a ideologia não é estática nem inerte, mas sim dinâmica e passível de contestação. Ela está em constante disputa, sendo influenciada por diferentes contextos históricos, culturais, políticos e econômicos. Além disso, ela tem um caráter dominador – e de manutenção ou ampliação do poder dos sujeitos hegemônicos – dominado – aceita as condições impostas pelo dominador – ou de resistência – contradiz o poder dominador, com vistas à formação de um outro poder. Assim, a análise da ideologia nos discursos permite uma atribuição de significação da realidade, contribuindo para uma compreensão mais profunda das relações de poder e das formas de resistência e transformação social.

Na perspectiva da ADC, conforme taxativamente afirma Fairclough (2003), a ideologia não é simplesmente um conjunto de ideias neutras ou abstratas, mas sim um sistema de representações que reflete e reproduz as relações sociais de uma determinada sociedade. Ela está intrinsecamente ligada aos interesses de classe dominantes e é utilizada para legitimar e perpetuar as desigualdades sociais existentes, continua o autor. A ideologia opera de forma sutil e muitas vezes imperceptível, permeando todas as esferas da vida social, incluindo a cultura, a política, a educação e os meios de comunicação. Ela se manifesta nos discursos de diferentes maneiras, influenciando a forma como pensamos, agimos e nos relacionamos com o mundo ao nosso redor.

Uma das características centrais da ideologia é sua capacidade de naturalizar as relações de poder, fazendo com que pareçam naturais e inevitáveis. Ela cria uma visão de mundo que beneficia os interesses da classe dominante, ao mesmo tempo em que obscurece as contradições e conflitos inerentes ao sistema capitalista. Portanto, na ADC, a análise da ideologia nos discursos é fundamental para desvelar as estratégias discursivas utilizadas para manter e legitimar as estruturas de poder existentes. Ela permite identificar como as ideias dominantes são difundidas e internalizadas, ao mesmo tempo em que destaca as formas de resistência e contestação que desafiam essas concepções hegemônicas.

A hegemonia é a capacidade de um grupo ou classe dominante impor sua visão de mundo, seus valores e interesses como os mais aceitáveis e naturais em uma determinada sociedade. Esse processo não se limita à imposição direta, mas ocorre também por meio da construção de consenso e da incorporação dessas ideias no senso comum, por um lado, mas por outro a concepção temporal dessa dominação, sendo que a sua perenidade é um elemento profícuo de seu estabelecimento.

A análise de discurso crítica [ADC] pode ser aplicada ao compreender as diferentes concepções de hegemonia, corroborando com a os paradigmas gramscianos, cujo pensamento permeia uma noção de que a hegemonia não apenas o exercício do poder político e econômico, mas também a construção de uma liderança moral e intelectual que molda as ideias e valores dominantes na sociedade, conforme observa Gruppi (1978). Eles se encontram em dois polos: um que a aproxima do domínio, enfatizando a coação e a força, e outro que a vê como capacidade de direção moral e intelectual, buscando o consenso. A ADC investiga como essas diferentes concepções refletem visões distintas sobre o poder e as relações sociais, revelando assim as estratégias discursivas utilizadas para legitimar formas específicas de dominação.

Segundo o mesmo autor, a análise gramsciana da hegemonia como complementar ao domínio é fundamental para entender a dinâmica das sociedades de classes. Enquanto o domínio se impõe pela coerção política, a hegemonia opera por meio de mecanismos persuasivos na sociedade civil. A ADC explora como esses mecanismos se manifestam no discurso, influenciando a forma como as classes dominantes são aceitas como guias legítimos e como os interesses de classe são apresentados como interesses comuns.

A ideia de que a hegemonia é essencial tanto para a manutenção do poder quanto para a luta revolucionária, sugere uma análise da construção discursiva da legitimidade política, conforme defendem Magalhães et al. (2018). A ADC analisa, segundo como os discursos hegemônicos são

construídos e contestados, e como isso impacta a formação de identidades políticas e a mobilização social, argumenta os autores. Além disso, ela percebe como as classes dominantes e as classes subalternas utilizam diferentes estratégias discursivas para construir e contestar hegemonias.

A compreensão da hegemonia como um processo de unificação e disfarce do domínio de classe sugere uma análise da relação entre discurso e poder, como definem apontam Batista et al. (2018). A ADC concentra-se em como os discursos hegemônicos são construídos para mascarar as relações de dominação e explorar como os discursos de resistência buscam desmascarar essas relações. A análise também investiga como a hegemonia atua como um princípio de unificação dentro dos blocos de poder e como isso influencia as relações de classe e as lutas políticas.

O entendimento desse conceito, para Fairclough (2003), destaca que a hegemonia não é apenas uma dominação baseada na força, mas também na liderança intelectual e moral. Assim, a hegemonia se manifesta não só nas instituições políticas e jurídicas, mas também na cultura, na educação e nas práticas cotidianas, moldando as relações sociais e influenciando as formas de pensar e agir das pessoas. Essa influência é tão profunda que muitas vezes as ideias hegemônicas são aceitas como naturais e inevitáveis, dificultando a percepção das relações de poder subjacentes.

Ao mesmo tempo, a hegemonia entra ações de resistência à sua perenidade, ou seja, uma oposição a uma visão de mundo e valores impostos pela hegemonia dominante. Para Moraes (2010), à luz da teoria gramsciana, a contra hegemonia refere-se às ações e movimentos que buscam criar uma forma ético-política, em oposição à hegemonia dominante imposta pelo modo de produção capitalista. Essas ações têm como base programática a denúncia e a tentativa de reverter as condições de marginalização e exclusão enfrentadas por amplos estratos sociais. Ela introduz o contraditório e a tensão em um contexto que antes parecia unísono e estável, mostrando que a hegemonia não é uma construção monolítica, mas sim o resultado das disputas e medições de forças entre blocos de classes em um determinado momento histórico. Ela pode ser reelaborada, revertida e modificada ao longo de um processo contínuo de lutas, contestações e vitórias cumulativas.

É um processo de contestação e desafio às ideias, práticas e instituições que sustentam a ordem social estabelecida. A contra hegemonia, portanto, busca promover uma nova visão de mundo que represente os interesses e valores de grupos marginalizados, propondo alternativas às

estruturas de poder existentes. Esse movimento pode se manifestar por meio de ações políticas, culturais, educacionais e outras formas de mobilização social que buscam questionar e transformar as relações de poder e as estruturas de dominação.

Dessa forma, é possível elencar esses conceitos em uma tabela, para melhor visualização e inteligibilidade do trabalho, conforme a seguir:

**Tabela 1. Conceitos-chave da ADC**

| Conceito-chave   | Definição   |
|------------------|---|
| <b>Discurso</b>  | Se manifesta em textos, imagens e falas, carregando intencionalidades e valores influenciados pelo contexto social, político e histórico. O discurso materializa formas de representação e ação de grupos e instituições, instituindo modos de agir e pensar, e é central na construção e manutenção de identidades e relações de poder na sociedade. A concepção dialética do discurso destaca sua interação com a estrutura social, mostrando que ele contribui para a constituição da realidade ao ser publicizado.  |
| <b>Poder</b>     | O efeito de dominação que permite que certos grupos controlem e constituam as relações sociais. Essa definição vai além da noção tradicional, destacando sua ligação intrínseca com o discurso e as práticas sociais. Ele poder é essencial na definição e reestruturação da sociedade, suas identidades e laços culturais, sendo um elemento constitutivo do discurso, cujas intencionalidades muitas vezes visam redefinir a realidade.   |
| <b>Ideologia</b> | O conjunto de ideias, crenças e valores que sustentam as relações de poder em uma sociedade, moldando a forma como os indivíduos interpretam a realidade. Ela está presente nos discursos de forma implícita e explícita, influenciando as visões de mundo dominantes e as formas de resistência. A ideologia desempenha um papel fundamental na reprodução das estruturas de dominação, naturalizando as desigualdades sociais e justificando o <i>status quo</i> . Ela é dinâmica e contestável, influenciada por diferentes contextos e em constante disputa.  |
| <b>Hegemonia</b> | Capacidade de um grupo dominante impor sua visão de mundo e interesses como os mais aceitáveis em uma sociedade, não apenas pela força, mas também pela liderança intelectual e moral, assim como por sua perenidade. Ela se manifesta na cultura, na educação e nas práticas cotidianas, influenciando profundamente as relações sociais. Por outro lado, são criadas oposições a essa hegemonia: as ações contra hegemônicas. Elas são as resistências à visão de mundo imposta pela hegemonia, buscando promover uma nova perspectiva que represente grupos marginalizados, por meio de ações que questionam e transformam as estruturas de poder. |

**Fonte:** Fairclough (2003); Silva e Araújo (2017); Batista et al. (2018); Magalhães et al. (2018).

## **METODOLOGIA DE PESQUISA EM ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA E O TURISMO**

O turismo, como observado por Moesch (2002), é muito mais do que um setor econômico, sendo materializado como um fenômeno cujas dimensões são contraditórias, que em conjunto, permitem a análise do próprio fenômeno. Assim, as intencionalidades dos sujeitos do turismo, dentro de uma pesquisa, devem-se permear como discursos específicos moldam o poder e suas relações de dominação são substancializadas e constituídas, segundo Marujo (2013), para atrair turistas, justificar investimentos públicos e privados, preservar a manutenção do poder sobre

essas ações, a obtenção de lucro, e a constituição de uma política pública. Ao analisar criticamente o discurso no turismo, é possível desvelar posições que justifiquem a práxis de uma ação ou de uma política, bem como as colocações de resistência a essas posições, geralmente hegemônicas.

O ponto inicial é o apontamento, pelo pesquisador, de um problema de pesquisa, uma situação-problema observada empiricamente a ser passível de ser investigada. O pesquisador deve, depois da escolha do problema a ser estudado, definir os objetivos gerais e específicos, para que as indagações levadas aos sujeitos que estejam respaldadas neles. Consequentemente, o pesquisador deve definir quem são os sujeitos portadores dos discursos a serem investigados. No turismo, a superestrutura turística representa esses atores, que podem ser divididos entre sujeitos do Estado, sujeitos do *trade* turístico e sujeitos da sociedade civil organizada, além dos turistas. Para uma pesquisa que faça a reflexão de uma complexidade, o ideal é que o pesquisador busque uma profundidade dos discursos de todos eles.

Como forma de dar contorno e forma na pesquisa, ao analisar os discursos desses sujeitos, é imprescindível a conexão entre poder, ideologia e hegemonia. Esses três conceitos, dessa forma, são usados para examinar e compreender o discurso, de modo a ajudar a organizar e interpretar dados, identificar padrões, relações e significados dentro desse contexto. Assim, esses três conceitos são elevados a categorias de análise, essenciais para a análise crítica, pois orientam o pesquisador na identificação e na interpretação de elementos relevantes para a compreensão dos discursos. Assim, é a partir do poder, da ideologia e da hegemonia, presentes nos discursos de sujeitos do turismo, que é possível analisá-lo pela ótica da metodologia da ADC.

O poder, no turismo, se manifesta, é exercido e perpetuado de maneiras multifacetadas, refletindo e reforçando as relações sociais e estruturas de dominação presentes na sociedade. Conforme discutido por Fairclough (2003) e outros teóricos críticos da ADC, o poder transcende a simples relação de autoridade, sendo intrinsecamente ligado aos discursos e práticas sociais que moldam a percepção da realidade e influenciam comportamentos. No contexto turístico, o poder se materializa inicialmente nas representações dos destinos, que são constituídos por sistemas produtivos, governos e elites locais para atender aos interesses comerciais e políticos, muitas vezes exotificando culturas e simplificando realidades para atrair visitantes.

Esse discurso molda a percepção dos turistas e dos locais, criando expectativas e normas que beneficiam os grupos dominantes. Economicamente, o poder no turismo é evidente na influência do setor produtivo que controla os equipamentos turísticos e serviços relacionados.

Esses sujeitos têm recursos e influência para moldar os destinos turísticos de acordo com seus interesses, muitas vezes promovendo a gentrificação e deslocamento das comunidades locais, priorizando infraestrutura turística em detrimento das necessidades dos residentes. Politicamente, o poder se manifesta nas políticas e regulamentações que governam a atividade turística. Governos frequentemente utilizam o turismo como uma ferramenta para o desenvolvimento econômico, mas essas políticas tendem a favorecer investidores e empreendimentos turísticos, muitas vezes ignorando ou marginalizando as vozes e os direitos das populações locais.

Institucionalmente, organizações internacionais de turismo e associações desempenham um papel fundamental na promoção de discursos hegemônicos que definem o que é considerado turismo legítimo ou desejável, marginalizando formas alternativas e sustentáveis de turismo que poderiam beneficiar mais diretamente as comunidades locais. O poder vigente consolida um modelo de turismo que perpetua as desigualdades e favorece os interesses dos grupos dominantes. Assim, discursos hegemônicos tendem a priorizá-lo e a reproduzir desses mesmos sujeitos. Compreender o poder no turismo, portanto, envolve uma análise crítica das relações de dominação e resistência, destacando como os discursos e práticas turísticas mantêm ou contestam as estruturas sociais existentes.

A ideologia no turismo se manifesta, é exercida e perpetuada através de um conjunto de ideias, crenças e valores que sustentam e legitimam as relações de poder existentes, moldando a maneira como destinos turísticos são promovidos e consumidos. Na perspectiva da ADC, como apontado por Fairclough (2003), a ideologia permeia discursos turísticos tanto de forma explícita quanto implícita, influenciando as percepções e comportamentos dos turistas e das comunidades locais. Essa ideologia é frequentemente identificada nos discursos publicitários que exaltam determinados destinos, moldando a percepção do turista sobre a autenticidade e o valor cultural do lugar visitado. Esses discursos, por sua vez, naturalizam desigualdades e injustiças socioeconômicas ao promoverem imagens que ocultam as realidades complexas das comunidades locais, justificando a manutenção do *status quo*. Por outro lado, essa mesma ideologia reverbera mecanismos para perpetuar o poder, notadamente aquele de umbilicalmente ligado à reprodução do capital.

A ideologia dominante no turismo pode ser vista na forma como os destinos são comercializados, geralmente favorecendo a visão do mercado, que lucra com o turismo de massa, enquanto os moradores locais muitas vezes enfrentam a gentrificação e a perda de seus

meios de subsistência tradicionais. A ideologia no turismo também se perpetua através das práticas educacionais e dos meios de comunicação que reforçam a visão hegemônica do turismo como um motor de desenvolvimento econômico, sem questionar os impactos ambientais e sociais negativos que muitas vezes acompanham esse desenvolvimento. Ao mesmo tempo, a ideologia está em constante disputa e pode ser contestada por movimentos de resistência que buscam formas alternativas de turismo mais sustentáveis e justas, presentes em segmentações como o turismo social e o turismo de base local. Esses movimentos desafiam as concepções hegemônicas ao promover uma visão de mundo que valoriza a preservação ambiental e o empoderamento das comunidades locais, contrapondo-se à exploração e ao consumismo desenfreado promovidos pelo turismo convencional.

A análise da ideologia nos discursos turísticos, portanto, é essencial para desvelar as estratégias utilizadas para manter e legitimar as estruturas de poder existentes, ao mesmo tempo em que destaca as formas de resistência e contestação que emergem no campo do turismo. Esta análise permite uma compreensão mais profunda das relações de poder e das formas pelas quais elas são reproduzidas e desafiadas no contexto turístico, revelando como as ideias dominantes são difundidas e internalizadas e como alternativas críticas podem ser formuladas para transformar as relações de poder e promover uma justiça social e ambiental no turismo.

A hegemonia no turismo, à luz da análise crítica de Fairclough (2003), pode ser manifestada, exercida e perpetuada através de um complexo processo que envolve a imposição de valores e interesses de um grupo dominante, estabelecendo-os como os mais aceitáveis e naturais na sociedade. Essa imposição não se restringe à coerção direta, mas se consolida pela construção de um consenso que legitima tais valores e pela sua incorporação no senso comum. O domínio é perpetuado temporalmente, reforçado pela liderança intelectual e moral que se manifesta nas instituições políticas, jurídicas, culturais, educativas e nas práticas cotidianas.

No turismo, isso se traduz na promoção de destinos, culturas e práticas turísticas que refletem os interesses e valores do grupo hegemônico, moldando a percepção dos turistas e das comunidades receptoras. A superestrutura turística frequentemente privilegia narrativas e imagens que reforçam a superioridade cultural e econômica dos países desenvolvidos, ou se não, das grandes cidades indutoras do turismo, marginalizando as culturas locais e subalternas. Isso se manifesta na forma reafirmação da comercialização desses territórios, na seleção de atrações e na representação das culturas locais, muitas vezes simplificadas ou exotizadas para atender aos interesses do mercado e do imaginário de turistas, estereotipados. A aceitação

dessas ideias como naturais dificulta a percepção das relações de poder subjacentes e perpetua desigualdades.

No entanto, é concebida uma resistência a essa mesma hegemonia, por meio de movimentos contra hegemônicos que buscam promover uma visão alternativa que represente os interesses e valores de grupos marginalizados. Essa resistência pode se manifestar através de iniciativas de turismo de base comunitária, ecoturismo, com um grande contingente de participação da social, por meio de associações de moradores e afins e projetos que valorizam e preservam as culturas locais, buscando redefinir as práticas e narrativas turísticas. Essas iniciativas desafiam as estruturas de poder existentes e promovem uma maior diversidade de vozes e perspectivas, contribuindo para a construção de um turismo mais inclusivo e equitativo. Dessa forma, a hegemonia no turismo não é apenas uma questão de imposição de valores dominantes, mas também de constante contestação e transformação das relações de poder, refletindo a dinâmica complexa entre dominação e resistência.

Dessa forma, conforme Tabela 2, é possível compreender as conexões entre as três categorias de análise da ADC – poder, ideologia e hegemonia – e o fenômeno turístico.

**Tabela 2. Categorias de análise da ADC em uma investigação do turismo**

| Conceito-chave   | Definição  |
|------------------|--|
| <b>Poder</b>     | O poder se manifesta, é exercido e perpetuado de maneiras multifacetadas, refletindo e reforçando as relações sociais e estruturas de dominação presentes na sociedade. Segundo Fairclough (2003) e outros teóricos da Análise do Discurso Crítica (ADC), o poder está intrinsecamente ligado aos discursos e práticas sociais que moldam a percepção da realidade. No contexto turístico, o poder se materializa nas representações dos destinos, controladas por sistemas produtivos, governos e elites locais, que frequentemente exotificam culturas e simplificam realidades para atrair visitantes. Esse discurso molda a percepção dos turistas e dos locais, beneficiando grupos dominantes. O poder econômico se revela na influência do setor produtivo, promovendo a gentrificação e priorizando infraestrutura turística sobre as necessidades locais. Politicamente, o poder se manifesta nas políticas e regulamentações que favorecem investidores e marginalizam as populações locais. Institucionalmente, organizações internacionais de turismo promovem discursos hegemônicos, marginalizando formas alternativas de turismo. A hegemonia desse poder perpetua desigualdades e favorece os interesses dos grupos dominantes, exigindo uma análise crítica das relações de dominação e resistência no turismo. |
| <b>Ideologia</b> | De acordo com Fairclough (2003) e a Análise do Discurso Crítica (ADC), essa ideologia influencia as percepções e comportamentos de turistas e comunidades locais, frequentemente identificada nos discursos publicitários que exaltam destinos e ocultam as realidades complexas, justificando o status quo. A comercialização dos destinos favorece o turismo de massa e perpetua desigualdades, com moradores locais enfrentando gentrificação e perda de subsistência. Além disso, práticas educacionais e meios de comunicação reforçam a visão hegemônica do turismo como motor de desenvolvimento econômico, sem questionar os impactos negativos. Contudo,  |



|                  |  |
|------------------|--|
|                  | movimentos de resistência buscam formas alternativas e sustentáveis de turismo, desafiando as concepções hegemônicas e promovendo justiça social e ambiental. A análise da ideologia nos discursos turísticos é essencial para revelar as estratégias de manutenção do poder e destacar as formas de resistência emergentes.   |
| <b>Hegemonia</b> | A hegemonia no turismo, conforme a análise crítica de Fairclough (2003), é manifestada, exercida e perpetuada pela imposição de valores e interesses de grupos dominantes, estabelecendo-os como naturais e aceitáveis na sociedade. Este processo se consolida pela construção de consenso e incorporação no senso comum, reforçado pelas instituições políticas, jurídicas, culturais, educativas e práticas cotidianas. No turismo, isso se traduz na promoção de destinos e culturas que refletem interesses hegemônicos, moldando percepções e marginalizando culturas locais. Narrativas que exaltam a superioridade dos países desenvolvidos perpetuam desigualdades. Contudo, movimentos contra hegemônicos, como o turismo comunitário e ecoturismo, buscam alternativas inclusivas e equitativas, desafiando as estruturas de poder e promovendo uma diversidade de vozes e perspectivas, refletindo a dinâmica entre dominação e resistência. |

**Fonte:** Fairclough (2003); Silva e Araújo (2017); Batista et al. (2018); Magalhães et al. (2018).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo, segundo Moesch (2002), transcende sua natureza econômica, sendo um fenômeno multifacetado e contraditório, cuja análise requer a consideração de diversas dimensões. Os discursos dos agentes do turismo, como ressalta Marujo (2013), são instrumentos de poder que buscam atrair turistas, justificar investimentos e manter o controle sobre as ações, visando lucro e influenciando políticas públicas. A análise crítica do discurso no turismo revela tanto justificações para ações e políticas quanto resistências a essas narrativas, muitas vezes dominantes. Ao analisar os discursos, é crucial considerar a relação entre poder, ideologia e hegemonia. Esses conceitos são fundamentais para compreender como os discursos são construídos, interpretados e disseminados, ajudando a identificar padrões, relações e significados nos discursos turísticos. Eles são essenciais para uma análise crítica, pois orientam o pesquisador na identificação de elementos relevantes.

O poder no turismo se manifesta de várias formas, refletindo e reforçando as relações sociais de dominação. Nas representações dos destinos, por exemplo, o poder se manifesta nas estratégias de marketing que muitas vezes simplificam e exotizam culturas locais para atrair turistas. Essas práticas podem levar à gentrificação e à marginalização das comunidades locais em favor dos interesses comerciais e políticos. A ideologia no turismo se reflete nos discursos que promovem determinados destinos e práticas turísticas, muitas vezes naturalizando desigualdades socioeconômicas e promovendo uma visão comercializada da cultura local. Esses discursos podem ser contestados por movimentos de resistência que buscam formas mais

sustentáveis e justas de turismo, valorizando a preservação ambiental e o empoderamento das comunidades locais.

A hegemonia no turismo é exercida pelo grupo dominante, impondo seus valores e interesses como os mais aceitáveis e naturais. Essa imposição não se dá apenas pela coerção, mas também pela construção de um consenso que legitima esses valores. No entanto, essa hegemonia é contestada por movimentos contra hegemônicos que buscam promover uma visão alternativa do turismo, mais inclusiva e equitativa. Dessa forma, espera-se que este artigo contribua para ensinar a produção científica da ADC na área do turismo, de modo a aproximar os pesquisadores dessa metodologia pode ser suprida por estudos inovadores como este. Ao propor um debate que visa promover a ADC como uma opção metodológica válida para pesquisas em turismo, este artigo contribui não apenas para a produção científica nessa área, mas também para a ampliação do conhecimento e a diversificação das abordagens metodológicas utilizadas.

Além disso, ao analisar criticamente os discursos no turismo à luz da ADC, este artigo proporciona uma reflexão mais profunda sobre as relações de poder, ideologia e hegemonia presentes no fenômeno turístico, revelando as complexidades e contradições que permeiam essa atividade. Espera-se que os resultados e as reflexões apresentadas neste artigo inspirem novas pesquisas e contribuam para uma compreensão mais ampla e crítica do turismo como fenômeno social e econômico.

## REFERÊNCIAS

- Batista, J. R. L., Sato, D. T. B., & Melo, I. F. (2018). *Análise de Discurso Crítica para Linguistas e não Linguistas*. São Paulo: Parábola.
- Beni, M. C. (2006). *Política e Planejamento de Turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph.
- Bobbio, N. (2001). *Dicionário de Política*. Brasília: UnB.
- Brasil. (2022). *Constituição da República Federativa do Brasil: texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988 compilado até a Emenda Constitucional 125/2022*. Brasília: Senado Federal.
- Burr, V. (1995). *An Introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.
- Caregnato, R. C. A., & Mutti, R. (2006). Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. *Texto & Contexto*, 15(4), 679-684. [Link](#)

- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual analysis for social research*. Ney York City: Routledge.
- Foucault, M. (1979). *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal.
- Harvey, D. (1992). *Condição Pós-Moderna: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola.
- Greimas, A. J., & Landowski, E. (1979). *Análise do Discurso em Ciências Sociais*. São Paulo: Global.
- Gruppi, L. (1978). *O Conceito de Hegemonia em Gramsci*. Rio de Janeiro: Graal.
- Jafari, J., & Ritchie, J. R. B. (1980). Toward a framework for tourism education: Problems and prospects. *Annals of Tourism Research*, 8(1), 13-34. [Link](#)
- Lyotard, J. F. (1989). *A Condição Pós-moderna*. Viseu: Gradiva.
- Magalhães, I., Martins, A. R., & Resende, V. M. (2018). *Análise de Discurso Crítica: um método de pesquisa qualitativa*. Brasília: UnB.
- Marujo, M. N. (2013). A pesquisa em turismo: reflexões sobre as abordagens qualitativa e quantitativa. Turydes: *Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 6(14), 5. [Link](#)
- Moesch, M. (2002). *A Produção do Saber Turístico*. São Paulo: Contexto.
- Moraes, D. (2010). Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. *Revista Debates*, 4(1), 54-54. [Link](#)
- Morrow, R. A. (1994). *Critical Theory and Methodology*. London: Sage.
- Nogueira, C. (2001). Análise do Discurso. In L. Almeida, & E. Fernandes. (orgs.), *Métodos e Técnicas de Avaliação: novos contributos para a pratica e investigação*. Braga: CEE.
- Orlandi, E. P., Guimarães, E., & Tarallo, F. (1999). *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes.
- Pêcheux, M. (1990). *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas, SP: Pontes.
- Silva, J. C. da, & Araújo, A. D. de. (2017). A metodologia de pesquisa em Análise do Discurso. *Grau Zero - Revista De Crítica Cultural*, 5(1), 17-31. [Link](#)
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 638-657. [Link](#)

Sousa, D. (2024). Análise do Discurso Crítica na pesquisa de Turismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 16(3), 442-461. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v16i3p442>

**Recebido:** 12 JUN 24

**Aceito:** 1 JUL 24