

Turismo e Lazer: [Des]Encontros nas Propostas Eleitorais da Coligação 'A Força do Povo' (PT, PCdoB, PRB). Reflexões sobre a Campanha de 2006

Tourism and Leisure: Election Proposals [Des]Meetings on Coalition 'Force of People' (PT, PCdoB, PRB). Reflections on 2006 Campaign

ERIBERTO DO NASCIMENTO SOUSA¹, LUIZ GONZAGA GODOI TRIGO²

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v8i2p222>

RESUMO

Na campanha eleitoral de 2006 foi possível acompanhar, pela primeira vez no Brasil, propostas para o Turismo e para o Lazer no contexto de uma exclusividade ministerial, que já fora implementada com a criação do Ministério do Esporte e do Ministério do Turismo, gestão 2003-2006 do governo do PT. Este artigo propõe desvelar as promessas de ações transversais para as duas áreas nos discursos eleitorais deste Partido e coligados, em 2006. As análises pairam exclusivamente sobre as propostas do Programa de Governo, e estruturam-se em dois eixos teóricos: costuram-se as possibilidades de políticas públicas transversais de Turismo e de Lazer e retomam-se dois conceitos teóricos da Ciência Política que se aplicaram no tratamento dos dados: o *issue salience* (nível de atenção, número de propostas) e o *policy framing* (conteúdo verbal) extraídos do *corpus*. De acordo com os dados, o Lazer se articula com as propostas da Cultura, da Educação e do Esporte, mas com predominância na pasta de Esportes. Já o Turismo é transversal aos temas do desenvolvimento e da infraestrutura de Transporte, sendo alocado em área ministerial própria. No Programa, não há propostas explícitas de parcerias entre os ministérios responsáveis pelo Lazer e pelo Turismo no Brasil, realizando assim uma dicotomia entre essas áreas, o que empobrece algumas possibilidades de planejamento, atuação e gestão de áreas complementares.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo. Lazer. Políticas Públicas Partido dos Trabalhadores. Programa de Governo.

ABSTRACT

In Brazil, during the election in 2006, it was possible for the first time to check policy proposals for Tourism and Leisure in the context of exclusive ministries, which were implemented along the PT management (2003-2006). This paper analyzes transverse actions for Tourism and Leisure included in the Government Programme and electoral discourses by PT, in 2006. It is presented in two

¹ **Eriberto do Nascimento Sousa** - Mestrando em Turismo na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP), com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA). Currículo *lattes*: <http://lattes.cnpq.br/3010880844478948> E-mail: eribertosousa@usp.br.

² **Luiz Gonzaga Godoi Trigo – Doutor**. Professor titular do Programa de Pós-Graduação em Turismo, no Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais e na Graduação em Lazer e Turismo da EACH-USP. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/0322089095908308> E-mail: trigo@usp.br



theoretical frames: possibilities of transverse public policies of tourism and leisure are presented and two theoretical concepts from Political Science that are applied in the treatment of data: issue salience (level of attention, number of proposals) and policy framing (language, verbal content) extracted from corpus. According to that document, in 2006, leisure was articulated with proposals for culture, education and sports. On the other hand, tourism is transverse to themes related to development and transportation infrastructure. Therefore, there is no explicit proposals of partnerships between the ministries responsible for leisure and tourism in Brazil, which generates a dichotomy between them and weakens possibilities for their planning, action and management.

KEYWORDS:

Tourism. Leisure. Policy. Partido dos Trabalhadores [Workers' Party]. Government Programme.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A história recente mostrou que os dois governos Lula e os governos subsequentes de Dilma Rousseff foram dissonantes no que se refere às políticas de Lazer e de Turismo. Houve, sobretudo de Turismo, uma política melhor sucedida no primeiro governo Lula como continuidade de políticas inovadoras, tanto no Instituto Brasileiro de Turismo [Embratur] como nos demais setores do Ministério do Turismo (Panosso & Trigo, 2009; Pimentel *et al.*, 2011; Carvalho, 2016). Por isso, na eleição presidencial de 2006, esperavam-se propostas de valorização e fortalecimento dessas áreas. Contudo, a consolidação de realizações do primeiro governo nacional do Partido dos Trabalhadores [PT] e as conquistas sociais e econômicas alcançadas, contrastavam com os primeiros indícios de problemas caracterizados pelas denúncias de corrupção. O segundo governo era, de certa forma, uma incógnita, mas os cenários nacional e internacional eram amplamente favoráveis. No caso do Turismo, a área teve crescimento significativo, inserido no crescimento nacional baseado na abertura do crédito, nas fontes de financiamento e aporte de divisas internacionais, no alto preço das matérias primas que beneficiavam os países produtores como o Brasil, Venezuela, Rússia e Irã e em uma nova mentalidade de consumo que chegava às classes emergentes brasileiras.

Pela primeira vez, um governo mais popular, marcado pela gestão de Luís Inácio Lula da Silva (2003-2010), tentou articular os interesses seculares das classes dominantes brasileiras, tão bem relatados por Gilberto Freyre, Sergio Buarque de Holanda, Darcy Ribeiro, Raymundo Faoro, com as carências e desejos de classes mais populares, urbanas e fragmentadas por entre a industrialização decrescente do país e o surgimento de um setor de comércio e serviços altamente informatizado e ainda marcado pelas desigualdades sociais que foram atenuadas, mas não eliminadas da sociedade brasileira. Essa 'modernidade tardia', no que se refere às questões sociais, foi marcada pela ascensão de segmentos até então pouco representados nos fluxos de consumo da sociedade, pois a melhoria das condições econômicas, vigentes desde o Plano Real [1994], elevou a capacidade de conseguir recursos e de consumo de classes menos favorecidas. O mercado consumidor nacional se ampliou, o cenário cultural foi enriquecido pela participação de segmentos importantes [questões feministas, minorias étnicas e sexuais] e pela diversidade comum às sociedades democráticas e pluralistas. Uma maior justiça social, políticas de inclusão e participação conviveram com a sensação hipermoderna relativamente global, de que o prazer e a estética podem ser marcantes nas sociedades do início do século XXI.

Ao mesmo tempo, o capitalismo de consumo se desenvolve sob o signo dos valores hedonistas e distrativos, jovens e eróticos. O capitalismo desqualificou, assim, as morais ascéticas em



benefício de uma *fun morality*, de uma economia centrada nas novidades perpétuas do bem-estar, da moda, do lazer, do divertimento. Tornando possível um poder aquisitivo discricionário em camadas sociais cada vez mais vastas, o capitalismo permitiu que essas se livrassem da urgência da necessidade estrita (Lipovetsky & Serroy, 2015, p. 328).

Essa citação representa o auge do sucesso econômico e político do governo Lula. O clima internacional favorável, a execução de políticas econômicas internas que garantiram o 'grau de investimento' no Brasil [2008 à 2015], a habilidade política do presidente frente a crises internas e sua boa imagem internacional lhe garantiram popularidade que, por sua vez, alavancou a eleição da política neófita Dilma Rousseff, eleita na esteira de popularidade do antecessor [2011-...].

Esse breve histórico permite considerar que as atribuições dos políticos são cobradas e questionadas não apenas durante os seus mandatos, mas também em períodos específicos que antecipam a sua chegada ao poder, como na época das eleições. Nas campanhas eleitorais, há promessas de candidatos dos mais diversos partidos, que convidam a reflexões sobre como eles pensam planejar, gerir e desenvolver os diversos setores de governo. Quando essas condições não são totalmente contempladas no exercício cotidiano do poder e o contexto internacional for desfavorável, o clima torna-se propício para descontentamento, críticas e aprofundamento de crises como a que marcou o Brasil entre 2015 e 2016.

Na academia, analisar propostas de campanha ou promessas eleitorais, é um campo de pesquisa consolidado em algumas áreas do conhecimento. Estudar a política pelo discurso, como afirma Charaudeau (2015), é reconhecer que “a ação política e o discurso político estão indissociavelmente ligados” (p.39). No contexto eleitoral, as promessas nesse tipo de discurso fazem perceber as intenções para investimentos em determinadas áreas, geralmente compondo as “intenções da plataforma de um candidato” (Mari, 1998, p. 227) e indicando o porvir, conduzindo políticas e ações (Coriolano, 2007; Chaney, 2015). Além disso, Mari (1997) assegura que “a promessa acaba por se constituir em um integrante da condição essencial (e a mais importante!) para o discurso eleitoral” (p. 8). No Brasil, pesquisadores de áreas, como energia (Fortunato & Penteado, 2011), meio ambiente (Carvalho, 2013), saúde (Macedo & Real, 2013), entre outros, tem se dedicado a analisar a importância de temas em eleições. Sobre a interface entre Turismo e eleições, encontra-se em Chaney (2015) um dos raros e recentes estudos, que verificou o nível de atenção dedicada ao mesmo por partidos políticos, em eleições no Reino Unido. Tal realidade, contudo, ainda não se faz presente nos estudos brasileiros, o que impulsiona os autores que assinam este artigo a explorar este campo considerado fértil.

Antes de se propor a refletir sobre a representatividade do Turismo em eleições no Brasil, vale lembrar que esse é um fenômeno complexo, exigente de olhares e ações transversais para a formulação, implementação e constante avaliação de suas políticas. Em essência, o Turismo se aproxima do Lazer, e ambos já estiveram situados numa mesma pasta administrativa e organizacional do governo brasileiro. Esse período corresponde à segunda gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso [1999], quando ambas integraram o Ministério do Esporte e Turismo. Entretanto, Luís Inácio Lula da Silva, em seu primeiro ano na Presidência da República [2003], entendeu que eram setores cujas especificidades mereciam exclusividade. A antiga pasta deu então origem aos dois novos ministérios: Ministério do Esporte [ME] e Ministério do Turismo [MTur]. Essa divisão pretendia permitir a condução de políticas direcionadas para cada área.

Em 2006, Lula reelegeu-se para mais quatro anos de gestão, mantendo a exclusividade administrativa e organizacional do ME e do MTur. Vários acadêmicos, então, lançaram olhares teóricos sobre a política de Turismo do governo do PT e coligados. As análises versam, em sua maioria, sobre as proposições do Plano Nacional de Turismo [PNT] (Veloso & Santos Filho, 2004; Noia, Vieira Júnior & Kushano, 2007; Rocha & Almeida, 2008; Kanitz, Trigueiro & Araújo, 2010; Sancho & Irving, 2010; Anjos & Henz, 2012; De Paula & Moesch, 2013). No entanto, não se

encontram trabalhos acadêmicos versando nem sobre o conteúdo das propostas eleitorais para a área, nem sobre comparações daquelas com as realizações dos governos, por ocasião de estudos prospectivos sobre essas gestões. Diante disso, acredita-se que este artigo promove uma discussão original no Brasil, tanto nos estudos do Turismo, como do Lazer, uma vez que se propõe a desvelar as promessas de ações em conjunto [transversais] entre as áreas supracitadas nos discursos eleitorais do PT.

Pela primeira vez, na campanha de 2006, foi possível acompanhar as propostas para o Turismo e para o Lazer no contexto de uma exclusividade ministerial, que já fora implementada no governo vigente do próprio partido [gestão 2003-2006]. Turismo não era mais uma proposta fragmentada e dividida entre outras instâncias administrativas e jurídico-políticas, mas um campo de atividades articuladas por uma mesma e exclusiva pasta ministerial. Já o Lazer, continuou diluído entre as diversas propostas de outro campo mais vasto composto por esportes, recreação, saúde e bem estar e alocado no ministério dos Esportes. Com o foco no programa de governo do candidato Lula, em sua campanha de reeleição, três questões orientaram a análise crítica de seu conteúdo, neste artigo: (a) O que foi proposto para as áreas de turismo e de lazer? (b) O conteúdo dessas propostas são transversais, articuláveis e compatíveis com outras áreas como Educação, Transportes, Meio Ambiente, Cultura...? (c) As promessas para o turismo beneficiam também a área do lazer e vice-versa, ou seja, podem ser complementares entre si?

Há vários atores e fatores que influenciam essas áreas, seja no setor privado, público, terceiro setor e na relação entre suas diversas atividades [gastronomia, entretenimento, eventos, transportes, agenciamento, hospitalidade] e nas relações entre áreas complementares de apoio [energia, saúde, segurança, meio ambiente, comunicações, marketing]. São áreas vastas e complexas, pluralistas e a maior parte delas usuária de alta tecnologia e de novas relações sociais, econômicas e culturais. Portanto, o programa de governo é capaz de dar conta dessa complexidade conceitual e dos desafios envolvidos na gestão dessas áreas? As três questões formuladas pretendem equacionar uma análise crítica desse documento que muitas vezes parece subvalorizado no processo eleitoral, mas que deveria se constituir em uma plataforma de conceitos, métodos e compromissos de ação de um futuro governo para suas diversas áreas.

Esta investigação não implica necessariamente numa avaliação de investimentos econômicos promovidos pelo governo nos setores do Lazer e do Turismo (Veal, 2011), mas, sim, em desvelar os conteúdos da campanha eleitoral à Presidência do Brasil, em 2006. Os enunciados apreendidos nesta pesquisa englobaram apenas os do candidato Lula e seu respectivo partido, exclusivamente durante o período das eleições e por meio do Programa de Governo. Esse estudo faz parte de uma análise longitudinal muito mais ampla, na qual se analisa a construção dos conceitos, imaginários e ações referentes ao Turismo e ao Lazer, ao longo dos quatro governos do Partido dos Trabalhadores e seus coligados, por meio de seus programas de governo. Foi realizado um corte temporal para este artigo, por ser essa a primeira eleição posterior à separação dos ministérios de Esportes e de Turismo, ocorrida em 2003. Portanto, nessa época [2006], já se podia perceber as consequências dessa separação, tão esperada e comemorada pelo *trade* turístico. Um estudo focado em propostas eleitorais justifica-se para avaliar como os teóricos dos partidos e seus colaboradores percebem as nuances e características das diversas áreas. Um Programa de Governo é uma peça política, um compromisso público, um ensaio mais ou menos bem elaborado sobre algo que é importante para a sociedade. Esses discursos formam parte das estratégias escolhidas por candidatos e partidos, por isso, os seus enunciados, que são públicos, devem ser de interesse da sociedade; e a academia deve fazer uma análise crítica sobre esses conteúdos.

Em suma, a análise que segue está estruturada em dois eixos teóricos. Primeiramente, busca-se costurar conceitos sobre Turismo e Lazer, com ênfase nas suas possibilidades de políticas públicas transversais. Na sequência, os procedimentos metodológicos tecem considerações sobre dois elementos da Ciência Política que se aplicaram no tratamento dos dados: o *issue salience* (nível de

atenção, número de propostas) e o *policy framing* (conteúdo verbal) extraídos do programa de governo (Chaney, 2013a; 2013b; 2014a; 2014b; 2014c; 2015). Em alguns momentos, complementou-se a análise com o resgate de cenários da política brasileira que afetaram, de alguma forma, o desenvolvimento do Turismo e do Lazer, posteriores a eleição de 2006. As considerações finais, por sua vez, trazem possíveis respostas ao questionamento dos [des]encontros entre as propostas eleitorais para o Turismo e o Lazer na campanha do PT supracitada.

ENCONTROS TEÓRICOS ENTRE O TURISMO E O LAZER

Turismo não é indústria (Moesch, 2003; Lemos, 2008), mas, sim, serviço e, mais profundamente, experiência (Trigo, 2013). Trata-se de um complexo fenômeno que necessita da articulação entre o lazer, a cultura, o meio ambiente etc., bem como de grupos de trabalho solidários e interdisciplinares para a construção de políticas públicas (Moesch, 2003). Tal complexidade acompanha as profundas mudanças pelas quais o Turismo (Panosso Netto & Trigo, 2009) e o Lazer passaram nas últimas décadas. As transformações da sociedade afetam as concepções do lazer e do turismo. Bramante (1997) afirma que “a transformação da sociedade industrial em uma sociedade predominante de serviços tem afetado de maneira significativa a concepção do lazer” (p.123). Lima (2013) acrescenta que “a noção de viajar como uma forma de ‘entreter-se’ e ‘desestressar’ é uma invenção recente na história da humanidade, datando aproximadamente do fim do século XIX” (p. 67). Em outros termos, o turismo moderno surge como uma das diversas práticas do lazer e, no auge da Revolução Industrial, passa a ser explorado de maneira sistemática e profissional, com o avanço do capitalismo industrial e, posteriormente, financeiro global. Além disso, esses momentos históricos de algumas atividades prazerosas, nos quais o Turismo se insere, tem seu grande incentivo com as férias remuneradas regularizadas na primeira metade do século XX (Lima, 2013).

O turismo está inserido em um universo de divertimentos e prazeres maior que é o universo do lazer, sendo articulado por um vasto e complexo conjunto de atividades. [...] Sendo duas áreas vastas e complexas, é um pouco dificultoso separar, nos níveis econômico, operacional e administrativo, o que é exatamente lazer e turismo. Na verdade, [...] toda atividade turística é lazer, mas nem todo lazer é turismo (Trigo, 1998, p. 15)

De forma semelhante, Coriolano (2006) afirma que o Turismo é “lazer com viagem” (p.42) e, por isso, os sujeitos devem possuir tempo livre e renda para seu gozo. O Turismo não é uma necessidade e os que não podem viajar, precisam “satisfazer essa necessidade no lazer local, considerado uma carência básica” (Idem, p.23). Esse é um dos contextos que deve orientar a preocupação de uma política pública de lazer com a disponibilização de “espaços patrimoniais e naturais” aos moradores e aos visitantes (Moesch, 2003, p.23). Não há como pensar numa distância histórica entre os sujeitos do lazer e do turismo, pois eles são os mesmos. Afinal, ambos os fenômenos são práticas sociais que surgiram no sistema capitalista (Moesch, 2003).

Marcelino *et al.* (2007), concordando com Santini (1993), afirmam que a prática do Lazer só é possível mediante a existência de um espaço físico. Como alguns de seus princípios fundamentais, o Turismo tem o ‘sujeito’, o ‘deslocamento’ e o ‘retorno’ (Panosso Netto, 2013), ou seja, essas noções estão atreladas à necessidade em comum do planejamento de espaços para o usufruto do lazer e do turismo. Planejar espaços apropriados para esses fenômenos é uma das tarefas do poder público por meio das Secretarias Estaduais e Municipais, seguindo, geralmente, diretrizes de planos elaborados na competência de Ministérios. Tudo começa com os programas de governo, mesmo eu esses dificilmente sejam seguidos à risca pelos seus executores.

Mesmo não sendo exclusivas dos campos de atuação do Turismo e do Lazer, as políticas públicas transversais adquirem particular importância dada a natureza desses fenômenos (Bernier, 2004). A transversalidade desponta como uma das perspectivas para a realização de ações governamentais efetivas e integradas (Menicucci, 2006). O mesmo autor informa que “a transversalidade é uma proposta por meio da qual se busca dar respostas organizativas à necessidade de incorporar temas, visões, enfoques, públicos, problemas, objetivos, etc. às tarefas da organização que não se encaixam em apenas uma das estruturas organizativas verticais” (p.151). Isso implica em garantir o lugar do Lazer na agenda pública com vistas ao fortalecimento e a priorização de suas articulações às outras questões sociais. Como exemplo, Menicucci (2006) cita “a jornada de trabalho e as condições do transporte urbano, que reduzem o tempo livre ou disponível; a política de reordenação do solo urbano, que remete à disponibilidade de espaços e equipamentos de lazer”(p.158).

A transversalidade também é inerente ao Turismo que, entendido a partir da concepção sistêmica, deve ser visto como “um conjunto de partes que produz qualidade e propriedades como destino turístico (lugar, mais serviços, cultura), e a vivência humana, a hospitalidade, o encontro entre trabalhadores e empreendedores do turismo, e os turistas” (Gastal & Moesch, 2007, p. 47). Ainda, segundo as mesmas autoras, é importante que o sistema público, em seus diversos âmbitos [municipal, estadual ou federal], compreenda e objetive a articulação das políticas públicas de turismo com as outras políticas setoriais de um governo. Lanzarini e Barretto (2014,) pontuam alguns casos de transversalidade nas políticas de Turismo. Por exemplo, as “políticas de saúde, de saneamento básico e de educação” (p. 191) proporcionariam boa qualidade ao atendimento das necessidades dos sujeitos. Políticas como as fiscais, trabalhistas e distributivas podem “garantir que o turismo seja um verdadeiro vetor de desenvolvimento e proporcione de fato o efeito multiplicador desejado, e políticas de uso do solo para garantir a preservação do meio ambiente para todos” (Idem, p.191). Outra questão é a social, que permite a inclusão dos sujeitos [moradores] pelo trabalho. Para isso, “o turismo não poderá ser encarado isoladamente como ferramenta de desenvolvimento local e inclusão social, mas como complemento a outras políticas de Estado bem estruturadas” (De Paula & Moesch, 2013, p. 194). A essa discussão, ressalta-se que o MTur, no Brasil, mesmo com os vários benefícios que já proporcionou, não é a solução exclusiva para as barreiras econômicas, culturais e sociais do País. Suas ações devem estar vinculadas às políticas a ações de outros ministérios (Lanzarini & Barretto, 2014).

Há casos em que as políticas públicas transversais são vitais para a implementação de atividades, sobretudo quando se coloca em pauta a captação de recursos financeiros ou de pessoal para a atuação nesses espaços, como lembram Pinto *et al.*, (2011). Nessa discussão, emerge o papel das equipes de trabalhos solidários (Moesch, 2003) e da formação, visão e iniciativa dos gestores/líderes para o estabelecimento de parcerias e busca de projetos (Pinto *et al.*, 2011). É diante da complexidade desses dois fenômenos que “o estudante de lazer e turismo enfrenta o desafio intimidador de captar a essência de um amplo leque de contribuições de diversas disciplinas para a área” (Veal, 2011, p.53). O entendimento dos autores que assinam este artigo vai também ao encontro da ideia de que o “debate estabelecido entre os temas cultura, lazer, esporte e turismo é desvelador de uma falsa fronteira entre turismo e lazer, estabelecida pela redução da concepção do turismo apenas como agente econômico” (Moesch, 2003, p. 23). Os reflexos disso devem passar, obviamente, o cenário político.

CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

A análise é centrada no Partido dos Trabalhadores devido ao seu protagonismo nas últimas quatro eleições presidenciais [2002, 2006, 2010, 2014]. Como recorte temporal desta investigação, por exemplo, o segundo turno das eleições de 2006 encerrou-se com Lula atingindo 60,83% dos votos e

com Geraldo Alckmin, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), com 39,17%³. Focam-se os enunciados da campanha de 2006, por ser a primeira após a separação entre Lazer e Turismo, nos campos administrativo e organizacional, com a criação dos ministérios do Esporte [envolvendo o Lazer] e o do Turismo.

Chizzotti (2010), Gil (2010) e Eco (2012) notam que deve haver critérios para a seleção, acessibilidade e condições metodológicas para o tratamento das fontes documentais que auxiliarão aos objetivos da investigação. Segundo Gil (2010), “há pesquisa em que a documentação encontra-se dispersa, dificultando sua localização e obtenção” (p.67). De antemão, para o objeto deste estudo, reconheceu-se a existência de materiais na Internet que registram, mesmo que de forma dispersa, discursos proferidos por candidatos à presidência e seus partidos. Alguns desses exemplos são: entrevistas e debates entre presidentiáveis transmitidos por emissoras de televisão e disponibilizados no Youtube⁴, matérias disponibilizadas nos *websites* de jornais e conteúdos nos *websites* e nas mídias sociais dos partidos. Essas fontes são notadamente heterogêneas e férteis para diversas análises críticas, como já percebidas por pesquisadores de outras áreas do saber, mas não abrangem todas as áreas propostas para investimentos [saúde, educação, cultura, turismo etc.] em detalhe, nem possuem o caráter de promessa oficial, sob homologação do Tribunal Superior Eleitoral.

Por seu turno, os programas de governo trazem elementos de caráter geral e oficial e, por isso, já atendem ao critério de seleção proposital para formação do *corpus* desta investigação. Os programas de governo podem ser entendidos como “registros institucionais escritos” (Gil, 2012, p.150), elaborados com o auxílio de uma equipe de técnicos e intelectuais convidados que, teoricamente, compactuam com as práticas e projetos desse partido. Devem ainda ser apresentados e devidamente homologados pelo Tribunal Superior Eleitoral, passando a ser o documento oficial com as mais importantes diretrizes da gestão de um(a) candidato(a), caso seja eleito(a). Postas considerações, o Programa de Governo foi o documento exclusivamente selecionado para o *corpus* da presente investigação. Essa decisão encontra respaldo em estudos como os de Chaney (2013a; 2013b; 2014a; 2014b; 2014c; 2015), que lançaram mão de programas de governo para a representação numérica e linguística das promessas eleitorais. Entre as principais vantagens dessas fontes documentais estão “o conhecimento do passado”, “investigação dos processos de mudança social e cultural”, “obtenção de dados com menor custo” e “dados sem o constrangimento dos sujeitos” (Gil, 2012, p. 153-4). O documento em referência possui relevância no sentido de que representa

[...] o conjunto de Compromissos estabelecidos com a sociedade, sob os quais a candidatura será avaliada e que estabelece o patamar inicial sobre o qual é estabelecida a relação com o cidadão(ã) tanto para o exercício da Participação direta quanto do Controle Social, na perspectiva de fazer com que as políticas de Governo sejam consolidadas como Políticas Públicas, de fato⁵.

A Internet é um meio fundamental para busca desses documentos, uma vez que, por meio do *website* do TSE (www.tse.org.br), os programas de cada partido político estão disponíveis para *download* gratuito.

³ Resultados disponíveis no endereço eletrônico do Tribunal Superior Eleitoral (TSE): www.tse.jus.br. Acesso em 19 Mar 2015.

⁴ O *site* do Youtube exibe conteúdo das mais diversas sortes em formato de vídeo e áudio e tem adquirido importância por divulgar trabalhos de artistas, empresários, políticos entre outros, os quais mantêm perfis com atualização de vídeos próprios.

⁵ Disponível em: <<http://www.cultura.df.gov.br/noticias/item/1968-o-que-s%C3%A3o-programas-de-governo>>. Acesso em 19 Mar 2015.

Quadro 1 – Apresentação do corpus

Campanha eleitoral	Partido	Candidato à presidência	% de votos	Capa do programa de governo	Nº de páginas
2006	PT, PCdoB, PRB	Lula	60,83%		31

Fonte: Elaboração própria a partir de informações do TSE (www.tse.jus.br) e do Programa de Governo da coligação 'A força do povo' (2006)

Como os dados numéricos encontrados não permitem um tratamento estatístico, aborda-se a investigação de forma qualitativa, por meio da compreensão mais profunda dos enunciados (Veal, 2011). O norteamento para a organização e análise dos dados deu-se por meio de dois conceitos teóricos presentes na literatura da Ciência Política, aplicados ao contexto de pesquisas que versam sobre a inclusão de temas específicos em eleições, quais sejam, *issue salience* e *policy framing* (Chaney, 2013a; 2013b; 2014a; 2014b; 2014c; 2015). Baseado em RePass (1971), Chaney (2014c) explica que o primeiro “refere-se a importância de um assunto/tema para um dado partido, numa eleição específica, como indicado pela natureza e número das propostas de políticas” (p.211 trad. Nossa). Por sua vez, o segundo diz respeito à “dimensão persuasiva e discursiva da política baseada na linguagem utilizada com vistas ao avanço de propostas de políticas” (Idem). Dito de outra forma, nota-se *issue salience* a partir do número de propostas, e *policy framing* por meio do conteúdo verbal contido em cada promessa.

Ambos os conceitos possibilitam desvelar a atenção que os partidos políticos direcionam para cada tema em suas campanhas eleitorais, de tal forma que, “quanto mais um assunto é enfatizado por um partido (portanto tornando-o ‘notável’), maior é a probabilidade de se atrair eleitores que compartilham das mesmas questões” (Chaney, 2015, p. 116 trad. nossa). Essa fase antecede a elaboração das políticas públicas, mas possui a mesma importância no processo que visa à implementação e avaliação das políticas. Tal fase, dita formativa, revela quais assuntos são prioritários na concepção dos partidos e proporciona “os pré-requisitos essenciais para o subsequente desenvolvimento das políticas” (Chaney, 2014b, p. 909 trad. nossa), modelando os rumos que deverão ser tomados. Por fim, esclarece-se que, apesar de a proposta de Chaney apresentar os dados com auxílio do *software* N-Vivo 10, esta pesquisa recorreu a uma análise manual, o que permitiu uma maior imersão dos autores em todas as fases do tratamento dos dados (Stevenson, 2007). Em vez de gráficos, compilou-se, em tabelas, parte dos resultados com as sugestões de transversalidade encontradas para cada um dos fenômenos (*policy framing*), indicando a representatividade numérica das propostas (*issue salience*).

O QUE DIZ O PROGRAMA DE GOVERNO?

O PT sempre defendeu a necessidade da inclusão social, distribuição de emprego e renda de forma igualitária, erradicação da miséria dentre outras causas sociais no Brasil. Esses objetivos estiveram presentes em todos os Programas de Governo dos candidatos Lula e Rousseff. No caso da campanha de 2006, Lula e seu candidato à vice-presidente, José Alencar, formaram a Coligação 'A força do povo', ao lado do Partido Comunista do Brasil [PCdoB] e do Partido Republicano Brasileiro [PRB]. O Programa de 2006 sugeriu trinta e oito temas prioritários, destacados no quadro que segue, conforme ordem de apresentação no próprio documento.

Quadro 2 – Temas prioritários do Programa de Governo da coligação ‘A força do povo’, em 2006

Temas prioritários
1 – Desenvolvimento com distribuição de renda, estabilidade preços, redução da vulnerabilidade externa e mais investimentos
2 – Reforma Agrária e Política Agrícola
3 – Política Industrial
4 – Comércio Exterior
5 – Educação de qualidade
6 – Ciência e tecnologia
7 – Cultura
8 – Comunicação
9 – Trabalho e emprego
10 – Brasil potência energética
11 – Política mineral
12 – Infraestrutura de transporte
13 – Desenvolvimento regional
14 – Cidades: reforma e desenvolvimento urbano
15 – Regiões metropolitanas
16 – Meio ambiente
17 – Turismo
18 – Aquicultura e pesca
19 – Brasil sem violência
20 – Reforma do estado
21 – Gestão
22 – Participação Democrática
23 – Previdência
24 – Justiça
25 – Direitos humanos
26 – Defesa
27 – Saúde
28 – Desenvolvimento social
29 – Segurança Alimentar
30 – Mulheres
31 – Igualdade Racial
32 – Povos Indígenas
33 – Infância e Adolescência
34 – Política para a pessoa idosa
35 – Pessoas com deficiência
36 – Cidadania GLBT
37 – Juventude
38 – Esporte

Fonte: Elaboração própria com base no Programa de Governo (PT, PCdoB e PRB 2006)

Temas mais contemporâneos como ‘educação de qualidade’, ‘regiões metropolitanas’, ‘meio ambiente’, ‘comunicação’ e ‘cultura’ são característicos de núcleos urbanos complexos e multifacetados. Temas sociais típicos dessas sociedades mais avançadas e democráticas são claramente realçados nos tópicos ‘Cidadania LGBT’, ‘pessoas com deficiência’, ‘povos indígenas’, ‘mulheres’, ‘igualdade racial’, ‘diretos humanos’, ‘participação democrática’. Pela primeira vez essa temática inclusiva ganha força em documentos oficiais ao nível federal, dando ênfase ao empoderamento das pessoas envolvidas, de forma a dar voz para que as questões sejam tratadas a partir das comunidades e não a partir do topo decisório estatal. Essa foi a marca dos governos ‘populares’ do PT e aliados, assim como é a característica de gestões públicas estaduais e municipais, de Organizações Não-Governamentais e de políticas privadas de instituições que valorizam visões de mundo mais amplas, justas e inclusivas.

Em meio a essa diversidade de temas, com possibilidades de se explorar suas relações e transversalidades, aparecem o Esporte e o Turismo como temas igualmente prioritários. Apesar dessas possibilidades múltiplas, foram detectadas poucas propostas em ambas as áreas. Por exemplo, o *issue salience* do Turismo revela-se em quatro propostas, voltadas para diferentes – mas poucas – subáreas de investimentos [*policy framing*]. Com sete propostas direcionadas ao Lazer, esse *issue salience* se mostra menos limitado que o proposto para o Turismo. A partir dessa constatação, buscou-se desvelar o conteúdo verbal [*policy framing*] das propostas dedicadas ao Turismo e ao Lazer e sua possível articulação com outras áreas.

SOBRE O TURISMO - Como um dos 38 temas prioritários, o Turismo é situado no modelo de desenvolvimento nacional proposto pelo PT. A primeira proposta, relacionada ao ‘desenvolvimento sustentável’, afirma que “o turismo continuará a ser um dos setores prioritários da agenda do desenvolvimento, por sua alta capacidade de geração de empregos, divisas e de incentivo ao desenvolvimento regional do país” (PT, PCdoB e PRB 2006, p.11). Aqui, o Turismo é visto como uma das prioridades por sua força socioeconômica e pelos possíveis benefícios gerados para os brasileiros. Embora o enunciado não ofereça uma proposta explícita de que forma o Turismo continuará sendo trabalhado como um ‘setor prioritário’, o termo ‘desenvolvimento regional’ parece sugerir uma valorização à descentralização das ações na área a partir da política de regionalização, implementada em 2004. Essa posição discursiva condiz com o posicionamento geral do partido sobre políticas públicas comprometidas com questões sociais e o Turismo é encarado como uma possibilidade de inclusão social por meio do emprego. Se a ideologia partidária está presente na política de Turismo realizada no governo (Lohmann & Panosso Netto, 2012), ela pode [ou deve] ser também encontrada na campanha eleitoral, seja no programa de governo, seja nos discursos que indicam as diretrizes e o direcionamento dado ao turismo no país (Coriolano, 2007).

Em uma direção mais específica, uma das propostas sobre investimentos em Turismo está no setor de ‘Infraestrutura de transportes’, cujo conteúdo coloca a expansão da “infra-estrutura aeroportuária: continuidade das obras de ampliação dos principais aeroportos brasileiros, dando-lhes maior capacidade, segurança e eficiência no que se refere ao transporte de cargas e passageiros, especialmente no suporte ao turismo” (PT, 2006, p.20). Entende-se a transversalidade aos transportes porque o deslocamento é um dos princípios fundamentais do fenômeno turístico, ou seja, sem transportes não há Turismo (Panosso Netto, 2013).

Foi justamente na transição entre os dois governos Lula (2006-2007) que ocorreu a ‘crise aérea brasileira’ (Trigo & Panosso Netto, 2009) e as posteriores alterações estruturais no sistema aéreo nacional que culminaram, no governo Dilma Rousseff, nas privatizações de seis aeroportos, na participação de ações junto às companhias aéreas que atuam no Brasil para melhorar a gestão e operação do sistema aéreo comercial nacional. Porém, pouco mudou quanto às políticas de portos e ferrovias, alguns dos importantes gargalos do transporte brasileiro, tanto que esses modais sequer foram citados no programa eleitoral de governo. Ambas as promessas do Programa de Governo indicam transversalidade a dois temas: o desenvolvimento com distribuição de renda, estabilidade

dos preços, redução da vulnerabilidade externa e mais investimentos; e a infraestrutura de transporte.

Tabela 1 – A transversalidade do Turismo nas propostas

Tema	Transversalidade a temas prioritários	Nº de propostas	Total
Turismo	Desenvolvimento com distribuição de renda, estabilidade dos preços, redução da vulnerabilidade externa e mais investimentos.	1	2
	Infraestrutura de transporte	1	

Fonte: Elaboração própria com base no Programa de Governo (PT, PCdoB e PRB 2006)

Dentro do turismo como tema prioritário do Programa do PT e coligados, sob a responsabilidade do Ministério do Turismo, a primeira proposta é a de “prosseguir na estratégia de aumentar e diversificar os produtos turísticos de qualidade, contemplando e respeitando a diversidade cultural, os recursos naturais e as diferenças regionais do país”. O Brasil é visto como um país pluralista em termos culturais e naturais e esses recursos são vistos como fundamentais para a segmentação, cujo mercado turístico é movido inclusive por viajantes em busca do lazer. É um exemplo de como o Turismo se associa às possibilidades do lazer, entretenimento, cultura e eventos (Trigo, 1998; Coriolano, 2006; Camargo, 2010). Porém, observa-se a ausência de articulações com os ministérios responsáveis pelas políticas de cultura e meio ambiente que seriam parceiros ideais para a conjuntura apresentada. Aqui, caberia melhor esclarecimento sobre as possíveis articulações com esses ministérios para o planejamento e a execução de ações transversais.

A outra proposta se volta para o posicionamento do Brasil no exterior: “consolidar a imagem de um país moderno, diversificado, hospitaleiro e competitivo internacionalmente, valorizando a Marca Brasil e buscando aumentar a inserção do país no mercado turístico internacional” (PT, PCdoB e PRB 2006, p. 22). Fica explícito que não se busca a construção, mas a manutenção, o fortalecimento e a divulgação de um país que se divulga através de uma marca que denota sua diversidade, hospitalidade e competitividade (Chias, 2007). Antes das eleições de 2006, o MTur e a Embratur já vinham se reestruturando e profissionalizando suas ações, sobretudo do Instituto, que se voltavam exatamente ao contexto dessa proposta eleitoral: inserir o Brasil no mercado turístico internacional (Sanovicz, 2007).

SOBRE O LAZER - O lazer aparece logo no início do programa como uma forma de “combate à exclusão social, à pobreza e à desigualdade” ao lado dos temas da cultura, do esporte e do trabalho. Segundo o documento, o “Governo Lula, reconhecendo os jovens como sujeitos de direitos, garantirá a continuidade de políticas que lhes têm permitido o acesso ao ensino de qualidade em todos os níveis, à cultura, ao esporte, ao lazer e a empregos dignos” (PT, PCdoB e PRB 2006, p. 9). Menicucci (2006) afirma que o Lazer é um direito social e, portanto, tão relevante quanto os demais. Note-se o protagonismo social e político dos jovens, na proposta de governo.

Um dos meios encontrados para a promoção do lazer jovem foi a ampliação de equipamentos em espaços públicos e em eventos direcionados ao segmento. Essa proposta busca “ampliar, em parceria com estados e municípios, a rede de Pontos de Cultura e Casa Brasil em localidades desprovidas de equipamentos públicos de cultura e inclusão digital. Essa parceria deverá estender-se aos equipamentos de esporte e lazer” (PT, 2006, p. 30). Aqui, destacam-se três pontos para reflexão. Primeiro, não há um entendimento explícito do processo de planejamento dos equipamentos específicos de lazer, pois é fundamental a verificação das necessidades do público-alvo, através de pesquisas e análises preliminares (Marcellino *et al.*, 2007). Segundo, constata-se novamente o lazer

como sendo tema transversal à cultura e inserido numa proposta para a juventude. Terceiro, o programa reconhece a importância do lazer na agenda pública das três instâncias do poder público. O primeiro ponto revela um problema de compreensão sobre o planejamento e a implementação de equipamentos públicos de lazer e os dois pontos seguintes denotam a consciência mais profunda que se tem sobre essa problemática. Em consonância com o segundo e o terceiro pontos, observa-se como o Lazer se faz presente em outra parte desse programa de governo que o articula ao esporte, à cultura e à educação: “expandir progressivamente o atendimento integral à criança e ao jovem, por meio da articulação entre a União, estados, municípios e comunidade, integrando políticas, programas e equipamentos, que façam da escola um polo educacional, cultural, de esporte e lazer” (PT, 2006, p. 16).

Os idosos são também contemplados no programa de governo. No tema ‘política para a pessoa idosa’ está a promessa de “promover a inserção, a qualidade de vida e a prevenção de agravos na vida dos idosos, por meio de programas que fortaleçam o convívio familiar e comunitário, garantindo-se o acesso a serviços, ao lazer, à cultura e à atividade física, de acordo com sua capacidade funcional” (PT, PCdoB e PRB 2006, p. 29). Uma proposta que se mostra favorável ao rompimento com a individualização do lazer, propondo encontros e possibilidades de convivência entre idosos e desses com outros segmentos (Marcellino *et al.*, 2007). Essas promessas permitem democratizar o lazer, ou seja, torná-lo “acessível a todos. E ‘todos’ inclui crianças, adolescentes, idosos e portadores de deficiências/necessidades especiais” (Marcellino *et al.*, 2007, p. 26).

Com o esporte, os enunciados do documento da campanha se voltam para três propostas amplas: (a) Implementar o Sistema Nacional de Esporte e Lazer; (b) Consolidar e ampliar iniciativas de inclusão social, como os programas Segundo Tempo e Esporte e Lazer da Cidade; (c) Articular programas de esporte e lazer com iniciativas de promoção da saúde, promovendo parcerias com estados e municípios (PT, PCdoB e PRB 2006, p.30). É visível a compreensão do PT e coligados (ao menos nesse momento) de que o Lazer, ao lado do Esporte, proporciona a inclusão social, e para que isso ocorra, é necessário investir em programas em que estados e municípios sejam corresponsáveis pelas ações. Um exemplo explícito é a associação feita entre o esporte, o lazer e a saúde. Nesta última proposta, a saúde e o lazer são pensados pelo esporte enquanto tema prioritário, num claro indício de transversalidade, mas com ausência dos vocábulos que representam cada um desses ministérios [Ministério da Saúde etc.].

Tabela 2 – A transversalidade do Lazer nas propostas

Tema	Transversalidade a temas prioritários	Nº de propostas	Total
Lazer	Combate à exclusão social, à pobreza e à desigualdade	1	7
	Educação de qualidade	1	
	Política para a pessoa idosa	1	
	Juventude	1	
	Esporte	3	

Fonte: Elaboração própria com base no Programa de Governo (PT, PCdoB e PRB 2006)

Dentre todas as áreas temáticas, houve mais propostas para o Lazer no Esporte, o que parece compreensível, pois o lazer é profissionalmente pensado e articulado a partir da ideologia e práticas do Ministério do Esporte [ME], que remetem, por sua vez, a pesquisas razoavelmente antigas nos campos de educação física, lazer e questões de qualidade de vida. No próximo à campanha de 2006, o Brasil passou pelas experiências dos Jogos Panamericanos [Rio de Janeiro, 2007], e, posteriormente, da Copa das Confederações [2013], da Copa do Mundo [2014] e das Olimpíadas [Rio de Janeiro, 2016]. O legado desses megaeventos é bastante discutível, haja vista as denúncias de

superfaturamento das obras dos estádios, atrasos ou cancelamento de projetos urbanos de infraestrutura, denúncias de cartel na Confederação Brasileira de Futebol [CBF] e na Fédération Internationale de Football Association [FIFA], ao lado de resultados positivos como o reconhecimento da hospitalidade brasileira nas pesquisas internacionais sobre impressões de estrangeiros no país, do relativo sucesso dos serviços prestados nas arenas e nas cidades-sede e do clima de festa que se instalou no país, apesar dos protestos que antecederam os eventos [2013 e 2014]. Sem contar o pífio desempenho da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2014. Porém, entre a sensação de ‘não vai ter Copa’ e a antipatia gerada pela frase ‘imagine na Copa’, a imagem do Brasil foi salva em meio às contradições e paradoxos gerados pelos megaeventos no país.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: encontros e/ou desencontros?

O Turismo e o Lazer são fenômenos de múltiplas possibilidades, para além do esporte e dos temas prioritários escolhidos pelo partido e apresentados nas propostas na campanha eleitoral de 2006. Em termos quantitativos [*issue salience*], há uma desproporção entre as linhas direcionadas ao lazer e ao turismo, seja no número de propostas, seja nas áreas transversais vinculadas. Diante de sua transversalidade, há poucas áreas com as quais o objeto de estudo está vinculado nesse documento do PT. Qual lugar, então, o Lazer e o Turismo ocupariam em outros temas prioritários, dentre os 38 enumerados no programa de governo? Menicucci (2006) questiona se o “lazer [deveria ser encarado] como uma política setorial ou como um princípio a atravessar as demais políticas de modo transversal” (p.159). É fato que o Lazer pode se articular com as demais políticas, assim como o Turismo. Esses dois campos devem estar inter-relacionados e bem conceituados em qualquer proposta pública ou privada de planejamento e gestão das áreas. Fica evidente que não há, explicitamente, na campanha eleitoral de 2006, propostas de parcerias entre os ministérios responsáveis pelo Lazer e pelo Turismo no Brasil, o que gera o seguinte questionamento: por que o lazer se articula com o esporte, a cultura e a educação e não há uma clara relação entre o Lazer e o Turismo? Essa é uma questão que se mantém aberta, pois o plano de governo, isoladamente, não oferece condições para se inferir uma resposta.

A intenção deste trabalho não foi esgotar a temática. É uma discussão inicial para que os enunciados de outras campanhas eleitorais sejam desvelados, sobretudo por meio de delineamentos comparativos (Bryman, 2008) que ponham em relevo propostas de diferentes partidos políticos. Até o momento, esse recorte temporal não permite conclusões mais abrangentes. É necessário um estudo longitudinal que verifique como a sociedade brasileira e seu arcabouço jurídico-político, midiático, econômico e cultural administraram, por exemplo, a crise de 2015-2016 que retoma o tenso cenário das eleições de 2014. Este é, portanto, um trabalho preliminar, parte de um universo que contempla investigações em andamento, que incluirão propostas de outros partidos políticos, sob outros olhares teóricos, em um recorte temporal mais amplo. Mas a análise do período histórico aqui empreendido se justifica para quem estuda, trabalha e vivencia tanto o lazer quanto o turismo. Este artigo poderá despertar a academia, associações, sindicatos e demais agentes sociais envolvidos para o questionamento de como as ideologias partidárias e contextos socioculturais, ambientais e políticos influenciam na elaboração de propostas eleitorais e, conseqüentemente, políticas públicas para os diferentes setores da sociedade, incluso aí o turismo. Além de retomar, fortalecer e divulgar um momento específico da política brasileira no âmbito do discurso, materializado no programa de governo, o recorte possibilitará, quando enriquecido pelos estudos em andamento, o conhecimento de possíveis mudanças de postura do PT e de outros partidos políticos frente ao universo dos fenômenos analisados.

Desde a primeira campanha eleitoral de 1988, quando Lula foi candidato à presidência, houve um interesse mais sério sobre o Lazer e o Turismo, pois o programa de governo contou com a colaboração de equipes de especialistas da área que, na época, estavam posicionados nas prefeituras do PT, nos municípios de Campinas, SP, Angra dos Reis, RJ, e Porto Alegre, RS. Com a eleição de Lula, em 2002, essas posturas já estavam mais consolidadas, inclusive no que se refere a combater o

preconceito que o Turismo sofria, por parte da esquerda, tendo sido visto sectariamente como uma atividade ‘burguesa’ e elitista. Isso desaparece totalmente no Programa de Governo de 2006, indicando outro ponto de inflexão positivo do governo e da consciência que evoluiu nos *policy makers* petistas e agregados. O primeiro governo Lula mostrou que o turismo pode ser mais bem organizado e o lazer deve ser mais compreendido como um direito social e um vetor de integração humana, saúde e diversão sadia e comunitária. No segundo governo Dilma (truncado até o momento em que este artigo é editado, pelo *impeachment* em maio de 2016) seria possível complementar esse estudo longitudinal e entender melhor o cenário político. Esse cenário não se limita ao período eleitoral, apenas na análise de como os quatro governos petistas e coligados, trataram o Lazer e o Turismo, ou quais foram os avanços significativos e como a crise afetou um dos setores que mais cresceu na primeira década do século 21. Também seria possível discernir o que ficou do programa de governo de 2006. Terá sido um marco conceitual na política nacional de lazer e turismo? De fato, foi uma proposta que teve inúmeros desafios, questionamentos e problemas, graças aos acontecimentos que marcaram os dois últimos governos federais encabeçados pelo Partido dos Trabalhadores.

REFERÊNCIAS

- Anjos, F. A. & Henz, A. P. (2012) Planejamento do turismo no Brasil entre 2003 e 2007. In: *Anais... IX Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 1-12.
- Bernier, E. T. (2004) Del turismo en la política económica a la política económica del turismo. *Quaderns de Política Econòmica*, 7, 50-71.
- Bramante, A. (1997) Qualidade no gerenciamento do lazer. (pp. 123-147) In: Brunhs, H. (Org.) *Introdução aos estudos do lazer*. Campinas: Unicamp.
- Bryman, A. (2008) *Social research methods*. Nova York: Oxford University Press Inc.
- Camargo, L.O.L. (2010) *O que é lazer*. São Paulo: Brasiliense.
- Carvalho, G. L. (2016) Perspectiva histórico-institucional da política nacional de turismo no Brasil (1934-2014). *Mercator*, 15(1), 87-99.
- Carvalho, G.F. (2013) *Mídia e eleições: o meio ambiente na campanha presidencial de 2010*. 2013. 131 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa.
- Chaney, P. (2015) Exploring political parties’ manifesto discourse on tourism: analysis of Scottish, Welsh and Northern Irish elections 1998-2011. *Annals of Tourism Research*, 50, 113-127.
- Chaney, P. (2014a) Mixed-methods analysis of political parties’ manifesto discourse on rail transport policy: Westminster, Scottish, Welsh and Northern Irish elections 1945-2011. *Transport Policy*, 35, 275-285.
- Chaney, P. (2014b) Public policy for non-humans: exploring UK state-wide parties’ formative policy record on animal welfare, 1979-2010. *Parliamentary Affairs*, 67, 907-934.
- Chaney, P. (2014c) Electoral politics and the party politicisation of human rights: the case of UK Westminster elections 1945-2010. *Parliamentary Affairs*, 67, 209-231.
- Chaney, P. (2013a) Electoral competition, issue salience and public policy for disabled people: Westminster and regional UK elections 1945-2011. *Parliamentary Affairs*, 66, pp. 364-383.



- Chaney, P. (2013b) Institutionally homophobic? Political parties and the substantive representation of LGBT people: Westminster and regional UK elections 1945-2011. *Policy & Politics*, 41(1), 101-121.
- Charaudeau, P. (2015) *Discurso político*. São Paulo: Contexto.
- Chias, J. (2007) *Turismo, o negócio da felicidade: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades*. São Paulo: Senac São Paulo.
- Chizzotti, A. (2010) *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. São Paulo: Cortez.
- Coriolano, L.N.M.T. (2007) Uma epistemologia para o estudo do turismo: a análise do discurso. (pp. 304-313) In: Coriolano, L.N.M.T. & Vasconcelos, F.P. (org.) *O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências*. Fortaleza: EdUECE.
- Coriolano, L.N.M.T. (2006) *O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza*. São Paulo: Annablume.
- De Paula, A.T. & Moesch, M.M. (2013) Pela transversalidade da questão social nas políticas públicas setoriais: um ensaio sobre as políticas públicas de turismo. *Caderno Virtual de Turismo*, 13(2), 183-198.
- Eco, U. (2012) *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva.
- Fortunato, I. & Penteado, C.L.C. (2011) Comunicação pela internet: a energia na campanha presidencial brasileira de 2010. *LÍBERO*, São Paulo, 14(28), 77-90.
- Gastal, S. & Moesch, M.M. (2007) *Turismo, políticas públicas e cidadania*. São Paulo: Aleph.
- Gil, A.C. (2012) *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Gil, A.C. (2010) *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Gomes, W. et al. (2009) Politics 2.0: a campanha online de Barack Obama em 2008. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, 17(34), pp. 29-43.
- Kanitz, H.G.; Trigueiro, R.P.C. & Araújo, M.A.D. (2010) Perspectivas do Plano Nacional de Turismo 2007/2010: avanços ou utopias? *Turismo em Análise*. São Paulo, 21(3), 644-667.
- Lanzarini, R. & Barretto, M. (2014) Políticas públicas no Brasil para um turismo responsável. *Turismo Visão e Ação*, 16(1), 185-215.
- Lemos, L.A. (2008) Os sete mitos do turismo: a busca de alguns conceitos fundamentais. (pp. 77-92). In: Gastal, S. (org.) *Turismo: 9 propostas para um saber-fazer*. Porto Alegre: Edipuc.
- Lima, R. (2013) A construção social-histórica do turismo como prática moderna. *Turismo: Estudos & Práticas*, 2(2), 66-85.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2015) *A estetização do mundo – Viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lohmann, G. & Panosso Netto, A. (2012) *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph.

- Macedo, R.G. & Real, V.K.C. (2013) Dinamismo eleitoral sob o prisma da saúde: eleições em São Paulo, 2012. (pp. 107-122) In: Matos, H. (org.) *Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: Edusp.
- Marcellino, N.C. *et al.* (2007) A cidade como espaço de lazer. (pp. 15-28). In: Marcellino, N.C. *et al.* (org.) *Espaços e equipamentos de lazer em região metropolitana: o caso da RMC – Região Metropolitana de Campinas*. Curitiba: Opus.
- Mari, H. (1998) Atos de fala no discurso de candidatos à prefeitura de Belo Horizonte: análise de promessa e da crítica. (pp. 227-248). In: Cruz, A., Lysardo-Dias, D. & Machado, I. (orgs.) *Teorias e práticas discursivas: estudos em análise do discurso*. UFMG/FALE/Núcleo de Análise do Discurso: Carol Borges.
- Mari, H. (1997) A promessa como ato de fala: suas implicações no discurso ‘político’. *Geraes Revista de Comunicação Social*, 1, 34-41.
- Menicucci, T. (2006) Políticas públicas de lazer: questões analíticas e desafios políticos. (pp. 136-164). In: Isayama, H. & Linhales, M. A. (Org.) *Sobre lazer e política: maneiras de ver, maneiras de fazer*. Belo Horizonte: UFMG.
- Moesch, M. M. (2003) Turismo e lazer: conteúdos de uma única questão. (pp. 19-30). In: Marcellino, N. *Formação e desenvolvimento de pessoal em lazer e esporte: para atuação em políticas públicas*. Campinas, SP: Papirus.
- Noia, A.C.; Vieira Júnior, A. & Kushano, E.S. (2007) Avaliação do Plano Nacional de Turismo: gestão do governo Lula, entre os anos de 2003 a 2007. *CULTUR – Revista de Cultura e Turismo*, 1(1), 23-38.
- Panosso Netto, A. (2013) *O que é turismo*. São Paulo: Brasiliense.
- Panosso Netto, A. & Trigo, L.G.G. (2009) *Cenários do turismo brasileiro*. São Paulo: Aleph.
- Pimentel, M.P.C. (2011) As cinco vidas da agenda pública brasileira de turismo. *Observatório de Inovação do Turismo*, 6(4), 1-26. <http://dx.doi.org/10.12660/oit.v6n4.5803>
- Pinto *et al.* (2011) Desafios para a gestão das políticas de lazer no Brasil. (pp. 27-49). In: Isayama, H. *et al.* (org.) *Gestão de políticas de esporte e lazer*. Belo Horizonte: UFMG.
- PT, PCdoB, PRB – Coligação A Força do Povo (2006) *Lula Presidente - Programa de Governo 2007-2010*. Disponível em: <http://www.fpabramo.org.br/uploads/Programa_de_governo_2007-2010.pdf>. Acesso em 10 Dez 2014.
- Rocha, J.S. & Almeida, N.P. (2008) Políticas públicas federais de turismo: uma análise circunstancial do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 (Brasil). *Turismo & Sociedade*, 1(2), 105-116.
- Sancho, A. & Irving, M. A. (2010) Interpretando o plano nacional de turismo 2003/2007 sob a ótica da inclusão social. *Caderno Virtual de Turismo*, 10(3), 103-120.
- Sanovicz, E. (2007). *A promoção comercial do turismo brasileiro no exterior: o caso da reconstrução da Embratur*. 169 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal. *O que são programas de governo*. Disponível em:<<http://www.cultura.df.gov.br/noticias/item/1968-o-que-s%C3%A3o-programas-de-governo>>. Acesso em 19 Mar 2015.

Stevenson, N. (2007) Researching the experiences and perspectives of tourism policy makers. (pp. 185-197). In: Tribe, J. & Airey, D. (eds.). *Developments in tourism research*. Oxford: Elsevier.

Trigo, L.G.G. (1998) *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo*. Campinas, SP: Papyrus.

Trigo, L.G.G. (2013) *A viagem caminho e experiência*. São Paulo, Aleph.

Tribunal Superior Eleitoral (TSE). *Eleições*. Disponível em: < <http://www.tse.jus.br/eleicoes> > Acesso em 10 Dez. 2014.

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

Veloso, M.P. & Santos Filho, J. (2004) Direcionamento para uma verdadeira Política Nacional de Turismo: propostas ousadas. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, 4(3), 41-43.

Recebido: 18 MAR 2016

Avaliado: MAR - ABR

Aceito: 26 MAI 2016