

**A constituição da arena política do Programa Emergencial De
Retomada do Setor de Eventos a partir de uma análise de discurso
crítica**

**The political arena in a Tourism Brazilian public policy thought a
CDA methodology**

Diogo Diniz de Sousa

Doutorando em Geografia e bacharel em turismo, ambos pela Universidade de Brasília, Brasil. Pesquisador do Núcleo de Pesquisa em Políticas Públicas em Turismo do Centro de Excelência em Turismo da UnB.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9137-1533>

E-mail: diogo.diniz@unb.br

Resumo

Este artigo investiga como os discursos dos sujeitos envolvidos – Estado, setor produtivo e sociedade civil – moldaram a arena política durante a tramitação do Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos – PERSE, que consubstanciou-se na forma a qual a lei foi aprovada. Analisando o contexto de recuperação econômica pós-pandemia, o estudo adota a metodologia da Análise de Discurso Crítica – ADC, enfatizando os parâmetros de poder, ideologia e hegemonia. A pesquisa revela que o PERSE foi concebido e estruturado com uma predominância do discurso pró-setor produtivo, favorecendo grandes empresas e marginalizando trabalhadores. Por outro lado, percebe-se a cooptação de entes da sociedade civil ao discurso do *trade* turístico e, em alguns casos, a inércia. Essa configuração reflete as relações de poder entre o Estado e o setor produtivo, reforçando uma lógica econômica em detrimento de uma abordagem ampla e inclusiva para o turismo como totalidade, concluindo que o PERSE, em sua forma atual, demonstra limitações estruturais, reproduzindo as lógicas de configurar o Estado e suas políticas públicas à serviço do capital.

Palavras-chave: Turismo. PERSE. ADC. Brasil.

Abstract

This article examines how the discourses of key stakeholders—the State, the private sector, and civil society—shaped the political arena during the legislative process of the *Emergency Program for the Recovery of the Events Sector (PERSE)*, which ultimately influenced the law’s final form. Analyzing the post-pandemic economic recovery context, the study employs Critical Discourse Analysis (CDA), focusing on power dynamics,

ideology, and hegemony. The findings reveal that PERSE was designed and structured with a predominance of pro-private sector discourse, favoring large corporations while marginalizing workers. Additionally, the co-optation of civil society entities by tourism industry narratives—and, in some cases, their inertia—is evident. This configuration reflects power relations between the State and the private sector, reinforcing an economic logic that undermines a broader, inclusive approach to tourism as a whole. The study concludes that PERSE, in its current form, exhibits structural limitations, reproducing a framework in which the State and its public policies serve capital interests..

Keywords: Tourism. PERSE. CDA. Brazil.

1 INTRODUÇÃO

Na esteira da pandemia de COVID-19, entre 2020 e 2022, o turismo registrou prejuízos que, segundo a Confederação Nacional do Comércio – CNC, no Brasil, ultrapassaram a cifra de 500 bilhões de reais até o início do último ano da crise sanitária (Confederação Nacional do Comércio, 2024). Conforme Garbuio *et al.* (2022), uma das soluções globais para reverter esse quadro foi a gestão de ações políticas, notadamente políticas públicas, com uma forte presença do Estado, primeiramente para regular o turismo e, posteriormente, socorrer a cadeia produtiva, visando mitigar os efeitos econômicos da pandemia.

Segundo o Ministério do Turismo, os impactos foram sentidos na redução do número de voos, na geração de fluxos turísticos, na ocupação do parque hoteleiro, na entrada de turistas estrangeiros – restringida pelas medidas sanitárias – e na mobilidade interna de pessoas, já a partir de março de 2020 (Brasil, 2024a). Entre março e abril desse ano, o número de voos – domésticos e internacionais – diminuiu cerca de 90%, superando a média mundial de 80%, caindo de 1.609 diários, no quinto dia de março, para 172, no 20 de abril do respectivo ano (Brasil, 2024b).

No Brasil, as políticas públicas criadas para reverter esse cenário deram-se nas três escalas federativas: municipais, estaduais e federal. Apesar da relevância das duas primeiras, este artigo foca na última, especificamente no Ministério do Turismo, dada sua importância estratégica e abrangência nacional.

Dentre as iniciativas, destaca-se o Programa Emergencial para Retomada do Setor de Eventos – PERSE, formulado politicamente em 2020 e instituído pela Lei 14.148, de 3 de maio de 2021. De acordo com o texto da lei, essa política pública, de caráter temporário e emergencial, foi direcionada ao setor de eventos, mas, indiretamente, beneficiou toda a cadeia produtiva do turismo, conforme descrito no Artigo 2º:

[O PERSE é destinado às empresas cujas finalidades são] a realização ou comercialização de congressos, feiras, eventos esportivos, sociais, promocionais ou culturais, feiras de negócios, shows, festas, festivais, simpósios ou espetáculos em geral, casas de eventos, *buffets* sociais e infantis, casas noturnas e casas de espetáculos; hotelaria em geral; administração de salas de exibição cinematográfica; e prestação de serviços turísticos, como meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras turísticas, organizadoras de eventos, parques temáticos e acampamentos turísticos (Brasil, 2024a).

A sistemática do PERSE baseou-se na adesão do empresariado a um plano de negociação com a Procuradoria Geral da Fazenda Nacional – PGFN, vinculada ao Ministério da Fazenda. A política permitiu descontos de até 70% em passivos com órgãos

públicos e estendeu prazos de pagamento em até 145 dias após o fechamento da negociação. Adicionalmente, o programa prorrogava, por 60 dias, impostos federais, especialmente previdenciários e trabalhistas (Brasil, 2024a).

Com o avanço da vacinação e o declínio na mortalidade da COVID-19, o turismo vem retomando muito de seus indicadores anteriores à situação sanitária, com o PERSE desempenhando papel central nesse processo fim da pandemia. Isso pode ser evidenciado pelo aumento no número de voos: de 947 mil em 2019, o número foi para 466 mil em 2020, 654 mil em 2013, até atingir 913 mil, em 2023, com a perspectiva de atingir 1,1 milhão em 2024 (Brasil, 2024b). Outros dados que apontam nesse sentido são o crescimento dos fluxos turísticos e a estabilização do emprego no setor.

Em 2023, já no governo Lula III (2023-atualmente), discutiu-se o encerramento do PERSE, medida que provocou reações negativas no Congresso e no *trade* turístico. Como resposta, o governo reformulou o programa, culminando na sanção da Lei 1.026, de 22 de maio de 2024. Tramitado em regime de urgência, o “novo” PERSE foi estendido até dezembro de 2026, abrangendo, além do turismo, agentes culturais e atividades ambientais, como áreas de conservação e jardins botânicos (Brasil, 2024c). Contudo, esta edição exige o cadastro prévio no Cadastro Nacional do Turismo – CADASTUR e exclui empresas optantes pelo Simples Nacional. A lógica permanece: benefícios fiscais por meio de prorrogação ou redução de débitos.

Devido à sua relevância e impacto no turismo brasileiro, o PERSE tem sido alvo de diversas pesquisas científicas. Contudo, a literatura sobre o programa ainda é limitada, concentrando-se principalmente em análises de sua efetividade e eficiência, isto é, em seus resultados finais. Diferentemente, este estudo examina o PERSE na sua origem, tratando-o como uma arena política na fase inicial do ciclo de políticas públicas, conforme dispõe Rua (1997), justificando a motivação desta pesquisa.

Como objetivo geral, este artigo observa como os sujeitos do turismo disputam e constituem a arena política do PERSE, de modo a perceber os interesses e como influenciaram a formação da agenda governamental, destacando relações de poder, ideologias e hegemonias, por meio da metodologia da Análise de Discurso Crítica – ADC. Como objetivos específicos, esta pesquisa aponta similaridades e diferenças entre os grupos de sujeitos propostos por Sousa (2024a) nessa arena: representantes do Estado, do *trade* turístico e da sociedade civil. O artigo está organizado em quatro seções: Perse: da arena política à sua materialidade; resultados e discussões, considerações finais e referências.

2. PERSE: ANÁLISE DA ARENA POLÍTICA POR MEIO DE UMA ADC

2.1. ADC como metodologia de análise de uma política pública: conceitos e seus elementos: poder, ideologia e hegemonia

Rua (1997) observa que uma política pública só é viável a partir da atuação do Estado. É a partir de suas premissas que essas políticas são pensadas, desenhadas e implementadas. Elas emergem, conforme Dearing e Rogers (1996), por meio da formulação da agenda (*agenda setting*), que reflete a visão e o microcosmo ideológico de cada candidato e de seu partido político.

Dentro de um regime democrático, como é o Brasil na atualidade, as políticas públicas não são formadas a partir de uma coesão monocrática, ao contrário, a sua concepção se dá pela confluência múltipla de intencionalidades. Esse ambiente político, onde interesses prevalecem e outros não, é chamado por Rua (1997) de arena política.

Para a autora, ela é um campo de disputa onde grupos de sujeitos buscam incluir suas visões na política, de modo a influenciar a agenda governamental.

A arena política, dentro de uma perspectiva analítica, tem dois vises: a primeira, é que neste ponto do ciclo de políticas públicas que os problemas são definidos, de modo que as diretrizes, metas e objetivos de uma política são aqui arquitetados, como Kingdon (1995) define de construção de alternativas. Assim, pesquisas analisam a viabilidade, a aceitabilidade e os recursos que podem ser utilizados para tais realizações. A segunda é perceber o jogo político por trás dessas diretrizes pensadas, de modo que o seu estabelecimento deu-se a partir do fluxo de intencionalidades dos grupos de sujeitos que está inserido na arena política. Portanto, sob esse segundo viés, a análise da arena política se dá em perceber como os sujeitos se portaram na sua constituição, de modo a compreender como e se seus interesses influenciaram, ou não, a agenda governamental. Este artigo faz uma análise a partir do segundo viés. Para isso, dado o rosário de metodologias para esse fim, este trabalho o faz pela metodologia de ADC.

A ADC dedica-se à “análise de textos, eventos e práticas sociais no contexto sócio-histórico, principalmente no âmbito das transformações sociais, propondo uma teoria e um método para o estudo do discurso”. Magalhães, Martins e Resende (2018, p. 27). No entender dos autores, o discurso não é meramente um recurso linguístico, e tampouco textual. Ele não está presente somente na fala de um sujeito ou de um grupo ou de uma associação, mas também em uma música, em um texto, em obras de arte, em uma postagem na rede social.

Segundo Nogueira (2001), a ADC não se limita ao discurso em si, mas considera dois aspectos essenciais: os sujeitos ou grupos que o produzem e a intenção por trás dele, ou seja, seus objetivos e contextos. Magalhães, Martins e Resende (2018) destacam que compreender esses elementos é essencial, pois os discursos são moldados pela interpretação da vida, moldada pela cosmovisão do interlocutor – ou interlocutores – que o profere, que, por fim, moldam interpretações, expectativas e realidades específicas, impossibilitando uma padronização e evitando modelos analíticos predefinidos. A análise dos sujeitos e de seus grupos permite identificar, por fim, como suas ações e posições não apenas refletem, mas também constroem realidades sociais. Assim, suas deliberações são, em essência, práticas sociais.

Fairclough (2003) destaca que os discursos, enquanto práticas sociais, são estruturados por três elementos centrais: poder, ideologia e hegemonia. Na ADC, esses conceitos são utilizados como parâmetros analíticos para revelar, por meio dos discursos, as intenções que moldam a realidade. Ao analisar os discursos de diferentes sujeitos, é possível identificar diferenças e similaridades em suas práticas sociais, o que permite compreender como interesses divergentes ou convergentes influenciam, por exemplo, a construção de arenas políticas.

O poder é um efeito de dominação que permite a determinados grupos controlar e estruturar as relações sociais. Na ADC, ele não é visto apenas como uma força coercitiva, mas como um elemento constitutivo do discurso, que influencia a organização da sociedade, a definição das identidades e a formação dos laços culturais (Fairclough, 2003). O discurso, portanto, não é neutro: ele carrega intenções e estratégias que buscam moldar a realidade conforme os interesses de quem o emite. Assim, a ADC investiga como o poder se manifesta nos discursos, revelando as práticas sociais que sustentam ou desafiam estruturas de dominação.

A ideologia é o conjunto de ideias, crenças e valores que sustentam e legitimam as relações de poder em uma sociedade, orientando a forma como os indivíduos percebem e interpretam a realidade. Nos discursos, ela se expressa tanto de maneira explícita quanto

implícita, influenciando as visões de mundo dominantes e as formas de resistência. Sua importância na ADC reside no fato de que a ideologia contribui para a reprodução das estruturas de dominação, naturalizando desigualdades e justificando o *status quo* (Fairclough, 2003). No entanto, longe de ser estática, a ideologia é dinâmica e contestável, variando conforme os contextos históricos e sociais, sendo, portanto, um campo de disputa discursiva.

A hegemonia é a capacidade de um grupo dominante impor sua visão de mundo e seus interesses como os mais legítimos e aceitáveis em uma sociedade. Esse domínio não ocorre apenas pela força, mas também pela liderança intelectual e moral, sendo perpetuado por meio da cultura, da educação e das práticas cotidianas. A ADC investiga como os discursos hegemônicos consolidam essa influência e como eles moldam o senso comum (Fairclough, 2003). No entanto, a hegemonia não é incontestável: ela gera resistências e movimentos contra-hegemônicos, que buscam desconstruir discursos dominantes e propor novas perspectivas que representem grupos marginalizados. Dessa forma, a análise crítica do discurso permite compreender tanto os mecanismos de manutenção da hegemonia quanto as estratégias discursivas que a desafiam.

Ao se observar esses elementos dada uma ADC, Magalhães, Martins e Resende (2018) inferem que há a possibilidade de uma compreensão aprofundada das interacionalidades dos sujeitos na arena política de uma política pública. O poder se manifesta na distribuição desigual de voz e influência, determinando quem pode discursar e quais narrativas prevalecem. A ideologia, por sua vez, estrutura os significados e valores que sustentam a política pública, naturalizando interesses específicos e moldando percepções sobre participação, justiça e desenvolvimento. Já a hegemonia estabelece os limites do que é considerado legítimo ou aceitável dentro do debate político, impondo visões dominantes e marginalizando perspectivas dissidentes. Dessa forma, a ADC revela como os discursos dos diferentes atores envolvidos – formuladores de políticas, grupos de interesse e sociedade civil – interagem, disputam significados e reafirmam ou contestam estruturas de poder, evidenciando os mecanismos que sustentam ou desafiam a política pública em questão.

2.2. PERSE – Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos

O PERSE, instituído pela Lei nº 14.148 de 3 de maio de 2021, foi uma política pública de caráter temporário e emergencial criada em 2021 para mitigar os efeitos negativos da pandemia de COVID-19 no setor de eventos e turismo brasileiro. Direcionado inicialmente a organizadoras de congressos, feiras, *shows*, casas de espetáculos, *buffets* e hotéis, o programa acabou por beneficiar indiretamente toda a cadeia produtiva do turismo, conforme estabelecido no Artigo 2º da lei. Isso incluiu desde serviços de hospedagem e agências de viagem até parques temáticos e transportadoras turísticas, reconhecendo a interdependência econômica desses setores.

O PERSE operou por meio de um mecanismo de adesão voluntária, no qual empresas em dificuldades financeiras negociaram seus passivos com a PGFN, vinculada ao Ministério da Fazenda. Os benefícios oferecidos incluíam descontos de até 70% em débitos federais (como impostos e contribuições previdenciárias), prorrogação de prazos para pagamento em até 145 dias após o acordo e suspensão temporária de cobranças por 60 dias. Essas medidas visavam evitar falências em massa e preservar empregos, alinhadas ao discurso oficial de que a recuperação do setor de eventos era estratégica para reativar a economia nacional.

Como uma resposta à pressão do *trade* turístico para manter os benefícios do programa original, diante da retomada econômica pós-pandemia, foi instituído o "novo PERSE", pela Lei 1.026 de 22 de maio de 2024, no governo Lula III (2023-atualmente). Com a extensão de sua vigência até dezembro de 2026, ampliou seu escopo para incluir agentes culturais (como produtoras de eventos artísticos) e atividades ambientais (como áreas de conservação e jardins botânicos). A medida, aprovada em regime de urgência, mantém a lógica central de conceder descontos e parcelamento de débitos tributários, mas introduz novas condicionalidades, como o cadastro obrigatório no CADASTUR, mecanismo que busca maior controle sobre os beneficiários.

No entanto, o programa gerou controvérsias. Críticas apontaram que a exigência de regularização fiscal prévia excluiu micro e pequenos empreendedores, além de trabalhadores informais, privilegiando grandes empresas com estrutura para cumprir burocracias complexas. Além disso, conforme Gambuio et. al. (2022), destacaram casos de assimetria no acesso aos recursos, com segmentos como redes hoteleiras e promotoras de eventos de grande porte sendo majoritariamente beneficiados, enquanto pequenos buffets, artistas independentes e comunidades locais ficaram à margem.

2.3. Os elementos da ADC na análise do PERSE

A ADC permite examinar o PERSE como um fenômeno que transcende sua formulação técnica e se insere em uma complexa arena política onde disputas de poder, ideologia e hegemonia se entrelaçam. O poder, nesse contexto, se manifesta tanto na definição dos critérios para acesso aos benefícios do programa quanto na capacidade de determinados atores influenciarem sua formulação e implementação. Como apontado nos textos analisados, o poder discursivo é um elemento central para compreender as relações entre agentes políticos e econômicos no setor do turismo, revelando como determinados grupos conseguem moldar as políticas públicas a seu favor. No caso do PERSE, a lógica subjacente ao discurso oficial sobre a recuperação econômica privilegia determinados segmentos do setor turístico em detrimento de outros, evidenciando a seletividade do benefício e a assimetria no acesso aos seus recursos.

A ideologia presente no PERSE reforça a concepção de turismo como motor econômico, um discurso amplamente difundido e naturalizado, que justifica a destinação de recursos públicos ao setor sob a justificativa de recuperação econômica. Esse enquadramento ideológico minimiza debates sobre outras formas de desenvolvimento turístico e sustenta a visão hegemônica de que o turismo, por si só, é um vetor de progresso. Como observado na subseção anterior, a ideologia “do turismo” frequentemente oculta impactos negativos, como a gentrificação e a precarização do trabalho, favorecendo uma narrativa que perpetua desigualdades. No caso do PERSE, a análise crítica de seu discurso revela como determinadas ideias – como a centralidade da recuperação econômica e a priorização de determinados atores – são reforçadas para justificar a estrutura da política pública.

A hegemonia no PERSE se manifesta na tentativa de consolidar um consenso sobre a necessidade e os critérios do programa, naturalizando sua estrutura como a única solução viável para a recuperação do turismo. Esse processo ocorre por meio da legitimação do discurso dominante sobre a política pública, reforçado por instituições governamentais e econômicas que promovem o turismo como um setor fundamental para o desenvolvimento nacional. No entanto, há também discursos contra-hegemônicos que questionam a efetividade do programa e a distribuição desigual dos benefícios,

denunciando a exclusão de determinados segmentos e territórios turísticos. Assim, a ADC possibilita compreender como o PERSE não é apenas um instrumento técnico de recuperação econômica, mas um campo de disputa discursiva onde diferentes agentes buscam consolidar ou contestar posições de poder dentro do setor.

Dessa forma, esses três elementos são alçados como parâmetros de análise dos discursos deste artigo, de modo a revelar as intencionalidades da arena política do PERSE, conforme Quadro 1.

Quadro 1. Poder, ideologia e hegemonia como parâmetro de análise dos discursos dos sujeitos do turismo do PERSE

Parâmetro	Características do parâmetro	Consequências do parâmetro
Poder	Crítérios que concentraram benefícios em grupos já estabelecidos.	Reforço das hierarquias econômicas, beneficiando grandes empresas e setores consolidados, enquanto exclui pequenos negócios e territórios periféricos.
Ideologia	Discurso do "turismo como progresso" para justificar a alocação de recursos públicos.	Cosmovisão essencialmente economicista.
Hegemonia	Apresentação do programa como a "única solução técnica possível".	Desconsidera propostas alternativas de movimentos sociais e pequenos empreendedores, consolidando a visão dominante e limitando o debate democrático sobre políticas públicas para o turismo.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2025.

2.4. Os sujeitos do turismo do PERSE

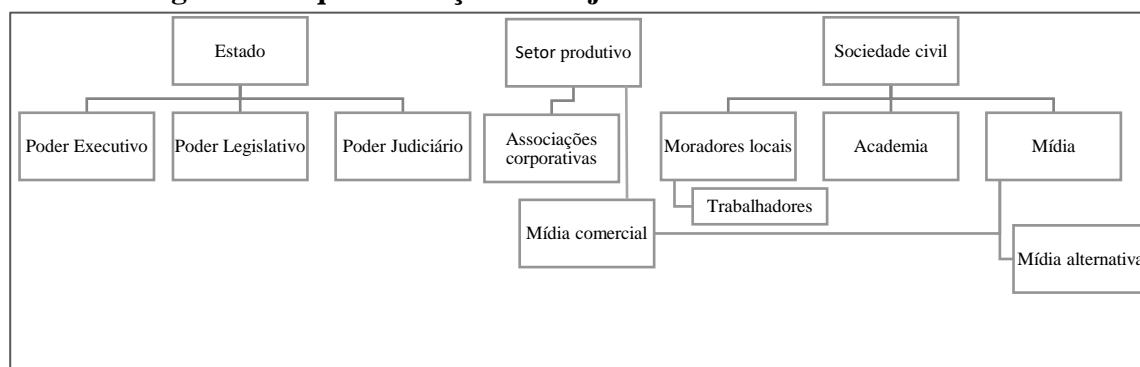
Segundo Sousa (2024b), essa abordagem é essencial para identificar estudos científicos prévios, contribuindo para a definição do problema e escolha de métodos adequados, com base em pesquisas que ampliam a compreensão do fenômeno investigado. Fonseca (2002) ressalta que os referenciais utilizados derivam de literaturas consolidadas, como artigos, livros e outras publicações científicas. Panosso Netto (2011) categoriza os sujeitos do turismo em dois grandes grupos: os que administram e os que são “afetados” ou “impactados” pela gestão. Segundo Hall (2001), mesmo diante da complexidade dos atores, seus discursos se inserem nessas categorias principais.

Com base nas contribuições de Hall (2001), Beni (2006) e Panosso Netto (2011), identifica-se que a administração do turismo envolve dois grupos centrais: o Estado e o *trade* turístico. Ambos fornecem recursos financeiros e humanos e gerenciam o cotidiano do turismo por meio de empresas e equipamentos. Por outro lado, os impactados por essas ações são os moradores locais e trabalhadores do turismo, que vivenciam os efeitos das intervenções do *trade* e do Estado. Burns (2002) destaca que são as pessoas, mais do que negócios ou cifras, as principais afetadas pelo turismo. Contudo, enquanto o Estado e o setor produtivo têm maior capacidade de mitigar impactos negativos e maximizar os positivos devido ao poder político e econômico, essa possibilidade é limitada para os moradores e trabalhadores, como apontam Baldissera e Bahl (2012).

Conforme a Figura 1, essa categorização dialoga com as cinco esferas propostas por Magalhães, Martins e Resende (2018). Os discursos públicos pertencem aos agentes do Estado, que visam o bem comum, sendo historicamente o principal impulsionador do turismo no Brasil, por meio de infraestrutura e facilitação de créditos, conforme Beni (2006). Os discursos institucionais, por sua vez, emergem dos sujeitos do *trade* turístico, que priorizam o lucro e possuem ações distintas das do Estado. Já os discursos cotidianos refletem a percepção coletiva, formada por trabalhadores e moradores locais, em resposta à administração dos outros dois grupos, conforme Burns (2002).

Adicionalmente, destacam-se os discursos midiáticos e acadêmicos. Embora raramente reconhecidos como influenciadores diretos da prática turística, são considerados relevantes no âmbito das políticas públicas. Kingdon (1995), Faria, Karam e Santos (2017) e Magalhães, Martins e Resende (2018) apontam que, mesmo alegando neutralidade, mídia e academia possuem intencionalidades que reforçam determinados discursos, ora favorecendo grupos específicos, ora outros. No turismo, que opera em uma lógica capitalista, esses agentes atuam como intermediários, posicionando-se a favor ou contra ações do Estado, do setor produtivo ou das próprias comunidades locais e trabalhadores, conforme Moesch (2002).

Figura 1. Esquematização dos sujeitos do turismo em uma ADC



Fonte: Sousa, 2024a.

Para a pesquisa metodológica em ADC proposta, evidenciando seu caráter qualitativo, os discursos desses atores são analisados com foco nos conceitos de poder, ideologia e hegemonia, utilizando o instrumento da análise de conteúdo. Fundamentada em Bardin (1977), a abordagem eleva os conceitos básicos da ADC a parâmetros de análise, tornando-os o núcleo central deste estudo. Os discursos que evidenciam poder, ideologia e hegemonia serão examinados a partir de referenciais documentais e eletrônicos, incluindo pesquisas em sítios eletrônicos das instituições e postagens em suas redes sociais institucionais.

No que tange ao Estado, as instituições pesquisadas incluem o Ministério do Turismo e a Casa Civil da Presidência da República, representando o Poder Executivo, bem como o Senado Federal e a Câmara dos Deputados, representando o Poder Legislativo. No âmbito do *trade* turístico, serão avaliados os discursos de três entidades: a Confederação Nacional do Comércio – CNC, que incorpora o turismo em suas atividades; o Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas – SEBRAE; e a Federação Nacional de Turismo – FENACTUR. A análise da sociedade civil envolve três categorias de sujeitos: trabalhadores, academia e mídia. Para os trabalhadores, será observada a atuação da Confederação Nacional dos Trabalhadores em Turismo e

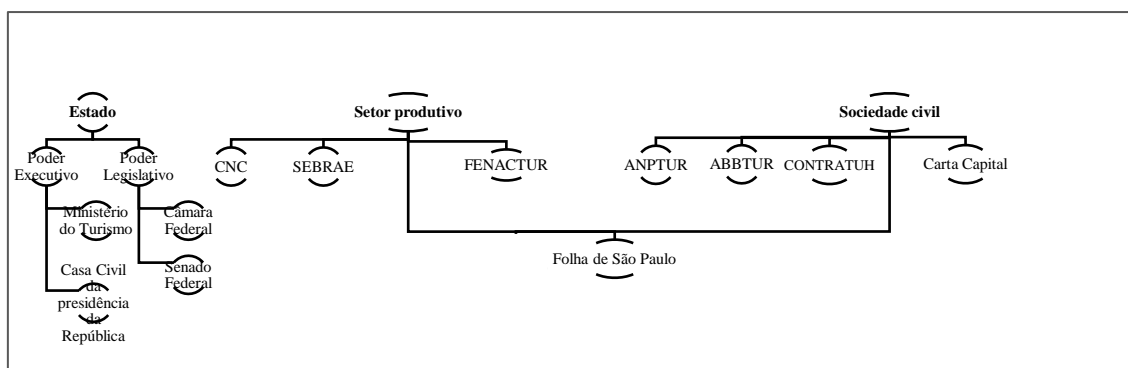
Hospitalidade – CONTRATUH; para a academia, duas entidades serão analisadas: a Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR e a Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo – ABBTUR; e, para a mídia, dois veículos serão considerados: o periódico Folha de São Paulo e a revista Carta Capital.

Além disso, para alcançar os objetivos deste trabalho, serão examinadas entrevistas e depoimentos de representantes dessas instituições em veículos de comunicação, incluindo periódicos, mídias especializadas em turismo, opiniões ou editoriais. Entre os sujeitos pesquisados estão: o ministro do Turismo, Celso Sabino; o deputado José Guimarães, do Partido dos Trabalhadores – PT do estado do Ceará, criador da Lei 1.026 de 22 de maio de 2024; a deputada Renata Abreu do partido Podemos do estado de São Paulo; e a senadora Daniella Ribeiro do Partido Social Democrático – PSD da Paraíba, que relataram a medida no Plenário das duas casas parlamentares. O Poder Judiciário não será incluído na análise, uma vez que não houve decisões judiciais acerca do PERSE além da sua finalidade que consta em lei.

No que se refere ao *trade* turístico, os sujeitos pesquisados serão os presidentes das associações: José Roberto Tadros, presidente da CNC; Décio Lima, presidente do SEBRAE Nacional; e Aldo Arthur Siviero, presidente da FENACTUR.

Em relação à sociedade civil, serão analisados os depoimentos do Professor Osiris Marques, presidente da ANPTUR, e de outros representantes em editoriais ou artigos científicos publicados por eles ou em eventos promovidos por suas instituições. Também serão analisadas as declarações de Lenora Horn Schneider, presidente da ABBTUR, e de Wilson Pereira, diretor-presidente da CONTRATUH. Por fim, os veículos de mídia serão examinados por meio de reportagens, publicações de opinião ou editoriais que revelem suas posições sobre o PERSE.

Figura 2. Os sujeitos analisados para a ADC deste artigo



Fonte: Elaborado pelo autor, 2025.

Os discursos desses sujeitos foram coletados a partir de falas e entrevistas na grande imprensa, publicações em redes sociais (*Facebook* e *Instagram*) e textos e imagens nos portais oficiais de suas associações. A análise seguiu os parâmetros de poder, ideologia e hegemonia, buscando entender como a arena política do PERSE foi constituída.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1. Segmento do Estado

4.1.1. Poder Executivo

A primeira análise de discurso deste artigo concentra-se no segmento Estado, especificamente no Poder Executivo. Segundo Oliveira et al. (2022), o papel do Poder Executivo é fundamental para a gestão do turismo no Brasil. Embora a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo – EMBRATUR atue de forma complementar, sua influência é limitada à promoção de destinos turísticos com maior fluxo internacional, enquanto o Ministério do Turismo desempenha o papel principal na gestão interna do setor, tornando-se o foco ideal para uma análise de discurso crítico.

No contexto do Poder Executivo, as decisões são orientadas pela *agenda setting* escolhida pelos eleitores em votação direta, baseada nas propostas programáticas do partido político do presidente da República, conforme Sousa (2022). Nesse arranjo, a Casa Civil da Presidência da República atua como uma instância ministerial intermediária, que organiza e delibera as ações governamentais, articulando as posições do presidente e do Ministério do Turismo. Assim, observar as ações do Ministério do Turismo implica compreender diretamente as posições do governo federal em relação às pautas políticas inseridas na arena governamental.

O poder do Executivo, no entanto, é limitado pelas legislações previamente aprovadas. As ações do ministério são condicionadas por normas, portarias ou instrumentos normativos interministeriais sancionados pelo Congresso Nacional e pelo presidente da República. Qualquer ato que exceda esses limites incorre em vício de competência ou finalidade, invalidando-o administrativa e juridicamente.

Tanto o Ministério do Turismo quanto a Casa Civil tiveram papel crucial na formulação do PERSE, elaborando as linhas gerais que culminaram no projeto de lei apresentado ao Parlamento. Os discursos dessas entidades moldaram substancialmente a política pública.

O ministro do Turismo, Celso Sabino, político do partido União Brasil, representa uma ideologia de direita, historicamente alinhada a uma visão pró-capital, muitas vezes em detrimento das demandas sociais e democráticas, conforme Bezerra e Vieira (2022). Sabino adotou um discurso fortemente economicista, promovendo o PERSE como uma política pública que beneficiaria prioritariamente o *trade* turístico, destacando exclusivamente os ganhos financeiros em diversas entrevistas, como uma concedida ao Estado de São Paulo em abril de 2024 (Estado de São Paulo, 2024). Seus discursos refletem dois vetores principais: a compreensão do PERSE como uma política pública de benefícios econômicos e a priorização dos interesses do setor produtivo em detrimento de outros sujeitos sociais.

Sob a perspectiva de Magalhães, Martins e Resende (2018), essa abordagem economicista traduz-se em uma agenda que reforça a hegemonia do setor produtivo, subordinando os demais segmentos – Estado e sociedade civil – a uma posição de passividade.

Por sua vez, a Casa Civil, liderada pelo ministro Rui Costa, articulou politicamente para transformar o PERSE em projeto de lei conforme proposto pelo Ministério do Turismo. Em entrevista ao InfoMoney, em fevereiro de 2024, Costa justificou essa abordagem com base no diálogo estabelecido entre o governo e o setor produtivo, considerado essencial pela presidência. Contudo, essa posição contrasta com a postura do ministro da Fazenda, Fernando Haddad, que se opôs ao PERSE por razões de austeridade fiscal, defendendo sua extinção (Infomoney, 2024).

Essa disputa foi resolvida pelo presidente Lula, que adotou uma posição conciliatória ao reformular o PERSE, reduzindo o escopo de beneficiários e introduzindo novos critérios. Segundo o Portal 360, em abril de 2024, essa decisão economizaria cerca

de 30 bilhões de reais até 2026, conciliando as perspectivas de austeridade fiscal e os interesses do setor produtivo (Portal 360, 2024).

A análise dos discursos evidencia que o ministro Celso Sabino reforçou uma visão hegemonicamente econômica, priorizando os interesses do mercado e restringindo o debate sobre o turismo a seus impactos financeiros. Já Rui Costa conciliou interesses produtivos e sociais, mas manteve o foco no diálogo com o capital. Haddad, ao se posicionar contra o PERSE, expôs tensões entre políticas fiscais e subsídios econômicos.

A decisão final de Lula reflete uma hegemonia pragmática que prioriza a sustentabilidade fiscal e favorece o setor produtivo, mantendo a sociedade civil afastada das decisões. Assim, a análise demonstra como a hegemonia econômica domina as políticas públicas de turismo, subordinando demandas democráticas e sociais aos interesses do mercado.

4.1.2. Poder Legislativo

No trâmite de um projeto de lei, o documento é enviado pelo Palácio do Planalto, com a chancela do presidente da República, ao Congresso Nacional, especificamente para a casa iniciadora – onde se inicia a tramitação legislativa. No caso do PERSE, o projeto foi apresentado pelo deputado José Guimarães, do PT, líder do governo Lula na Câmara dos Deputados, tornando-se o representante oficial do Executivo no processo legislativo.

No rito legislativo, o projeto passa por diversas comissões. De acordo com o sítio eletrônico da Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei do PERSE foi analisado pelas comissões de Indústria, Comércio e Serviços; Finanças e Tributação; e Constituição e Justiça e Cidadania. Nessas instâncias, as propostas são discutidas com outros parlamentares, representantes da sociedade civil e, se aprovadas, seguem para o Plenário. No Senado Federal, o processo é semelhante. Este artigo, contudo, concentra-se no debate e na articulação política no Plenário, excluindo a análise de relatores das comissões, focando apenas no estágio final do processo legislativo em ambas as casas parlamentares.

Os relatores têm papel central na tramitação dos projetos, pois dirigem e administram o andamento da proposta no Congresso, podendo alterar seu conteúdo por meio de emendas e exclusão de artigos. Segundo Kingdon (1995), em sociedades democráticas, o poder de barganha nesta fase é explicitado dentro da arena política, no qual setores produtivos, mais organizados e financeiramente influentes, têm maior acesso aos parlamentares, ampliando sua capacidade de influência.

Na Câmara dos Deputados, a relatoria do PERSE ficou a cargo da deputada Renata Abreu, do Podemos, partido de centro-direita surgido no contexto do lavajatismo e alinhado à filosofia liberal econômica. No Senado Federal, a relatora foi a senadora paraibana Daniella Ribeiro, do PSD, partido de direita com maioria na casa. Ambas parlamentares conduziram a tramitação do projeto segundo parâmetros estabelecidos pelo Executivo: uma perspectiva predominantemente pró-setor produtivo, compartilhada pelo deputado José Guimarães.

Em entrevista à CNN Brasil, Renata Abreu afirmou que a orientação na Câmara era aprovar o projeto conforme apresentado, limitando o orçamento a 15 bilhões de reais e estabelecendo critérios fiscais e orçamentários alinhados aos interesses do Executivo. Essa posição refletia uma composição entre as alas política e econômica do governo (CNN Brasil, 2024). No Senado, a tramitação seguiu de forma semelhante. Apesar de uma tentativa de incluir um gatilho de benefícios condicionado à inflação, essa emenda foi excluída antes da aprovação final. Segundo entrevista da senadora Daniella Ribeiro à

CNN Brasil, essa decisão foi fruto de um consenso entre sua relatoria, o setor produtivo e o governo (CNN Brasil, 2024a).

A atuação dos três parlamentares – José Guimarães, Renata Abreu e Daniella Ribeiro – evidenciou uma articulação de conciliação entre Congresso, Executivo e setor produtivo. José Guimarães, líder do governo na Câmara, desempenhou papel estratégico ao assegurar a aprovação do projeto alinhada às diretrizes governamentais, reforçando a hegemonia pró-setor produtivo em um parlamento dominado por maioria conservadora e de direita.

Renata Abreu, com uma ideologia marcadamente alinhada ao capital, ajustou o texto do projeto na Câmara para atender interesses setoriais e econômicos, consolidando, conforme Kingdon (1995), a influência de grupos econômicos organizados sobre a tramitação legislativa. Essa atuação reflete a hegemonia do mercado no PERSE, que descartou a participação efetiva da sociedade civil.

Daniella Ribeiro, no Senado, replicou o alinhamento de Renata Abreu, reiterando a convergência entre Estado e interesses econômicos. Sua postura, ao excluir medidas alternativas, evidencia o peso do poder de barganha dos grupos produtivos na definição legislativa, consolidando uma hegemonia dominada pelo mercado.

Portanto, os três parlamentares representam, em suas respectivas instâncias, uma convergência ideológica que favorece o setor produtivo, reforçando uma aliança onde o governo atua como facilitador e legitimador dessa hegemonia econômica. A análise evidencia como as decisões políticas priorizam os interesses do mercado em detrimento de uma abordagem mais inclusiva e democrática.

4.2. Segmento do setor produtivo

O setor produtivo no turismo corresponde aos sujeitos empresariais, que, geralmente, se organizam em associações municipais, estaduais e nacionais, conforme o ramo de atividade correspondente. Segundo Diniz (1999), o setor produtivo sempre exerceu influência sobre a gestão pública no Brasil. A partir de uma análise crítica, Fernandes (1976) argumenta que, na realidade e na estrutura político-sociológica brasileira, a relação entre Estado e empresariado é historicamente tênue, frequentemente inexistente, com o primeiro agindo de forma promíscua para a reprodução das riquezas do segundo.

Com o impulso descentralizador e democratizador proporcionado pela Constituição de 1988, outros atores passaram a ser incluídos nas políticas públicas. Entretanto, conforme observa Diniz, isso intensificou ainda mais a presença do setor produtivo nas formulações dessas políticas, legitimando e institucionalizando seu poder de barganha, que também passou a ser exercido pela sociedade civil.

No turismo, conforme Sousa (2023), a inserção desse segmento ocorreu de maneira semelhante, consolidando-se, no âmbito federal, na instância de governança do Conselho Nacional de Turismo – CNT. Desativado no início dos anos 1990, o CNT foi reativado no primeiro ano do governo Lula, em 2003, durante o ímpeto regionalizador do turismo. Atualmente, no primeiro quartel do ano de 2025, dos 85 assentos do CNT, 36 pertencem diretamente a associações do setor produtivo, representando pouco mais de dois quintos do total. De forma indireta, entidades paraestatais como o SEBRAE, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC e o Serviço Nacional do Comércio – SESC que, embora recebam recursos públicos, atuam em apoio ao comércio e empresas, alinhando-se ao *trade* turístico e ocupando três cadeiras adicionais. Além disso, das duas vagas de indicação presidencial, ambas são preenchidas

por representantes ligados ao setor produtivo: o CEO do Grupo CVC e um conselheiro da CNC, totalizando 41 cadeiras, ou 48% do colegiado. Em contraste, 37 cadeiras são ocupadas por órgãos públicos e apenas 7 pela sociedade civil.

Para esta pesquisa, foram analisadas três associações com assentos no CNT: a CNC, o SEBRAE, e a FENACTUR, que reúne sindicatos estaduais do setor.

4.2.1. Confederação Nacional do Comércio

A CNC, fundada em 1945 com incentivo do governo Vargas, foi criada para reunir o empresariado do setor de comércio e serviços, incluindo empresas de turismo. O *site* da entidade dá destaque ao PERSE, com uma seção exclusiva para o acompanhamento do processo legislativo. Durante sua tramitação, a CNC monitorou exaustivamente cada etapa, mantendo presença constante no Congresso Nacional e utilizando seu poder de barganha junto aos parlamentares.

O primeiro grande movimento da CNC sobre o PERSE ocorreu em fevereiro de 2024, quando publicou um editorial justificando a manutenção do programa com base em dois pontos principais: geração de empregos e risco de aumento do desemprego e perda de faturamento do setor. Ambas as justificativas se pautaram exclusivamente em argumentos economicistas. Nesse mesmo editorial, a entidade lançou a campanha virtual *#ficaperse*, pressionando os deputados por meio de ações no ambiente digital.

A CNC também organizou atos mensais em apoio à manutenção do PERSE no Congresso Nacional, entregando manifestos às reladoras na Câmara e no Senado. Com a tramitação em regime de urgência, a entidade intensificou sua articulação política, buscando evitar a implementação de novas exigências, argumentando que tais mudanças impactariam negativamente a capacidade de emprego e o faturamento das empresas.

Esses argumentos refletem diretamente a visão de seu presidente, José Tadros, um empresário amazonense herdeiro de um grande conglomerado de comércio varejista. Em um vídeo publicado no canal oficial da CNC no YouTube, em fevereiro de 2024, Tadros defendeu a continuidade e expansão do PERSE até 2026, alegando que essas medidas eram cruciais para a sobrevivência das empresas de turismo.

A análise da atuação da CNC demonstra que a entidade concentrou seus esforços em uma abordagem puramente economicista, com foco exclusivo nos interesses empresariais. Essa postura reforça a hegemonia do setor produtivo nas decisões relacionadas ao turismo, relegando a sociedade civil a uma posição secundária e perpetuando uma lógica que privilegia os interesses do mercado sobre demandas mais amplas e inclusivas.

Figura 3. Postagem no Instagram da CNC com a fala de seu presidente, reiterando a posição economicista e divulgando o caractere #ficaperse, em fevereiro de 2024.



Fonte: Instagram, 2024.

O discurso da CNC e de seu presidente, José Tadros, reflete uma combinação estratégica de ideologia e hegemonia política. A centralidade do PERSE como pauta prioritária da entidade evidencia um exercício intenso de poder econômico e político, caracterizado pela barganha constante com parlamentares e pela mobilização pública, como na campanha #ficaperse.

O poder da CNC se manifesta por sua forte influência nas esferas legislativas, destacando-se pela presença ostensiva de seu presidente no Congresso Nacional. Essa atuação extrapola os bastidores, materializando-se em ações públicas organizadas, como a entrega de manifestos e atos de apoio, todos fundamentados em argumentos estritamente economicistas. O foco em narrativas sobre faturamento e emprego, enquanto negligencia aspectos sociais e culturais mais amplos, revela uma visão ideológica que prioriza interesses empresariais em detrimento de uma abordagem mais inclusiva.

A ideologia da CNC está ancorada em uma lógica mercadológica, com discursos que vinculam a sobrevivência das empresas de turismo e a preservação de empregos à continuidade do PERSE. Esse discurso reflete uma tentativa de moldar o debate público e político, promovendo hegemonia ao alinhar os interesses empresariais com a opinião pública e a agenda legislativa.

A hegemonia da CNC é amplificada pela articulação com outros membros do *trade* turístico, criando uma frente política robusta que alinha interesses divergentes sob uma bandeira comum. Esse alinhamento reforça seu poder de influência, materializando-se na aprovação de projetos e políticas públicas que seguem sua orientação econômica.

4.2.2. SEBRAE

O SEBRAE, uma entidade paraestatal criada em 1972, tem como objetivo apoiar pequenas e médias empresas, incluindo aquelas do *trade* turístico, sobretudo em cidades menores. Diferentemente da CNC, o SEBRAE não demonstrou um apoio ostensivo ao PERSE em seu portal. As reportagens publicadas entre janeiro e abril de 2024 concentram-se em duas categorias: apoio ao programa e tutoriais sobre como as empresas podem se cadastrar, detalhando procedimentos e prazos. Ainda que favoráveis ao PERSE, essas publicações não demonstram uma defesa explícita da política pública.

O presidente do SEBRAE, Décio Lima, sindicalista e filiado ao PT, não posicionou a entidade como uma defensora aberta do PERSE, mas como um intermediário técnico para facilitar o acesso de empresas ao programa. Em diversas declarações, ele destacou a importância do PERSE para a manutenção de pequenas e médias empresas, focando na disponibilização de crédito.

Apesar dessa postura moderada, o SEBRAE participou do evento organizado pela CNC no Congresso Nacional em fevereiro de 2024, endossando de forma indireta a posição da confederação. Posteriormente, o SEBRAE assumiu o papel de avaliador dos empréstimos concedidos pelo programa, atuando como um fundo garantidor para esses empreendimentos, ampliando sua função no PERSE.

A ideologia do SEBRAE reflete uma abordagem pragmática e técnica, centrada no fortalecimento econômico de pequenas e médias empresas. Essa postura, embora alinhada a uma lógica neoliberal de responsabilização individual, também é influenciada por sua ligação com o governo Lula, dado que seu presidente é filiado ao mesmo partido.

A hegemonia do SEBRAE se manifesta ao naturalizar seu papel como mediador técnico e avalista de recursos, consolidando sua relevância no *trade* turístico. Ao participar de eventos promovidos pela CNC e priorizar pequenos empresários, o SEBRAE reforça os discursos que sustentam o modelo econômico atual, ainda que de forma menos ostensiva do que a CNC.

4.2.3. FENACTUR

Fundada em 1990, a FENACTUR reúne 24 sindicatos estaduais do setor produtivo turístico, representando estabelecimentos hoteleiros, locadoras de veículos e agências de viagens. A federação apoiou abertamente a manutenção do PERSE, articulando-se com outras entidades do setor produtivo para garantir sua continuidade.

Entre fevereiro e maio de 2024, reportagens e publicações nas redes sociais da FENACTUR enfatizaram a defesa do PERSE, com argumentos semelhantes aos de outras entidades, como geração de empregos, aumento de renda e sobrevivência das empresas. A FENACTUR foi a única organização a judicializar a questão, coordenando ações de sindicatos estaduais para impetrar mandados de segurança no Supremo Tribunal Federal – STF e no Superior Tribunal de Justiça – STJ contra a extinção do PERSE, medidas posteriormente encerradas devido às negociações políticas.

A articulação da FENACTUR, com destaque para sua presença no evento organizado pela CNC em Brasília, reforça seu papel como representante influente do *trade* turístico. Sob a liderança de Aldo Siviero, a federação demonstrou poder de mobilização e influência legislativa, alinhando-se aos interesses econômicos dominantes.

Assim, o discurso da FENACTUR reflete uma estratégia de articulação e hegemonia semelhante à da CNC, priorizando o setor produtivo e sustentando a visão economicista que orienta a manutenção do PERSE. Em conjunto, essas entidades consolidam a hegemonia do mercado sobre as políticas públicas de turismo, marginalizando a sociedade civil e reduzindo o debate a aspectos financeiros.

Figura 4. Postagem no Instagram, reforçando a posição contra a renovação do PERSE, em fevereiro de 2024



Fonte: Instagram, 2024.

O discurso da FENACTUR e de seu presidente, Aldo Siviero, reflete uma combinação de estratégias ideológicas e de hegemonia política. A promoção do PERSE como a principal pauta da entidade demonstra um exercício significativo de poder econômico e político, evidenciado pela constante barganha com parlamentares e pela mobilização através de ações, como a campanha *#ficaperse*.

O poder da FENACTUR é manifestado pela sua capacidade de articulação com outras entidades do setor produtivo, como a CNC, e pela mobilização de seus 24 sindicatos estaduais. Essa influência se estende a vários níveis, desde a judicialização da questão, com mandados de segurança no STF e no STJ, até a presença em eventos estratégicos, como a participação no encontro com parlamentares em Brasília em fevereiro de 2024, onde exercitou seu poder de barganha.

A ideologia subjacente aos discursos da FENACTUR e de seu presidente é construída em torno da narrativa de que o PERSE é essencial para a sobrevivência do setor turístico brasileiro, especialmente diante das consequências econômicas da pandemia. A associação defende que a manutenção do programa é um dever do Estado, justificando essa posição com argumentos sobre a geração de emprego, aumento de renda e prevenção da falência das empresas do setor. Essa ideologia reflete uma visão que naturaliza o papel do governo como um mero garantidor das condições do mercado, reforçando a dependência do setor produtivo em relação às políticas públicas para manter sua competitividade.

A hegemonia da FENACTUR é observada na maneira como legitima sua posição e a de outras entidades do *trade* turístico. Ao argumentar que o turismo foi o setor mais afetado pela crise sanitária e, portanto, merece atenção especial, a FENACTUR reforça uma lógica hegemônica que prioriza o setor produtivo em detrimento de uma visão mais ampla do turismo como um todo. Além disso, a associação perpetua uma narrativa que desconsidera atores sociais mais vulneráveis, como trabalhadores e comunidades locais, ao concentrar-se exclusivamente nos interesses empresariais. Dessa

forma, seu discurso não apenas reproduz, mas também contribui para a manutenção de relações desiguais de poder no contexto das políticas públicas voltadas para o turismo.

O segmento do setor produtivo, por meio de sua atuação na formulação e manutenção do PERSE, evidencia sua capacidade de mobilização – como demonstrado pela caravana a Brasília, em fevereiro de 2024 – e influência política, demonstrando um poder de *lobby* significativo. Entidades como a CNC, SEBRAE e FENACTUR destacam-se na articulação de interesses econômicos em prol do setor turístico, utilizando argumentos pautados principalmente na manutenção de empregos e no fortalecimento do faturamento empresarial. A hegemonia dessas instituições é reforçada por sua participação ostensiva em ações presenciais e digitais, como o movimento #ficaperse, além de articulações com outras entidades e representações diretas no Conselho Nacional de Turismo, ampliando sua capacidade de moldar políticas públicas conforme seus interesses, em detrimento de outros segmentos.

Embora o discurso de apoio ao PERSE se apresente sob a justificativa de impacto econômico e social, ele frequentemente reflete uma lógica economicista e mercadológica que prioriza a sobrevivência do setor empresarial. Tal postura, reproduzida consistentemente pelas lideranças dessas entidades, reflete um alinhamento ideológico que molda o debate público e político, muitas vezes à custa de abordagens mais abrangentes ou inclusivas. Assim, o segmento do setor produtivo exerce uma influência determinante na constituição e preponderância da arena política das políticas públicas, não apenas como beneficiário, mas também como agente ativo na definição de diretrizes que favorecem seus próprios interesses.

4.3. Segmento da sociedade civil

4.3.1. ANPTUR

A ANPTUR foi fundada em 2002 por pesquisadores em turismo. É a principal instituição de representação acadêmica do turismo no Brasil, sendo que a maioria dos programas de pós-graduação da área são vinculados a ela. Seu seminário anual é o principal evento de discussão sobre os rumos do turismo brasileiro, e ali estão discutidas as pesquisas de pesquisadores e acadêmicos do turismo brasileiro. Porém, o posicionamento político sobre o PERSE é latente.

Isso foi constatado, primeiro, pelos anais dos seminários da associação desde 2021. Ao selecionar no navegador os caracteres PERSE, não há nenhuma menção ou nenhum artigo que mencione a política pública. Nas redes sociais, mais notadamente no *Instagram* e no *Facebook*, observadas as publicações entre dezembro de 2023 a maio de 2024, há um completo esvaziamento de publicações sobre o tema, sendo totalmente escanteado. Da mesma forma, não foram observadas pesquisas nem declarações do presidente da associação, nem em reportagens, nem em suas redes sociais. Não sabe-se o motivo de tal distanciamento. Como Faria, Karam e Santos (2017) sustentam, a academia sustenta um arquétipo de neutralidade, para, como consequência disso, ser vista como uma emuladora de um perfil técnico na arena política, conciliando ambos os segmentos de sujeitos. Essa visão néscia é prejudicial para o próprio turismo.

Ao não entender que o PERSE, na atualidade, é, de fato, a principal política pública de turismo, maior, em número de destinações de recursos públicos, do que o Programa de Regionalização do Turismo, é perder a oportunidade de participação a partir de visões norteadas por perspectivas complexas, não para encerrar o setor produtivo, mas para ajudar a construir uma política pública que atenda às necessidades do Brasil e

do turismo, não o vendo como um meio, mas sim como um fim das ações governamentais, instigando posições com a perspectiva crítica acerca da formulação e da implementação. Ao se apartar da condução dessa política pública, exime-se do papel de protagonista do processo de construção do turismo brasileiro, alijando sua capacidade política de articulação e a importância dos pesquisadores de turismo brasileiros como sujeitos partícipes, sendo as análises fomentadas, primordialmente, a partir de engajamento subjetivo e individual.

4.3.2. ABBTUR

A ABBTUR foi criada em 1978 e hoje é a organização que representa, com suas sedes estaduais, os bacharéis em turismo em todo o território nacional, mediante o pagamento mensal de mensalidade. Assim como a ANPTUR, a ABBTUR também tem um assento no CNT, com direito de voz e veto na orientação. Assim como a organização dos pesquisadores do turismo, a ABBTUR não faz menções diretas ao PERSE. Não há nenhuma entrevista nem posição nas redes sociais de sua presidente, também. A única menção sobre a política pública se deu em publicação no Instagram, no dia 4 de abril de 2024, apoiando abertamente o PERSE, com uma figura compartilhada desde a Frente Parlamentar Mista da Hotelaria Brasileira e da ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hoteleira, uma forte associação do *trade* turístico, com grande capilaridade no território brasileiro e nas instâncias de poder político do turismo. A única menção aos seus associados se dá no corpo da publicação, ao afirmar que, sem o PERSE, há a possibilidade de afetar os empregos e as oportunidades de trabalho no turismo e no setor de eventos, exatamente o mesmo discurso do setor produtivo. Não há uma posição crítica de como pode prejudicar ou melhorar o turismo, e muito menos um gerenciamento ótimo desses recursos, apenas um apoio velado da organização com a mesma retórica do *trade* turístico.

4.3.3. CONTRATUH

A CONTRATUH é a única associação da sociedade civil que se posicionou de forma clara e evidente acerca do PERSE, com uma opinião autêntica não calcada na de outros segmentos, e muito menos se encontra inerte na falsa neutralidade. Há posicionamentos claros tanto de seu diretor-geral quanto da instituição, seja em publicações em redes sociais, seja em entrevistas. Além de acompanhar a evolução do processo legislativo acerca do PERSE, com publicações periódicas entre janeiro e abril de 2024, notadamente em seu sítio eletrônico, há uma notável atenção para os sindicalizados. O presidente, em reiteradas entrevistas, observa que o PERSE não deve ser somente destinado ao setor produtivo, mas também distribuído aos trabalhadores, por meio de mecanismos claros de manutenção de emprego, de recontração de demitidos durante a crise sanitária e de não-demissão dos trabalhadores do turismo. Inclusive, a CONTRATUH se posicionou contra a política pública nos moldes como foi arquitetada, pela falta desses dispositivos que, segundo o seu presidente, foram demasiadamente pró-setor produtivo.

4.3.4. Folha de São Paulo

A Folha de São Paulo é o maior jornal em circulação do Brasil na atualidade. O jornal, cujos donos são de uma tradicional família de São Paulo, se encontra na maior

cidade brasileira, e onde está a elite econômica e as matrizes das principais economias do Brasil. Resende e Mendonça (2021), em uma análise de discurso crítica acerca do periódico, percebem que o poder, ideologia e hegemonia da *Folha de São Paulo* são assertivos à mídia comercial, que reproduz, demasiadamente, a ideologia liberalizante, sobretudo na economia, com um poder de penetração muito forte nas decisões e nas discussões políticas, ajudando a perpetuar esse mesmo pensamento nos cotidianos e no dia a dia da sociedade paulista e brasileira.

Isso é visivelmente visto na questão do PERSE. Em dois editoriais na coluna "opinião", onde jornalistas da Folha de São Paulo escrevem a opinião do grupo controlador, destaca-se uma reportagem: em abril de 2024, às vésperas da sanção de tal medida. O periódico, mesmo com a roupagem liberal – e que no campo econômico conjura à austeridade fiscal – adota uma postura crítica em relação ao tratamento dado pelo governo ao PERSE, reconhecendo a sua importância no contexto de recuperação econômica pós-pandemia. O destaque do discurso é a capacidade do resgate de empresas de setores como eventos, turismo e lazer, sobretudo no que tange a emprego e renda, dada a dificuldade durante a crise sanitária. Para o jornal, as medidas econômicas não podem recair sobre esses empresários, já penalizados pela pandemia. O jornal critica, de maneira contraditória à linha editorial, o governo, justificando que essa visão tem uma ótica unicamente fiscalista. O jornal elogia a abertura de diálogo no Congresso Nacional para ajustes na proposta, pois há a apreensão de um foco no apoio aos empreendedores e na recuperação econômica, ao invés de ser tratado prioritariamente sob a perspectiva de cortes fiscais (Folha de São Paulo, 2024).

4.3.5. Carta Capital

A Carta Capital é uma das principais revistas de tendências progressistas no Brasil. Comercializada de forma física e virtual, sua posição tende a ser mais crítica às ações liberalizantes, de austeridade fiscal e pensadas como um contraponto à mídia comercial, desde a sua fundação pelo jornalista Mino Carta, assumidamente com posições políticas de esquerda, como apontam Almeida, Rodrigues e Felz (2015).

Essa posição, cuja orientação é de apoio crítico ao governo Lula, é também vista na questão do PERSE. A maioria das reportagens, todas entre fevereiro e março de 2024, são vistas a partir da perspectiva do governo, isto é, como o poder Executivo seria afetado, ou não, com as medidas acrescentadas ou retiradas durante o processo legislativo da lei dentro do Congresso Nacional. Em reportagem de março de 2024, o veículo critica fortemente o PERSE, afirmando que a maioria dos recursos não serão capitalizados e distribuídos por todo o setor do turismo, inclusive com o questionamento se vão afetar, inclusive, trabalhadores, o que poderia comprometer a efetividade da política pública. Assim, há um apoio às medidas do Ministro da Fazenda, Fernando Haddad, às novas condições para acesso ao PERSE, como a obrigatoriedade de estar vinculado ao CADASTUR e o limite máximo de 15 bilhões de reais para o *trade* turístico. Assim, houve um apoio crítico à política pública, sobretudo no que tange à eficiência da desoneração, vista, pelas reportagens, como beneficiadora unicamente dos sujeitos do segmento do setor produtivo (Carta Capital, 2024).

4.3.6. Poder, ideologia e hierarquia dos discursos do segmento da sociedade civil

A análise de discurso crítica de diferentes segmentos da sociedade civil sobre o PERSE revela que esse segmento é complexo e possui papéis diversos, desde a academia

e associações de classe até veículos de comunicação com diferentes linhas editoriais, todos contribuindo para um panorama multifacetado do debate.

A ANPTUR, enquanto principal organização acadêmica do turismo no Brasil, exhibe uma postura marcada por uma aparente neutralidade política. Essa posição reflete o poder acadêmico moldado por uma ideologia de tecnicidade e imparcialidade, descrita como prejudicial por sua incapacidade de intervir criticamente em questões políticas como o PERSE. A ausência de menções ao programa, tanto em eventos acadêmicos quanto em redes sociais, evidencia uma hegemonia na qual a produção de conhecimento técnico é valorizada em detrimento da participação política ativa.

Esse distanciamento compromete o papel da academia como articuladora de visões críticas e propositivas para políticas públicas, relegando-a a uma posição passiva no debate sobre o turismo. Uma associação que não apenas represente e apresente novas ideias aos desafios do turismo, mas uma ferramenta existente com vistas a empoderar, a partir da ciência, os pesquisadores de turismo a partir de estudos e análises complexas, compreendendo as necessidades do turismo e do Brasil como um fim, e não um meio, agindo de forma crítica, engajada e responsável para o desenvolvimento do turismo de modo que beneficie toda a população brasileira.

A ABBTUR reflete um alinhamento mais explícito com os interesses do *trade* turístico, ainda que mantenha uma abordagem superficial e acrítica ao PERSE. Ao reproduzir, sem elaborar, os discursos de associações como a ABIH, a entidade reforça a hegemonia do setor produtivo, adotando uma ideologia economicista que valoriza empregos e oportunidades como os únicos resultados desejáveis. Sua posição limita-se ao apoio às medidas econômicas, sem questionar a redistribuição ou o impacto das políticas públicas no setor como um todo. Esse alinhamento sugere um poder simbólico reduzido, atuando mais como um repetidor do discurso dominante do que como uma voz ativa no debate político. Inclusive, estranha-se que não há nenhum posicionamento pró-bacharéis do turismo, em sua grande maioria trabalhadores, e não empreendedores, do turismo. A posição da ABBTUR aparenta, assim, sustentar uma melhoria para os turismólogos a partir de uma coesão indireta, dada uma correlação de mercado que, em situação ótima, gera e mantém os empregos. Essa posição reflete uma leitura econômica e de funcionamento da economia retrógrado e ultrapassado, anterior ao próprio pensamento keynesiano, datado da década de 1930. Os empregos serão gerados com mais consumo e mais renda do trabalhador brasileiro, que é possibilitado, assim, a viajar, e não somente pelo funcionamento dos empreendimentos turísticos.

Diferentemente das demais organizações, a CONTRATUH demonstra uma clara articulação de poder ao se posicionar de forma autônoma e crítica em relação ao PERSE. A associação coloca em evidência a ausência de mecanismos destinados aos trabalhadores, o que expõe a hegemonia pró-setor produtivo da política pública. Essa postura evidencia uma ideologia voltada a uma posição pró-trabalhadores, de crítica ao setor produtivo, por meio da contraposição dos impactos das medidas sobre os trabalhadores, exigindo maior equidade na distribuição de benefícios, desafiando ao propor contranarrativas que destacam a importância dos trabalhadores como parte integrante do turismo.

O discurso da Folha de S.Paulo combina elementos de poder econômico e ideológico. O jornal, embora possua uma linha editorial tradicionalmente liberal e fiscalista, adota uma posição crítica em relação ao tratamento dado pelo governo ao PERSE, considerando-o uma política essencial para a recuperação dos setores mais afetados pela pandemia. Essa aparente contradição reflete uma ideologia pragmática que prioriza o suporte ao setor empresarial em momentos de crise. Contudo, ao criticar a

abordagem fiscalista do governo, a Folha reforça sua hegemonia enquanto veículo que influencia debates políticos, destacando-se como um mediador ideológico entre o mercado e o Estado.

Já a Carta Capital adota uma perspectiva crítica ao PERSE, enfatizando a eficiência limitada da política e seu viés pró-setor produtivo. Com uma ideologia progressista, a revista apoia medidas do governo que busquem maior regulação e redistribuição de recursos, como a obrigatoriedade de cadastro no CADASTUR e limites orçamentários. A publicação questiona a hegemonia do setor empresarial e propõe uma redistribuição que contemple trabalhadores e pequenos negócios. Esse discurso reafirma a posição da revista como um contraponto à mídia comercial, fortalecendo sua identidade como veículo que se opõe à mídia comercial.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em novembro de 2024, o Ministério da Fazenda divulgou uma lista, em suas redes sociais, informando quais os principais recebedores desde sua efetiva aprovação. Dos 15 bilhões destinados até 2026, em outubro do mesmo ano já foram consumidos cerca de 9,6 bilhões de reais, quase a totalidade aprovada na legislação do ano de 2024. Muitos recebedores, conforme reportagem do periódico Folha de São Paulo, de 20 de novembro de 2024, não estão totalmente envolvidos nem têm suas principais atividades vinculadas diretamente ao turismo, mas muitas vezes são atividades correlatas, cuja letra da lei permite a sua participação, em decorrência da Classificação Nacional das Atividades Econômicas – CNAE de tais empreendimentos (Folha de São Paulo, 2024a). Entre esses, estão influenciadores e artistas, que nada trabalham diretamente com turismo, mas tiveram suas isenções acatadas.

A reportagem evidencia a falta de efetividade do PERSE em alcançar sua finalidade principal, ao mostrar que empresas ligadas a artistas como Gustavo Lima, Felipe Neto e Luísa Sonza receberam isenções fiscais milionárias. A Balada Eventos, de Gustavo Lima, obteve R\$ 18,8 milhões em isenções, enquanto a Play 9, de Felipe Neto, foi beneficiada com R\$ 14,3 milhões. Esses números sugerem uma concentração de benefícios em empreendimentos altamente rentáveis e estabelecidos, cuja capacidade de recuperação financeira poderia prescindir de subsídios tão volumosos. Por outro lado, pequenas e médias empresas, pilares do setor de eventos e frequentemente mais vulneráveis, tiveram acesso restrito ou inexistente aos recursos do programa. Esse cenário induz um desequilíbrio estrutural no desenho e na implementação do PERSE.

A partir de uma análise de discurso crítica, a arena política do PERSE demonstra ter sido costurada por um arcabouço unicamente mercadológico, concebida para atender prioritariamente os interesses do setor produtivo, o que evidenciou sua falta de efetividade enquanto instrumento de democratização das políticas turísticas e inclusão social. O PERSE, assim, transformou-se em uma política pública que foi arquitetada para atender unicamente às demandas do setor produtivo, que encontrou resistências no poder Executivo, mas foi facilmente propagada e aprovada no Congresso Nacional, com o apoio da mídia comercial e de parte das entidades da sociedade civil. Esses discursos, notadamente, formaram e formataram a arena política, totalmente apoiados aos representantes do capital. Portanto, constata-se que o programa não atingiu seu objetivo central de promover uma recuperação ampla e equitativa para o setor de eventos e turismo, sendo permeado por desigualdades estruturais e falhas na implementação.

O PERSE revelou-se ineficaz ao priorizar grandes empresas e agentes econômicos robustos, como demonstrado pela concentração de recursos em empreendimentos

vinculados a figuras de alta visibilidade, como artistas e influenciadores, em detrimento de pequenos negócios e trabalhadores diretamente impactados pela crise sanitária. Esse desequilíbrio reflete uma hegemonia discursiva que favorece o capital, reforçada pelo alinhamento de discursos entre o setor produtivo, partes do governo e algumas entidades da sociedade civil. Isso reflete e reproduz a percepção de que as políticas públicas frequentemente operam em favor do setor produtivo, fazendo com que o Estado brasileiro seja, desde o período colonial, como assertivamente observa Fernandes (1976), moldado ao sabor do próprio capital nacional e, em muitos momentos, internacional, ao invés de atender às demandas mais amplas e diversificadas da sociedade, tratando, sim, o turismo como um meio, e não como um fim, como um instrumento, e não como política estrutural.

O caminho para o futuro do turismo exige uma reformulação estrutural das políticas públicas, incluindo uma reavaliação dos critérios de distribuição dos benefícios fiscais e a ampliação do diálogo com atores diversos, como trabalhadores, pequenas empresas e comunidades locais. É necessário superar a lógica unidimensional que reduz o turismo a uma atividade meramente econômica, para entendê-lo como um fenômeno social e cultural, que exige políticas integradas e participativas. Além disso, a construção de um turismo mais inclusivo passa por uma crítica contundente às práticas que mantêm a concentração de poder e recursos. Essa transformação deve priorizar uma governança que articule as demandas sociais e ambientais com as necessidades econômicas, promovendo o turismo como um vetor de desenvolvimento equilibrado e justo. O PERSE, em sua forma atual, falhou ao consolidar esse papel. Contudo, com ajustes em sua execução e maior atenção às necessidades de atores historicamente marginalizados, pode tornar-se um exemplo de como políticas públicas podem efetivamente transformar o turismo em um instrumento para o bem-estar coletivo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Vitor Pereira; Rodrigues, CECÍLIA; Felz, Jorge Carlos. Análise do conteúdo jornalístico da revista Carta Capital. In: XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 09., 2015, Rio de Janeiro. **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

BALDISSERA, Luana; BAHL, Miguel. Turistas e moradores locais: uma reflexão teórica dessa relação. In: VII SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL. 11., 2012, Caxias do Sul. **Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo Do Mercosul**. Caxias do Sul: UCS, 2012. p.1-13.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BATISTA, José Ribamar; SATO, Denise Borges; MELO, Iran Ferreira. **Análise de Discurso Crítica para Linguistas e não Linguistas**. São Paulo: Parábola, 2018.

BENI, Mário Carlos. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BEZERRA, Gabriella Maria Lima; VIEIRA, Márcia Paula. Interpretações e poderes em disputa: o ressurgimento do Centrão na política brasileira. **Caderno Eletrônico de Ciências Sociais**, v. 10, n. 1, p. 36-59, 2022.

BRASIL. Agência Nacional de Aviação Civil. **Com mais de 112 milhões de passageiros, setor aéreo tem melhor ano desde o início da pandemia.** Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/noticias/2024/com-mais-de-112-milhoes-de-passageiros-setor-aereo-tem-melhor-ano-desde-o-inicio-da-pandemia>. Acesso em 16 de agosto de 2024. 2024.

_____. Agência Nacional de Aviação Civil. **Indicadores do transporte aéreo recuam em consequência da pandemia de Covid-19.** Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/noticias/2021/indicadores-do-transporte-aereo-recuam-em-consequencia-da-pandemia-de-covid-19>. Acesso em 25 de agosto de 2024a.

_____. **Lei 1.026 de 22 de maio de 2024.** Acesso em 2 de agosto de 2024, 2024b.

_____. **Lei 14.148 de 3 de maio de 2021.** Acesso em 27 de agosto de 2024, 2024c.

BURNS, Peter. **Turismo e antropologia: uma introdução.** São Paulo: Chronos, 2002.

CARTA CAPITAL. **Após reunião com líderes da Câmara, Haddad confirma novo projeto de lei para o PERSE.** Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/economia/apos-reuniao-com-lideres-da-camara-haddad-confirma-novo-projeto-de-lei-para-o-perse/>. Acesso em 20 de novembro de 2024.

CNN Brasil. **Relatora propõe limite de R\$ 15 bilhões ao Perse, mas mantém lista ampla de atividades.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/blogs/iuri-pitta/politica/relatora-propoe-limite-de-r-15-bilhoes-ao-perse-mas-mantem-lista-ampla-de-atividades/>. Acesso em 30 de outubro de 2024, 2024.

_____. **Relatora do Perse explica recuo no Senado: “Medo de ter um prejuízo maior”.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/relatora-do-perse-explica-recuo-no-senado-medo-de-ter-um-prejuizo-maior/>. Acesso em 30 de outubro de 2024, 2024a.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Monitor – ano 2022.** Disponível em: https://portaldocomercio.org.br/publicacoes_posts/monitor-24-de-junho-de-2022/. Acesso em 19 de novembro de 2024.

DEARING; James; Rogers, Everett. **Agenda-setting.** Chicago: SAGE Productions, 1996.

DINIZ, Eli. **Crise, reforma e governabilidade.** Brasil: 1985-95. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999

FAIRCLOUGH, Norman. **Analysing Discourse: Textual analysis for social research.** New York City: Routledge, 2003.

FARIA, Cristina; KARAM, Ricardo; SANTOS, André. Agentes-atores na produção de políticas públicas espaciais. In: Steinberger, M. (org.). **Território, agentes-atores e políticas públicas espaciais.** Brasília: Ler Editora, 2017.

FERNANDES, Florestan. **A revolução burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica.** 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Um olhar sobre o PERSE**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2024/04/um-olhar-para-o-perse.shtml> . Acesso em 10 de novembro de 2024.

FONSECA, João José Saraiva da. **Apostila de metodologia da pesquisa científica**. João José Saraiva da Fonseca, 2002.

GARBUIO, Maria Emília Martins da Silva; EYNG, Bárbara Rodrigues; PEREIRA, Danielli Bittencourt; SILVA, Lucyene Lopes da. Gestão de crise no turismo: reflexos da pandemia da COVID-19 nos meios de hospedagem do município de Torres, Rio Grande do Sul-Brasil. **Turismo: Visão e Ação**, v. 24, n. 3, p. 527-547, 2022.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

INFOMONEY. **Reoneração, Perse, Desenrola: o que explica a “pilha” de MPs pendentes no Congresso**. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/politica/reoneracao-perse-desenrola-o-que-explica-a-pilha-de-mps-pendentes-no-congresso/> . Acesso em 14 de outubro de 2024.

KINGDON, John. **Agendas, alternatives, and public policies**. 2. Ed. New York: Harper Colins, 1995.

MAGALHÃES, Izabel; Martins, André Ricardo; Resende, Viviane de Melo. **Análise de Discurso Crítica: um método de pesquisa qualitativa**. Brasília:UnB, 2018.

MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

NOGUEIRA, Conceição. A análise do discurso. In: Almeida, Leandro; Fernandes, Eugênia. (orgs.). **Métodos e Técnicas de Avaliação: novos contributos para a pratica e investigação**. Braga: CEE, 2001.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **Lula sanciona lei que reformula Perse e prorroga benefício ao setor de eventos até 2026**. Disponível em: https://www.estadao.com.br/economia/lula-sanciona-perse-2026/?utm_source=estadao:whatsapp&utm_medium=link&app_absent=0 . Acesso em 3 de outubro de 2024.

OLIVEIRA, Josefa Laize Soares, Et. Al. Análises da governança turística com base nas visões de ex-ministros do turismo do Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, p. e-2426, 2022.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do turismo: teoria e epistemologia**. 2ªed. São Paulo: Aleph, 2011.

PODER 360. **Renúncia fiscal com Perse e desoneração soma R\$ 21,93 bi em 2024**. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-economia/renuncia-fiscal-com-perse-e-desoneracao-soma-r-2193-bi-em-2024/> . Acesso em 12 de novembro de 2024.

RESENDE, Viviane de Melo; MENDONÇA, Daniele Gruppi de. População em situação de rua e políticas públicas: representações na Folha de São Paulo. **Delta: Documentação**

de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada, 2021, 35.4: e2019350413. DOI: <https://doi.org/10.1590/1678-460X2019350413>

RUA, Maria das Graças. **Análise de políticas públicas**: conceitos básicos. Manuscrito, elaborado para el Programa de Apoyo a la Gerencia Social en Brasil. Banco Interamericano de Desarrollo: INDES, 1997.

SECCHI, Leonardo; SOUZA COELHO, Fernando; PIRES, Valdemir. **Políticas Públicas**: conceitos, casos práticos, questões de concurso. Editora Cengage, São Paulo, v. 4, 2023.

SOUSA, Diogo Diniz de. Propostas políticas para o turismo dos candidatos Lula, Bolsonaro, Ciro e Tebet para o quadriênio 2023-2027. **Revista Turismo em Análise**, v. 33, n. 2, p. 293-307, 2022. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v33i2p293-307>

_____. A Economia Política do turismo. **Ateliê do Turismo**, v. 7, n. 2, p. 260-280, 2023. DOI: <https://doi.org/10.55028/at.v7i2.18737>

_____. Análise do Discurso Crítica na pesquisa de Turismo. **Revista Rosa dos Ventos** - Turismo e Hospitalidade, 2024a, 16.3. DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v16i3p442>

_____. Characterization of tourism players through key concepts of discourse analysis. **Applied Tourism**, 2024b, 7, 9.2: 49-64. DOI: <https://doi.org/10.14210/at.v9i2.20460>