

Turismo e eleições: possibilidades de pesquisa a partir dos conceitos de *issue salience* e *policy framing*

Eriberto do Nascimento SOUSA¹

Luiz Gonzaga Godoi TRIGO²

Resumo: Dentre as diversas discussões sobre o turismo no cenário contemporâneo da política, nacional ou internacional, as pesquisas científicas sobre esse fenômeno em eleições ainda são pouco realizadas. Uma possibilidade que emerge para tais investigações é a aplicação dos conceitos de *issue salience* e *policy framing*. Grosso modo, o primeiro refere-se ao nível de atenção de um partido político para um tema específico, e isso é constatado nas referências dadas em promessas eleitorais, especificamente em termos numéricos. O segundo, por sua vez, diz respeito ao conteúdo verbal expresso nas promessas. Este artigo de revisão teórica reflete sobre a contribuição do *issue salience* e *policy framing* para o desvelamento do turismo como tema proposto em eleições. A discussão principal estrutura-se com a apresentação desses conceitos e de algumas aplicações a partir dos trabalhos do cientista político Paul Chaney, cujas temáticas são diversas e incluem o turismo. Da discussão, sobressaem-se as seguintes constatações: a) o aumento ou a diminuição de importância do turismo para os partidos ao longo das campanhas; b) evidência de como a competição entre partidos influencia na formulação das políticas, tanto por intermédio da quantidade como pelo conteúdo das propostas; c) diferentes posições ideológicas e orientações de direita, esquerda entre outras, refletem nas promessas e possíveis ações dos partidos.

Palavras-chave: Turismo; Eleições; Investigação; *Issue salience*; *Policy framing*.

1 Considerações iniciais

A inserção do turismo em eleições ecoa, por vezes, em distintas vozes do mercado, da mídia e de outros agentes sociais que exteriorizam suas percepções acerca daquilo que esperam e do que é proposto (ou não) para o desenvolvimento do turismo. Algumas dessas reações, dispersas em redes sociais (*facebook*, *twitter*, etc.), *blogs*, jornais e revistas *online*, representam a questão posta em tela, tanto no cenário internacional, como nacional. Afinal os investimentos destinados ao turismo, ou como a qualquer outra atividade de um país, estado ou município, oscilam conforme o governo vigente. Índícios dessas mudanças podem ser percebidos nas campanhas eleitorais, onde se comparam as ideologias, o histórico, as propostas e posturas dos candidatos. São diversos os sujeitos e as organizações que se manifestam favoráveis, contrários ou indiferentes às candidaturas (Charaudeau, 2015). Para

¹ 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). Link de acesso ao Currículo *lattes*: <http://lattes.cnpq.br/3010880844478948>. E-mail: eribertosousa@usp.br.

² Professor titular da EACH-USP, atuando no Programa de Pós-Graduação em Turismo, no Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais e na Graduação em Lazer e Turismo. Link de acesso ao Currículo *lattes*: <http://lattes.cnpq.br/0322089095908308>. E-mail: trigo@usp.br.

citar um de muitos exemplos, em 18 de novembro de 1991, o artigo intitulado *Business Says: Vote Your Pocketbook*, publicado na Revista *Newsweek*, por Ginny Carroll, chama atenção para o fato de que, segundo empresários e opositores, uma possível vitória de David Duke ao governo do estado norte-americano de Louisiana representaria *um desastre econômico*, causando perdas significativas de emprego e renda por meio do turismo.

Outro caso internacional é o da Grécia. Na matéria *What will the elections of 2015 mean for tourism?*, assinada por Andy Cooper, questionam-se as implicações das eleições nesse país para o turismo. Há uma preocupação explícita com a instabilidade política, econômica e financeira do país e que refletem diretamente no turismo que, apesar de sua expressividade na economia, os governos nem sempre reconhecem a sua real importância. Além do mais, na matéria, afirma-se que raramente há referências diretas ao turismo nos programas de governo apresentados pelos partidos e seus candidatos.

Os enunciados dessas matérias apenas ilustram algumas discussões sobre o turismo em diferentes meios de comunicação em épocas de eleição. Não há intenção de se analisarem as *vontades de verdade* desses discursos aqui (Foucault, 2014), no entanto, observa-se uma questão comum a todos: uma preocupação explícita com o impacto do turismo na economia dos locais apontados. É evidente que o mercado defende a sua visão empresarial (Panosso Netto, 2013), que, como o próprio termo sugere, prioriza aspectos financeiros/econômicos (lucro, investimento, oferta, demanda, consumo, emprego e renda). Na mesma discussão, nota-se que os benefícios exclusivamente econômicos do turismo não são preocupações apenas de agentes do mercado, mas também de políticos, os quais confirmam isso em seus discursos quando questionados sobre investimentos na área (Panosso Netto, 2013), mesmo havendo quem argumente que outras obras públicas renderiam mais votos (Chias, 2007). Tal realidade se situa em um contexto político mais amplo. Segundo o sociólogo Bauman, atualmente, a pauta da economia está constantemente manifesta na linguagem desses sujeitos, despontando reiteradamente não apenas em seus discursos, mas também *nas conferências de imprensa de assessores de comunicação durante sucessivas campanhas eleitorais; se necessário fosse, também fora destas ou de outras ocasiões* (Bauman, 2015, p. 41).

Dentre as diversas discussões sobre o turismo no cenário contemporâneo da política, nacional ou internacional, as pesquisas científicas sobre o turismo em eleições ainda são pouco realizadas. Cabe à academia retomar, fortalecer e divulgar uma memória no período eleitoral, com vistas ao conhecimento de possíveis mudanças de postura de partidos políticos frente à importância do fenômeno. Em algumas áreas do conhecimento, propostas de campanhas eleitorais já configuram um tema de pesquisa explorado. Na literatura internacional, Paul Chaney desponta com análises de vários temas em eleições, como resolução de conflitos civis (2013a), direitos de pessoas LGBT (2013b), direitos humanos (2014a), representação substantiva das mulheres (2014b), minorias étnicas (2015a), entre outros. No Brasil, pesquisadores de outras áreas tem se dedicado a analisar a inserção de temas como energia (Fortunato & Penteado, 2011), meio ambiente (Carvalho, 2013), saúde (Macedo & Real, 2013), entre outros. No que diz respeito ao interesse específico desta

investigação – a interface entre turismo e eleições, encontra-se um dos raros estudos em Padgett e Hall (2001), que buscou compreender o significado do turismo como uma questão política nas eleições gerais da Nova Zelândia, em 1999. Para isso, os autores aplicaram o método da Análise de Conteúdo (AC) com matérias de quatro jornais de grande circulação nacional, e verificaram que o turismo não foi uma questão relevante naquela eleição, pois apenas quatro matérias jornalísticas foram localizadas sobre a problemática durante toda a campanha. Mais recentemente, com base em programas de governo, Chaney (2015e) também constatou a baixa relevância do turismo em eleições no Reino Unido, no período eleitoral de 1998 a 2011.

Mas, afinal, quais são as contribuições de um estudo sobre o turismo em eleições? Esses questionamentos permitem refletir sobre o entendimento que os partidos políticos tem de um fenômeno como o turismo? Quem será beneficiado pelas propostas? Há alguma referência explícita aos beneficiários (ou possíveis beneficiários)? Por que e para quem o turismo é prometido? Será uma repetição do discurso reducionista da “indústria” que gera emprego e renda (Moesch, 2003; Lemos, 2008)?

Segundo Chaney (2015e), uma investigação sobre propostas eleitorais, com foco no turismo, nutre-se de algumas possibilidades e oferece contribuições para os estudos de políticas públicas:

1. Os programas de governo apresentam detalhes das políticas da futura gestão de um partido político, e de sua futura oposição;
2. É possível comparar as prioridades que cada partido atribui ao turismo;
3. Os discursos/as mensagens revelam os pontos convergentes (consenso) e divergentes (conflito) entre os partidos;
4. Os mesmos programas possibilitam o desvelamento de fatores ideológicos, socioeconômicos, históricos e políticos na elaboração das políticas;
5. Um dos fatores que influencia a formação de políticas públicas de turismo em democracias liberais é o seu fundamento no processo representativo, marcado pelo apoio ou pela rejeição de eleitores interessados, entre outras questões, nas promessas feitas ao desenvolvimento da área.

Este estudo alia-se ao de outros autores que investigaram as promessas de campanhas eleitorais para os temas de suas áreas de formação, com olhares comparativos. Essas análises põem em relevo os números de propostas e seus conteúdos verbais por partido político, em eleições nacionais, estaduais ou municipais; e permitem comparações entre campanhas, por meio de estudos longitudinais. Tais pesquisas focam nas promessas exclusivas para temas específicos. Exemplo disso, Chaney (2015e) buscou o nível de atenção dedicada ao turismo por partidos na Escócia, no País de Gales e na Irlanda do Norte, orientado pelo que a literatura da Ciência Política conceitua como *issue salience*, que auxilia o desvelamento do número de propostas; e *policy framing*, que põe ênfase no seu conteúdo verbal. Como resultado, o autor identificou pouca atenção política para a atividade turística no período eleitoral, tanto em termos numéricos, como em diversificação no conteúdo das promessas.

Diante da natureza ampla e em constante movimento do fenômeno turístico (Trigo & Mazaro, 2012), novos problemas surgem e novas abordagens teóricas e metodológicas são requeridas para a pesquisa na área (Pearce, 2002).

Com base nessas considerações, o objetivo deste artigo é refletir sobre possível adoção, por parte dos estudos turísticos, de dois conceitos já aplicados em estudos eleitorais: *issue salience* e *policy framing*. A discussão principal estrutura-se com a apresentação desses conceitos e de algumas aplicações a partir dos trabalhos de Chaney (2013a; 2013b; 2013c; 2013d; 2013e; 2013f; 2014a; 2014b; 2014c; 2014d; 2014e; 2014f; 2014g; 2014h; 2015a; 2015b; 2015c; 2015d; 2015e), cujas temáticas são diversas e incluem o turismo. Paul Chaney é pesquisador da Universidade de Cardiff (*Cardiff University*) e, conforme será apresentado, possui vasta produção científica em períodos internacionais especializados de Ciência Política³, com recente ênfase nos discursos eleitorais de partidos políticos.

2 *Issue salience* e *policy framing*: conceitos e aplicações

O processo de construção das políticas públicas inicia-se com a fase de definição do problema (Page & Connell, 2006), que pode emergir nas campanhas eleitorais. Assim, os partidos políticos lançam propostas eleitorais recheadas de possíveis intenções e compromissos de seus candidatos para a realização de ações em um setor específico da sociedade, caso sejam eleitos (Mari, 1997; 1998; 2006; Charaudeau, 2014). Mesmo configurando um cenário para a *fase formativa das políticas públicas*, os conteúdos gerados em eleições ainda são pouco explorados na literatura especializada (Chaney, 2015e).

Nas análises sobre a fase formativa das políticas públicas, dois conceitos emergem da literatura da Ciência Política, denominados *issue salience* e *policy framing*, e que são utilizados para a análise de diversos temas em eleições. Para explicar aquele, Chaney recorre a RePass (1971), para quem trata-se da relevância de um tema para os partidos políticos em campanhas eleitorais, que é verificada na quantidade de propostas que o tema recebe. Esse, por seu turno, é justificado em Cohen (1963) e reside na linguagem persuasiva dos discursos eleitorais, apontando propostas para o avanço das políticas públicas. Em outras palavras, enquanto *issue salience* encontra-se na representação numérica de propostas, *policy framing* é o conteúdo verbal das promessas. Esses conceitos habilitam analistas/pesquisadores a determinarem a atenção direcionada aos temas pelos partidos. Como destaca Chaney (2015e), quanto mais um partido enfatiza uma questão, tornando-a notável, maiores são as probabilidades de se conquistarem eleitores adeptos da causa. Foi nesse sentido que, vale acrescentar, Niemi e Bartels (1985) lançaram mão do *issue salience* para discutir os seus efeitos nas avaliações sobre políticos e determinar o seu impacto no comportamento eleitoral.

³ Vide o currículo acadêmico https://www.researchgate.net/profile/Paul_Chaney2/publications e vínculo institucional do autor <http://www.cardiff.ac.uk/people/view/38111-chaney-paul>.

Chaney (2015e, p. 113 trad. nossa) afirma que seus estudos contribuem para o *entendimento do desenvolvimento contemporâneo da política de turismo ao apresentar uma análise de partidos políticos com o auxílio de métodos mistos*. É compreensível que se destaque tal contribuição original para a área do turismo, nessa citação, porque esse foi o tema analisado em artigo publicado na *Annals of Tourism Research*. No entanto, a produção científica do autor sobre variados temas recorreu aos mesmos conceitos de *issue salience* e *policy framing* e ao mesmo referencial metodológico. A análise sobre o turismo é mais recente e possibilita a replicação de um percurso metodológico já testado em outras publicações (Chaney, 2013a; 2013b; 2013c; 2013d; 2013e; 2013f; 2014a; 2014b; 2014c; 2014d; 2014e; 2014f; 2014g; 2014h; 2015a; 2015b; 2015c; 2015d) [Quadro 1].

Todos esses trabalhos se referem aos quatro países que formam parte do Reino Unido (Inglaterra, Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte) e tiveram como fontes de dados os programas eleitorais que contêm as propostas dos seus respectivos partidos políticos. Embora os temas apresentados sejam diversificados, o olhar de Chaney, movido pelos conceitos de *issue salience* e *policy framing*, identificou e discutiu as prioridades e concepções dos partidos para cada tema. Grosso modo, o primeiro conceito enquadra-se numa abordagem tradicionalmente quantitativa (Libbrecht *et al.*, 2009 citado por Chaney, 2014c) e recorre a Krippendorff e Bock (2008) com o método da Análise de Conteúdo por intermédio do *software* Nvivo 10. Sequencialmente, o segundo, de abordagem qualitativa, respalda-se nos procedimentos metodológicos da *análise de enquadramento* conforme Nelson e Oxleya (1999), Schön e Rein (1994) e Creed *et al.* (2002); e complementa-se com pressupostos teóricos de Tonkiss (2004) e Baker *et al.* (2008) para a Análise Crítica do Discurso. O trabalho que analisa as propostas para o transporte ferroviário, nos quatro países já mencionados, sinaliza para a combinação desses métodos: *Mixed-methods analysis of political parties' manifesto discourse on rail transport policy: Westminster, Scottish, Welsh and Northern Irish elections 1945-2011* (Chaney, 2014d).

Chaney analisou os temas individualmente, mas seus resultados, apresentados em gráficos, contemplam as mesmas variáveis (a representação numérica e os conteúdos verbais das propostas). As contribuições das pesquisas listadas no Quadro 1 interessam diretamente às Ciências Humanas e Sociais Aplicadas e, logo, ao turismo, porque esse é um fenômeno complexo (Moesch & Beni, 2015) que lida com diferenças entre classes sociais etnias, gêneros, idades, mobilidades etc. Esses estudos foram possibilitados pela aplicação dos conceitos objeto deste artigo.

Especificamente sobre a gestão pública da atividade turística, diferentemente das outras análises, Chaney (2015e) desvelou apenas as propostas eleitorais e seus conteúdos referentes às quatro campanhas posteriores à recriação legislativa da Escócia, do País de Gales e da Irlanda do Norte, ocorridas nos anos de 1998/9, 2003, 2007 e 2011. Quando comparadas a outras áreas de investimentos, as referências feitas ao turismo somaram 29.5%, enquanto as artes e cultura receberam 32.1% e o esporte 38.4%, num total de 3.412 referências. A porcentagem encontrada para o turismo correspondeu ao número de 1.005 propostas e teve sua maioria na Escócia (42.3%), e, na sequência, o País de Gales (35.9%) e a

Quadro 1 – Produção científica de Paul Chaney sobre a aplicação dos conceitos de *issue salience* e *policy framing* a variados temas

Ano	Título	Tema
2013a	<i>Electoral discourse analysis of civil conflict resolution: the case of Northern Ireland in UK statewide elections in 1970-2010</i>	Resolução de conflitos civis
2013b	<i>Institutionally homophobic? Political parties and the substantive representation of LGBT people: Westminster and regional UK elections 1945-2011</i>	Direitos de pessoas LGBT
2013c	<i>Electoral competition, issue salience and public policy for older people: the case of the Westminster and regional UK elections 1945-2011</i>	Idosos
2013d	<i>Electoral competition, issue salience and public policy for disabled people: Westminster and regional UK elections 1945-2011</i>	Pessoas com deficiência
2013e	<i>Electoral discourse and formative structural narratives of welfare divergence in multi-level systems: homelessness policy in UK elections 1970-2011</i>	Políticas para desabrigados/sem-teto
2013f	<i>Electoral discourse analysis of state foreign policy development: exploring the party politicization of the Commonwealth in UK Westminster elections 1945-2010</i>	Política externa
2014a	<i>Electoral politics and the party politicisation of human rights: the case of UK Westminster elections 1945-2010</i>	Direitos humanos
2014b	<i>The substantive representation of women – does issue-salience matter? Party politicization and UK Westminster elections 1945-2010</i>	Representação substantiva das mulheres
2014c	<i>Parties, promises and politics: exploring manifesto discourse on arts policy in Westminster, Scottish, Welsh and Northern Irish elections 1945-2011</i>	Artes
2014d	<i>Mixed-methods analysis of political parties' manifesto discourse on rail transport policy: Westminster, Scottish, Welsh and Northern Irish elections 1945-2011</i>	Transporte ferroviário
2014e	<i>Public policy for non-humans: exploring UK state-wide parties' formative policy record on animal welfare, 1979-2010</i>	Assistência a animais
2014f	<i>Instrumental Europeans? Minority nationalist parties' discourse on the European Union: the case of UK meso-elections 1998-2011</i>	União Europeia
2014g	<i>Multi-level systems and the electoral politics of welfare pluralism: exploring third-sector policy in UK Westminster and regional elections 1945-2011</i>	Terceiro setor
2014h	<i>Party politicisation and the formative phase of environmental policy-making in multi-level systems: electoral discourse in UK meso-elections 1998-2011</i>	Meio ambiente
2015a	<i>Manifesto discourse and the substantive representation of ethnic minorities: analysis of UK state-wide and meso elections, 1964-2011</i>	Minorias étnicas
2015b	<i>"Post-feminist" era of social investment and territorial welfare? Exploring the issue salience and policy framing of child care in U.K. elections 1983-2011</i>	Creches
2015c	<i>Popularism and punishment or rights and rehabilitation? Electoral discourse and structural policy narratives on youth justice: Westminster elections, 1964-2010</i>	Justiça para menores
2015d	<i>Electoral discourse and the party politicization of sport in multi-level systems: analysis of UK elections 1945-2011</i>	Esportes
2015e	<i>Exploring political parties' manifesto discourse on tourism: analysis of Scottish, Welsh and Northern Irish elections 1998-2011</i>	Turismo

Fonte: elaboração própria, com base em informações e downloads gratuitos disponíveis no currículo acadêmico do autor no *ResearchGate* e no *website* da *Cardiff University*

Irlanda do Norte (21.8%). Esses números são a soma das quatro eleições, e, como verificado pelo autor, embora em menor significância perto do esporte e da arte e cultura, a inclusão do tema turismo obteve um aumento de quase três vezes (266%) quando se comparam a primeira eleição (1998/9) e a mais recente analisada (2011), nos três países do Reino Unido.

A primeira forma de se identificar o nível de atenção dedicado ao turismo é por meio do *issue salience*, ou seja, do desvelamento da representatividade numérica do tema em questão. Além dos países, Chaney (2015e) identificou quais partidos nacionais dedicaram mais importância ao turismo. Como apontou o autor, em cada país, os partidos divergiram em porcentagem. Na Escócia, os Democratas Liberais lideraram com 28%, seguidos do Partido Nacional Escocês (26.6%), Trabalhista Escocês (24.7%) e Conservadores Escoceses (20.7%). No País de Gales, os Democratas Liberais Galeses corresponderam a 31.6%, o *Plaid Cymru* propôs 29%, em seguida teve o Trabalhista Galês com 23.5% e os Conservadores Galeses com 15.8%. Por fim, na Irlanda do Norte, o Partido Social Democrata Trabalhista apresentou 32.3%, o Partido Unionista Democrático teve 27.6%, o *Sinn Féin* apresentou 25.8% e o Partido Unionista do *Ulster* com a menor porcentagem (14.3%). Esses números, quando comparados por campanha, levam a constatação de que a competição política também se dá com o aumento no número de propostas lançadas nos programas eleitorais para o turismo em relação à eleição anterior, em que o partido com mais propostas é alcançado – ou ultrapassado – pelo(s) seu(s) adversário(s) em eleições posteriores (Chaney, 2015e).

A análise do autor avança com a aplicação do conceito de *policy framing*, por meio do qual se agruparam os subtemas propostos para investimentos na área e se verificaram as frequências. Encontraram-se as diferenças de abordagens nos três países. A Escócia, país que liderou em números, priorizou, respectivamente, a governança turística, os fatores econômicos, o patrimônio e o desenvolvimento rural. O País de Gales seguiu a tendência de muitos políticos ao priorizar os aspectos econômicos positivos da atividade, seguido por governança e *marketing*. Já a Irlanda do Norte focou na governança, nos benefícios econômicos e no desenvolvimento de uma marca internacional (Chaney, 2015e).

Nessa abordagem, que também é qualitativa, observaram-se posicionamentos antagônicos dos partidos sobre investimentos para o desenvolvimento do turismo. Como já esperado, aqueles com orientação de esquerda demonstraram-se preocupados com a regulação das práticas de mercado, por isso defendendo maior intervenção do Estado. Do outro lado, os partidos de centro-direita claramente apoiavam um governo neoliberal, com ênfase no financiamento do setor privado.

As questões apontadas sobre o turismo também são evidenciadas noutros estudos de Chaney (Quadro 1), mas voltadas para outros temas. Assim, evidencia-se que os conceitos de *issue salience* e *policy framing* são aplicáveis a diversas áreas do saber que se voltam para a análise de sua representatividade como tema eleitoral.

3 Considerações finais

A análise de propostas de campanha eleitoral permite lançar luzes sobre como os temas prioritários são contemplados e onde os recursos públicos possivelmente serão aplicados. No caso de estudos longitudinais, que cobrem campanhas passadas, possibilita-se o registro da relevância – ou não – de uma área de investimentos para os partidos políticos na história. Com isso, a pesquisa em tela reconhece a possibilidade de se investigar promessas eleitorais para o turismo por meio de conceitos testados pelo pesquisador Paul Chaney.

Em linhas gerais, o estudo do turismo como tema em eleições possibilita perscrutar as raízes que formam a sua política num país, estado ou município. Com orientação dos conceitos de *issue salience* e *policy framing*, alguns resultados de Chaney se destacam: a) o aumento ou a diminuição de importância do turismo para os partidos ao longo das campanhas; b) evidência de como a competição entre partidos influencia na formulação das políticas, tanto por intermédio da quantidade como pelo conteúdo das propostas; c) diferentes posições ideológicas e orientações de direita, esquerda etc. refletem nas promessas e possíveis ações dos partidos que forem eleitos.

Para futuros estudos, acredita-se que a inserção de olhares comparativos poderá determinar, por exemplo, o lugar do turismo em relação aos demais temas – saúde, educação, cultura, esporte, entre outros – nas propostas dos candidatos. Igualmente relevante será voltar os olhares para as possibilidades de propostas transversais que contemplem ações integradas entre diferentes pastas e o turismo. Ambos os resultados se alinhariam ao desvelamento de dupla prioridade: a) o turismo em relação às outras áreas e b) investimentos prometidos para infraestrutura específica do turismo. Essas possibilidades formarão parte de uma pesquisa em andamento dos autores que assinam este artigo. Com respaldo nos conceitos teóricos de *issue salience* e *policy framing*, essa nova pesquisa move-se pelo questionamento se a transversalidade será viável e praticável na formulação de propostas eleitorais para o turismo.

Fica evidente que a apresentação dos conceitos supracitados neste artigo não encerra as discussões. Espera-se que, assim como a possível inserção da transversalidade numa pesquisa aplicada, novas problematizações possam emergir a partir do *issue salience* e *policy framing*.

Referências

Bauman, Z. (2015). *A riqueza de poucos beneficia todos nós?*. Trad. Renato Aguiar (1. ed.). Rio de Janeiro: Zahar.

Cardiff University. Professor Paul Chaney. Disponível em: <<http://www.cardiff.ac.uk/people/view/38111-chaney-paul>> Acesso em Fev. 2016.

Carroll, G. (1991). *Business Says: Vote Your Pocketbook*. Newsweek. Disponível em: <<http://www.newsweek.com/business-says-vote-your-pocketbook-201958>> Acesso em 13 Mar 2015.

Carvalho, G. F. (2013). *Mídia e eleições: o meio ambiente na campanha presidencial de 2010*. 131 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Chaney, P. (2015a). Manifesto discourse and the substantive representation of ethnic minorities: analysis of UK state-wide and meso elections, 1964-2011. *Parliamentary Affairs*, v. 68, n. 1, pp. 154-181.

_____. (2015b). “Post-feminist” era of social investment and territorial welfare? Exploring the issue salience and policy framing of child care in U.K. elections 1983-2011. *SAGE Open*, v. 5, n. 1, pp. 1-14.

_____. (2015c). Popularism and punishment or rights and rehabilitation? Electoral discourse and structural policy narratives on youth justice: Westminster elections, 1964-2010. *Youth Justice*, v. 15, n. 1, pp. 23-41.

_____. (2015d). Electoral discourse and the party politicization of sport in multi-level systems: analysis of UK elections 1945-2011. *International Journal of Sport Policy and Politics*, v. 7, n. 2, pp. 159-180.

_____. (2015e). Exploring political parties’ manifesto discourse on tourism: analysis of Scottish, Welsh and Northern Irish elections 1998-2011. *Annals of Tourism Research*, v. 50, pp. 113-127.

_____. (2014a). Electoral politics and the party politicisation of human rights: the case of UK Westminster elections 1945-2010. *Parliamentary Affairs*, v. 67, pp. 209-231.

_____. (2014b). The substantive representation of women – does issue-salience matter? Party politicization and UK Westminster elections 1945-2010. *The British Journal of Politics and International Relations*, v. 16, n. 1, pp. 96-116.

_____. (2014c). Parties, promises and politics: exploring manifesto discourse on arts policy in Westminster, Scottish, Welsh and Northern Irish elections 1945-2011. *International Journal of Cultural Policy*, v. 21, n. 5, pp. 1-20.

_____. (2014d). Mixed-methods analysis of political parties’ manifesto discourse on rail transport policy: Westminster, Scottish, Welsh and Northern Irish elections 1945-2011. *Transport Policy*, v. 35, pp. 275-285.

_____. (2014e). Public policy for non-humans: exploring UK state-wide parties’ formative policy record on animal welfare, 1979-2010. *Parliamentary Affairs*, v. 67, pp. 907-934.

_____. (2014f). Instrumental Europeans? Minority nationalist parties' discourse on the European Union: the case of UK meso-elections 1998-2011. *Perspectives on European Politics and Society*, v. 15, n. 4, pp. 1-19.

_____. (2014g). Multi-level systems and the electoral politics of welfare pluralism: exploring third-sector policy in UK Westminster and regional elections 1945-2011. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, v. 25, n. 3, pp. 585-611.

_____. (2014h). Party politicisation and the formative phase of environmental policy-making in multi-level systems: electoral discourse in UK meso-elections 1998-2011. *Political Studies*, v. 62, n. 2, pp. 252-272.

_____. (2013a). Electoral discourse analysis of civil conflict resolution: the case of Northern Ireland in UK statewide elections in 1970-2010. *Irish Political Studies*, v. 28, n. 1, pp. 1-19.

_____. (2013b). Institutionally homophobic? Political parties and the substantive representation of LGBT people: Westminster and regional UK elections 1945-2011. *Policy & Politics*, v. 41, n. 1, pp. 101-121.

_____. (2013c). Electoral competition, issue salience and public policy for older people: the case of the Westminster and regional UK elections 1945-2011. *The British Journal of Politics & International Relations*, v. 15, n. 3, pp. 456-475.

_____. (2013d). Electoral competition, issue salience and public policy for disabled people: Westminster and regional UK elections 1945-2011. *Parliamentary Affairs*, v. 66, pp. 364-383.

_____. (2013e). Electoral discourse and formative structural narratives of welfare divergence in multi-level systems: homelessness policy in UK elections 1970-2011. *Journal of International and Comparative Social Policy*, v. 29, n. 1, pp. 28-47.

_____. (2013f). Electoral discourse analysis of state foreign policy development: exploring the party politicization of the Commonwealth in UK Westminster elections 1945-2010. *Contemporary Politics*, v. 19, n. 2, pp. 1-18.

Charaudeau, P. (2015). *Discurso político*. Trad. Dilson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu (2. ed.). São Paulo: Contexto.

Charaudeau, P. (2014). *Linguagem e discurso: modos de organização*. Coord. da equipe de tradução: Ângela M. S. Corrêa, Ida Lúcia Machado. (2.ed.). São Paulo: Contexto.

Chias, J. (2007). *Turismo, o negócio da felicidade: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades*. Trad. Sandra Valenzuela. São Paulo: Editora Senac São Paulo.

Cooper, A. (2015). *Comment: what will the elections of 2015 mean for tourism?*. Disponível em: <<http://www.travelweekly.co.uk/Articles/2015/01/07/51703/comment-what-will-the-elections-of-2015-mean-for-tourism.html>> Acesso em 20 Mar 2015.

Fortunato, I. & Penteado, C. L. C. (2011). Comunicação pela internet: a energia na campanha presidencial brasileira de 2010. *LÍBERO*, São Paulo, v. 14, n. 28, pp. 77-90.

Foucault, M. (2014). *A ordem do discurso*. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio (24. ed.). São Paulo: Loyola.

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*. (4.ed.). Porto Alegre: EDIPUC – PUC RS.

Macedo, R. G. & Real, V. K. C. (2013). Dinamismo eleitoral sob o prisma da saúde: eleições em São Paulo, 2012. In: Matos, H. (org.). *Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP, pp. 107-122.

Mari, H. (2006). Condições sobre o discurso político: a propósito da mentira. In: Emediato, W.; Machado, I. L.; Menezes, W. (Orgs.). *Análise do discurso: gêneros, comunicação e sociedade*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG

Mari, H. (1998). Atos de fala no discurso de candidatos à prefeitura de Belo Horizonte: análise de promessa e da crítica. In: Cruz, A. R.; Lysardo-Dias, D.; Machado, I. L. (Orgs.). *Teorias e práticas discursivas: estudos em análise do discurso*. UFMG/FALE/Núcleo de Análise do Discurso: Carol Borges.

Mari, H. (jun. 1997). A promessa como ato de fala: suas implicações no discurso 'político'. *Geraes Revista de Comunicação Social, FAFICH/UFMG*, Belo Horizonte, v. 1, pp. 34-41.

Moesch, M. M. & Beni, M. C. (2015). Do discurso sobre a ciência do turismo para a ciência do turismo. In: XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2015, Natal. Anais... p. 1-12.

Moesch, M. M. (2003). Turismo e lazer: conteúdos de uma única questão (pp. 19-30). In: Marcellino, N. C. *Formação e desenvolvimento de pessoal em lazer e esporte: para atuação em políticas públicas*. SP, Campinas: Papirus.

Niemi, R. G. & Bartels, L. M. (Nov., 1985). New measures of issue salience: an evaluation. *The Journal of Politics*, v. 47, n. 4, pp. 1212-1220.

Padgett, M. & Hall, C. M. (2001). Case study 4.3: tourism at the polls. In: Hall, C. M. & Kearsley, G. W. (orgs.). *Tourism in New Zealand: an introduction*. Sydney: Oxford University Press.

Page, S. J. & Connell, J. (2006). *Tourism: a modern synthesis*. (2.ed.). London: Thomson Learning.

Panosso Netto, A. (2013). *O que é turismo*. São Paulo: Brasiliense.

Pearce, D. Introdução: temas e abordagens. In: Pearce, D. & Butler, R. W. (orgs.). (2002). *Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos*. São Paulo: Contexto, pp. 11-23.

ResearchGate. *Paul Chaney – publications*. Disponível em:
<https://www.researchgate.net/profile/Paul_Chaney2/publications/3> Acesso em Fev. 2016.

Trigo, L. G. G. & Mazaro, R. (2012). Movimentos globais e cenários em turismo: uma realidade dinâmica, uma viagem ao futuro. *Turismo em Análise*, São Paulo, v. 23, n. 3, pp. 486-508.