



# XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA  
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual  
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

## **Tudo começa aqui? A anulação da presença dos povos indígenas no RN e a vitória do invasor branco retratadas pelas escolhas lexicais em canais de comunicação do destino Rio Grande do Norte**

**Daniel Dantas Lemos**<sup>1</sup>  
**Marília Barbosa Gonçalves**<sup>2</sup>  
**Guilherme Arnaud Lopes Nunes**<sup>3</sup>  
**Renata Laize Alves Coelho Lins Paino Ribeiro**<sup>4</sup>

### **Resumo**

Este trabalho versa sobre a relação do turismo com a comunicação, a partir da análise crítica do discurso, de marcas discursivas de racismo em peças publicitárias de uma campanha institucional da Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Norte, disponibilizada em seu site e redes sociais, intitulada "Tudo começa aqui". A metodologia empregada é a qualitativa, fundamentada na ACD, análise crítica do discurso, e parte da compreensão conceitual dos efeitos da constituição colonialista de raça, para justificação de um projeto de retirada da humanidade de não-brancos, e construção de um racismo estrutural que permeia os discursos e constrói relações de desvantagens e privilégios pelo uso das instituições hegemoneizadas por grupos sociais que impõem seus interesses econômicos e sociais, o que contribui para que as relações sociais sejam coletivamente estruturadas para reproduzir a prática da negação da existência do outro não-branco sem, no entanto, reconhecê-la, ao contrário, propagando o mito da democracia racial. O racismo contra indígenas se evidencia em várias práticas e violências, desde o uso de armas, a assimilação, a aculturação, pelo apelo à unidade nacional, mas especialmente ao apagamento historiográfico do protagonismo da resistência indígena à colonização europeia. Os preceitos aqui trabalhados sobre raça e racismo estão baseados em Almeida (2019) e Nascimento (1978; 2016). Em seguida, aborda-se mais especificamente como se dá a relação da comunicação em turismo, do marketing de destinos enquanto informador das características dos lugares, reconhecendo

---

<sup>1</sup> Graduado em Comunicação Social/Jornalismo na UFRN, Mestrado e Doutorado em Estudos da Linguagem na UFRN. Professor do ensino superior na UFRN. <http://lattes.cnpq.br/2776869268430888>. [danieldantas79@globocom](mailto:danieldantas79@globocom)

<sup>2</sup> Turismóloga, administradora, graduanda em Jornalismo, Mestre em Turismo. Discente da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. <http://lattes.cnpq.br/5571178325927055>. [mariliagoncalves\\_rn@hotmail.com](mailto:mariliagoncalves_rn@hotmail.com)

<sup>3</sup> Graduando em Jornalismo. Discente da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. <http://lattes.cnpq.br/2372684199161698> [guilhermearnaud@hotmail.com](mailto:guilhermearnaud@hotmail.com)

<sup>4</sup> Bacharel em Direito, especialista em Direito Civil e Processo Civil, Graduanda em Pedagogia UFRN, ativista de Direitos Humanos. <http://lattes.cnpq.br/8046432491392612> [renatalaizelins@gmail.com](mailto:renatalaizelins@gmail.com)



# XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA  
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual  
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

que as escolhas lexicais do discurso pensado para produzir o imaginário através dos signos, na maioria das vezes de forma institucional, refletindo as relações sociais regidas por relações de poder; nesse sentido, utilizou-se como referências Coriolano (2005), Tomazzoni (2006), Falco (2011), Ladeiro (2012), entre outros. A ideia de publicização na internet e em redes sociais de amplo alcance, das campanhas publicitárias institucionais, ao mesmo tempo que reflete uma ampliação do acesso a informação dos destinos turísticos, gerando uma democratização da informação para o público, também concentra por parte dos emissores, desenvolvendo assim o marketing turístico, entendendo o destino como um produto. Diante dessa contextualização dos marcos pressupostos, passou-se a apresentar a metodologia da Análise crítica de discurso enquanto ferramenta que se interessa por identificar a reprodução discursiva de situações abuso de poder, que resultam em desigualdade e injustiça social partindo do conceito de poder em sua concepção linguística, discursiva e comunicacional (Van Dijk, 2015) partindo de um contexto concreto, entendida como prática social situada, são explicitadas as perspectivas da análise crítica do discurso, passando então à análise do corpus, a começar pela escolha do nome "Tudo Começa Aqui", na página da Secretaria de Turismo do Rio Grande do Norte.

**Palavras-chave:** racismo; marketing de destinos; análise crítica do discurso; povos indígenas; Rio Grande do Norte.