

## **Formação de analistas de discurso sênior e júnior: perspectivas sobre o turismo em Congonhas-MG**

Rafael Batista Andrade<sup>1</sup>  
[rafael.andrade@ifmg.edu.br](mailto:rafael.andrade@ifmg.edu.br)

---

**R E S U M O:** O presente estudo objetiva apresentar uma análise discursiva, com base em categorias da Análise do Discurso Francesa, de i) páginas web de dois hotéis de Congonhas e dois hotéis de Tiradentes; e de ii) informações turísticas de Congonhas e Ouro Preto na página web Turismo de Minas. A pesquisa evidencia o papel das analistas de discurso sênior e júnior ao formar esses *corpora* e caracterizar o ethos de Congonhas enquanto cidade turística de passagem, compreendendo como as atividades discursivas podem estar relacionadas com o desenvolvimento cultural, científico, político e histórico de cidades como Congonhas.

---

**PALAVRA-CHAVE:**

Análise do Discurso;  
Discurso institucional;  
Iniciação científica;  
Turismo.

---

<sup>1</sup> Doutor em Estudos Linguísticos pela UFMG (2018). Mestre em Estudos Linguísticos pela UFMG (2013). Professor de Ensino Básico, Técnico e Tecnológico do Instituto Federal de Minas Gerais *Campus* Congonhas. Coordenou, entre outros, o projeto de pesquisa “O Discurso Institucional na Iniciação Científica e Tecnológica: práticas discursivas para a desconstrução do ethos prévio de Congonhas como cidade turística de passagem”, orientando as bolsistas Elisana de Oliveira Faria (analista de discurso sênior) e Melissa Cristina Valadares Moreira (analista de discurso júnior). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3592-8266>.

## 1 Introdução

Grande tem sido a contribuição da Análise do Discurso para criarmos um amplo repertório do estudo de diferentes gêneros de discurso, evidenciando a importância dessas análises tanto no âmbito da linguística enunciativa como no ensino de línguas. Os diferentes trabalhos realizados por analistas de discurso brasileiros e estrangeiros repertoriaram *corpora* de textos de diferentes esferas sociais (discurso político, publicitário, religioso, diplomático, literário etc.), porém uma lacuna que podemos verificar ainda em relação aos estudos discursivos está na formação de jovens cientistas, mais especificamente nos níveis do ensino médio e superior.

O Grupo de Pesquisa sobre o Discurso Institucional na Iniciação Científica e Tecnológica do IFMG Campus Congonhas foi criado justamente com o objetivo de propiciar a formação de jovens cientistas no campo da Análise do Discurso. Neste estudo, serão apresentadas análises desenvolvidas em conjunto com uma estudante do ensino médio e uma estudante do curso de Licenciatura em Letras da referida instituição. Ao longo dos seis meses de desenvolvimento desta pesquisa, a primeira participante estava matriculada no curso Técnico em Edificações (modalidade integrado) e a segunda já havia cursado a disciplina de Análise do Discurso, oferecida no terceiro período do curso de Licenciatura em Letras do IFMG Campus Congonhas.

As análises que serão apresentadas aqui objetivaram aliar essa formação de jovens cientistas ao desenvolvimento do pensamento crítico em torno de problemas e estereótipos sobre a cidade em que vivem ou estudam. É por essa razão que este estudo se baseou no domínio do turismo. Nesse sentido, as contribuições deste trabalho atingirão o objetivo dos analistas de discurso (incluindo agora os analistas de discurso sênior e júnior) de repertoriar um número significativo e diversificado de discursos entrelaçado à formação de jovens cientistas.

## 2 A constituição de *corpora* de textos na formação de analistas de discurso sênior e júnior

O primeiro ponto abordado neste estudo que demonstra a relevância de adotarmos a terminologia analistas de discurso sênior e júnior para as duas participantes desta pesquisa está na própria constituição dos *corpora* de textos com os quais trabalhamos durante seis meses, de fevereiro a julho de 2021. As duas jovens cientistas se depararam com as noções de *corpus*, *cena englobante* e *cena genérica* (MAINGUENEAU, 2015a) nas primeiras semanas de trabalho e se empenharam na

constituição de *corpora* que nos permitissem estudar o ethos discursivo de Congonhas.

A diferença terminológica que propomos aqui entre analista de discurso sênior e analista de discurso júnior decorre da experiência anterior que a primeira participante possuía. Como cursou a disciplina de Análise de Discurso no terceiro período do curso de Licenciatura em Letras, ela tinha um conhecimento dessas ferramentas teórico-metodológicas, ainda que limitado, uma vez que tal conhecimento não lhe permitiu realizar, de forma totalmente autônoma, como se requer em cursos de especialização, mestrado e doutorado, uma análise nos moldes desta que apresentamos aqui. No caso da analista de discurso júnior, este foi o seu primeiro contato formal com essas categorias de análise, por meio de um projeto de pesquisa de iniciação científica. Logo, uma releitura do termo sênior<sup>2</sup> (“aquele que é mais velho ou mais graduado em determinada profissão ou atividade”) e júnior<sup>3</sup> (“aquele que é iniciante em determinada profissão ou atividade”) pareceu-nos bastante proveitosa para classificarmos essas duas práticas de iniciação científica.

Ressaltamos que a proposta dessa terminologia está associada à necessidade de caracterizar a referida prática discursiva, abarcando referencialmente as pesquisas desenvolvidas no âmbito da Análise do Discurso em iniciação científica. Nesse sentido, a diferenciação entre analista de discurso, analista de discurso sênior e analista de discurso júnior surge aqui da necessidade de distinguirmos diferentes níveis de pesquisas no âmbito dessa abordagem linguística. Em geral, grande parte dos periódicos científicos destinados aos estudos linguísticos são restritos a mestres e doutores. Logo, reservamos o termo analista de discurso a autores de publicações que exigem vasta experiência acadêmica, inclusive o título de mestre ou doutor. Nos cursos de Licenciatura em Letras, os graduandos são incentivados a realizarem pesquisas, mas o espaço para publicações de seus trabalhos é muito mais limitado. Assim, o termo analista de discurso sênior surge como uma forma de categorizar uma prática de iniciação científica segundo a qual o jovem cientista possui um contato formal com a Análise do Discurso (uma disciplina cursada e a participação em um projeto de pesquisa), mas que não é suficiente para uma vasta produção científica como ocorre com o analista de discurso. Por fim, o termo analista de discurso júnior busca classificar o estudo de jovens cientistas que são estudantes do ensino médio e que passaram a ter um primeiro contato formal com a Análise do Discurso no âmbito de projetos de pesquisa para esse nível.

---

<sup>2</sup> HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

<sup>3</sup> *Ibidem*.

Notamos, pois, que a diferença entre analista de discurso, analista de discurso sênior e analista de discurso júnior parece ser relevante para abarcarmos as diferentes pesquisas que têm sido realizadas no âmbito da Análise do Discurso com pesquisadores de diferentes níveis de ensino. Aliás, não é a primeira vez que utilizamos o termo analista de discurso júnior (ANDRADE, 2019), que agora retomamos por meio do resultado do presente estudo, em que tal terminologia não apenas mostrou sua produtividade, como também revelou a necessidade de ressignificarmos o termo analista de discurso e propormos o termo analista de discurso sênior.

Trabalhando com uma analista de discurso sênior e uma analista de discurso júnior, delimitamos a nossa pesquisa em torno do turismo na cidade de Congonhas. Discutimos, inicialmente, sobre o estereótipo que esse município mineiro possui de cidade de passagem, diferentemente de outras cidades históricas vizinhas, como Ouro Preto e Tiradentes. Assim, foi apresentada às participantes do projeto esta noção de ethos prévio: uma imagem que o coenunciador tem do enunciador antes da enunciação deste (MAINGUENEAU, 2008a). Com base nesse conceito, as participantes do projeto deram o primeiro passo para exercerem o papel de analistas de discurso sênior e júnior, pois compreenderam que um tema muito frequente na comunidade local seria abordado do ponto de vista de um ramo das ciências da linguagem.

A noção de ethos prévio serviu, pois, como o desencadeador das atividades científicas que passaram a ser desenvolvidas desde essas primeiras semanas, quando também compreendemos o que estudamos em análise do discurso:

os analistas do discurso não estudam obras; eles constituem corpora, eles reúnem os materiais que julgam necessários para responder a esse ou aquele questionamento explícito, em função das restrições impostas pelos métodos aos quais recorrem (...) Em função de seus objetivos e dos meios de que o pesquisador dispõe, a mesma atividade verbal pode, assim, dar lugar a um número ilimitado de “textos” diferentes, isto é, a transcrições distintas, destinadas a entrar em um corpus. Essas próprias transcrições podem se tornar textos-arquivo, objetos de estudo, por exemplo, no quadro de uma pesquisa que incidiria sobre as práticas desses ou daqueles analistas do discurso (MAINGUENEAU, 2015a, p. 40).

Foi com base nesses dados que as duas participantes do projeto começaram a constituir os *corpora* desta pesquisa. Para isso, outros estudos lhes foram apresentados e elas se assumiram cada vez mais como analistas de discurso sênior e júnior, porque passaram a trabalhar com alguns estudos discursivos a fim de constituir o *corpus* de suas respectivas pesquisas e encontrar respostas para a

pergunta que orientou o presente estudo: do ponto de vista discursivo, Congonhas seria, de fato, uma cidade turística de passagem?

Para compreendermos a imagem discursiva de Congonhas, foi essencial estudá-la tomando como princípio a noção de discurso institucional. Por essa razão, vimos que, de acordo com Krieg-Planque (2014), o estudo do discurso institucional engloba aqueles discursos que se engendram na/da enunciação de sujeitos engajados em partidos políticos, sindicatos, fundações, organizações públicas e privadas, instituições políticas e públicas nacionais, internacionais e transnacionais.

Passamos, pois, a considerar Congonhas como uma instituição pública na qual o papel de diferentes enunciadorees pode ser estudado com base no produto de sua enunciação: seus textos. Mais que isso, advogamos que outras instituições associadas, de alguma forma, a essa cidade mineira contribuem para a construção de seus diferentes *ethé* discursivos. Logo, a constituição dos *corpora* de nossa pesquisa deveria partir dessa tese, considerando que, "dentro de toda organização, existem pessoas e/ou serviços que possuem a tarefa de contribuir para a produção de discursos, em particular à luz de regularidade e de normas"<sup>4</sup> (KRIEG-PLANQUE, 2014, p. 32) estabelecidas por determinados gêneros de discurso.

Depois disso, o papel das analistas de discurso sênior e júnior foi o de estabelecer uma ligação entre essa proposta de estudo discursivo e a área de turismo. Retomamos, então, as noções de cena englobante e cena genérica (MAINGUENEAU, 2015a), que auxiliaram a relação e a compreensão de que diferentes gêneros de discurso (cena genérica) se associam ao campo discursivo do turismo (a cena englobante turismo). Dessa forma, empreendeu-se uma pesquisa bibliográfica em torno de estudos discursivos no campo do turismo, mais especificamente do turismo em Congonhas. Com isso, percebemos que havia uma lacuna nesses estudos discursivos, pois encontramos alguns trabalhos dedicados ao estudo de gêneros de discurso nessa esfera social, mas nada em relação ao turismo de Congonhas.

Um dos trabalhos sobre turismo que teve grande relevância para a constituição dos *corpora* de nosso estudo foi este: **Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación** (CALVI, 2010). Isso porque a autora evidenciou que a origem do turismo, enquanto esfera de atividade social, está relacionada ao surgimento do gênero de discurso guia turístico. Segundo ela, juntamente com a primeira viagem em grupo, organizada por Thomas Cook em 1841, surgiram os primeiros guias turísticos.

Com base nesse dado, as analistas de discurso sênior e júnior foram incentivadas a desenvolver o seguinte raciocínio. Se o estudo de um gênero de

---

<sup>4</sup> Tradução livre de: « Dans toute organisation, il existe des personnes et / où des services qui sont en charge de contribuer à la production de discours, en particulier sous le jour de régularités et de normes. »

discurso pôde evidenciar o surgimento do turismo enquanto esfera de atividade social, o estudo de outros gêneros de discurso, materializados em textos orais, escritos ou multimodais, no âmbito do turismo, mais especificamente do turismo em Congonhas, poderá revelar a imagem (ethos efetivo) do referido município em relação a essa atividade.

Após esses estudos, a analista de discurso sênior compreendeu que as instituições dão sentido à enunciação. Logo, constituiu o seguinte *corpus* para analisá-lo. Selecionou dois hotéis da cidade de Congonhas (Hotel H2 e Hotel dos Profetas) com o intuito de comparar as suas páginas web com dois hotéis da cidade de Tiradentes (Pousada Pequena Tiradentes e Pousada Marília de Dirceu). A principal justificativa para a seleção desses textos foi a de que Congonhas e Tiradentes são cidades históricas de Minas Gerais, sendo que apenas à primeira associa-se o estereótipo de cidade turística de passagem.

Ressaltamos que as páginas web desses hotéis foram tomadas como gêneros de discurso do domínio turístico, uma vez que Calvi (2010, p. 22) classifica os anúncios comerciais, os catálogos de viagens, os folhetos de hotéis, as páginas web de agências etc. como gêneros comerciais. Assim, consideramos as páginas web dos referidos hotéis como um gênero de discurso específico da esfera social turismo, por entendermos que essas páginas web também são desenvolvidas em departamentos de marketing de empresas de turismo e hotelaria (os referidos hotéis) cujo objetivo é promover, por meio de textos, a venda direta do produto turístico, mais especificamente a hospedagem de turistas.

De forma similar, a analista de discurso júnior constituiu o *corpus* de sua pesquisa. Também tomando como base os referidos trabalhos, ela selecionou como objeto de análise a página web Turismo de Minas a fim de comparar as informações apresentadas sobre as cidades de Congonhas e Ouro Preto. Tal seleção teve o objetivo de procurar elementos que justificassem ou não o ethos prévio do primeiro município como cidade turística de passagem, contrastando com a cidade de Ouro Preto, que não possui esse estereótipo. Além disso, a escolha de Ouro Preto contribuiu para uma visão mais fidedigna dos resultados esperados, pois mostraria esse contraste também com Tiradentes, uma vez que o *corpus* constituído pela analista de discurso júnior complementa o *corpus* constituído pela analista de discurso sênior.

Esse viés complementar dos *corpora* de textos deste estudo é bastante significativo. Além dessa comparação entre Congonhas com cada uma dessas duas cidades vizinhas (Tiradentes e Ouro Preto) que não possuem o estereótipo de cidades de passagem, o *corpus* constituído pela analista de discurso júnior possui uma especificidade. É formado por textos de uma instituição de turismo que tem por

objetivo produzir material sobre o turismo em todo o estado de Minas Gerais. Logo, temos um interessante contraste entre um *corpus* baseado em textos de uma instituição de turismo mais abrangente (Turismo de Minas) e outro *corpus* baseado em textos de instituições mais locais (hotéis de Congonhas e Tiradentes).

### 3 Um quadro teórico-metodológico para analistas de discurso sênior e júnior

A mobilização de algumas categorias teórico-metodológicas da Análise do Discurso Francesa por parte das duas participantes do Grupo de Pesquisa sobre o Discurso Institucional na Iniciação Científica e Tecnológica do IFMG *Campus* Congonhas é, indubitavelmente, um dos principais fatores que justifica a terminologia que cunhamos, para este trabalho, de analistas de discurso sênior e júnior. Vimos, na seção anterior, que a constituição dos *corpora* deste estudo já contribuiu bastante para essa classificação desse papel das jovens cientistas, contudo a análise propriamente dita desses *corpora* depende do emprego de certas categorias teórico-metodológicas.

Esse quadro teórico-metodológico foi construído de acordo com o perfil das analistas de discurso sênior e júnior para o desenvolvimento de uma pesquisa de curta duração, que não pode se confundir, a nosso ver, com pesquisas de mestrandos, doutorandos e muitos menos de professores doutores. Logo, o arcabouço teórico-metodológico aqui descrito está dividido em dois grandes eixos. No primeiro, encontram-se conceitos e metodologias que foram expostos ao longo desses meses com o intuito de fornecer um panorama da Análise do Discurso Francesa para as duas jovens cientistas. No segundo, estudou-se um número limitado de categorias de análise, mas que permitissem às participantes a sua aplicação nos textos dos *corpora*, ainda que de forma bastante incipiente.

No que diz respeito ao eixo do panorama da Análise do Discurso Francesa, expôs-se a origem desse campo disciplinar, no final dos anos 1960, a partir de uma tradução da expressão *discourse analysis*, elaborada por Harris, para o estudo que ultrapassasse a análise das frases (SAFARTI; PAVEAU, 2014). Com base nessa informação, as analistas de discurso sênior e júnior compreenderam que, a partir desse momento, houve vários desdobramentos dessa teoria do discurso, com contribuições de diferentes teóricos brasileiros e estrangeiros.

Destacou-se, então, o teórico francês Dominique Maingueneau como um dos principais autores da Análise do Discurso Francesa, fazendo-se alusão a sua obra *La philosophie comme institution discursive* (2015b), na qual a noção de instituição ganha destaque já no título para evidenciar o fato de as instituições darem sentido à

enunciação. Em seguida, evidenciaram-se diferentes trabalhos que retomaram as propostas teórico-metodológicas de Maingueneau, como os de Krieg-Planque (2014), Duchene (2004; 2008), Amossy (1999;2010) e Andrade (2019;2020).

Ressaltamos que o trabalho de Andrade (2019) tinha como título “O discurso institucional na iniciação científica e tecnológica: Museu Casa Guimarães Rosa e STJ sob a ótica de analistas de discurso juniores”. Trata-se do primeiro estudo desenvolvido no seio do Grupo de Pesquisa sobre o Discurso Institucional na Iniciação Científica e Tecnológica do IFMG Campus Congonhas. Tais análises foram de grande valia para as novas jovens cientistas, que desta vez não trabalharam apenas com *corpora* diferentes, mas também com outra perspectiva, uma vez que houve interação entre uma analista de discurso sênior e uma analista de discurso júnior.

No que tange ao eixo da construção do quadro teórico-metodológico com um número limitado de categorias de análise ajustado aos objetivos do presente estudo, as analistas de discurso sênior e júnior trabalharam especificamente com a análise do vocabulário (MAINGUENEAU, 2008b), do ethos discursivo (MAINGUENEAU, 2008a; 2016) e com a perspectiva do primado do interdiscurso sobre o discurso (MAINGUENEAU, 2008b). Tais categorias, quando trabalhadas por analistas de discurso, são contextualizadas de uma maneira muito mais ampla, tendo em vista principalmente o tempo demandado por suas pesquisas. Logo, espera-se, nesses últimos casos, não apenas a definição de tais categorias de análise, mas referências ao contexto em que o autor as propôs e como tais categorias se diferenciam das propostas de outros autores e como elas se adequam aos propósitos do *corpus* de suas pesquisas.

No caso deste estudo, optamos por apresentar tão somente as definições de tais categorias de análise, uma vez que este estudo é oriundo de uma pesquisa de iniciação científica em que analistas de discurso sênior e júnior tiveram um contato inicial com tais categorias a fim de aplicá-las e compreender, de forma simplificada, como pesquisadores em Análise do Discurso trabalham com textos e como tais trabalhos se diferenciam (ou não) da maioria dos conteúdos e práticas desenvolvidos no ensino de língua materna. É por isso que tais definições serão apresentadas nas seções subsequentes, pois as apresentaremos dentro da lógica das perspectivas sobre turismo observadas nos estudos das analistas de discurso sênior e júnior.

#### **4 Perspectivas sobre o turismo em Congonhas no estudo da analista de discurso sênior**

A analista de discurso sênior havia compreendido, desde a constituição do *corpus* deste estudo, que, do ponto de vista do discurso, poderíamos dizer que



Congonhas possui um ethos prévio de cidade de passagem, uma vez que esta é a imagem que o coenunciador (turistas e população local) possui do enunciador (as diferentes instituições que representam, em alguma medida, essa cidade mineira.) antes mesmo de qualquer ato enunciativo.

Para demonstrar se essa imagem se encontra, de fato, projetada nos textos do *corpus*, trabalhamos com a noção de ethos discursivo. Segundo Maingueneau (2008a), essa categoria de análise abarca a imagem construída pelo enunciador no nível do enunciado (o que foi dito) e no nível da enunciação (tom do discurso). A analista do discurso sênior trabalhou, mais especificamente, com o nível do enunciado, pois, ao analisar as páginas web dos hotéis H2 (Congonhas), Pequena Tiradentes, Hotel dos Profetas (Congonhas) e Pousada Marília de Dirceu (Tiradentes), notou que o vocabulário seria o principal dado linguístico presente nesses textos que revelaria o ethos discurso da primeira cidade.

Dessa forma, realizamos a análise dos vocábulos das páginas web dos referidos hotéis de acordo com a abordagem de Maingueneau (2008b, p. 81), para quem "as unidades lexicais tendem a adquirir o estatuto de signos de pertencimento". Logo, verificamos em que medida o vocabulário utilizado nos textos do *corpus* adquiriu ou não o estatuto de signos de pertencimento referente ao discurso turístico.

Ao examinar os vocábulos presentes na página web do Hotel H2<sup>5</sup>, verificamos a presença de palavras-chave do discurso turístico, como "acomodações", "pacotes" e "promoções". Entretanto, ao explorar os vocábulos presentes no link "pacotes e promoções", constatamos o distanciamento da cena englobante turismo, visto que nos deparamos com estas unidades lexicais: "noiva", "noite de núpcias", "convidados", "eventos", "reuniões" e "treinamento". Dessa forma, essa análise diz muito sobre o ethos discursivo de Congonhas, porque esperávamos encontrar muito mais vocábulos associados ao discurso turístico do que esses últimos.

Para enriquecer a nossa análise, contrastamos o vocabulário utilizado na página web do Hotel H2 com a página web da Pousada Pequena Tiradentes<sup>6</sup>. O primeiro ponto a ser destacado aqui é a presença do vocábulo "casamentos". Trata-se de uma unidade lexical muito próxima daquelas encontradas na página web do Hotel H2 ("noiva", "noite de núpcias" e "convidados"). Mas a diferença encontra-se no fato de o hotel de Congonhas enfatizar apenas esse vocabulário, que se distancia do discurso turístico, enquanto a Pousada Pequena Tiradentes, no link "datas especiais", utiliza enfaticamente unidades lexicais que possuem alto grau de

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.hotelh2.com.br/pacotes-e-promocoas>. Acesso em: 25 jul. 2021.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://pequenatiradentes.com.br/datas-especiais/>. Acesso em: 25 jul. 2021.

pertencimento à cena englobante turismo: “Natal”, “Réveillon”, “férias de janeiro”, “Carnaval”, “Semana Santa”, “Corpus Christi”, “férias de julho” e “final de semana gastronômico”.

Diante disso, notamos que as unidades lexicais priorizadas na página web do Hotel H2, da cidade de Congonhas, possuem o estatuto de pertencimento a outros discursos associados à região local, como o discurso religioso e empresarial, e não ao discurso turístico. A escolha por essas unidades lexicais são, a nosso ver, insuficientes para persuadir turistas. Isso não ocorre na página web da Pousada Pequena Tiradentes, dado que o léxico não apenas está atrelado ao discurso turístico, mas sobretudo direciona o turista a visitar Tiradentes por um período superior a um dia.

Logo, a ausência dessas unidades lexicais (observadas na página web da Pousada Pequena Tiradentes) na página web do Hotel H2 é o fato linguístico-discursivo que evidencia o ethos discursivo de Congonhas como cidade turística de passagem. Isso porque, ao considerarmos o ato enunciativo desse hotel como parte da enunciação do município mineiro, verificamos que “o que foi dito” nos textos do *corpus* não busca persuadir turistas a permanecerem na cidade de Congonhas em “datas especiais”, mas objetiva simplesmente persuadir a população local a ser cliente do supracitado hotel, ao desempenharem atividades como casamentos e reuniões. Ressaltamos que o vocábulo “convidados” reforça a ideia de que o “coenunciador” da página web do Hotel H2 é constituído muito mais pela população local do que eventualmente por turistas que passariam a “noite de núpcias” na cidade, pois esse evento discursivo, em geral, não conta com a presença de “convidados”.

Além da categoria de análise “vocabulário”, a analista de discurso sênior direcionou o seu estudo em torno da noção de “interdiscurso”. Assim, levamos em conta o postulado de Maingueneau (2008b) do “primado do interdiscurso” sobre o discurso (MAINGUENEAU, 2008b). Procuramos, pois, evidenciar características das referidas páginas web associadas ao interdiscurso (um conjunto de discursos), mais especificamente da relação entre o discurso turístico e o discurso publicitário.

Notamos, assim, que algumas características de marketing (discurso publicitário) também evidenciavam as diferenças apontadas em relação aos dois hotéis. No caso da página web do Hotel H2, identificamos um site organizado, esteticamente agradável, paletas e fontes padrões. Todavia, a plataforma não possui informações que incentivam o turismo prolongado (mais de um dia) na cidade de Congonhas. Logo, temos novamente a projeção do ethos discursivo desse município mineiro como cidade turística de passagem.

Já em relação à página web da Pousada Pequena Tiradentes, verificamos que o link “experiências” oferece opções de como o turista pode aproveitar a sua estadia

em Tiradentes. Trata-se, evidentemente, de uma estratégia de marketing em que a referida pousada oferece ao turista opções para ficar mais dias na cidade, além de aproximá-lo historicamente da região. Como vimos, isso não acontece na página web do Hotel H2, provocando o desinteresse dos turistas em visitar Congonhas e, principalmente, permanecer na cidade por mais de um dia.

Embora essa análise qualitativa já seja suficiente para o cumprimento do objetivo principal da parte desta pesquisa atribuída à analista de discurso sênior, julgamos essencial explorarmos o ponto de vista quantitativo, separando mais um hotel da cidade de Congonhas e outro de Tiradentes como constituinte do *corpus* do presente estudo. Partiremos, pois, para a análise da página web do Hotel dos Profetas, que posteriormente será comparado com a página web da pousada Marília de Dirceu.

Na página web do Hotel dos Profetas<sup>7</sup>, sobressaem palavras como “centro histórico”, “Igreja São José”, “Museu de Imagens” enquanto parte da cena englobante turismo, isto é, são vocábulos cujo estatuto de signos possuem forte grau de pertencimento ao discurso turístico. Porém, termos como “Cemig”, “CSN”, “Copasa” e “Vale” estão associados à cena englobante empresarial. Em outras palavras, esses últimos vocábulos não possuem um grau de pertencimento ao discurso turístico. Dessa forma, instaura-se um coenunciador desta página web como empresários e funcionários de empresas em vez de turistas.

No caso da página web da pousada Marília de Dirceu<sup>8</sup>, há diversas expressões no link “BLOG” que apontam claramente para a esfera social do turismo, inclusive para atividades turísticas que exigem a permanência dos turistas por mais de um dia na cidade: “O que fazer em Tiradentes”, “Programação da Semana Santa”, “Roteiro” e “Carnaval”. Diante disso, notamos que, ao contrário do que acontece com a página web do Hotel dos Profetas, a pousada de Tiradentes, no link “BLOG”, lista diferentes atividades a serem desenvolvidas na cidade, inclusive por mais de um dia.

Além disso, a relação interdiscursiva entre o discurso turístico e o discurso publicitário evidencia estratégias diferentes de marketing nas duas páginas web. Analisando primeiramente a página web do Hotel dos Profetas, verificamos uma plataforma esteticamente organizada: uma cor padrão, fontes legíveis e informações principais em destaque. Contudo, o website não possui dados que direcionam o público-alvo ao turismo prolongado na cidade.

Por outro lado, na Pousada Marília de Dirceu, destaca-se a criação do link “BLOG”, com informações sobre museus, roteiros e passeios em Tiradentes. Dessa forma, chama-se a atenção do turista não apenas para as acomodações da referida

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www.hoteldosprofetas.com.br/>. Acesso em: 25 jul.2021.

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.pousadamariliadedirceu.com/novidades/categorias/roteiro-turistico>. Acesso em: 25 jul.2021.

pousada, mas também para diversas atrações turísticas da cidade. Essa estratégia discursiva é muito relevante e não nos parece ser uma mera coincidência o fato de encontrarmos essa estratégia de marketing na página web dessa pousada referente a uma cidade que não possui o estereótipo de cidade turística de passagem: Tiradentes. A nosso ver, tais dados evidenciam, na prática, o postulado de Murphy et al. (1996) segundo o qual a homepage deve ser capaz de atender o marketing interno e externo do hotel.

Por fim, um último ponto estudado pela analista de discurso sênior ainda em relação à noção de interdiscurso está no nome desses dois últimos hotéis. Assim, foi lembrado o estudo de Paveau (2011) sobre o lugar da memória discursiva, o nome próprio e o contexto histórico a fim de problematizarmos a diferença observada nas duas páginas web. Chegamos à conclusão de que, nos nomes próprios dos dois hotéis, há clara alusão a fatos históricos e artísticos das duas cidades. Não obstante, somente na página web da Pousada Marília de Dirceu há informações explícitas sobre essa importante personalidade histórica e artística para a região (Marília de Dirceu). Novamente, a página web do Hotel dos Profetas não utiliza essa estratégia interdiscursiva para favorecer uma interação com os potenciais turistas e essa falta de interlocução com o turista está, a nosso ver, fortemente ligada ao ethos discurso de cidade turística de passagem de Congonhas.

Ressaltamos que a ausência da referida estratégia e essa ligação com o ethos discursivo de cidade turística de passagem de Congonhas revela, em outras palavras, uma falha na gestão dos referidos hotéis dessa cidade, sobretudo no que diz respeito à relação entre essas organizações e os seus clientes (no caso, os turistas).

O termo *customer centricity*, tão adotado em todas as nossas obras recentes, simboliza a nova relação das companhias com seus consumidores. Não se trata mais de colocar o foco no cliente, e sim de promover esse ator ao posto central em todas as reflexões estratégicas da organização. É um movimento inegociável que resgata a premonitória visão de centrar os esforços no entendimento do *Jobs to Be Done* de Drucker (MAGALDI; NETO, 2020, p. 61-62. Grifos do original).

Vemos, pois, que o estudo realizado pela analista de discurso sênior, com a supervisão de um analista de discurso, ao longo de seis meses, permitiu a compreensão de aspectos relevantes da cidade em que estuda com base na presente análise discursiva. Não só obtivemos o resultado de que Congonhas possui um ethos discursivo de cidade turística de passagem, como também notamos, pelas entrelinhas do discurso, materializado em textos, que a gestão dos dois hotéis dessa cidade não parece estar tão alinhada às abordagens empresariais atuais como parece ocorrer com os dois hotéis de Tiradentes, pelo menos no que diz respeito à relação

entre essas organizações (os hotéis) e seus clientes, os potenciais turistas dessas regiões.

## 5 Perspectivas sobre o turismo em Congonhas no estudo da analista de discurso júnior

A analista de discurso júnior, por sua vez, trabalhou com a página web Turismo de Minas, realizando uma comparação entre as cidades de Congonhas e Ouro Preto. Primeiramente, é preciso destacar que, apesar de termos trabalhado especificamente com essas cidades, os dados referentes a elas possuem um fator diferente dos hotéis analisados na seção anterior pelo fato de essa instituição se voltar para o turismo de diversas cidades do estado de Minas Gerais, como evidencia o link “QUEM SOMOS”:

**Marden Couto** e **Luana Bastos** são profissionais especializados em marketing e turismo, com mais de 15 anos de atuação no mercado. Juntos já produziram mais de 100 edições do Jornal Turismo de Minas e mais de 100 edições do caderno de turismo do Jornal Estado de Minas. Em 2016, realizaram uma expedição por Minas Gerais, percorrendo 40 cidades, durante 2 meses de viagem, rodando mais de 4.500 km de Jeep, o que resultou na publicação do único Guia Turístico de Minas Gerais, disponível no mercado. O casal de nômades digitais já morou por 3 anos em hotéis e conhece mais de 200 cidades, 17 estados e 12 países<sup>9</sup>.

Passemos, pois, às análises do vocabulário de acordo com os postulados de Maingueneau (2008b), sempre tendo como parâmetro essas condições de produção (ORLANDI, 2015) da referida página web. A nossa análise evidenciou como as unidades lexicais sobre as informações de cada uma dessas cidades são associadas a posições discursivas diferentes. No caso das informações sobre Congonhas, vocábulos como “atrativos”, “obra-prima”, “barroco” e “museus” são associados à cena englobante turismo, principalmente elencando nomes próprios que se referem a pontos turísticos da cidade: “Santuário do Senhor Bom Jesus de Matosinhos”, “Romaria”, “Museu de Congonhas”, “Rua da Ladeira”, “Parque da Cachoeira”, “Festival da Quitanda”, “Patrimônio Mundial da Humanidade”.

Em relação às informações sobre Ouro Preto, além de unidades lexicais como “praça”, “paralelepípedos”, “conjuntos arquitetônicos”, “casas”, “igrejas barrocas e rococós” e “destino”, destacam-se vocábulos utilizados para dar informações mais precisas aos turistas: “terça a domingo”, “telefone”, “preço de ingressos”, “horário de visita”, “endereço dos pontos turísticos”, “pousadas e locais para passar a noite”.

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://turismodeminas.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 27 jul. 2021. Grifos do original.

Para nós, a ausência de vocábulos como esses últimos na parte destinada a Congonhas reforça o seu ethos discursivo de cidade turística de passagem. Isso porque tais informações incentivam os turistas a permanecerem por mais de um dia em Ouro Preto, enquanto as informações sobre Congonhas se resumem a dar ao turista apenas uma visão geral sobre a cidade.

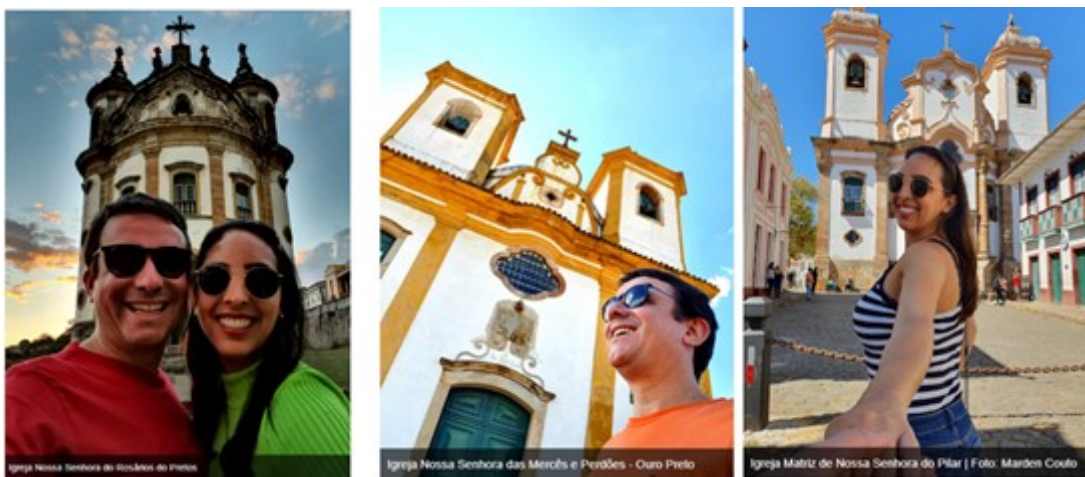
É preciso ressaltar o fato de essas informações mais específicas (referentes a Ouro Preto) terem sido observadas na página web de dois profissionais de turismo e de marketing. Logo, aqui transparece também a relação interdiscursiva (MAINGUENEAU, 2008b) entre o discurso turístico e o publicitário (marketing), entrelaçando-se ainda com o discurso jornalístico/midiático, já que os organizadores da página Turismo de Minas também são autores de matérias sobre turismo no Jornal Estado de Minas. Portanto, a ausência das informações específicas (encontradas no espaço destinado a Ouro Preto) na parte destinada a Congonhas reforça o ethos discursivo de Congonhas como cidade turística de passagem.

Além dessa análise voltada para o vocabulário utilizado nas abas específicas das cidades de Congonhas e Ouro Preto nessa página web, a analista de discurso júnior identificou um “Roteiro de viagem de 8 dias por Minas Gerais a partir do Rio de Janeiro”. Nesse texto, ambas as cidades estão presentes. Entretanto, em Ouro Preto, um dos objetivos era conhecer a cidade durante o dia e passar a noite ali, em uma pousada indicada pela página web Turismo de Minas. No município de Congonhas, isso não acontece. O planejamento para a visita nessa última cidade é feito das 8 às 17 horas somente, visitando o local, portanto, apenas em um dia. Vê-se, mais uma vez, um dado que reforça o ethos discursivo de Congonhas como uma cidade turística de passagem.

Por fim, a analista de discurso júnior foi incentivada a desenvolver uma análise voltada para a comparação das fotos apresentadas no espaço destinado a Congonhas e a Ouro Preto na página web Turismo de Minas. Para isso, trabalhamos com a abordagem de Maingueneau sobre o ethos discursivo (2016). Vimos, então, que, na proposta do teórico francês, analisam-se os aspectos que determinam a personalidade do enunciador, a partir de traços psíquicos e físicos. Trata-se, na terminologia mangueneuniana, das subcategorias caráter e corporalidade. A primeira diz respeito aos traços psicológicos do enunciador, enquanto a segunda refere-se aos aspectos físicos, apreendidos por meio da enunciação.

Foram separadas, assim, três fotos disponíveis no espaço destinado a Ouro Preto que se diferenciam daquelas apresentadas na parte referente a Congonhas.

Figura 1. Fotos que acompanham informações sobre Ouro Preto no site Turismo de Minas



Fonte: Turismo de Minas

A analista de discurso júnior interpretou os traços psicológicos dos enunciadores da página web como uma projeção da imagem de turistas felizes. Acontece que esses turistas são os próprios autores/organizadores da página web Turismo de Minas. Logo, esse traço psicológico de turistas felizes associado à maneira desses enunciadores se vestirem nos levaram à seguinte interpretação. Ao aparecerem nas fotos tiradas na cidade de Ouro Preto, os responsáveis pela página web Turismo de Minas mostram que estão gostando da visita ao local e estimulam outros turistas a quererem conhecer a cidade, inclusive para permanecer nela por mais de um dia, já que, nas fotos, aparecem com roupas diferentes. Infere-se, portanto, que ficaram mais de um dia em Ouro Preto.

No espaço destinado à cidade de Congonhas, os responsáveis pela página web Turismo de Minas não aparecem nas fotos. Ressaltamos que a informação do crédito das fotos é de um dos autores/organizadores da página: Marden Couto. Logo, infere-se que eles estiveram na cidade, mas optaram por não aparecerem nas fotos. Para nós, tal fato reforça o ethos discursivo de Congonhas como cidade turística de passagem, pois podemos associar o traço psíquico “pressa” com o aspecto físico da ausência de fotos com turistas.

Figura 2. Fotos que acompanham informações sobre Congonhas no site Turismo de Minas



Fonte: Turismo de Minas

Notamos, portanto, que o estudo empreendido pela analista de discurso júnior, sob a supervisão de um analista de discurso, ao longo de seis meses, permitiu que ela tivesse um novo olhar sobre a cidade em que reside. Esses resultados atrelados à atuação de uma jovem cientista do ensino médio do IFMG *Campus Congonhas* são ainda mais relevantes por terem dado a oportunidade a uma estudante desse nível de ensino de compreender e praticar um pouco das ciências da linguagem, mais especificamente no campo dos estudos discursivos. Logo, sua projeção enquanto analista de discurso júnior prova a importância de investimentos em pesquisas de iniciação científica para esse nível de ensino, sobretudo na área de língua portuguesa, em que costuma prevalecer apenas o ensino de regras da gramática tradicional, muitas vezes sem se levar em conta estudos científicos mais atuais no campo dos estudos linguísticos, principalmente aqueles sobre os textos/discursos.

## 6 Conclusão

As análises apresentadas evidenciam que as duas jovens cientistas desempenharam o papel de analistas de discurso sênior e júnior, pois lidaram com conceitos e métodos da Análise do Discurso Francesa, descrevendo cientificamente o ethos de Congonhas como cidade turística de passagem.

Ambas as estudantes projetaram essa imagem ao realizarem o estudo sobre os textos dos *corpora* com base nas noções de ethos discursivo, vocabulário e interdiscurso. Este trabalho modificou a visão que a analista de discurso sênior tinha em relação à cidade onde estuda e principalmente lhe forneceu subsídios para a sua atuação como professora e pesquisadora da área de Letras. O mesmo ocorreu com a analista de discurso júnior, que conheceu e praticou uma análise científica de um *corpus* constituído por ela própria.

Concluimos, pois, que a terminologia adotada aqui de analistas de discurso sênior e júnior constitui uma forma de categorizar essa prática científica, que muito pode agregar à formação de professores da área de Letras e de estudantes do ensino médio, dando contribuições concretas para o desenvolvimento cultural, científico, político e histórico de cidades como Congonhas.

## Referências

AMOSSY, R. **Images de soi dans le discours**. La construction de l'ethos. Lausanne: Delachaux et Niestlé, 1999. 216 p.



\_\_\_\_\_. **La présentation de soi.** Ethos et identité verbale. Paris: PUF, 2010. 235 p.

ANDRADE, R. B. O discurso institucional na iniciação científica e tecnológica: Museu Casa Guimarães Rosa e STJ sob a ótica de analistas de discurso juniores. **Entremeios.** Pouso Alegre (MG), vol. 18, p. 63-80, jan. - jun. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.20337/ISSN2179-3514revistaENTREMEIOSvol18pagina63a80>.

\_\_\_\_\_. **Discurso e identidade diplomática.** Curitiba: Appris, 2020. 163 p.

CALVI, M. V. Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. **Ibérica:** Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE), n.19, 2010, p. 9-32. Disponível em: [file:///C:/Users/rafae/Downloads/Dialnet-LosGenerosDiscursivosEnLaLenguaDelTurismo-3185284%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/rafae/Downloads/Dialnet-LosGenerosDiscursivosEnLaLenguaDelTurismo-3185284%20(2).pdf). Acesso em: 07 nov. 2020.

DUCHENE, A. Construction institutionnelle des discours: idéologies et pratiques dans une organisation supranationale. **Tranel.** v. 40, 2004. p. 99-115. Disponível em: [https://doc.rero.ch/record/19078/files/8-Duchene\\_revu.pdf](https://doc.rero.ch/record/19078/files/8-Duchene_revu.pdf). Acesso em: 02 mai. 2016.

\_\_\_\_\_. **Ideologies across nations:** the construction of linguistic minorities at the United Nations. New York: Mouton de Gruyter, 2008. 282 p.

HOTEL DOS PROFETAS. Disponível em: <http://www.hoteldosprofetas.com.br/>. Acesso em: 25 jul.2021.

HOTEL H2. Disponível em: <https://www.hotelh2.com.br/pacotes-e-promocoes>. Acesso em: 25 jul. 2021.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

KRIEG-PLANQUE, A. **Analyser les discours institutionnels.** Paris: Armand Colin, 2014. 238 p.

MAINGUENEAU, D. A propósito do ethos. In: MOTTA, A. R. SALGADO, L. (orgs.). **Ethos discursivo.** São Paulo: Contexto: 2008a. p. 11-29.

\_\_\_\_\_. **Gênese dos discursos.** Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2008b. 184 p.

\_\_\_\_\_. **Discurso e análise do discurso.** Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015a. 192 p.

\_\_\_\_\_. **La philosophie comme institution discursive.** Limoges: Lambert-Lucas, 2015b. 240 p.

\_\_\_\_\_. **Analyser les textes de communication**. Paris: Armand Colin, 2016. 280p.

MAGALDI, S.; NETO, J. S. **Estratégia adaptativa**: o novo tratado do pensamento estratégico. São Paulo: Editora Gente, 2020. 304 p.

MURPHY, J.; FORREST, E.; WOTRING, C. E.; BRYMER, R. A. Hotel management and marketing on the Internet. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, v. 37, n. 3, p. 70-82, 1996.

ORLANDI, E. P. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2015. 100 p.

PAVEAU, M.-A. Quelles données entre l'esprit et le discours? Du préconstruit au prédiscours. **L'analyse du discours**. Notions et problèmes. Les éditions Sahar, 2011. p. 19-37. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00596737/document>. Acesso em: 06 jun. 2017.

**POUSADA MARÍLIA DE DIRCEU**. Disponível em: <https://www.pousadamariliadedirceu.com/novidades/categorias/roteiro-turistico>. Acesso em: 25 jul.2021.

**POUSADA PEQUENA TIRADENTES**. Disponível em: <https://pequenatiradentes.com.br/datas-especiais/>. Acesso em: 25 jul. 2021.

SARFATI, G.-E.; PAVEAU, M.-A. **Les grandes théories de la linguistique**: de la grammaire comparée à la pragmatique. Paris: Armand Colin, 2014. 256 p.

**TURISMO DE MINAS**. Disponível em: <https://turismodeminas.com.br/cidades/ouro-preto/>. Acesso em: 28 jul. 2021.



## **Training of senior and junior discourse analysts: perspectives on tourism in Congonhas-MG**

---

### **ABSTRACT:**

The present study aims to present a discursive analysis, based on categories of French Discourse Analysis, of i) web pages of two hotels in Congonhas and two hotels in Tiradentes; and ii) tourist information of Congonhas and Ouro Preto on the Website Turismo de Minas. The research highlights the role of senior and junior discourse analysts in training these corporations and characterizes the Congonhas ethos as a tourist city of passage, understanding how discursive activities can be related to the cultural, scientific, political and historical development of cities such as Congonhas.

---

### **KEYWORDS:**

Discourse Analysis;  
Institutional Discourse;  
Scientific initiation;  
Tourism.