



BRASIL

TOUR GUIDE 78



**CORPO, INTERDIÇÃO E HETEROTOPIA:
A NUDEZ DO CORPO DA MULHER NO DISCURSO DA
PROPAGANDA TURÍSTICA OFICIAL BRASILEIRA**

Karoline Machado

MINISTRY OF INDUSTRY AND COMMERCE



EMBRATUR

BRAZILIAN TOURISM AUTHORITY



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: LINGUÍSTICA E PRÁTICAS SOCIAIS
LINHA DE PESQUISA: DISCURSO E SOCIEDADE

KAROLINE MACHADO FREIRE PEREIRA

**CORPO, INTERDIÇÃO E HETEROTOPIA: A NUDEZ DO CORPO DA MULHER
NO DISCURSO DA PROPAGANDA TURÍSTICA OFICIAL BRASILEIRA**

João Pessoa - PB
2015

KAROLINE MACHADO FREIRE PEREIRA

**CORPO, INTERDIÇÃO E HETEROTOPIA: A NUDEZ DO CORPO DA MULHER
NO DISCURSO DA PROPAGANDA TURÍSTICA OFICIAL BRASILEIRA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING), do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), como requisito para a obtenção do título de Mestre na área de concentração em Linguística e Práticas Sociais, sob orientação da Profa. Dra. Maria Regina Baracuhy Leite.

Área de concentração: Linguística e Práticas Sociais

Linha de pesquisa: Discurso e Sociedade

João Pessoa - PB
2015

P436c Pereira, Karoline Machado Freire.
 Corpo, interdição e heterotopia: a nudez do corpo da
 mulher no discurso da propaganda turística oficial brasileira /
 Karoline Machado Freire Pereira.- João Pessoa, 2015.
 83f. : il.
 Orientadora: Maria Regina Baracuhy Leite
 Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHL
 1. Linguística. 2. Linguística e práticas sociais. 3. Análise do
 discurso. 4. Corpo. 5. Interdição. 6. Heterotopia. 7. Propaganda
 turística institucional.

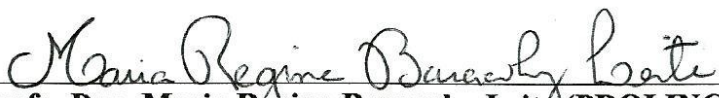
UFPB/BC

CDU: 801(043)

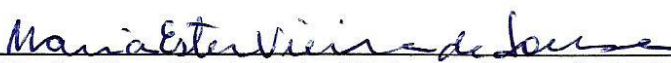
KAROLINE MACHADO FREIRE PEREIRA

**CORPO, INTERDIÇÃO E HETEROTOPIA: A NUDEZ DO CORPO DA MULHER
NO DISCURSO DA PROPAGANDA TURÍSTICA OFICIAL BRASILEIRA**

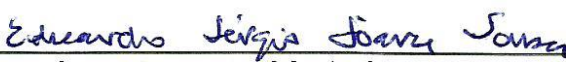
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Maria Regina Baracuh Leite (PROLING/UFPB)
Orientadora



Profa. Dra. Maria Ester Vieira de Sousa (PROLING/UFPB)
Examinadora Interna



Prof. Dr. Eduardo Sérgio Soares Sousa (PPGS/UFPB)
Examinador Externo

Aprovada em 19 / 03 / 2015

AGRADECIMENTOS

Agradeço àqueles que contribuíram para o desenvolvimento deste trabalho e àqueles que não contribuíram diretamente, mas que me fizeram ser quem eu sou hoje.

Especialmente:

- A Deus, por toda a força que me proporcionou nos momentos mais difíceis e de desânimo, e pela garra que me fez querer enfrentar o próximo desafio ão doutorado.
- A Felipe, meu amor, por ser tudo o que eu precisava na minha vida, um marido carinhoso, lindo, fofinho, compreensível, que me incentiva a crescer cada vez mais profissionalmente, que não pode me ver flauteando um minutinho e já fala óKarol, vá estudar!ô, que escuta meus lamentos, me dá conselhos, aguenta meus chororôs...
- A Mainha, por ter me passado geneticamente o amor aos estudos, às letras e ao ensino; pelas leituras e correções dos meus textos; pelos *abstracts*; pelo incentivo a ser determinada; e, principalmente, por me amar e me dar carinho exageradamente.
- A Painho, por me apoiar em tudo que decido fazer na minha vida e me ajudar a manter o foco nos meus objetivos; pelas nossas longas conversas no terraço de casa; e, também, por me amar exageradamente e sempre repetir aos quatro cantos que sou sua preferida, ao lado da minha irmã (a predileta) e do meu irmão (o favorito).
- À minha Sismas, pelo amor, pelo carinho, pelo apego, pelas conversas intermináveis, pelas leituras e correções dos meus textos, pelos projetos, por ser minha irmã gêmea e por ser minha companheirinha de aventuras.
- Ao meu Gabin, por ser tão amável; por me fazer feliz; por me fazer às vezes ser criança e às vezes ser mãe; e por ter completado a nossa linda Família Zamor.
- A Vovô José, pelas danças, por sempre me dizer que eu era linda todas as vezes que me via e por permanecer eternamente nas minhas lembranças e no meu coração.
- A Vovó Pempenha, pelo amor, pelo carinho, pelas brincadeiras, pelas ópás de areiaô e por deixar essa Kazinha aqui ser a primeira a sentar no banquinho do seu coração.
- A Vovô Alderico, por me fazer gostar das coisas simples da vida e dos animais.
- A Vovó Ivonete, por ter sido uma avó tão presente, principalmente na minha infância, me ensinando a fazer bolos e organizando minhas festinhas de aniversário.
- A Dona Hilva, pelo carinho, pelas conversas, pelas risadas, por me acolher na sua casa no momento em que eu e Felipe mais precisávamos, por me deixar quietinha no meu quarto, quando eu necessitava estudar, e por torcer pela minha vitória.

- Às minhas tias, tio, primas e primos, pelo carinho, pela alegria e por estarem sempre presentes no meu dia-a-dia e comemorarem cada passo da minha vida comigo.
- Às Misses (Lu, Lulu, Mi e Clá), pela amizade, pelas conversas, pelas brincadeiras, pelo companheirismo, pela torcida organizada e pelos jantares restauradores.
- A Nadja, pelo carinho, pela torcida, pela amizade, por fazer do DOG o melhor local de trabalho do mundo e por me ensinar tudo que sei enquanto Servidora Pública.
- A Raquelzita, pela amizade pura e sincera que construímos; por não ter me odiado, quando lhe ignorei no seu primeiro dia de trabalho no DOG; pelas conversas; e por dividir comigo as alegrias e as dores que o mestrado nos proporciona.
- Aos amigos do CIDADI, pelos saberes e sabores partilhados, pelos desafios propostos, pelas conquistas advindas, ósó arrasando!ô; ófeliz CIDADIô sem igual.
- A Francisco, pela restauração, pelas risadas, por ser tão bom no que faz, pelas contribuições e correções no meu trabalho, e por ser meu irmãozinho da pós.
- Aos meus amigos Flávio e Ilderlândio (vulgo Biu e Bilica), por terem contribuído diretamente no meu trabalho, pela sincera e fiel amizade que construímos, pela parceria na vida acadêmica, pelas risadas na Praça da Alegria, pelos óquartinhosô no Facebook... óEu chego até a chorarô, quando eu me lembro disso tudo (risos).
- A Dr. Eduardo, pela parceria que fez com Deus e, juntos, terem salvado a minha vida; e por ser essa pessoa que tanto tenho admiração, respeito, amizade e carinho.
- Aos Professores e amigos Nilton Milanez, Vanice Sargentini e Rosário Gregolin, minhas referências em carne e osso, pelas brilhantes palestras, pelas orientações, pelo carinho, pelas risadas e pelas farras após cansativos dias de congresso.
- Às Professoras Tânia Pereira e Edjane Assis, pelas valorosas contribuições que proporcionaram ao meu trabalho no momento da banca de qualificação.
- À Professora Ester, por ter aceitado o convite para compor a Banca Examinadora e se dispor a ler esta dissertação, contribuindo para a sua redação final.
- A Louise Alfonso, por ter me ajudado no momento em que eu mais precisava, sem sequer me conhecer, compartilhando comigo seu *corpus* de pesquisa, para que eu pudesse construir o meu. Essa pessoa merece toda a minha gratidão e admiração.
- E principalmente à minha querida orientadora Regina Baracuhy, por ter me lapidado e me transformado em pesquisadora e analista, por ter me apresentado o fantástico mundo da Análise do Discurso, por me fazer acreditar no meu potencial, por me fazer sonhar e por ter me proporcionado conhecer pessoas e lugares incríveis.

A todos vocês, muitíssimo obrigada!

***A Antônia e Antônio Pereira, por
tudo o que me fizeram ser, eu dedico.***

*óO corpo está no centro do mundo,
ali onde os caminhos e os espaços se
cruzam, o corpo não está em
nenhuma parte: o coração do mundo
é esse pequeno núcleo utópico a
partir do qual sonho, falo, me
expresso, imagino, percebo as coisas
em seu lugar e também as nego pelo
poder indefinido das utopias que
imagino. O meu corpo é como a
Cidade de Deus, não tem lugar, mas
é de lá que se irradiam todos os
lugares possíveis, reais ou utópicosô.*

(Michel Foucault)

RESUMO

O corpo seminu da mulher brasileira foi interditado na propaganda turística oficial brasileira, como forma de potencializar as campanhas contra o turismo sexual, porém não foi observada essa interdição no discurso sobre o Carnaval brasileiro, tendo em vista a contínua superexposição do corpo seminu da mulher em desfiles carnavalescos. O objetivo geral desta dissertação é analisar o problema elencado, ou em outras palavras, analisar por que a nudez do corpo da mulher brasileira é interditada no discurso da propaganda turística institucional e o mesmo não ocorre nesse gênero quando se trata do Carnaval. Os objetivos específicos são: (i) analisar a ação da biopolítica sobre o corpo através dos efeitos de sentido produzidos pela relação entre as materialidades linguística e imagética; (ii) verificar as relações de poder que se estabelecem no embate entre a reivindicação, a manutenção, a transformação e a cristalização de identidades; (iii) descrever os acontecimentos discursivos que favoreceram a mudança na produção de saber que provocou a interdição da nudez do corpo da mulher brasileira; (iv) investigar sobre os dispositivos disciplinares e de controle, sobretudo a interdição, que agem sobre o corpo apresentado nas propagandas; (v) discutir a intericonicidade (os ecos da imagem) na materialidade do discurso em pauta sob a perspectiva da Semiologia Histórica; (vi) analisar sobre a governamentalidade na normatização do corpo da mulher; (vii) verificar por que no espaço heterotópico carnavalesco o corpo não é interditado. Utiliza-se, para isso, os pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso (AD), a partir das ideias de Michel Pêcheux e, sobretudo, das contribuições dos trabalhos de Michel Foucault, além de se apoiar nos estudos realizados por Jean-Jacques Courtine acerca do corpo e da Semiologia Histórica da imagem. Metodologicamente, a pesquisa caracteriza-se como documental e bibliográfica, de caráter descritivo e interpretativo. Para a análise do *corpus*, utiliza-se do método arqueogenealógico de Michel Foucault (2012a), que é capaz de escavar, da história, as condições de possibilidade que permitem a emergência de discursos, a partir da análise da irrupção dos acontecimentos, das regras das formações discursivas e das rupturas nas redes de memória. O *corpus* é composto por trinta propagandas turísticas oficiais do Brasil produzidas pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), em um recorte temporal que vai desde a década de 1970 até o ano de 2015. Dentre os resultados da pesquisa, constatou-se que o Carnaval é um espaço heterotópico de passagem, por isso a nudez é permitida no tempo e no espaço carnavalesco, ou seja, os sistemas de controle, sobretudo a interdição, que perpassam toda a ordem da vida cotidiana, são revogados durante o Carnaval, e essa permissividade abrange, inclusive, o discurso da propaganda turística oficial brasileira.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Corpo. Interdição. Heterotopia. Propaganda Turística Institucional.

ABSTRACT

The body of the semi nude Brazilian woman was interdicted in the Brazilian official touristic propaganda, as a way to potentialize the campaigns against the sexual tourism, but this interdiction was not observed in the discourse on Brazilian Carnival, as seen the continuous super exposition of the woman semi nude body in Carnival parades. The general purpose of this dissertation is to analyze the bringing problem, or in other words, to analyze why the nudity of the Brazilian woman body is interdicted in the discourse of the institutional touristic propaganda and the same does not occur in this gender as dealing with Carnival. The specific purposes are: (i) to analyze the action of biopolitical on the body through the meaning effects produced by the relationship between the linguistic and imagetive materialism; (ii) to verify the relationships of power which are established between the revindication, the maintenance, the transformation and the crystallization of identities; (iii) to describe the discursive happenings that helped the changes in the production of knowing the provoked the nudity interdiction of the Brazilian woman body; (iv) to investigate about the disciplinary and control dispositive, above all the interdiction, that act on the body presented in the propagandas; (v) to discuss the intericonicidade (the echoes of the image) in the materiality of the purposed discourse above the perspective of Historical Semiology; (vi) to analyze about the governmentalization in the rules of woman body; (vii) to verify why in the heterotopic space of Carnival the body is not interdicted. As a support to a theoretical foundation, we used the Discourse Analysis (AD), from the ideas of Michel Pêcheux and, above all, the contributions of the works of Michel Foucault, beyond to have a support of the studies realized by Jean-Jacques Courtine on the body and the Historical Semiology of image. Methodologically, the research is characterized as documental and bibliographical, of descriptive and interpretative character. To the *corpus* analyzing, the arqueogenealogical method of Michel Foucault is used, which is able to dig, of the history, the conditions of possibilities which permit the emergency of discourses, to the analyses of irruption of happenings, of the roles of discursive structures and of ruptures in the memory nets. The *corpus* is composed by thirty official touristic propagandas of Brazil produced by Brazilian Institute of Tourism (EMBRATUR), in a time memory that goes from the decade of 1970 till the year of 2015. In the results of the research, it was verified that the Carnival is a heterotopic space of passage, due this the nudity is permitted in time and in Carnival space, this is, the systems of control, above all the interdiction, that over whelm every rule of diary life, are revoked during the Carnival, and this permitting holds, inclusive, the discourse of Brazilian official touristic propaganda.

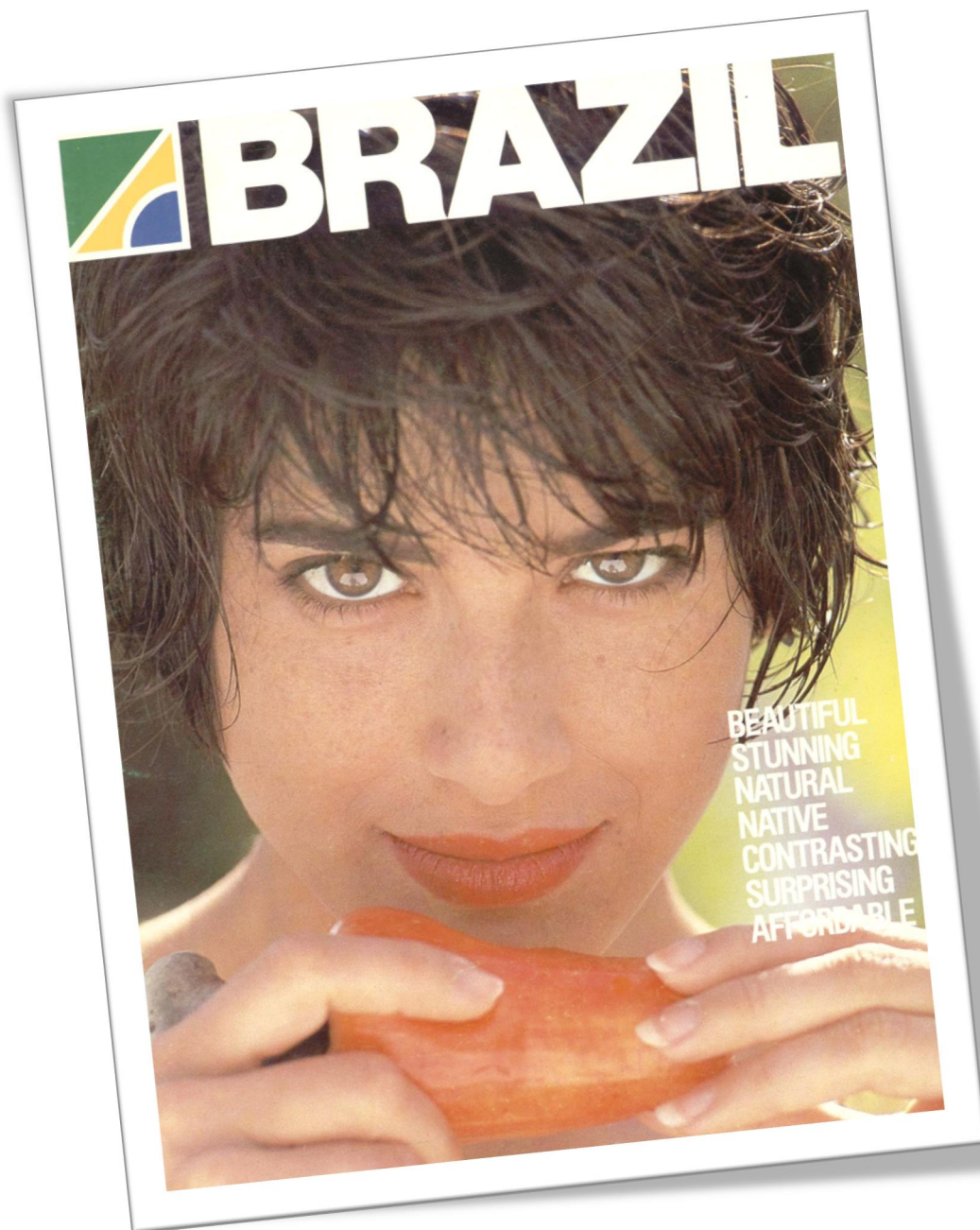
Keywords: Discourse Analysis. Body. Interdict. Heterotopia. Institutional Touristic Propaganda.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Carnaval do Rio de Janeiro em 1930.....	55
FIGURA 2 – Carnaval do Rio de Janeiro em 2015.....	55
FIGURA 3 – Carnaval de Salvador-BA em 2015.....	55
FIGURA 4 – Carnaval de Olinda-PE em 2015.....	55
FIGURA 5 – As Mulatas do Sargentelli.....	61
FIGURA 6 – Brasileiro: descubra o Brasil.....	63
FIGURA 7 – Portinari: o descobrimento do Brasil.....	65
FIGURA 8 – Cartão-Postal de 1980.....	67
FIGURA 9 – Cartão-Postal de 2014.....	67
FIGURA 10 – Visa: Estamos loco, loco, locos!.....	72
FIGURA 11 – Copa 2014: Videoclipe da Música Oficial “We are one”	72
FIGURA 12 – Globo: Vinheta do Carnaval Globeleza 2015.....	74
FIGURA 13 – A proibição da nudez na praia.....	75
FIGURA 14 – A permissão da nudez no Carnaval.....	75

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1. “OLHA QUE COISA MAIS LINDA, MAIS CHEIA DE GRAÇA”: A ANÁLISE DO DISCURSO.....	24
1.1 <i>O percurso histórico da Análise do Discurso</i>	25
1.2 <i>A Semiologia Histórica: novos objetos e novos olhares.....</i>	34
1.3 <i>O corpo e sua articulação com a história</i>	36
2. “BRASIL, MEU BRASIL BRASILEIRO”: CONSTRUÇÃO DE UMA IDENTIDADE	38
2.1 <i>A construção identitária sob o ponto de vista essencialista.....</i>	40
2.2 <i>A construção identitária sob o ponto de vista não-essencialista.....</i>	42
2.3 <i>A interdição de um símbolo identitário</i>	43
2.4 <i>Há uma crise de identidade?.....</i>	45
2.5 <i>Pertencentes ou forasteiros</i>	46
3. “EXPLODE CORAÇÃO NA MAIOR FELICIDADE”: A HETEROTOPIA E O ESPAÇO CARNAVALESCO	50
3.1 <i>Heterotopia e Heterotopologia.....</i>	52
3.2 <i>Os seis princípios fundamentais da heterotopia.....</i>	53
4. “MULHER BRASILEIRA EM PRIMEIRO LUGAR”: A ANÁLISE DISCURSIVA DO CORPUS	59
4.1 <i>O corpo nu: início da promoção turística oficial do Brasil</i>	62
4.2 <i>O corpo interditado: o reposicionamento da imagem do Brasil.....</i>	66
4.3 <i>O corpo no Carnaval: espaço onde a nudez é a regra.....</i>	70
4.4 <i>O corpo e a heterotopia: o espaço do Carnaval e o do dia-a-dia.....</i>	74
CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS.....	79



INTRODUÇÃO

É precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas.

Stuart Hall (2000, p. 109)

Esta dissertação, intitulada **óCorpo, interdição e heterotopia: a nudez do corpo da mulher no discurso da propaganda turística oficial brasileira**, inscreve-se na área da Linguística, mais especificamente, a partir dos fundamentos teórico-metodológicos e perspectivas de abordagem da Análise do Discurso (doravante AD), por nos dar o aporte necessário para discutir a historicidade contida na linguagem.

Tratar da imagem do corpo da mulher no discurso da propaganda turística oficial brasileira é, sobretudo, discutir sobre a identidade de um país rico em patrimônio natural, cultural e histórico. Importa-nos, então, analisar por que há a interdição da nudez do corpo da mulher na propaganda turística institucional e o mesmo não ocorre em relação ao Carnaval, ambos discursivizados no gênero propaganda turística.

O Brasil é o quinto maior país em extensão territorial. Oferece a seus visitantes vários atrativos turísticos, desde o litoral até os espaços histórico-culturais do interior. Suas atividades econômicas giram em torno dos três setores da economia: primário (agricultura, extrativismo vegetal e mineral), secundário (indústria de transformação e construção) e terciário (comércio, transporte e serviços). Neste, uma das atividades que vem se destacando muito é o turismo, apresentando resultados positivos nos últimos anos e se consolidando como um importante vetor de desenvolvimento socioeconômico, de tal forma que no século XXI já surgiu como atividade de primeira grandeza, alcançando patamares de elevada qualidade operacional e de planejamento.

O país possui uma grande faixa litorânea com belas praias, além do sol e calor quase o ano inteiro, fato que o coloca entre os principais destinos de turismo mundial, trazendo milhões de turistas aos seus aeroportos todos os anos. Essas características possibilitaram ao país o desenvolvimento de uma segmentação turística conhecida por **óturismo de sol e praia**, assim denominada pelo Ministério do Turismo, por se constituir de **óatividades turísticas** relacionadas à recreação, entretenimento e descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor (BRASIL, 2008, p. 16).

Além dessas características naturais, quando falamos em Brasil, sobretudo no exterior, a primeira ideia que vem em mente é futebol e Carnaval, ou seja, o Carnaval brasileiro seria a "festa símbolo da Nação" (SILVA, 2008, p. 17).

As propagandas turísticas brasileiras oficiais seguem a mesma tendência de espetacularização do corpo propagada pela mídia, principalmente nas campanhas que circularam nas décadas de 1970 e 1980. Mesmo com toda a diversidade de imagens presentes nessas propagandas, algumas regularidades discursivas chamam a atenção e uma delas, senão a principal, diz respeito à superexposição da imagem de corpos seminus de mulheres.

A exposição do corpo seminu da mulher está em evidência na mídia, seja na televisão, internet e em revistas, jornais e outdoors, encontramos em toda parte. Podemos visualizá-lo em propagandas, novelas, filmes e reportagens. Os meios de comunicação de massa exercem uma função central, no sentido de dar ainda mais vazão aos discursos que repetem incessantemente essa adoração ao corpo.

O corpo ganha destaque pelo constante movimento discursivo que se opera sobre ele. O apelo de linguagens, seja verbal ou imagética, que está presente nas mais diferentes materialidades, oportuniza pensar as relações do sujeito com o seu corpo. (NASCIMENTO, 2013, p.18). Assim, o corpo será analisado, neste presente trabalho, enquanto superfície de produção discursiva, que entra na ordem dos acontecimentos, possibilitando a construção de vontades de verdade, permeadas de saberes e poderes.

A identidade é uma construção discursiva, que adquire sentido por meio de sistemas simbólicos (WOODWARD, 2000). Então, nesse clima de recente Copa do Mundo no Brasil, muito se discute acerca desses vários símbolos que compõem a identidade do país. Seriam eles o futebol, o Carnaval, o samba e a bunda da brasileira?

Observamos que os processos de construção da identidade brasileira, que circularam no discurso turístico produzido pela EMBRATUR¹ nas décadas de 1970 e 1980, foram pautados em estereótipos e silenciamentos, ou seja, a propaganda turística brasileira, ao fazer uso demasiado e repetitivo da exposição da nudez do corpo feminino em desfiles de Carnaval e em praias, com forte apelo sexual, transformou o corpo da

¹ O Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) é a autarquia especial do Ministério do Turismo responsável pela execução da Política Nacional Turismo no que diz respeito à promoção, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional (Disponível em: <www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/embratur/>. Acesso em: 30 set. 2014).

mulher seminu, curvilíneo e voluptuoso em um símbolo identitário da mulher brasileira e, conseqüentemente, do Brasil, juntamente a uma imagem estereotipada do país do hedonismo e da libertinagem sexual.

Como a representação da mulher nas campanhas remetia ao consumo do sexo, então questionamos qual era o produto que a propaganda destinava-se a vender: o destino turístico, o sexo ou ambos? No Brasil, esse discurso culminou com o agravamento de uma prática conhecida por turismo sexual, que não é um seguimento turístico, mas um crime de exploração sexual².

No entanto, a regularização discursiva óé sempre suscetível de ruir sob o peso do acontecimento novoô (GREGOLIN, 2001, p. 73) e, na contramão de toda essa acentuada exposição do corpo da mulher na mídia, hoje, utilizando-se do discurso do politicamente correto, os órgãos oficiais trabalham no reposicionamento da imagem do Brasil, como forma de coibir esse tipo de crime, interditando o corpo seminu no discurso turístico brasileiro e estabelecendo, assim, uma nova ordem discursiva.

Podemos tomar como exemplo a aprovação da lei nº 4642/2005 da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro, que entrou em vigor em 17 de novembro de 2005 e proíbe a promoção, circulação e comercialização de cartões-postais de pontos turísticos do estado do Rio de Janeiro que exponham imagens de mulheres em trajes sumários. A deputada que elaborou o projeto de lei, Alice Tamborideguy, alegou que as fotos dos postais incentivam o turismo sexual. Ou seja, a problemática socio-histórica vivenciada pelo Brasil, por conta do turismo sexual, representou as condições de possibilidade para a interdição.

Observamos também que, tentando reafirmar essa mudança discursiva na propaganda turística do país, a EMBRATUR veiculou, no período de setembro de 2008 a junho de 2010, em doze países, uma campanha que tinha como *slogan* óBrasil Sensacionalô, realizando um deslocamento de sentido e reposicionando a imagem do Brasil, agora, como um país que óoferece atrativos para toda a famíliaô.

Essa campanha visava mostrar a diversidade cultural, bem como os atrativos do turismo no país para os estrangeiros. Conforme o exposto na descrição da campanha no

² A Política Nacional de Turismo, Lei nº 11.771/2008 (Art. 5º), apresenta como um de seus objetivos a prevenção e combate às atividades turísticas relacionadas à exploração sexual; e o Código Penal, Decreto-Lei nº 2.848/1940 (Arts. 227 a 232), define e pune os crimes de exploração sexual.

site oficial de fomento ao turismo do governo brasileiro, as novas propagandas turísticas apresentavam o Brasil como um país rico em diversidade natural e cultural, capaz de proporcionar atividades, produtos e destinos turísticos para todo o tipo de viagem, seja a negócios ou a lazer, além de mostrar um país preparado para torná-la ósensualô.

Ao deslocar o enfoque dos enunciados, tanto nessa campanha, como em outras, a nudez do corpo feminino tornou-se um discurso interdito na propaganda turística, sobressaindo-se outras posições-sujeito que procuram contestar o discurso anterior, do corpo feminino enquanto mercadoria disponível para o outro, aqui entendido como o turista. Até as vestimentas operaram mudanças no sentido do papel do corpo feminino. Não mais desnudo. óEsse deslocamento virá somente a confirmar a questão do corpo como acontecimento e sentido, [...] inscrito em nosso pensamento e revelado por meio das técnicas editoriais da revistaô (MILANEZ, 2006, p. 156).

É relevante ressaltar que o governo conseguiu interditar a nudez do corpo da mulher no gênero propaganda turística institucional, visto que hoje é raro encontrarmos a nudez estampada em suas campanhas, porém não surtiu o efeito almejado em relação ao Carnaval no discurso publicitário, dada a contínua ocorrência, em filmes, reportagens e documentários sobre o Brasil, de uma superexposição do corpo feminino seminu em desfiles carnavalescos. Ou seja, nas décadas de 1970 e 1980 havia toda essa superexposição da nudez em ambos os discursos. E, na última década, só foi possível essa exposição nas propagandas turísticas sobre o Carnaval, havendo, com isso, o estabelecimento de uma nova ordem discursiva para o corpo. Por que a nudez não foi interdita no Carnaval?

A Análise do Discurso (AD) foi o aporte utilizado para a fundamentação teórica deste texto, pois nos proporcionou a base para compreendermos óo modo como um objeto simbólico produz sentidos, não a partir de um mero gesto de decodificação, mas como um procedimento que desvenda a historicidade contida na linguagemô (FERREIRA, 2003, p. 202). Na perspectiva de Nascimento (2013, p. 14):

a Análise do Discurso aparece como a possibilidade de trabalhar as questões da linguagem com foco na produção discursiva. Ressalta a articulação da língua com a historicidade, revelando a não transparência da linguagem, a possibilidade de equívocos e derivas de sentido. O discurso está vinculado às condições de produção, visto que a exterioridade é constitutiva do sujeito e do sentido. É também marcado pelas relações de saber/poder que estão na base das lutas cotidianas.

É com o olhar discursivo que realizamos este trabalho, propondo uma análise do discurso sobre o corpo do sujeito mulher brasileira que circula na mídia, em particular no gênero propaganda turística. A pesquisa foi embasada nos pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso na interface dos trabalhos de Michel Pêcheux, Michel Foucault e Jean-Jacques Courtine. As práticas discursivas [...] possibilitam refletir sobre como os discursos constroem efeitos de sentidos plurais; bem como a emergência de objetos em constante transformação (NASCIMENTO, 2013, p.14).

Para a AD, os sentidos não estão impregnados nas palavras, nunca são evidentes, a transparência é um efeito de sentido, posto que os sentidos são constitutivamente opacos (PÊCHEUX & FUCHS, 2010). Desse modo, os ruídos, as ambiguidades, as faltas, o duplo sentido não são considerados erros, mas inerentes à linguagem do sujeito. Vale ressaltar que os sentidos jamais podem ser apreendidos em sua totalidade, sempre podem ser outros, sempre podem derivar, porque são históricos. Os sentidos nunca se dão em definitivo; existem sempre aberturas por onde é possível o movimento da contradição, do deslocamento e da polêmica (GREGOLIN, 2001, p. 61).

Partindo da premissa de que o corpo também é um lugar onde o discurso e o poder se materializam, além disso, é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidade (WOODWARD, 2000, p. 15), o **problema** que nos intriga é o seguinte: existe a interdição da nudez do corpo da mulher no gênero propaganda turística e o mesmo não ocorre nesse gênero quando se trata do Carnaval.

Nosso **objetivo geral** é investigar o problema elencado, ou em outras palavras, analisar por que a nudez do corpo da mulher brasileira é interdita no discurso da propaganda turística institucional e o mesmo não ocorre nesse gênero quando se trata do Carnaval.

Como **objetivos específicos**, nos propomos, no discurso da propaganda turística oficial brasileira, a:

- analisar a ação da biopolítica sobre o corpo através dos efeitos de sentido produzidos pela relação entre as materialidades linguística e imagética;
- verificar as relações de poder que se estabelecem no embate entre a reivindicação, a manutenção, a transformação e a cristalização de identidades;

- descrever os acontecimentos discursivos que favoreceram a mudança na produção de saber que provocou a interdição da nudez do corpo da mulher brasileira;
- investigar sobre os dispositivos disciplinares e de controle, sobretudo a interdição, que agem sobre o corpo apresentado nas propagandas;
- discutir a intericonicidade (os ecos da imagem) na materialidade do discurso em pauta sob a perspectiva da Semiologia Histórica;
- analisar a governamentalidade na normatização do corpo da mulher;
- verificar por que no espaço heterotópico carnavalesco o corpo não é interditado.

Nossa pesquisa, cujo **tema** é a interdição da nudez do corpo da mulher no discurso turístico brasileiro, é de cunho **bibliográfico**, tendo em vista que fizemos um estudo que envolveu livros, artigos científicos e publicações em jornais e revistas; **documental**, porque nosso *corpus* se constitui de propagandas turísticas; e, principalmente, **analítico** (descritivo/interpretativo), pois, tendo como referencial teórico a AD, cabe-nos reconhecer que a produção de efeitos de sentidos só é possível através do movimento analítico que reconhece a estrutura (linguística) e o acontecimento (histórico-social) como inseparáveis.

Dessa forma, utilizamos o método arqueogenealógico de Foucault (2012a) para as nossas análises. A justificativa da opção metodológica se dá pelo fato de que precisávamos de um método capaz de nos proporcionar esse aporte que auxiliasse escavar da história as condições de possibilidade que permitiram a emergência dos discursos analisados; que permitisse conhecer como surgiram, se formaram e se destacaram as políticas aplicadas ao corpo, enquanto objeto discursivo; a partir da análise da irrupção dos acontecimentos, das regras das formações discursivas e das rupturas nas redes de memória.

A irrupção de um acontecimento pode ser desvendada a partir de um ógesto interpretativo que capta da história sua possibilidade de emergência, observando as situações passadas, as coisas ditas, as relações de poder, as constituições dos saberes (NASCIMENTO, 2013, p. 24).

Discutimos as noções-conceito de *governamentalidade*, *biopolítica*, *biopoder*, *controle*, *interdição* e *vontade de verdade*, postulados por Michel Foucault (2012a,

2012b, 2012c, 2013); *enunciado, sentido e memória discursiva*, com base em Michel Pêcheux (1999, 2012); *imagem e intericonicidade*, tal qual formula Jean-Jacques Courtine (1999, 2011, 2013); *identidade*, discutida a partir de teóricos como Kathryn Woodward (2000), Stuart Hall (2000, 2003), Tomaz Tadeu da Silva (2000) e Zigmunt Bauman (2005). Para analisar o *corpo*, trabalhamos com as propostas de Jean-Jacques Courtine e Michel Foucault, que pensam o corpo discursivamente.

O nosso *corpus* é composto por trinta propagandas turísticas oficiais do Brasil produzidas pela EMBRATUR. Fizemos uma seleção de imagens que focalizam os discursos da nudez do corpo da mulher brasileira em praias e no Carnaval, a partir de um recorte temporal que vai desde a década de 1970 até o ano de 2015, estabelecendo, interdiscursivamente, acontecimentos históricos e fatos relevantes do país no momento da produção discursiva. Entretanto, o que mais salientamos foi o panorama sobre como o corpo foi discursivizado nessas propagandas, as relações com os possíveis efeitos de sentido que emergiram a partir das diferentes construções do discurso sobre o corpo e a interdição da nudez do corpo da mulher.

Nosso recorte temporal parte das décadas de 1970 e 1980, porque foi um período de profundas transformações sócio-históricas vivenciadas no Brasil, um período de ócrise de identidade (WOODWARD, 2000), quando tivemos a luta por eleições diretas, a abertura do comércio aos produtos estrangeiros, o acesso à internet; período que representou uma abertura e uma transformação social nos modos de pensar e dizer a sexualidade da mulher; na década de 1980 tivemos o fim da ditadura militar e da censura; e foi neste período também que o Brasil despontou como um dos principais destinos de turismo sexual do mundo.

Considerando que os sentidos operam deslocamentos e estão inscritos na história, que o discurso tem caráter heterogêneo, e que todo discurso marca a possibilidade de uma desestruturação-reestruturação (PÊCHEUX, 2012, p. 56), analisamos o *corpus*, entrevedo os textos e as imagens como construções discursivas que constituem efeitos de sentidos diversos, sendo que a proliferação de determinados efeitos são determinadas também pelo objetivo da campanha publicitária.

Esta pesquisa foi motivadora porque tivemos a oportunidade de aplicar uma abordagem teórico-metodológica de estudo da linguagem aos discursos do cotidiano em circulação em jornais, revistas e folders que lemos e folheamos no nosso dia a dia. Essa

prática possibilitou observarmos esses materiais sob uma perspectiva diversa da usual ã a da transparência dos sentidos e a da evidência da linguagem ã e passarmos a interpretá-los numa perspectiva discursiva (linguístico-social), aprofundando ainda mais os nossos conhecimentos sobre o assunto e nos possibilitando enxergar a opacidade, que é constitutiva da língua.

A relevância desta pesquisa está na contribuição aos estudos da linguagem, pela retomada de temas pouco explorados dentro do escopo da Linguística, com o apoio de uma disciplina que propõe a relação da língua com a historicidade enunciativa. Além disso, poderá ser importante para definirmos melhor o que significa ser mulher e brasileira, levando-se em conta que ó[...] o corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidadeô (WOODWARD, 2000, p. 15).

A dissertação está estruturada da seguinte forma:

O **Capítulo 1** (óOlha que coisa mais linda, mais cheia de graçaô: a Análise do Discurso) apresenta um quadro teórico da Análise do Discurso enquanto campo interdisciplinar. Esta é a primeira parte do referencial teórico, onde é traçada uma arqueologia de dois conceitos fundamentais à AD: sujeito e discurso. Este último termo está diretamente ligado a um terceiro conceito que é o de enunciado. Neste capítulo, também, são desenvolvidas reflexões sobre as contribuições da Semiologia Histórica à AD. Além de um estudo da teoria do corpo e sua articulação com a história.

O **Capítulo 2** (óBrasil, meu Brasil brasileiroô: construção de uma identidade) trata da temática da identidade sob a concepção dos Estudos Culturais. Dessa forma, esse tema é examinado em suas relações com a subjetivação e com a globalização. No processo de construção identitária, nossas lentes focalizarão o corpo do sujeito mulher no discurso turístico oficial brasileiro. Tendo em vista o percurso histórico das propagandas turísticas desenvolvidas pela EMBRATUR, trata-se também da história sobre a construção da própria identidade do Brasil e da mulher brasileira. Encerra-se o capítulo problematizando a relação entre as representações simbólicas da identidade e a cristalização de estereótipos, reducionismos e preconceitos.

O **Capítulo 3** (óExplode coração na maior felicidadeô: a heterotopia e o espaço carnavalesco) versa sobre os conceitos de utopia, heterotopia e heterotopologia; aborda

os seis princípios fundamentais da heterotopia; e apresenta uma discussão sobre o Carnaval enquanto espaço misto, utópico e heterotópico.

O **Capítulo 4** (óMulher brasileira em primeiro lugarô: a análise discursiva do *corpus*) historiciza a construção da identidade do sujeito mulher brasileira, a partir de sua discursivização nas propagandas turísticas produzidas pela EMBRATUR, concomitante a uma análise discursiva do *corpus*. As interpretações fundamentam-se nas teorias e conceitos abordados nos capítulos anteriores.



*Moça do corpo dourado
Do sol de Ipanema
O seu balançado é mais que um poema
É a coisa mais linda que eu já vi passar*

(Vinícius de Moraes e Tom Jobim)

1. “OLHA QUE COISA MAIS LINDA, MAIS CHEIA DE GRAÇA”: A ANÁLISE DO DISCURSO

Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder. Nisto não há nada de espantoso, visto que o discurso ã como a psicanálise mostrou ã não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo; e visto que ã isto a história não cessa de nos ensinar ã o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar.

Michel Foucault (2012b, p. 9-10)

Neste capítulo, que é a primeira parte do referencial teórico, será apresentado um panorama da constituição teórica da Análise do Discurso (AD) enquanto campo interdisciplinar. Será traçada uma arqueologia de dois conceitos fundamentais para a AD, que é o de sujeito e o de discurso. Este último será diretamente ligado a um terceiro conceito que é o de enunciado. Todas as categorias de análise serão pensadas numa perspectiva sócio-histórica.

1.1 O percurso histórico da Análise do Discurso

O campo do saber que se denomina *Análise do Discurso* surgiu na França no final dos anos 1960, em torno dos trabalhos de Michel Pêcheux³ (GREGOLIN, 2003). Porém, a história da AD praticada na França foi construída a partir dos *diálogos/duelos* travados principalmente entre Michel Pêcheux e o filósofo Michel Foucault. Esses dois importantes autores construíram uma teoria do discurso que propõe um novo olhar para o sentido, o sujeito e a história (GREGOLIN, 2006).

Com o objetivo de explicar os mecanismos discursivos que embasam a produção dos sentidos, a AD surge em pleno auge do estruturalismo de base saussuriana (BARACUHY, 2010), porém, trazendo marcado o traço da ruptura entre as teorias em vários segmentos. A princípio, a AD, na proposta de Pêcheux, estabeleceu seu objeto ã o discurso ã a partir da crítica ao corte entre *língua* e *fala* operado por Saussure. Essa crítica levou à ruptura com a Linguística, como explica Ferreira (2005, p. 17):

³ Michel Pêcheux é considerado o fundador da Análise do Discurso com o livro *Analyse Automatique Du Discourse*, Paris: Dunod, 1969.

[...] com o corte Saussuriano de **língua/fala** para **língua/discurso** houve uma mudança definitiva de terreno da língua e de estatuto no viés discursivo. Assim se deu a ruptura com a linguística, como já havia se dado com as ciências sociais, consideradas, então, ciências positivistas que tratavam a língua e os sujeitos enquanto noções estáveis, homogêneas, centradas.

Entendendo que há uma relação fundamental entre o linguístico e o histórico, o discurso não mais poderia ser visto apenas como um conjunto de textos, mas como uma prática linguístico-social, já que ele não é um sistema fechado e sim um processo que está sempre em movimento (GREGOLIN, 2003). Segundo Pêcheux (2012), discurso é estrutura (materialidade linguística) e acontecimento (dimensão sócio-histórica). Para analisarmos um dado discurso, precisamos antes compreender em que momento histórico ele teve as condições de possibilidade para sua irrupção. Segundo Ferreira (2001, p. 17):

[...] historicidade é modo como a história se inscreve no discurso, sendo a historicidade entendida como a relação constitutiva entre a linguagem e a história. Para o analista do discurso, não interessa o rastreamento de dados históricos em um texto, mas a compreensão de como os sentidos são produzidos. A esse trabalho dos sentidos no texto e à inscrição da história na linguagem é que se dá o nome de historicidade.

Segundo Courtine (2013), a elaboração de uma concepção de discurso inscrito ao mesmo tempo na língua e na história partiu de seus esforços, juntamente com Pêcheux e outros estudiosos. Sobre essa relação de *língua e história* operadas pela AD, merece ênfase a síntese feita por Gregolin (2003, p. 11), ao dizer:

[...] quando adotamos o ponto de vista da *Análise do Discurso*, focalizamos os acontecimentos discursivos a partir do pressuposto de que há um real da língua e um real da história, e o trabalho do analista de discurso é entender a relação entre essas duas ordens, já que o sentido é criado pela relação entre sujeitos históricos e, por isso, a interpretação nasce da relação do homem com a língua e com a história.

Devemos destacar também que, diferenciando-se do Estruturalismo de Saussure, a AD trouxe para a Linguística uma teoria capaz, não apenas de descrever indutivamente um conjunto de dados observados, mas de interpretar. Ou seja, na AD, a descrição é o ponto de partida e não o ponto de chegada. E essa interpretação é histórica. Gregolin (2007, p. 166) completa dizendo que, nas práticas de AD, o problema principal é determinar o lugar e o momento da interpretação, em relação à descrição, ou seja, o que foi discursivizado em um dado momento pode ser interditado em outro.

O sujeito só diz o que é possível em seu lugar social de fala, tendo em vista que os discursos são pronunciados a partir de um lugar e posição determinada (ASSIS, 2004, p. 55). Assim, o que é dito está todo atravessado por relações de saber e poder. Aquilo que é dito tem de, necessariamente, passar por procedimentos de controle, de interdição, de segregação dos conteúdos. [...] não se pode, absolutamente, falar de uma coisa qualquer num lugar e tempo qualquer. Há sempre, que se submeter à *ordem do discurso* (GREGOLIN, 2003, p. 12).

Em *A ordem do discurso*⁴, Foucault (2012b), ao tecer algumas considerações sobre o discurso, diz que cada sociedade mantém certos *procedimentos de exclusão*, sendo a *interdição* o mais conhecido. Ele afirma que *não se tem o direito de dizer tudo*. Isso implica dizer que o procedimento de interdição impõe limites sobre a produção dos discursos dos sujeitos; É dito também que *não se pode falar de tudo*, isso remete ao conteúdo do que é dito. Desse modo, o procedimento de exclusão controla a produção de discurso de tal forma que alguns assuntos são reprimidos, rechaçados, proibidos, interditados, excluídos; E, por último, não se pode falar de tudo *em qualquer circunstância*. Em resumo, esses três procedimentos são denominados por Foucault (2012b) de: (i) *direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que fala (não se tem o direito de dizer tudo)*; (ii) *tabu do objeto (não se pode falar de tudo)*; (iii) *ritual da circunstância (não se pode falar de tudo em qualquer circunstância)*. Existem, portanto, três tipos de interdições que se cruzam, se reforçam ou se compensam, formando uma grade complexa que não cessa de se modificar (FOUCAULT, 2012b, p. 09).

Por isso a importância de se conhecer o momento histórico no qual está inserido o discurso. Gregolin (2007, p. 166) acrescenta dizendo que cabe ao analista de discurso investigar as condições complexas (que são, ao mesmo tempo, da ordem da linguagem e da ordem da história) nas quais se realizou um determinado enunciado. Eis o que nos diz Assis (2004, p. 53) sobre este aspecto:

[...] a Análise do Discurso procura empreender seu sentido sem se deter a aspectos puramente estruturais. Ultrapassa assim, os limites do texto, passando a considerar os fenômenos sócio-histórico-ideológicos relevantes para a construção dos sentidos. Tais fenômenos não se apresentam de forma homogênea, mas na dispersão, nos vários lugares sociais. Empreender os sentidos edificados no discurso, só é possível mediante um olhar plural que possa enxergar os ditos e não-ditos constituídos no discurso.

⁴ Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970.

Para a AD, os sentidos não estão impregnados nas palavras, a transparência é um efeito de sentido, posto que os sentidos são constitutivamente opacos. Segundo Pêcheux & Fuchs (2010, p. 167), o sentido de uma sequência só é materialmente concebível na medida em que se concebe esta sequência como pertencente necessariamente a esta ou àquela formação discursiva (o que explica [...] que ela possa ter vários sentidos). Ou seja, a partir de um gesto interpretativo, um sujeito pode enxergar um único *sentido* para um determinado enunciado e ter a ilusão de estar na *fonte do sentido*, tendo em vista que este sujeito está inserido em uma dada formação discursiva e ideológica.

Os discursos são heterogêneos e marcados por aspectos sócio-histórico-ideológicos, por isso os gestos interpretativos variam conforme a diversidade dos fenômenos discursivos dos leitores (ASSIS, 2004). A ideia de múltiplos sentidos marca a ruptura da AD com a Semântica, tendo em vista que as concepções da teoria do discurso [...] exclui fundamentalmente a própria ideia da análise semântica de *um* texto (PÊCHEUX & FUCHS, 2010, p. 168). Dessa forma, compreendemos porque a AD faz uma leitura capaz de ir além de um sentido único, considerando a opacidade enunciativa. Por isso, na primeira época (1969 ã 1974), os discursos são defendidos como efeito de sentidos entre enunciadores. Segundo Baracuhy (2010, p. 169):

[...] a AD vai afirmar que o sujeito não está na origem dos seus dizeres, porque não há o sentido original, os sentidos são históricos; logo, são sempre atravessados por outras vozes que os constituem, assim como os sentidos são constitutivamente opacos, por isso a língua é o lugar do jogo com os sentidos.

Desse modo, os ruídos, as ambiguidades, as faltas, o duplo sentido não são considerados erros, mas inerentes à linguagem do sujeito em seu processo de *interlocução*, termo esse definido como uma das formas da heterogeneidade enunciativa em que o dizer toma forma na sua relação com o dizer outro (NASCIMENTO & FRANCELINO, 2014, p. 52). Ou seja, o sentido de um enunciado não depende unicamente de quem enuncia, mas vai depender do outro, que lhe constitui, desde a sua construção.

Vale ressaltar que os sentidos jamais podem ser apreendidos em sua totalidade, sempre podem ser outros, sempre podem derivar, porque são históricos; além disso, nunca se dão em definitivo; existem sempre aberturas por onde é possível o movimento da contradição, do deslocamento e da polêmica (GREGOLIN, 2001, p.61). Logo, os discursos são lugares de afirmações e rarefações que constroem sentidos, tal como defendeu Foucault (2012b, p. 66):

[...] a análise do discurso [...] não desvenda a universalidade de um sentido; ela mostra à luz do dia o jogo da rarefação imposta, com um poder fundamental de afirmação. Rarefação e afirmação, rarefação, enfim, da afirmação e não generosidade contínua do sentido, e não monarquia do significante.

Mediante estas perspectivas, sabemos também que não é só com diferentes sujeitos que podemos observar diferentes gestos interpretativos, levando-se em conta que o mesmo leitor não lê o mesmo texto da mesma maneira em diferentes momentos e em condições distintas de produção de leitura, e o mesmo texto é lido de maneiras diferentes em diferentes épocas, por diferentes leitores (ORLANDI, 2001, p. 62). Dessa forma, a capacidade de transformações e deslocamentos discursivos dos enunciados dependerá dos sentidos que as redes de memórias produzirão em momentos históricos diferentes. Daí, a importância de observarmos os deslocamentos de sentido subjacentes ao discurso da História da mídia (MILANEZ, 2006, p. 177).

Evidenciamos que todo discurso precisa de um objeto simbólico para materializar-se. O real só existe a partir do momento em que ele for discursivizado. Todo enunciado é sempre apresentado em uma espessura material que o constitui, já que o enunciado precisa ter uma substância, um suporte, um lugar e uma data (FOUCAULT, 2012a, p. 123).

Voltando um pouco para a história, a AD passou por três épocas ao longo do seu processo de constituição teórica. Na primeira época (1969 a 1974), a AD era considerada como um dispositivo de reconhecimento de frases, espécie de máquina de ler da qual se esperava que produzisse informaticamente uma leitura não-subjetiva (COURTINE, 1999, p. 15), ou seja, era um dispositivo sofisticado de leitura que buscava alcançar a verdade do texto. Seu objeto de estudo era o discurso político, depois foi fundada para se constituir, ao mesmo tempo, como uma intervenção científica e como uma intervenção política (GREGOLIN, 2008, p. 22). Nessa fase, os conceitos centrais discutidos foram os de sujeito e ideologia. Pêcheux, nesse momento, difundiu os alicerces do objeto da AD e o discurso sob uma concepção na qual se inter-relacionam a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise. Nessa fase, as teses sobre os Aparelhos Ideológicos do Estado e o assujeitamento levaram-no a pensar o sujeito atravessado pela ideologia e pelo inconsciente, um sujeito que, não sendo fonte nem origem do dizer, seria afetado pelos pré-construídos. Segundo Pêcheux e Fuchs (2010, p. 307), os sujeitos acreditam que utilizam seus discursos quando na verdade são seus servos assujeitados, seus suportes.

Essa influência da psicanálise na AD é marcante na abordagem da leitura desde a primeira época, quando Pêcheux e Fuchs (2010) discutem as *duas ilusões necessárias do sujeito*. O sujeito está preso a essas duas ilusões: i) a primeira, que enfoca a questão da *evidência dos sentidos*, na qual o sujeito acredita que o sentido está colado nas palavras, que o que ele fala corresponde exatamente ao que pensa e que é perfeitamente entendido pelos demais ouvintes, disso decorre a *opacidade* e a *ambiguidade* como constitutivas da linguagem e dos sentidos; e ii) a segunda, que faz o sujeito acreditar que é fonte e origem de seu dizer, trazendo à tona o mito do Adão bíblico, que produz enunciados nunca antes produzidos, e isso se dá na ordem do inconsciente. Dessa forma, o UM, que pensa ser dono do dizer, ao enunciar, é marcado pela presença constitutiva do NÃO-UM, do outro que aflora na tessitura dos sentidos de seu dizer (NASCIMENTO & FRANCELINO, 2014, p. 52). Ou seja, todo discurso é constitutivamente atravessado, perpassado, pelo discurso do Outro. É o Outro que aflora na superfície do discurso (NASCIMENTO & FRANCELINO, 2014, p. 42).

Deriva, desse pensamento que, desde a primeira época, a AD apresenta-se no rompimento com a posição estruturalista de linguística. Segundo o seu fundador, a AD produz uma recusa [...] de qualquer metalíngua universal supostamente inscrita no inatismo do espírito humano, e de toda suposição de um sujeito intencional como origem enunciativa de seu discurso (NASCIMENTO & FRANCELINO, 2014, p. 42). Porém, nessa época, o modo de fazer AD foi bastante repensado ao longo do tempo. O procedimento analítico era feito da seguinte forma: a partir da seleção de um *corpus* fechado de sequências discursivas, [...] num espaço discursivo supostamente dominado por *condições de produção* estáveis e homogêneas, reunia-se um conjunto de traços e fazia-se sua análise baseada na hipótese de que a produção desses traços foi, efetivamente, dominada por uma, e apenas uma, máquina discursiva (por exemplo um mito, uma ideologia, uma episteme) (PÊCHEUX, 2010, p. 308).

Na segunda época (1975 a 1980), em relação aos procedimentos de análise, poucas mudanças foram apresentadas, o foco se deu principalmente nos conceitos de *Formação Discursiva* (FD), memória e interdiscurso (PÊCHEUX, 2010). Foucault (2012a) convencionou tratar de FD as regularidades encontradas em um sistema de dispersão. Já Pêcheux, utilizou o termo FD de Foucault, mas o reformulou, relacionando-o à ideologia marxista. Segundo Pêcheux (2010, p. 310), a noção de FD começa a fazer explodir a noção de máquina estrutural fechada na medida em que [...]

uma FD não é um espaço estrutural fechado, pois é constitutivamente ãnvadidaõ por elementos que vêm de outro lugar (isto é, de outras FD)õ, ou seja, toda FD apresenta diferentes discursos em seu interior, é o que podemos chamar de interdiscurso (FERNANDES, 2005).

A noção de interdiscurso relaciona-se também ao *já-dito*, ao conjunto de saberes que torna possível todo dizer, à irrupção de um *além* exterior e anterior específico de uma FD (PÊCHEUX, 2010). Entretanto, Foucault (2012a, p. 56) prefere dizer que as relações (inter)discursivas nem são internas ao discurso, nem externas, ele diz que óelas estão [...] no limite do discurso: oferecem-lhe objetos de que ele pode falar, ou antes [...], determinam o feixe de relações que o discurso pode efetuarõ, e conclui dizendo que óessas relações caracterizam não a língua que o discurso utiliza, não as circunstâncias em que ele se desenvolve, mas o próprio discurso enquanto práticaõ.

Um elemento indispensável, que possibilita as várias leituras de um texto e o reconhecimento dos *já-ditos*, é a memória discursiva. Trata-se de uma memória social na qual os sujeitos estão inscritos, que permite a retomada, a repetição, a refutação dos enunciados (POSSENTI, 2011). Na opinião de Pêcheux (1999, p. 52), a memória discursiva é fundamental para dar legitimidade ao texto por ser:

[...] aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ser lido, vem restabelecer os óimplícitosõ (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível.

Na terceira época (1980 ã 1983), o procedimento analítico por etapas é abandonado (PÊCHEUX, 2010). A AD, a partir de então, será marcada pela abertura dos horizontes teóricos e será nessa fase que haverá a confluência das ideias de Pêcheux com as de outros pensadores, como Foucault, Le Goff, Pierre Nora, os novos historiadores que pensam os discursos do cotidiano e Courtine, através da Semiologia Histórica. O conceito central será o de heterogeneidade enunciativa, que levará à discussão o *discurso-outro* (FERNANDES, 2005). Esse conceito se inter-relaciona com os conceitos de FD, interdiscurso e memória. Vale ressaltar que, de acordo com Possenti (2011), o interdiscurso, a depender do viés teórico, pode aparecer sob os nomes de dialogismo, polifonia ou heterogeneidade. As reflexões de Bakhtin e Authier-Revuz sobre esse campo do saber dão novos impulsos aos estudos do enunciado na AD.

A noção de heterogeneidade relaciona-se com o fato de que todo discurso carrega rastros de outros, sendo a alteridade constitutiva do dizer. Segundo Pêcheux (2010, p. 313), o *discurso-outro* é o ó[...] discurso de um outro, colocado em cena pelo sujeito, ou discurso do sujeito se colocando em cena como um outroô. O autor ainda diz que esse *discurso-outro* foge ao controle do sujeito ó[...] nos pontos de deriva em que o sujeito passa no outro, onde o controle estratégico de seu discurso lhe escapaô. Assim, todo discurso é constitutivamente heterogêneo. Segundo Authier-Revuz (2004, p. 68):

[...] a língua só se realiza atravessada pelas variedades de discurso que se relativizam umas às outras em um jogo inevitável de *fronteiras e de interferências*; nenhuma palavra vem neutra ódo dicionárioô: elas são todas ôhabitadasô pelos discursos em que viveram ósua vida de palavrasô, e o discurso se constitui, pois, por um *encaminhamento dialógico*, feito de acordos, recusas, conflitos, compromissos... pelo *ómeioô dos outros discursos* (grifos da autora).

Courtine (2009), ao analisar o interdiscurso e as heterogeneidades, a partir de uma releitura de Foucault ã principalmente no que tange ao conceito de FD proposto em *A Arqueologia do Saber* ã, percebeu e passou a interrogar também óa história das práticas comunistas por meio da análise da heterogeneidade constitutiva de sua discursividadeô (GREGOLIN, 2008, p. 23). De acordo com Foucault (2012a, p. 191):

uma formação discursiva não é, pois, o texto ideal, contínuo e sem aspereza, que corre sob a multiplicidade das contradições e as resolve na unidade calma de um pensamento coerente; [...] É antes um espaço de dissensões múltiplas.

Dessa forma, os *corpora* que anteriormente eram tratados em sua homogeneidade passam a serem estudados enquanto discursos constitutivamente heterogêneos. ÓÉ por essa via que Courtine, focalizando a heterogeneidade do discurso comunista, pode mostrar *enunciados divididos*, evidenciando o fato de que uma formação discursiva é sempre assombrada pelo seu antagonistaô (GREGOLIN, 2008, p. 24), concordando com Foucault (2012a, p. 118) quando ele diz que óum enunciado tem sempre margens povoadas de outros enunciadosô. E, assim, o trabalho do analista do discurso será o de apreender óo discurso em suas asperezas múltiplasô (ibid., p. 191).

Além disso, a heterogeneidade pode ser mostrada ou não. A heterogeneidade mostrada é recuperável através de manifestações explícitas da presença do outro, de outras vozes, nos enunciados, a partir de uma diversidade de ómarcasô, ou seja, de fontes de enunciação; já a heterogeneidade constitutiva não possui essas ómarcasô, ela é recuperável formulando-se hipóteses, através da análise do interdiscurso e das formações discursivas nas quais o enunciado é constituído (MAINGUENEAU, 1989).

A heterogeneidade mostrada pode ainda ser marcada, ou seja, da ordem da enunciação e, portanto, ser perceptível na materialidade linguística (o discurso direto, o discurso indireto, as palavras entre aspas, a modalização autonímica, a glosa, o itálico e a entonação etc.) e não marcada, da ordem do discurso, sem visibilidade, pois não estão explícitas (o discurso indireto livre, a ironia, a antífrase, a alusão, o *pastiche*, a imitação, a metáfora, os jogos de palavras, a reminiscência etc.).

Michel Pêcheux, nessa terceira época, a partir da leitura de Michel de Certeau, passa a tratar dos discursos do cotidiano e do universo das significações não estabilizadas; sob influência de Michel Foucault, passa a tratar do sujeito da resistência, ampliando as fronteiras dos estudos da linguagem e os conceitos operacionais, deslocando, assim, o foco de análise dos discursos políticos aos do cotidiano. Isso leva Pêcheux a falar, em seus últimos escritos, em *análise de discurso* e não mais *análise do discurso*. Influenciado por Jean-Jacques Courtine, Pêcheux percebe que *é chegado o tempo de começar a partir os espelhos*, ou seja, por meio da metáfora do espelho, Pêcheux expressa seu desencanto com a política e com a prática da Análise do Discurso feita até então (GREGOLIN, 2008). Segundo Gregolin (2007), essas transformações derivaram da necessidade de a AD ampliar seus objetos de análise, incorporando o verbal, o não-verbal e a circulação midiática.

Nos discursos híbridos da mídia, os enunciados dialogam com a linguagem não-verbal numa tentativa de criar uma aparente noção de unidade, homogeneidade, totalidade, para, assim, esconderem infinitas vozes e uma heterogeneidade de discursos. Essa diversidade surge antes da materialidade discursiva, a partir dos pré-construídos e das condições de produção (ASSIS, 2004).

Para concluir sucintamente a história da AD, com a morte de Michel Pêcheux, e devido ao momento sócio-histórico que vivia a França, e a redução das tensões sobre a teoria do discurso, houve um esfacelamento do grupo de Pêcheux e, conseqüentemente, o enfraquecimento e gradativo desaparecimento da AD na França.

No Brasil, a AD só começou a se consolidar a partir da década de 1980, por conta da conjuntura político-social vivenciada no país, que não permitia a implementação de uma teoria capaz de estudar os sentidos por trás das palavras ditas, tendo, então, que esperar a abertura política iniciada com o fim da ditadura militar (FERNANDES, 2005). O marco inicial se deu em Campinas, em torno da figura de Eni

Orlandi, e foi depois ganhando corpo e se institucionalizando através dos docentes e pesquisadores (FERREIRA, 2007).

Inscrevemos o nosso trabalho na terceira época, apontada por Pêcheux e seus diálogos com Michel Foucault e Jean-Jacques Courtine. Essa tríade está na base dos estudos desenvolvidos pelo Círculo de Discussões em Análise do Discurso (CIDADI), grupo de estudos do qual fazemos parte, coordenado pela Professora Dra. Regina Baracuhy (PROLING/UFPB).

1.2 A Semiologia Histórica: novos objetos e novos olhares

Neste tópico, pretendemos desenvolver reflexões que venham indicar as contribuições que a noção da semiologia histórica pode trazer aos estudos da análise do discurso, bem como apresentar a teoria que respalda as análises das imagens do *corpus*.

Vimos, no tópico anterior, que antes a AD trabalhava apenas com textos consagrados e escritos, porém, a revolução áudio-visual dos meios de comunicação e a exponencial expansão da mídia fizeram emergir discursos híbridos que mesclam textos (orais ou escritos) e imagens (em movimento ou estáticas). Por conta dessa mudança, precisava-se construir uma teoria capaz de proporcionar as bases teóricas para analisar discursivamente toda essa rede de imagens verbo-visuais que compõem esse novo cenário e que constituem a cultura e o imaginário social. ÓEra chegado o tempo de incorporar às análises a língua de vento da mídia, o discurso do ordinário, as novas materialidades do mundo pós-moderno que se concretizavam no discurso (GREGOLIN, 2008, p. 27).

Jean-Jacques Courtine foi quem conseguiu alinhar esse estudo e desenvolver conceitos teóricos e procedimentos analíticos que tentam compreender essas outras materialidades, no interior de um campo em construção que ele tem denominado *Semiologia Histórica*. Iniciou-se, assim, mais um processo de transformações teórico-metodológicas, revigorando os estudos discursivos e fazendo ampliar os *corpora* de análise.

Segundo Gregolin (2008), a denominação de *Semiologia Histórica* veio dos estudos semiológicos estruturais clássicos de tradição saussureana. Levando-se em conta que Saussure (2006, p. 24), no *Curso de Linguística Geral*, preconizou o que viria a se tornar os estudos semiológicos:

[...] pode-se, então, conceber *uma ciência que estuda a vida dos signos no seio da vida social* [...]; chamá-la-emos de *Semiologia* [...]. Ela nos ensinará em que consistem os signos, que leis os regem. Como tal ciência não existe ainda, não se pode dizer o que será; ela tem direito, porém, à existência; seu lugar está determinado de antemão (grifos do autor).

Porém, para Courtine (2013), seu trabalho sobre a semiologia histórica não se reduz exclusivamente ao seu nascimento no estruturalismo saussureano, tendo em vista que Saussure tomava o signo linguístico como parâmetro de análise e Courtine destaca o não-verbal em sua materialidade na História; e, além disso, o autor ainda menciona que o nome *semiologia* [...] pré-existe efetivamente a seu uso saussureano, e é até mesmo de um emprego tradicional em medicina (COURTINE, 2013, p. 38). E ainda acrescenta que seu modo de analisar e interpretar imagens se assemelha mais à função policial do detetive Sherlock Holmes, que faz sua leitura e interpretação da cena de um crime procurando os indícios, que ao modo de análise do semiólogo moderno.

Com a elaboração dessas bases para um estudo semiológico da história, Courtine pretendia lançar um novo modo de olhar para o objeto da AD, abrindo caminhos para o estudo das materialidades não-verbais que constituem a historicidade dos discursos. A *semiologia histórica* proposta por Courtine nos mostra que, por movimentos de *intericonicidade*, as imagens travam um embate com a memória, fazem deslizar a tradição e instauram outros sentidos (GREGOLIN, 2008, p. 21, grifos da autora).

A *Semiologia Histórica* promoveu um aprimoramento nas práticas de AD, proporcionando uma base de conceitos teóricos para pensarmos os discursos sincréticos da mídia, que fundem diversas materialidades (linguísticas e visuais), de tal forma que pudemos, nesta dissertação, trabalhar sua perspectiva no interior da análise da história do corpo na propaganda turística brasileira, que veremos na seção analítica do *corpus*.

É dentro de uma semiologia histórica que se propõe uma *história do corpo*, pela análise da construção de sua vitalidade, de sua exposição ao olhar, de sua constituição no interior de uma cultura visual (GREGOLIN, 2008, p. 31, grifos da autora). Essa cultura visual supõe uma memória visual, uma memória de imagens, uma espécie de interdiscursividade de natureza imagética, ou melhor, uma intericonicidade.

1.3 O corpo e sua articulação com a história

Pesquisando sobre como as antigas propagandas turísticas oficiais brasileiras discursivizavam o corpo na grande mídia, mais precisamente os primeiros corpos femininos que irromperam nas propagandas dos anos 1970 e 1980, principalmente, propomos o presente capítulo, objetivando mostrar que os discursos sobre o corpo feminino, tomado como objeto de conhecimento e de saber, emergiram em uma rede tramada no/pelo poder-saber-verdade de que trata Michel Foucault e promoveram verdades sobre um corpo seminu e sensualizado cujos resquícios ainda hoje estão enraizados em inúmeras práticas discursivas, no imaginário social e na identidade do Brasil e da mulher brasileira.

Entretanto, antes de iniciarmos uma discussão a respeito do corpo feminino na propaganda turística, precisamos esclarecer que o corpo em questão não se trata apenas do corpo orgânico, de carne e sangue, do corpo físico, mortal, com suas funções biológicas e fisiológicas, mas, acima de tudo, do corpo enquanto ósuperfície de inscrição dos acontecimentosô, principal preocupação da genealogia foucaultiana, que analisa a proveniência óno ponto de articulação do corpo com a históriaô, mostrando óo corpo inteiramente marcado de história e a história arruinando o corpoô (FOUCAULT, 2012c, p. 65). Assim, pretendemos ópensar com Foucaultô ã utilizando um termo de Courtine (2013) ã alguns pontos importantes sobre esse corpo fabricado discursivamente e imerso na história.

Porém, nem sempre esse corpo foi estudado dessa maneira. A irrupção do corpo como objeto de estudo das ciências humanas é, historicamente, recente. Segundo Courtine (2013, p. 13), foi no século XX que o corpo surgiu como objeto de análise, primeiramente na psicanálise com Freud, mas:

[...] é realmente no pensamento de Foucault que o corpo iria verdadeiramente aceder ao estatuto de objeto de pleno direito, quando ele mostra como, em *Vigiar e punir*, a generalização dos encarceramentos e a sistematização das disciplinas haviam feito do corpo o alvo essencial de uma ómicrofísicaô do poder (grifos do autor).

De fato, foi a partir da publicação de óVigiar e punirô, no ano de 1975, que Foucault passou a evidenciar em seus estudos essa articulação de saberes e poderes que age sobre o corpo do indivíduo. Segundo Foucault (2013, p. 28-29):

[...] o corpo [...] está diretamente mergulhado num campo político; as relações de poder têm alcance imediato sobre ele; elas o investem, o marcam, o dirigem, o supliciam, sujeitam-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhe sinais. Este investimento político do corpo está ligado [...] à sua utilização econômica; é [...] como força de produção que o corpo é investido por relações de poder e de dominação; mas em compensação sua constituição como força de trabalho só é possível se ele está preso num sistema de sujeição [...]; o corpo só se torna útil se é ao mesmo tempo corpo produtivo e corpo submisso. [...] Trata-se de alguma maneira de uma microfísica do poder posta em jogo pelos aparelhos e instituições.

Essa importância dada a Foucault na construção de uma *história do corpo* é ressaltada por Courtine (2011, p. 10), quando ele diz que o corpo *ó*ganhou seu título de nobreza no trabalho de Michel Foucault, cuja presença explícita ou implícita, reivindicada ou criticada, atravessa muitos dos estudos que compõem esta série.

As problemáticas apresentadas a respeito do corpo nos estudos de Courtine abrem um vasto caminho a ser trilhado à construção de sua história. Apresento, todavia, apenas alguns pontos importantes para o encadeamento de nosso percurso temático, particularmente no que diz respeito à análise de imagens do corpo midiático.

Destacamos que o corpo sempre *ó*[...] foi alvo de inúmeras interpretações e representações; esteve sempre regulado por normas e valores de ordem moral, ética, estética e científica (WITZEL, 2014, p. 525), porém, no decorrer do século XX, com o avanço tecnológico, o grande crescimento da mídia e o *ó*reinado das imagens:

jamaís o organismo foi tão penetrado antes como vai sê-lo pelas tecnologias de visualização médica, **jamaís o corpo íntimo, sexuado, conheceu uma superexposição tão obsessiva**, jamaís as imagens das brutalidades sofridas pelo corpo na guerra e nos campos de concentração tiveram equivalente em nossa cultura visual, jamaís os espetáculos de que foi objeto se aproximaram das reviravoltas que a pintura, a fotografia, o cinema contemporâneos vão trazer à sua imagem (COURTINE, 2011, p. 10-11, grifo nosso).

Nesta perspectiva, podemos afirmar também que a superexposição do corpo nas propagandas turísticas brasileiras das décadas de 1970 e 1980 fazem parte de um panorama maior de um culto ao corpo, de um culto aos *ó*[...] prazeres oferecidos aos olhares pelas imagens [...] de onde se contemplam as metamorfoses atuais do corpo; e a interdição dessas imagens nos dias atuais permeia na *ó*tensão entre desejos do corpo sexuado e normas de controle social (COURTINE, 2011, p. 11).

O objetivo desse capítulo foi o de apresentar alguns dos importantes conceitos relativos à AD e traçar um breve panorama do seu percurso na história. É com base nesse referencial teórico que discorreremos sobre a identidade, no próximo capítulo.



*Brasil, terra boa e gostosa
Da morena sestrota
De olhar indiscreto*

(Ary Barroso)

2. “BRASIL, MEU BRASIL BRASILEIRO”: CONSTRUÇÃO DE UMA IDENTIDADE

O corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidade.

Kathryn Woodward (2000, p. 15)

Neste capítulo será retomada a discussão sobre a identidade, direcionada para a perspectiva dos Estudos Culturais. Para tanto, utilizaremos principalmente as contribuições oriundas dos estudos de Kathryn Woodward (2000), Tomaz Tadeu da Silva (2000), Stuart Hall (2000; 2003) e Zygmunt Bauman (2005). Dessa forma, esse tema será examinado em suas relações com a subjetivação e com a globalização. No processo de construção identitária, nosso foco será o sujeito mulher no discurso turístico oficial brasileiro. Encerra-se o capítulo problematizando a relação entre as representações simbólicas da identidade e a cristalização de estereótipos e preconceitos.

Analisar o percurso histórico das propagandas turísticas desenvolvidas pela EMBRATUR trata-se também de estudar a história sobre a construção da própria identidade do Brasil e da mulher brasileira, um percurso histórico que acarretou múltiplos efeitos de sentido produzidos pela maneira como foram propostas essas identidades em suas campanhas.

Nossa discussão nos levará a um questionamento sobre a necessidade de reivindicar/reafirmar uma identidade nacional. Para pensar sobre essa questão, abordaremos a construção identitária sob dois pontos de vista: o essencialista e o não-essencialista. Além disso, precisaremos de um quadro teórico que nos forneça uma compreensão mais ampla sobre os processos que envolvem a construção identitária: produção, manutenção, transformação, redefinição, circulação, cristalização e interdição de identidades e os efeitos de sentido que deles emergem.

Segundo Woodward (2000, p. 55), as *identidades* são óas posições que assumimos e com as quais nos identificamos. O conceito de identificação é constantemente retomado nos Estudos Culturais, objetivando explicar como é possível nos identificarmos, enquanto sujeitos sociais, com pessoas ou imagens e como pertencentes ou *forasteiros* de uma determinada localidade ou grupo social. Esses discursos identitários produzem, por meio de diferentes sistemas simbólicos, diferentes significados que estão sempre sendo contestados e alterados.

2.1 A construção identitária sob o ponto de vista essencialista

Iniciaremos este tópico, então, tecendo alguns parágrafos sobre a construção identitária, a partir do viés essencialista. Woodward (2000, p. 13) afirma que: ó com frequência, a identidade envolve reivindicações *essencialistas* sobre quem pertence e quem não pertence a um determinado grupo identitário, nas quais a identidade é vista como fixa e imutável. Na opinião da autora (2000, p. 12), ó uma definição essencialista da identidade [...] sugeriria que existe um conjunto cristalino, autêntico, de características que *todos* [...] partilham e que não se altera ao longo do tempo. A esse *conjunto de características* a autora dá o nome de *símbolos identitários*, e afirma que as identidades são marcadas e só adquirem sentido por meio dos sistemas simbólicos pelos quais são representadas, ou seja, as identidades são produzidas pelos sistemas de representação e os significados produzidos pelas representações é o que dá sentido àquilo que se procura identificar.

A fim de explorar um pouco mais algumas das ideias sobre os símbolos identitários, propostas por Woodward (2000), podemos acrescentar que é imprescindível analisar os processos de representação, ou seja, seu sistema simbólico, que pode emergir tanto na forma imagética quanto textual. O sistema simbólico produz significados ao que está sendo discursivizado, a uma determinada posição-de-sujeito ou a um determinado local, por exemplo, e esses significados produzem identidades que lhes estão associadas. No campo da publicidade, ó essas identidades e o artefato com o qual estão associadas são produzidas, tanto técnica quanto culturalmente, para atingir os consumidores que comprarão o produto com o qual eles [...] se identificarão (WOODWARD, 2000, p. 68).

Na prática, veremos que o discurso publicitário, em geral, é composto pela incessante repetição de símbolos que marcam a identidade do produto a ser promovido. No discurso turístico não poderia ser diferente. As propagandas encomendadas pela EMBRATUR são marcadas pela repetição exaustiva de alguns símbolos identitários, recurso este que faz emergir o *ser Brasil* e o *ser brasileira*. Não só das décadas de 1970 e 1980, mas em todos os discursos promovedores do espaço brasileiro.

A partir dessa ideia, podemos entender que, sob uma perspectiva essencialista, a identidade brasileira é fixa, composta de alguns símbolos identitários, tais como: o

futebol, o Carnaval, o samba e a bunda da brasileira. Mas será que nesse mundo tão globalizado no qual vivemos existe uma identidade una, fixa, verdadeira? Ou será que podemos dizer que a identidade é movente, múltipla, multifacetada?

É sabido que a identidade é marcada pela diferença (WOODWARD, 2000, p. 9), por isso, é comum observarmos, na visão essencialista, a utilização de dicotomias para constituir identidades. Uma perspectiva essencialista diria que a diferença entre praias paradisíacas seria a presença de mulatas seminuas em um espaço turístico e em outro não, por exemplo. Dessa forma, essas dicotomias apenas ratificam uma série de estereótipos e até de alguns preconceitos sobre o Brasil e sobre a brasileira. Ou seja, a partir da discursivização imagética de uma bunda de uma mulata, em uma propaganda turística, poderíamos recuperar em nossa memória a prática de uma atividade ilícita: o turismo sexual. Daí, poderíamos questionar: *o que realmente está sendo vendido?*

Então, para tratarmos de identidade e diferença, começamos dizendo que a identidade não é o oposto da diferença: a identidade depende da diferença. E, uma vez assegurada, ela não anulará a diferença (HALL, 2000, p. 106), ou seja, sempre coexistirão a identidade e a diferença. A identidade é marcada pela diferença e a diferença é estabelecida por uma marcação simbólica de representação. Woodward (2000, p. 14) define marcação simbólica ao dizer que *ó[...] é o meio pelo qual damos sentido a práticas e a relações sociais, definindo, por exemplo, quem é excluído e quem é incluído*. Então, a construção da identidade é tanto simbólica quanto social.

Essa forma de determinar o que está *óincluído* e o que está *óexcluído* dos elementos identitários de uma localidade vai criando uma forma de classificar o mundo, assim, a marcação da diferença será a peça-chave nesse sistema de classificação. Woodward (2000, p. 54) destaca que *ó[...] os sistemas classificatórios são construídos, sempre, em torno da diferença e das formas pelas quais as diferenças são marcadas*. Ou seja, a diferença é o elemento central nos sistemas classificatórios. Assim, como cada cultura tem suas próprias e distintivas formas de classificar o mundo, a diferença será aquilo que irá separar uma identidade da outra, no caso da publicidade turística, estabelecendo distinções entre este e os demais destinos turísticos *óvendidos* sob o binômio sol e praia.

Porém, não basta apenas eleger elementos quaisquer a fim de ilustrar a propaganda e convencer o turista em potencial de que naquele lugar ele poderá

vivenciar as férias de seus sonhos. As propagandas turísticas só serão eficazes no seu objetivo de vender, se, no seu apelo aos consumidores, discursivizarem imagens com as quais eles possam identificar realmente aquela localidade (WOODWARD, 2000). E isso também fará com que possa ser evitada uma possível frustração do visitante. Sá (2002) afirma que imagens que não representam a órealidade também são consideradas problemáticas em termos de ómarketing. Para que isso não ocorra, Woodward diz que há duas formas de se reivindicar uma posição de identidade autêntica e verdadeira: uma amparada nos antecedentes históricos e outra na biologia.

Isso ilustra duas versões de essencialismo identitário. A primeira fundamenta a identidade na óverdade da tradição e nas raízes da história, fazendo um apelo à órealidade de um passado possivelmente reprimido e obscurecido, no qual a identidade proclamada no presente é revelada como um produto da história. A segunda está relacionada a uma categoria ónatural, fixa, na qual a óverdade está enraizada na biologia. Cada uma dessas versões envolve uma crença da existência e na busca de uma identidade verdadeira. O essencialismo pode, assim, ser biológico e natural, ou histórico e cultural. De qualquer modo, o que eles têm em comum é uma concepção *unificada* de identidade. (WOODWARD, 2000, p. 37)

Ainda sob a perspectiva essencialista de construção identitária, Woodward (2000) destaca que a identidade também é marcada pelo que a pessoa usa, pois as vestimentas são tanto sociais quanto culturais. Assim, é comum vermos nas propagandas turísticas a representação das brasileiras com poucas vestimentas, geralmente um pequeno biquíni ou uma fantasia carnavalesca, principalmente nas propagandas das décadas de 1970 e 1980. Inúmeros sentidos emergem a partir dessa representação simbólica e cultural, dentre eles, o de um país do hedonismo e da libertinagem sexual, o da promiscuidade da brasileira e um que motivou a interdição institucional, o incentivo à prática do turismo sexual.

2.2 A construção identitária sob o ponto de vista não-essencialista

Já a construção identitária, a partir de uma perspectiva *não-essencialista*, focalizaria suas reivindicações nas diversidades e nas características comuns partilhadas entre os pólos opostos. De tal forma que a identidade não mais seria vista como fixa, una, verdadeira, autêntica; mas fluida, cambiante, multifacetada, descartável. Não mais falaríamos em *identidade*, mas em *identidades*.

Quando, no discurso turístico brasileiro, a representação simbólica da mulher é marcada por uma mulata, por exemplo, é uma reivindicação baseada em uma versão essencialista da história e do passado do Brasil, da história dos negros escravizados, do Brasil enquanto colônia, como o fundamento de sua identidade. Ou seja, quando marcamos uma identidade por uma única óração, estamos silenciando a grande diversidade étnica presente no país. No processo de construção identitária, algumas diferenças são marcadas, mas outras podem ser obscurecidas, e na afirmação de uma identidade nacional, por exemplo, podem-se omitir diferenças de óração (WOODWARD, 2000). A perspectiva não-essencialista faz discursivizar essa diversidade, esses *outros Brasis* dentro do Brasil.

Para justificar por que estamos analisando os conceitos de essencialismo e não-essencialismo, precisamos examinar o processo de construção identitária do sujeito mulher no discurso da propaganda turística oficial. É imprescindível recuperarmos os acontecimentos que incidiram sobre o discurso turístico no momento de sua realização, pois, durante mudanças econômicas e sociais, pode haver uma *crise de identidade* e, então, entra o papel das promoções de marketing na construção de novas identidades. Isso porque a reivindicação por uma identidade não serve apenas para dizer *quem sou*, mas também *quem eu quero ser* (WOODWARD, 2000).

2.3 A interdição de um símbolo identitário

Falamos isso porque, segundo Gregolin (2001), o que faz uma regularização discursiva ruir é o peso do acontecimento novo. Por isso, no momento em que os órgãos oficiais brasileiros reconheceram que o discurso turístico da EMBRATUR estava repercutindo uma imagem negativa do país, promovendo indiretamente a prática do turismo sexual, houve uma reestruturação discursiva e, utilizando-se do discurso do politicamente correto, alguns símbolos identitários foram interditados na propaganda turística oficial do país, como forma de coibir esse tipo de crime. O principal deles foi a interdição do corpo seminu, tema de nosso trabalho. Estabelecendo, assim, uma nova ordem discursiva para o corpo do sujeito mulher.

Essa forma de discursivizar o sujeito mulher, imposta por lei (veremos no próximo capítulo), anda na contramão da atual e acentuada exposição do corpo na mídia. Os órgãos oficiais de promoção do turismo brasileiro aderiram a uma nova vontade de verdade e as novas campanhas publicitárias proporcionaram uma reconstrução da imagem do Brasil e da brasileira.

Os destaques nas propagandas passaram a ser as belezas naturais e o acervo histórico e cultural do país. E, quanto à brasileira, até suas vestimentas operaram mudança de sentido. As propagandas turísticas passaram a não mais ressaltar a sensualidade do corpo da mulher, que, agora, assume as posições-de-sujeito ómãeô, óesposaô, óprofissionalô, dentre outras, procurando contestar o discurso anterior, do corpo enquanto mercadoria disponível para o outro, aqui entendido como o turista. O que podemos perceber é que os tempos mudaram, tornando imprescindível que a identidade da mulher brasileira não seja representada apenas pela sensualidade do corpo de uma mulata seminua, mas também pelo corpo vestido, pelo corpo velho, pelo corpo com deficiência etc., incluindo, assim, posições-de-sujeito antes silenciadas, como a de ómãeô, por exemplo.

Podemos levantar questões sobre o poder dos sistemas simbólicos e sobre como alguns grupos são excluídos e estigmatizados, em detrimento de outros. Esse jogo com os sentidos, revelados por meio de representações identitárias, constrói estereótipos difíceis de serem diluídos, pois eles fincam suas raízes nos solos firmes das relações de poder que envolvem a sociedade e sua cultura como um todo. Woodward (2000) nos leva a pensar sobre quem define a nossa identidade, entre as várias identidades possíveis. Ela sugere que é o poder das relações sociais, culturais, econômicas e políticas de subordinação e dominação que moldam nossa identidade, ou seja, somos assujeitados às relações de poder e ainda ao poder da mídia. Segundo Woodward (2000, p.17), óa mídia nos diz como devemos ocupar uma posição-de-sujeito particularô. Partilhando da mesma ideia, Deleuze (1992) diz que essa subordinação se dá pelo fato de vivermos inseridos em uma sociedade de controle, onde todas as nossas atividades são monitoradas e reguladas constantemente. Essa forma de poder, sutil e silenciosa, nos convence, sem que a percebamos. Temos sempre que nos submetermos à ordem do discurso midiático (GREGOLIN, 2003). E, assim, a materialização desse controle sobre os corpos pode ser observada inclusive na constituição identitária.

2.4 Há uma crise de identidade?

Abrimos este tópico com algumas perguntas: por que essa necessidade de reivindicar/ reafirmar uma identidade, nesse momento em que vivemos, em uma era tão *líquido-moderna* ã para usar a expressão de Bauman (2005) ã e globalizada, na qual estamos totalmente inseridos, com suas identidades efêmeras, fluidas, cambiantes e mesmo descartáveis? Qual a importância disso tudo? Uma possível resposta, proposta por Woodward (2000), seria a possibilidade de estar havendo uma *crise de identidade*, globalmente, localmente, pessoalmente e politicamente. E o que estaria acarretando essa crise? Segundo a autora:

[...] a globalização envolve uma interação entre fatores econômicos e culturais, causando mudanças nos padrões de produção e consumo, as quais, por sua vez, produzem identidades novas e globalizadas. Essas novas identidades, caricaturalmente simbolizadas, às vezes, pelos jovens que comem hambúrgueres do McDonald's e que andam pela rua de Walkman, formam um grupo de óconsumidores globaisô que podem ser encontrados em qualquer lugar do mundo (WOODWARD, 2000, p. 20).

Alguns autores vêm defendendo que essa crise identitária foi desencadeada pela globalização, que gerou uma homogeneidade cultural, levando ao distanciamento das pessoas com a identidade de sua comunidade e com a cultura local (WOODWARD, 2000). O mercado global produz identidades plurais, com características comuns e compartilhadas. Em termos gerais, essa dispersão de qualquer povo ou etnia ao redor do globo é conhecida por *diáspora*. Este conceito já foi bastante trabalhado por Stuart Hall (2003). Ele diz que a importância de se pensar a diáspora relaciona-se ao fato de que essa questão ilumina uma maior discussão sobre a nação e a identidade, numa era de globalização crescente. Benedict Anderson (*apud* HALL, 2003, p. 26) sugere que óas nações não são apenas entidades políticas soberanas, mas *comunidades imaginadas*ô, argumentando que óa identidade nacional é inteiramente dependente da ideia que fazemos delaô, por isso óa diferença entre as diversas identidades nacionais reside, portanto, nas diferentes formas pelas quais elas são imaginadasô. Hall (2003, p. 26) questiona: se são imaginadas, óonde começam e onde terminam suas fronteiras? [...] e de que forma devemos pensar sobre a identidade nacional e o *pertencimento* [...] à luz dessa experiência de diáspora?ô. O autor complementa sua ideia afirmando que óna situação da diáspora, as identidades se tornam múltiplasô (p. 27), tornando-se óidentidades que não têm pátria e que não podem ser simplesmente atribuídas a uma única fonteô (WOODWARD, 2000, p. 22).

2.5 *Pertencentes ou forasteiros*

Bauman (2005) toma sua própria história para falar sobre identidade e a relaciona com a ideia de *pertencimento*, nos levando a pensar sobre o que seria a *nacionalidade*, nesses tempos líquido-modernos, que transforma tudo e todos em categorias fluidas, líquidas, sem amarras. O que antes era uma demarcação geográfica, territorial, pois a nacionalidade era marcada pelo lugar de nascimento, hoje, com o encurtamento das distâncias e o alargamento do espaço de coabitação, a ideia de *nação* está amparada a processos de inclusão e exclusão, criando um efeito de comunidade, um ósentimento de nósô. Assim, para discutirmos sobre identidade, é necessário falar sobre deslocamento, desterritorialização. Segundo o autor:

[...] em nossa época líquido-moderna, o mundo em nossa volta está repartido em fragmentos mal coordenados, enquanto as nossas existências individuais são fatiadas numa sucessão de episódios fragilmente conectados. [...] Estar total ou parcialmente ódeslocadoô em toda parte, não estar totalmente em local algum [...], pode ser uma experiência desconfortável [...]. As óidentidadesô flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta [...]. Pode-se até começar a sentir-se *chez soi*, óem casaô, em qualquer lugar ã mas o preço a ser pago é a aceitação de que em lugar algum se vai estar totalmente e plenamente em casa (Bauman, 2005, p. 18-20).

E, então, retornamos às mesmas questões: por que, no mundo contemporâneo, mesmo sabendo que não existem identidades fixas, as pessoas comportam-se como se elas existissem? Por que as pessoas assumem suas posições de identidade e se identificam com elas? Por que as pessoas investem nas posições que os discursos da identidade lhes oferecem? Woodward (2000) dá uma possível resposta a toda essa inquietação sobre as lutas pela afirmação e manutenção de identidades nacionais e étnicas: mesmo que as raízes históricas nas quais se apoiam a identidade sejam apenas imaginadas, elas proporcionam, de qualquer forma, algum tipo de certeza, de segurança e de *pertencimento*, nesse clima de mudança, fluidez e crescente incerteza. Segundo Hall (*apud* WOODWARD, 2000, p. 28), ó[...] isso não significa negar que a identidade tenha um passado, mas reconhecer que, ao reivindicá-la, nós a reconstruímos e que, além disso, o passado sofre uma constante transformaçãoô. Assim, o autor reconhece a existência de identidade, mas não *uma* identidade fixada na rigidez de oposições binárias, proposta pelas dicotomias *nós/eles*, *pertencentes/não pertencentes* ou ainda *nacional/ estrangeiro*.

O autor defende a fluidez, a reconstrução, a transformação de identidades e as múltiplas formas como representamos a nós mesmos, ou seja, as múltiplas identidades que podemos assumir, inclusive, ao longo de um único dia. Podemos perceber essa sua ideia, quando ele diz que ó[...] não é difícil perceber que somos diferentemente posicionados, em diferentes momentos e em diferentes lugares, de acordo com os diferentes papéis sociais que estamos exercendoô (*apud* WOODWARD, 2000, p. 30).

Na complexidade da vida moderna, quando nos agarramos a apenas uma identidade, somos mal vistos. Dessa forma, precisamos assumir constantemente diferentes identidades, diferentes papéis sociais, celebrando uma completa dispersão do sujeito. Na letra da música óDe primeira grandezaô, de Belchior, há uma representação dessa identidade multifacetada, quando ele discursiviza a mulher como ómusa, deusa, mulher, cantora e bailarinaô e o homem como óanjo, herói, Prometeu, poeta e dançarinoô. Porém, essas múltiplas identidades nem sempre são harmônicas, frequentemente estão em conflito. Podemos exemplificar com a tensão existente entre a posição-de-sujeito *mãe* e a posição-de-sujeito *profissional*. Assim, como toda prática social é simbolicamente marcada, as representações dessas diferentes identidades também são diferentemente simbolizadas (WOODWARD, 2000). Por isso, é inevitável, quando o corpo da mulher é discursivizado em uma propaganda turística, ele vem carregado de traços identitários, que o *interpela* em uma determinada posição-de-sujeito e, ao mesmo tempo, silencia outras.

Antes de falarmos sobre *interpelação*, vamos tecer algumas linhas sobre o estudo do *inconsciente*, muito importante para as teorias da identidade e da subjetividade. A teoria da psicanálise de Freud estuda o inconsciente sob a ótica da incompletude e dos desejos insatisfeitos e reprimidos, que, por meio dos sonhos e dos lapsos, podem ser descobertos. Lacan, seguidor de Freud, faz uma releitura de sua teoria e amplia a sua análise dos conflitos inconscientes que atuam no interior do *sujeito soberano*, dando ênfase ao simbólico e à linguagem no desenvolvimento da identidade. Para Lacan, a subjetividade é dividida e ilusória, o sujeito unificado é um mito (WOODWARD, 2000). Dessa forma, a noção de sujeito marca uma das maiores contradições da Linguística. Podemos citar pelo menos duas noções antagônicas: i) o *sujeito empírico*, que é aquele sujeito *consciente*, intencional, do *tudo posso*, do *tudo digo*, individual, autônomo, dono do seu dizer, livre e independente; e ii) o *sujeito social*, que é aquele sujeito trabalhado pela AD, clivado pelo *inconsciente*, representante

de uma classe social, de um lugar social de fala, que não é dono do seu dizer, que não diz o que quer, na hora que quer, em qualquer circunstância, mas que é assujeitado pelos saberes das instituições sociais, saberes esses que sempre estão acoplados a poderes (PÊCHEUX & GADET, 2011). Concordamos com Hall (2000, p. 105) quando diz que não é um abandono ou abolição mas uma reconceptualização do *sujeito*. É preciso pensá-lo em sua nova posição não deslocada ou descentrada não no interior do paradigma. O trabalho de Lacan mostra ainda que, por ser o sujeito um ser fragmentado, ele vive uma eterna busca por esse efeito de união, que pode ser alçado com a identidade. E, nesse contínuo processo de identificação, busca-se, por meio de sistemas simbólicos, algo que está fora de si, para representá-lo como um todo, como uma unidade (WOODWARD, 2000). Isso implica dizer que a identidade não faz parte da sua natureza, ela é externa ao sujeito, é uma criação, uma reivindicação sociocultural (SILVA, 2000). Além de que é algo que está sempre em processo, sempre em construção, pois a identidade pode ser, sempre, reivindicada, cristalizada, transformada ou interdita a todo instante (HALL, 2000). Bauman (2005, p. 16) comunga desta ideia, quando ele diz que as pessoas em busca de identidade se veem invariavelmente diante da tarefa intimidadora de *alcançar o impossível*.

Althusser (*apud* WOODWARD, 2000, p. 59), tomando por base essa versão da psicanálise freudiana feita por Lacan, utiliza o termo *interpelação* para explicar a forma pela qual os sujeitos não ao se reconhecerem como tais: *sim, esse sou eu* não são recrutados para ocupar certas posições-de-sujeito. A interpelação não se dá apenas no nível do consciente, mas também no nível do *inconsciente*, e acontece quando um determinado indivíduo assume uma posição particular de sujeito, ou seja, é o processo pelo qual a ideologia transforma indivíduos em sujeitos, sendo o sujeito uma categoria simbolicamente construída, denominada, posicionada e reconhecida por meio de práticas e de sistemas de representação. Segundo Dezerto (2010, p. 12):

[...] falar em identificação do sujeito em uma dada formação discursiva implica dizer que ao mesmo tempo em que o indivíduo é interpelado em sujeito são apagadas para ele as outras formações discursivas que figuram em relação umas às outras no todo complexo das formações ideológicas; o emergir do sujeito numa dada formação discursiva promove o apagamento das outras formações discursivas provocando para ele o efeito de unicidade.

Esse *efeito de unicidade* é o objetivo de toda reivindicação identitária, representar uma nação, por exemplo, por meio de uma rede de símbolos identitários, provocando a união de diferentes identidades em uma única identidade representacional.

Esse *efeito de unicidade* também é o que faz gerar uma série de estereótipos, reducionismos e até de preconceitos, por não conseguir abarcar a diversidade, a heterogeneidade, o hibridismo, que são constitutivos de cada povo, nação, etnia, grupo social etc. Cixous (*apud* WOODWARD, 2000, p. 51) argumenta que óñesses dualismos um dos termos é sempre valorizado mais que o outro: um é a norma e o outro é o *outro* ã visto como *desviante ou de fora* e essas relações de valorização/desvalorização são sempre permeadas por relações de poder. Por isso, em nossa pesquisa, detectamos que na base da discussão sobre o caráter fixo da identidade nacional está a tensão entre o *Brasil* discursivizado e os outros *Brasis* silenciados.

Silva (2000) relaciona a discursivização de uma identidade a um ato performativo. Segundo Austin (*apud* SILVA, 2000), as proposições *performativas* fazem parte de uma categoria de proposições que, ao serem pronunciadas, não se limitam a apenas descrever um estado de coisas, mas fazem alguma coisa acontecer, algo se efetivar, se realizar. Silva (2000) justifica essa ideia ao dizer que, quando discursivizamos algo sobre a identidade de algum grupo cultural, não só descrevemos um ófato do mundo social, mas estamos contribuindo para definir ou reforçar uma identidade, às vezes até negativamente. Em nossas análises discursivas, percebemos com frequência a cristalização de estereótipos e preconceitos em seus sistemas de representação simbólica. Assim, óo conceito de performatividade desloca a ênfase na identidade como descrição, como aquilo que é [...] para a ideia de *tornar-se*, para uma concepção da identidade como movimento e transformação (SILVA, 2000, p. 92).

Neste capítulo, procuramos apresentar alguns dos importantes conceitos relativos à identidade; ao discutir sobre a emergência dessa temática na atual conjuntura. Falamos um pouco sobre a globalização e os efeitos que ela proporcionou ao campo dos Estudos Culturais, sobretudo à constituição identitária.

Essa discussão nos levou a vários questionamentos quanto à crise identitária e quanto à necessidade de reivindicação/reafirmação de identidades, aos quais sugerimos algumas possíveis respostas; discutimos, além disso, os processos envolvidos em uma constituição identitária sob o viés essencialista e sob o viés não-essencialista; tecemos algumas reflexões sobre a importância de analisar as representações simbólicas para perceber os sentidos que delas emergem; falamos também sobre as identidades sem pátria; e, sobre interpelação, inconsciente e subjetividade. Esse quadro de referência é o que sustentará a base teórica das análises apresentadas nos próximos capítulos.



**Se diversão é a sua paixão
o Brasil é o seu destino.**

Brasil
Viva essa paixão

*Chego ao Rio de Janeiro
Terra do samba, da mulata e futebol
Vou vivendo o dia a dia
Embalado na magia
Do seu Carnaval*

(Samba-enredo da Salgueiro em 1993)

3. “EXPLODE CORAÇÃO NA MAIOR FELICIDADE”: A HETEROTOPIA E O ESPAÇO CARNAVALESCO

Diante dessas heterotopias, que estão ligadas à acumulação do tempo, há as heterotopias que estão ligadas, pelo contrário, ao tempo no que ele tem de mais fútil, de mais passageiro, de mais precário, e isso sob a forma da festa. São heterotopias não mais eternizadas, mas absolutamente crônicas.

Michel Foucault (2006, p. 419)

Se, na introdução, qualificamos o Carnaval como um espaço misto, utópico e heterotópico, pretendemos neste capítulo aprofundar os conceitos de ótopia e de óheterotopia e seus princípios fundamentais, além de apresentar por que o Carnaval pode ser enfocado através da categoria de espaço, derivada da categoria de heterotopia.

Utilizaremos como ponto de partida o texto *ÓOutros espaços*, apresentado por Michel Foucault (2006) em uma conferência no Círculo de Estudos Arquitetônicos, em 14 de março de 1967, e publicado apenas em outubro de 1984, que traz uma importante discussão sobre o estudo dos espaços, bem como o conceito de heterotopia.

Foucault (2006) inicia o texto apresentando a diferença entre a concepção de espaço na Idade Média e na Modernidade. Naquela época, os espaços eram nomeados, hierarquizados, facilmente localizados e demarcados por dicotomias. Havia os espaços profanos e os sagrados, os urbanos e os rurais, os protegidos e os expostos, o celeste e o terrestre. Atualmente, nunca uma demarcação espacial foi tão problemática. Nessa era líquido-moderna, os espaços tornaram-se meros posicionamentos relativos, deslizantes, difusos, dispersos, heterogêneos. Segundo Foucault (2006, p. 411):

[...] estamos na época do simultâneo, estamos na época da justaposição, do próximo e do longínquo, do lado a lado, do disperso. Estamos em um momento em que o mundo se experimenta, acredito, menos como uma grande via que se desenvolveria através dos tempos do que como uma rede que religa pontos e que entrecruza suas tramas.

Contudo, há ainda um certo número de oposições que permanecem nos tempos de hoje, por exemplo, o espaço da família e o social, o espaço público e o privado, o cultural e o útil, o de lazer e o de trabalho (FOUCAULT, 2006). Entretanto, Foucault (2006) deixa de lado o estudo do espaço de dentro e detém-se ao espaço de fora, óo espaço no qual vivemos, pelo qual somos atraídos para fora de nós mesmo, no qual decorre precisamente a erosão de nossa vida, de nosso tempo, de nossa história, esse espaço que nos corrói e nos sulca (FOUCAULT, 2006, p. 414).

3.1 *Heterotopia e Heterotopologia*

O filósofo nos apresenta o conceito de heterotopia através de sua oposição às utopias, que são os posicionamentos sem lugar real, [...] que mantém com o espaço real da sociedade uma relação geral de analogia direta ou inversa, [...] são espaços que fundamentalmente são essencialmente irreais (FOUCAULT, 2006, p. 414-415). Formando uma espécie de contraposição, Foucault (2006, p. 415) conceitua as heterotopias, como:

[...] lugares reais, lugares efetivos, lugares que são delineados na própria instituição da sociedade, e que são espécies de contraposicionamentos, espécies de utopias efetivamente realizadas nas quais os posicionamentos reais, todos os outros posicionamentos reais que se podem encontrar no interior da cultura estão ao mesmo tempo representados, contestados e invertidos, espécies de lugares que estão fora de todos os lugares, embora eles sejam efetivamente localizáveis. Esses lugares, por serem absolutamente diferentes de todos os posicionamentos que eles refletem e dos quais eles falam, eu os chamarei, em oposição às utopias, de heterotopias.

A definição de heterotopia é multifacetada e a supracitada é apenas uma das faces dessa importante categoria, encontrada em *Outros espaços*. No livro *As palavras e as coisas*, Foucault (1999, p. XII) nos apresentava com mais uma definição, porém ele utiliza esse termo referindo-se à linguagem, ao afirmar que as heterotopias, da mesma forma que prejudicaram a demarcação espacial, surgiram para desuniformizar a linguagem, fracionando e entrelaçando palavras e coisas, como podemos ver abaixo:

As utopias consolam: é que, se elas não têm lugar real, desabrocham, contudo, num espaço maravilhoso e liso; abrem cidades com vastas avenidas, jardins bem plantados, regiões fáceis, ainda que o acesso a elas seja quimérico. As heterotopias inquietam, sem dúvida porque solapam secretamente a linguagem, porque impedem de nomear isto e aquilo, porque fracionam os nomes comuns ou os emaranham, porque arruinam de antemão a sintaxe, e não somente aquela que constrói as frases, mas aquela, menos manifesta, que autoriza manter juntos (ao lado e em frente umas das outras) as palavras e as coisas. Eis por que as utopias permitem as fábulas e os discursos: situam-se na linha reta da linguagem, na dimensão fundamental da fábula; as heterotopias (encontradas tão frequentemente em Borges) dessecam o propósito, estancam as palavras nelas próprias, contestam, desde a raiz, toda possibilidade de gramática; desfazem os mitos e imprimem esterilidade ao lirismo das frases.

Após as definições dadas, Foucault (2006) nos apresenta o espelho como um espaço misto, ao afirmar que ele é um espaço ao mesmo tempo utópico, levando-se em conta que é uma representação irreal da realidade, e heterotópico, já que o objeto realmente existe. Seguindo essa linha de pensamento, podemos perceber algo em comum entre o espelho e o Carnaval.

A concepção de Carnaval, segundo Romualdo (2000, p. 51), deve ser vista como óuma forma sincrética de espetáculo de caráter ritual, sempre muito complexa, que apresenta, sob base carnavalesca geral, diversos matizes e variações em função da diferença de épocas, povos e festejos particularesô.

Diante disso, podemos afirmar que o Carnaval é um espaço heterotópico, tendo em vista que é real, já que é uma festa popular que acontece com data certa e local previamente demarcado; porém, é também utópico, pois ele representa uma realidade fantasiosa e ritualística, na qual é permitida a homens e mulheres uma liberdade de comportamento, de relacionamento e de vestuário, que não é possível em outro momento; sendo, portanto, um espaço misto, assim como o espelho de Foucault.

Podemos perceber esse duplo enquadramento espacial nos desfiles das Escolas de Samba. Se uma Escola de Samba trazer para o desfile na avenida um enredo sobre a história do Nordeste brasileiro, por exemplo, embora o Nordeste seja um espaço real, institucionalizado, esse espaço foi construído de forma utópica, como se não fosse real, mas uma criação artístico-literária, enfatizando-se sua cultura, sua história, seus heróis, seus personagens míticos e seus estereótipos com seus símbolos identitários.

Para Foucault (2006), deveria haver uma espécie de estudo sistemático, que teria por objeto de pesquisa analisar a questão desses espaços diferentes, desses outros lugares, e que poderia se chamar *heterotopologia*. E, assim, ele enumera seis princípios gerais, para uma descrição simultaneamente mítica e real do espaço em que vivemos.

3.2 Os seis princípios fundamentais da heterotopia

O *primeiro princípio*, que oferece grande vantagem para o estudo das heterotopias, é que óprovavelmente não há uma única cultura no mundo que não se constitua de heterotopias. É uma constante de qualquer grupo humanoô (FOUCAULT, 2006, p. 416). Porém, o autor admite que, para uma linha de pesquisa adquirir o estatuto de ciência, precisa preencher alguns requisitos básicos, como o de encontrar uma forma absolutamente universal, contudo, as heterotopias são assistemáticas e ilimitadas, assumindo formas muito variadas. Esse poderia ser um obstáculo, pois uma ciência só pode estudar aquilo que é recorrente e sistemático, mesmo assim, Foucault ainda consegue classificar as heterotopias em dois grandes tipos: as *heterotopias de crise* e as *heterotopias de desvio*.

As heterotopias de crise estão relacionadas às sociedades primitivas e foram, ao longo do tempo, desaparecendo. Esses espaços heterotópicos eram ólugares privilegiados, ou sagrados, ou proibidos, reservados aos indivíduos que se encontram [...] em estado de crise (FOUCAULT, 2006, p. 416). As pessoas em estado de crise que o autor trata são adolescentes, mulheres menstruadas ou em resguardo, velhos etc. E esses lugares podiam ser o colégio, o serviço militar, o hotel da viagem de núpcias etc.

As heterotopias de desvio são as heterotopias de crise na atualidade, são os lugares onde se localizam óos indivíduos cujo comportamento desvia em relação à média ou à norma exigida (FOUCAULT, 2006, p. 416). Assim, podemos citar as prisões, os manicômios e as casas de repouso. A velhice está no entremeio entre as heterotopias de crise, por marcar um estado de crise do homem, e de desvio, entendendo que ser velho e ocioso, em nossa sociedade atual, na qual a ordem do discurso é ser jovem e ativo, é um desvio.

O *segundo princípio* diz que ó[...] uma sociedade pode fazer funcionar de uma maneira muito diferente uma heterotopia que existe e que não deixou de existir (FOUCAULT, 2006, p. 417). Isso quer dizer que cada heterotopia possui um funcionamento que lhe é próprio e que, dependendo da cultura da sociedade a qual pertença e do tempo, pode vir a ter um funcionamento diferente. O autor cita a heterotopia do cemitério como exemplo, pois, na cultura ocidental, o cemitério praticamente sempre existiu, mas sofreu grandes mudanças ao longo dos tempos. Vale ressaltar que uma das importantes mutações se deu na sua localização. Até o fim do século XVIII, situava-se no centro da cidade, e, a partir do século XIX, esse espaço heterotópico começou a ser removido para as extremidades das cidades.

Esse princípio também pode se aplicar ao nosso objeto de análise, levando-se em conta que o Carnaval é diferentemente festejado em função da diferença de época, público e local, como podemos observar na diversidade existente entre o Carnaval do Rio de Janeiro e o de Salvador, ou o de Olinda, por exemplo, (ver Figuras 1, 2, 3 e 4). Quando se mudam os espaços, mudam-se também as práticas, os hábitos, as vestimentas, os ritmos, as danças, as regras etc.

FIGURA 1 ã Carnaval do Rio de Janeiro em 1930

Disponível em: <carrosantigos.wordpress.com/>.
Acesso em: 18 fev. 2015.

FIGURA 2 ã Carnaval do Rio de Janeiro em 2015

Disponível em: <epocanegocios.globo.com/>.
Acesso em: 18 fev. 2015.

FIGURA 3 ã Carnaval de Salvador-BA em 2015

Disponível em: <www.decolar.com/blog/>.
Acesso em: 18 fev. 2015.

FIGURA 4 ã Carnaval de Olinda-PE em 2015

Disponível em: <www.decolar.com/blog/>.
Acesso em: 18 fev. 2015.

O *terceiro princípio* diz que ó[...] a heterotopia tem o poder de justapor em um só lugar real vários espaços, vários posicionamentos que são em si próprios incompatíveisô (FOUCAULT, 2006, p. 418). Assim, o autor cita a heterotopia do jardim como um melhor exemplo desse princípio. Os tradicionais jardins criados pelos persas eram espaços sagrados, que eram todos projetados de uma forma que representassem os quatro cantos do mundo e em seu centro, local mais sagrado, estavam a taça e o jato d'água. O jardim é, ao mesmo tempo, ó[...] a menor parcela do mundo e é também a totalidade do mundoô (FOUCAULT, 2006, p. 418).

O espaço heterotópico do Carnaval também possui esse poder de reunir em um só local elementos desiguais, ou até mesmo opostos, como do sagrado com o profano, do sábio com o tolo, do elevado com o baixo, do grande com o insignificante, ou seja, qualquer espécie de desigualdade é eliminada, todas as barreiras hierárquicas são quebradas, há uma livre convivência entre os homens (ROMUALDO, 2000).

O *quarto princípio* diz que ó[...] as heterotopias estão ligadas, mais frequentemente, a recortes do tempo, ou seja, elas dão para o que se poderia chamar, por pura simetria, de heterocronias; [...] uma espécie de ruptura absoluta com seu tempo tradicionalô (FOUCAULT, 2006, p. 418). São espaços que têm a característica de possuir uma cronologia diferente da normal. Então, o autor apresenta dois tipos de heterotopias do tempo: as que se acumulam infinitamente, que ele dá como exemplos os museus e as bibliotecas, nos quais o tempo não cessa de se acumular; e as absolutamente crônicas ou de passagem, que o autor traz como exemplo as festas, as feiras e as cidades de veraneio, dessa forma, por um processo de analogia, trouxemos também o Carnaval, como mais um exemplo de heterotopia de passagem.

As heterotopias de passagem são ó[...] as heterotopias que estão ligadas [...] ao tempo no que ele tem de mais fútil, de mais passageiro, de mais precário, e isso sob a forma da festa. São heterotopias não mais eternizadas, mas absolutamente crônicasô (FOUCAULT, 2006, p. 419). O autor chama atenção para uma heterotopia cujo funcionamento consiste em proporcionar ao sujeito, em um curto espaço de tempo, experiências e identidades nunca antes vivenciadas. óNesses **lugares-tempo**, identidades se movem, fogem e reaparecem para celebrar a dispersão do sujeitoô (CRUZ, 2009, p. 77, grifo do autor). No Carnaval o sujeito pode ocupar várias posições diferentes, podendo ser o que quiser, seja um pirata, um pierrot, uma colombina, uma cigana, a presidente, ou até mesmo possuir a bunda de Paolla Oliveira⁵. Como também há uma dispersão espacial em um mesmo Carnaval. Quem já foi ao Carnaval de Olinda, por exemplo, pode perceber que cada local, cada praça e cada rua ã como os Quatro Cantos, a Praça do Jacaré, a Rua 13 de Maio ã possuem um público diferente.

Assim é o Carnaval, a maior festa popular do Brasil, na qual uma multidão de pessoas toma conta de avenidas, enchendo-as de cores, músicas, fantasias, alegria, danças, brincadeiras, trios elétricos, carros alegóricos, além de uma nudez primitiva impraticável em período diverso. Seu curto período no ano depende de duas instituições de poder: a data da terça-feira de Carnaval depende da instituição da Igreja Católica, mais precisamente do seu calendário religioso; e o número de dias, como também a delimitação dos locais destinados à festa, dependem da instituição governamental.

⁵ A óbunda de Paolla Oliveiraô foi a fantasia que fez mais sucesso no Carnaval de rua 2015, inspirada em uma cena da minissérie óFelizes para sempre?ô da Rede Globo que foi ao ar no dia 26/01/2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2015/02/fantasia-inspirada-em-paolla-oliveira-vira-sensacao-do-carnaval-de-rua.html>>. Acesso em 18 fev. 2015.

O *quinto princípio* descreve que ó[...] as heterotopias supõem sempre um sistema de abertura e fechamento que, simultaneamente, as isola e as torna penetráveis. Só se pode entrar com uma certa permissão e depois que se cumpriu um certo número de gestos (FOUCAULT, 2006, p. 420). Ou seja, há espaços heterotópicos que exigem todo um ritual de purificação ou higienização para que se permita a entrada, como nas casas de banho dos mulçumanos e nas saunas escandinavas; há espaços que se é obrigado a entrar, como nas prisões; e, ainda, há aqueles espaços como nos hotéis, que se tem acesso a apenas uma pequena parte isolada, o quarto.

Há uma relação entre o espaço e o sujeito, pois assim como há uma delimitação espacial do lugar heterotópico, há também uma conduta própria determinando como o sujeito deve comportar-se, vestir-se, comunicar-se, postar-se etc., como também o que é obrigatório e o que não é, o que é aceitável e o que não é, nesses diferentes espaços. Isso mostra o quanto uma heterotopia determina todo um direcionamento de tempo e de posicionamento do sujeito, ou seja, o quanto o espaço produz subjetividades.

Assim como toda heterotopia possui suas regras de usufruto e de convivência, o espaço heterotópico carnavalesco também conchama um ordenamento, um ritual, que chamaremos de óa ordem da (des)ordem. Se no mundo cotidiano tem-se a ordem, a disciplina, o trabalho e a normatização, no período do Carnaval tudo se inverte, tudo é aceitável, inclusive a nudez, ou seja, a (des)ordem é que é a ordem. Assim,

[...] essa vida carnavalesca é uma vida diferente da cotidiana, pois ela desvia a ordem habitual, transformando-se em uma *vida às avessas, num mundo invertido*. [...] Desta forma, as restrições e proibições que determinam o sistema e a ordem da vida comum são revogadas durante o carnaval. [...] A *excentricidade* permite que se expressem e revelem, no carnaval, os aspectos ocultos da natureza humana. Essa categoria é responsável pela liberação de palavras, atitudes ou gestos inoportunos ou impraticáveis em situações não carnavalescas (ROMUALDO, 2000, p. 51-52, grifos do autor).

O *sexto princípio* expõe que as heterotopias ótêm, em relação ao espaço restante, uma função. [...] Ou elas têm o papel de criar um espaço de ilusão [...]. Ou, pelo contrário, criando um outro espaço, [...] tão perfeito quanto o nosso é desorganizado (FOUCAULT, 2006, p. 420-421). O autor cita os bordéis, como exemplo desse espaço heterotópico de ilusão; e cita a criação das colônias de jesuítas do século XVII, como exemplo de criação de um outro espaço heterotópico real. Foucault (2006) menciona o fato das colônias serem construídas como uma organização perfeita, com suas casas, sua avenida principal, seu cemitério, seu colégio e sua igreja, previamente planejados; além de que, seu cotidiano era regulamentado pelo toque do sino da igreja.

Segundo Gama-Khalil (2009, p. 70), “[...] o espaço utópico é o da sociedade aperfeiçoada e organizada o espaço da idealização projetado pelas vontades de verdade das instituições e poderes. Partindo dessa premissa, podemos afirmar que a criação de um outro espaço real e perfeito, parte sempre da idealização de um espaço utópico.

Isso nos leva a lembrar da capital do Brasil, Brasília, como um exemplo atual da criação de um espaço heterotópico real, arquitetado a partir de um ideal utópico do poder institucional vigente. A cidade, projetada por Lúcio Costa e pelo arquiteto Oscar Niemeyer e inaugurada em 1960, pelo então presidente Juscelino Kubitschek, foi planejada para que, vista do alto, tivesse um formato de um avião. Um exemplo dessa perfeita organização é que, no projeto, a cidade está toda dividida em blocos numerados, um mundo todo mapeado, todo esquadrinhado, um mundo em que todos os lugares são conhecidos e especificados pelas suas funções, com setores demarcando atividades pré-estabelecidas, como o setor residencial, hoteleiro, administrativo ou de embaixadas. Além das largas e rápidas avenidas sem esquinas, cruzamentos ou semáforos.



*Norte a sul do meu Brasil
Caminha sambando quem não viu
Mulher de verdade, sim, senhor
Mulher brasileira é feita de amor*

(Benito de Paula)

4. “MULHER BRASILEIRA EM PRIMEIRO LUGAR”: A ANÁLISE DISCURSIVA DO *CORPUS*

A genealogia, como análise da proveniência, está, portanto, no ponto de articulação do corpo com a história. Ela deve mostrar o corpo inteiramente marcado de história e a história arruinando o corpo.

Michel Foucault (2012c, p. 65)

Para analisarmos o processo de construção identitária do sujeito mulher no discurso da propaganda turística oficial, é imprescindível recuperarmos os acontecimentos que incidiram sobre o discurso no momento de sua realização, pois, durante mudanças econômicas e sociais pode haver uma *crise de identidade* e, então, entra o papel das promoções de marketing na construção de novas identidades (WOODWARD, 2000). Assim, pretendemos, neste capítulo, apresentar a análise de dez peças publicitárias relativas ao discurso turístico brasileiro, respaldando-nos na base teórica desenvolvida nos capítulos antecedentes.

Mas o que irá delimitar nosso recorte temporal? Como perceber a mudança sinuosa entre uma prática discursiva e outra? Obteremos essas respostas na história, pois são os acontecimentos históricos que marcam as mudanças nas práticas sociais e discursivas. O *corte* é, portanto, essencial em um trabalho analítico. Assim, para esse momento, recorreremos a Deleuze (2005, p. 31-32), que explica:

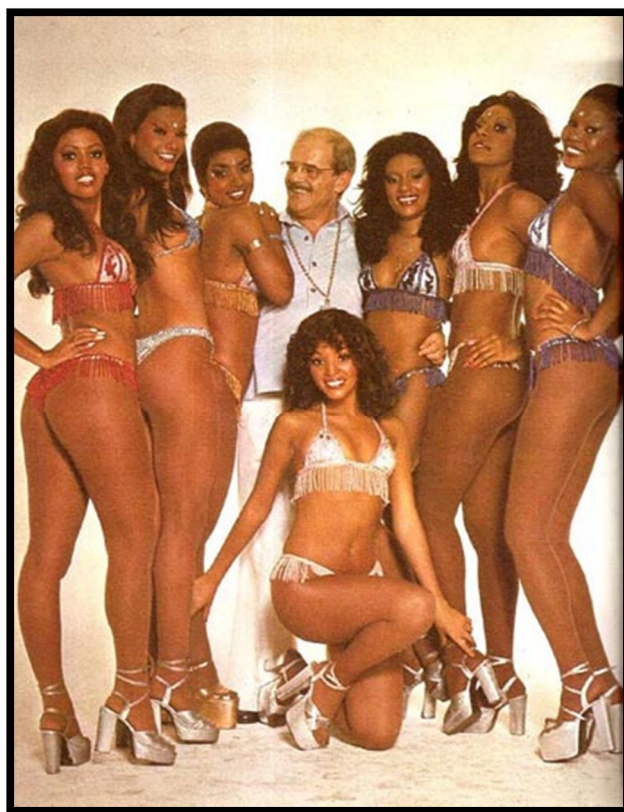
como conceber o corte? [...] Há sempre um momento ou locais, em que as séries começam a divergir e se distribuem em um novo espaço: é por onde passa o corte. [...] é preciso lembrar a perplexidade dos verdadeiros historiadores quando têm de explicar por que o capitalismo surgiu em tal lugar e em tal momento, quando iguais fatores parecem torná-lo possível em outros lugares e em outras épocas. ãProblematizar as séries...ö Discursivas ou não, as formações, as famílias, as multiplicidades são históricas. Não são meros compostos de coexistência ã elas são inseparáveis de õvetores temporais de derivaçãoö e, quando uma nova formação aparece, com novas regras e novas séries, nunca é de um só golpe, numa frase ou numa criação, mas em ãtijolosö com a sobrevivência, o deslocamento, a reativação de antigos elementos que subsistem sob as novas regras.

Sob esse pensamento de Deleuze (2005), fizemos o nosso recorte temporal, delimitando o período a partir da década de 1970 até a atualidade, estabelecendo, interdiscursivamente, acontecimentos históricos e fatos relevantes do país no momento da produção discursiva. Entretanto, o que mais salientamos foi o panorama sobre como o corpo foi discursivizado nessas propagandas, as relações com os possíveis efeitos de sentido que emergiram a partir das diferentes construções do discurso sobre o corpo e a interdição da nudez do corpo da mulher.

Destacamos como ponto inicial a década de 1970 e 1980 porque foi um período de profundas transformações sócio-históricas vivenciadas no Brasil, marcado por uma crise de identidade, como denominou Woodward (2000), quando tivemos a luta por eleições diretas, a abertura do comércio aos produtos estrangeiros, o acesso à internet; e, na década de 1980, propriamente, foi quando se iniciou o processo de redemocratização do país, o fim da ditadura militar e da censura; e foi um período que representou também uma abertura e uma transformação social nos modos de pensar e dizer a sexualidade da mulher; foi neste contexto sócio-histórico que o Brasil despontou como um dos principais destinos de turismo sexual do mundo.

Entre as décadas de 1960 e 1980, destacou-se uma figura emblemática do Carnaval brasileiro, Oswaldo Sargentelli, que ficou conhecido nacional e internacionalmente devido ao grande sucesso das *ÓMulatas do Sargentelli*, shows que promoviam com um grupo de dançarinas que se apresentavam seminuas em espetáculos de samba em casas noturnas. Foi dessa forma que Sargentelli e suas mulatas (ver Figura 5) participaram da divulgação do Brasil no exterior. Vale ressaltar que, no auge de sua carreira, o empresário foi acusado de facilitar a prostituição, porém, sempre negou tudo e as acusações nunca foram comprovadas (COSTA & SARGENTELLI, 1999).

FIGURA 5 ã As Mulatas do Sargentelli



Disponível em: <www.flickr.com/photos>. Acesso em: 05 jan. 2015.

As décadas de 1960, 1970 e 1980 também marcaram as mudanças ocorridas na roupa de banho das brasileiras, chegando ao que conhecemos hoje pelo famoso biquíni brasileiro. Carneiro & Paixão (2000, p. 47), em artigo publicado em revista, diz:

exportador da moda para o resto do país, o Rio de Janeiro é o cenário da evolução do modo de vestir, principalmente nas areias da praia. Nos anos 60, o duas-peças chocou os mais antigos por deixar a cintura das moças à vista. Em 1971, a irreverente Leila Diniz aboliu a obrigatória bata para mulheres grávidas e apareceu em Ipanema com a barriga de fora. Mais tarde, na virada dos anos 70 para os 80, houve o verão da tanga, estrelado pela microssunga do hoje deputado federal Fernando Gabeira, então recém-chegado do exílio. Nos anos 80 vieram o biquíni asa-delta e o fio dental, este a consolidação definitiva do bumbum bronzeado como um dos cartões-postais do país.

4.1 O corpo nu: início da promoção turística oficial do Brasil

Ao recuperarmos o percurso histórico do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), percebemos que, desde o início, quando o órgão foi criado, em 1966, ano que marca também o início da promoção turística oficial do país e da preocupação de se construir uma identidade brasileira no exterior, houve um elemento que se sobressaía no discurso das primeiras propagandas turísticas oficiais: o corpo da mulher brasileira. Isso se deve ao fato da EMBRATUR querer lançar o Carnaval do Brasil no exterior (ALFONSO, 2006), como também ao uso de estereótipos para divulgar o produto Brasil (SÁ, 2002).

Com o objetivo de discutir a relação entre discurso turístico e identidade, faremos uma análise da Figura 6. Nessa propaganda da EMBRATUR, deparamo-nos com imagens de um país rico em diversidade natural e cultural, e, em meio a imagens de pontos turísticos brasileiros, surge o corpo bronzeado e seminud de uma mulher, com toda a sensualidade tropical, remetendo à memória de enunciados extraídos de discursos outros, do apelo sexual e do convite à sedução. Seu rosto quase não é visto, o destaque é o corpo. Essa materialidade imagética se articula à materialidade linguística, logo abaixo da imagem, **óGarota de Ipanema, Itapuã, Camboriú e Guarapariô**, ou seja, temos o corpo enquanto objeto de representação (FOUCAULT, 2013), pois está na dispersão, em vários lugares do país, assim, simboliza não só a *garota de Ipanema*, mas a brasileira como um todo. Como vimos no capítulo anterior, a heterotopia tem esse poder de justapor, em um só lugar real, vários espaços (FOUCAULT, 2006), assim, na propaganda, a mulher representa, ao mesmo tempo, uma brasileira e representa também a totalidade das brasileiras.

Por outro lado, esse enunciado também nos remete à música óGarota de Ipanemaô, de Tom Jobim, música essa que enaltece as qualidades da mulher brasileira, como podemos ver no trecho óOlha que coisa mais linda/ mais cheia de graça/ é ela menina/ que vem e que passa/ num doce balanço/ a caminho do marô. Segundo Sá (2002, p. 19), uma ómanifestação cultural importante para a criação da imagem turística é a música. Existem inúmeras músicas-símbolo que identificam localidadesô, e óGarota de Ipanemaô certamente está associada ao Rio de Janeiro e ao Brasil consequentemente.

FIGURA 6 ã Brasileiro: descubra o Brasil ⁶



Fonte: Acervo Digital da *Veja*, ed. 406 de 06 jun. 1976.

No discurso midiático, a mulher brasileira é, antes de tudo, aquela que é representada simbolicamente pela sua sensualidade, beleza e por um corpo curvilíneo, modelo de inspiração para o exterior: seu corpo é o brasão de sua identidade. Seu posicionamento se origina, em boa parte, de uma retórica corporal da sensualidade. Do mesmo modo, a EMBRATUR se tornou uma espécie de difusora dessa imagem da mulher brasileira, sempre se utilizando de enunciados como ópele bronzeadaô, ósensualô, ócarinhosaô, ómorenaô etc., além de um discurso imagético, no qual a mulher seminua aparece como complemento das praias e do Carnaval, recebendo o mesmo destaque e *status* de atrativo turístico do país (ALFONSO, 2006).

⁶ Essa propaganda faz parte da campanha óBrasileiro: descubra o Brasilô, promovida pela EMBRATUR e veiculada na revista *Veja* ao longo do ano de 1976.

O enunciado **óBrasileiro: descubra o Brasilô** dialoga com um feixe de outros enunciados imagéticos em que a matriz do sentido de materialidade é o símbolo histórico do **óDescobrimento do Brasilô**. Trata-se, portanto, de uma atualização de uma memória visual profundamente enraizada em nossa história, em nossa cultura. Segundo Foucault (2012a), um enunciado é único, mas, por outro lado, está aberto à repetição, à transformação, à reativação, como também sempre está ligado a uma memória e sempre está inserido em uma materialidade.

Dessa forma, o enunciado do **óDescobrimento do Brasilô** é constantemente retomado em diferentes materialidades. Na propaganda em análise, ao trazê-lo, conservou-se determinados traços que, através de movimentos de intericonicidade, recuperamos a memória do acontecimento que possibilitou, em certo momento histórico, o aparecimento desse enunciado e não de outro em seu lugar.

Nesse caso, ele foi transfigurado na figura de uma propaganda turística e, nessa transfiguração, cruzaram-se sentidos imemoriais da materialidade com a atualidade dos novos papéis do *descobrimento*, do *Brasil* e da *brasileira*. É a polissemia do verbo descobrir que possibilita esse entrecruzamento de sentidos. A política pública de promoção do turismo brasileiro pretendia, com essa propaganda, segurar o turista brasileiro e fazê-lo gastar no Brasil e não no exterior, pois os portugueses já descobriram, agora é vez dos brasileiros.

Vê-se igualmente que os enunciados **óDescubra o Brasilô**, na posição superior da imagem, e **óDescobrir o Brasil de repente virou modaô**, localizado do lado direito da imagem, remetem à memória discursiva da descoberta do Brasil, do colonizador e do selvagem, do índio nu, da índia como **óobjetoô** dos seus colonizadores etc. Se por um lado, as imagens adquirem legitimidade porque remetem a uma memória histórica (WOODWARD, 2008); por outro lado reiteram estereótipos e preconceitos.

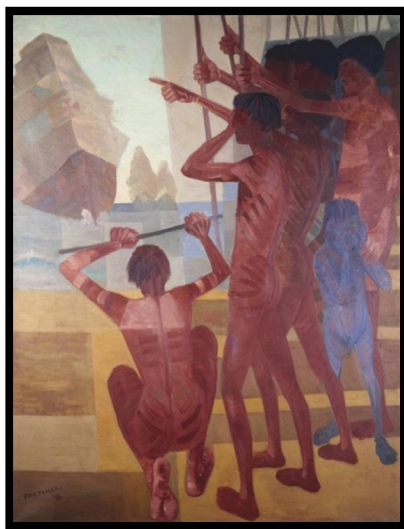
A intericonicidade produziu entrelugares em que as identidades da mulher brasileira, na contemporaneidade, são problematizadas a partir de uma memória visual que remonta ao sentido pejorativo de turismo sexual. Esses sentidos se digladiam, no interior dos discursos, produzindo representações sociais e efeitos identitários possíveis, pois as imagens e a memória, por meio de movimentos de intericonicidade, fazem deslizar o dado e instauram o novo (GREGOLIN, 2008).

Vários símbolos utilizados nessa propaganda da EMBRATUR reiteram essa intericonicidade: temos a imagem do óMarco do Descobrimentoô, localizado em Porto Seguro-BA; a coroa de D. Pedro II, que faz parte do acervo do Museu Imperial, localizado em Petrópolis-RJ; a canoa, que lembra as utilizadas pelos índios; e a mulher seminua, que nos remete à imagem que os portugueses tiveram ao desembarcar pela primeira vez em terras brasileiras, conforme a Carta de Pero Vaz de Caminha:

a feição deles é serem pardos, um tanto avermelhados, de bons rostos e bons narizes, bem feitos. Andam nus, sem cobertura alguma. Nem fazem mais caso de encobrir ou deixa de encobrir suas vergonhas do que de mostrar a cara. [...] Ali andavam entre eles três ou quatro moças, bem novinhas e gentis, com cabelos muito pretos e compridos pelas costas; e suas vergonhas, tão altas e tão cerradinhas e tão limpas das cabeleiras que, de as nós muito bem olharmos, não se envergonhavam. [...] E uma daquelas moças era toda tingida de baixo a cima, daquela tintura e certo era tão bem feita e tão redonda, e sua vergonha tão graciosa que a muitas mulheres de nossa terra, vendo-lhe tais feições envergonhara, por não terem as suas como ela (ARROYO, 1963, p. 39-40).

Desde a chegada dos portugueses ao Brasil, muitos relatos e produções iconográficas a respeito do país surgiram, como a Carta de Pero Vaz de Caminha, considerada o primeiro olhar do estrangeiro sobre as nossas terras, predominando óum certo dizer associado à grandeza do território, aliada à abundância da vida selvagem e à sensualidade, como dotes naturaisô (SÁ, 2002, p. 25). Não só na Carta, mas em outras infinidades de produções artísticas, como a tela óO Descobrimento do Brasilô de Portinari (ver Figura 7), repercute a ómetáfora do país sensual e selvagem: um éden paradisíaco com milhões de Evas nuasô (SÁ, 2002, p. 25). Podemos dizer que há uma interdiscursividade entre a tela e a Carta ao Rei D. Manuel.

FIGURA 7 ñ Portinari: o descobrimento do Brasil



PORTINARI, Cândido. O descobrimento do Brasil. 1956. Óleo sobre tela, 199 x 169 cm.
Disponível em: <www.portinari.org.br>. Acesso em: 26 jul. 2014. (Foto: Reprodução)

Embora a mídia exerça uma grande influência sobre o processo de construção identitária, principalmente nas sociedades pós-modernas ou globalizadas, não podemos dizer que ela é a única detentora do poder de firmar um símbolo identitário, tendo em vista que esse processo tem suas raízes fixadas na antropologia e na história, ou seja, nos acontecimentos que os antecederam. Ressaltamos as ideias correntes, pelo fato de ser comum os meios de comunicação levarem a culpa de todos os males que afligem a humanidade, são os grandes vilões, que induzem e controlam a sociedade (SÁ, 2002).

Ao avaliar essas práticas discursivas e sociais, poderíamos até afirmar que a mídia apenas redimensiona os dizeres que estão em circulação. Porém, por outro lado, por conta da exaustiva reprodução da imagem estereotipada da mulher brasileira nas propagandas turísticas oficiais do país, afirmamos que a EMBRATUR, ao lado da música, dos filmes e do acervo cultural, teve um papel fundamental na criação e consolidação desse símbolo identitário brasileiro.

4.2 O corpo interditado: o reposicionamento da imagem do Brasil

Ao longo dos anos, o Brasil vem sofrendo com o agravamento do turismo sexual, por isso, atualmente, como forma de tentar coibir, ou pelo menos não incentivar, esse tipo de crime, o corpo seminu foi interditado no discurso turístico brasileiro, estabelecendo-se, assim, uma nova ordem discursiva para o corpo. Segundo Gregolin (2013, p. 12):

aquilo que é dito tem de, necessariamente, passar por procedimentos de controle, de interdição, de segregação dos conteúdos. Por serem produtos de práticas, social e historicamente determinadas, as maneiras de se utilizarem as possibilidades do discurso são reguladas, regulamentadas: não se pode, absolutamente, falar de uma coisa qualquer num lugar e tempo qualquer. Há sempre, que se submeter à ordem do discurso, articulando aquilo que se pode e se deve dizer no momento histórico da produção dos sentidos.

Essa mudança na forma como é composta e discursivizada a propaganda turística fica bastante perceptível quando colocamos lado a lado um cartão postal do Rio de Janeiro da década de 1980 e uma propaganda turística da mesma cidade do ano de 2014, como se pode observar nas Figuras 8 e 9. Na Figura 8, o cartão-postal do Rio de Janeiro era a brasileira. Já na Figura 9, o cartão-postal da cidade é a Praia de Ipanema, conforme consta na materialidade linguística *ÓPraia de Ipanema: cartão-postal do Rio de Janeiro (RJ)*. Após a interdição do corpo seminu da mulher, o foco da imagem se deu nas belezas naturais da praia, nas areias brancas, no mar, no nascer do sol e no céu azul.

FIGURA 8 ã Cartão-Postal de 1980



Fonte: ALFONSO, 2006, p. 126.

FIGURA 9 ã Cartão-Postal de 2014



Fonte: #PARTIUBRASIL, 2014, p. 53.

Utilizando as palavras de Foucault (2013, p. 131), ó[...] corrigiram-se aos poucos as posturas: lentamente uma coação calculada percorre cada parte do corpo, assenhoreia-se dele, dobra o conjunto, torna-o perpetuamente disponível, e se prolonga, em silêncio, no automatismo dos hábitosô. Em resumo, foi óexpulsa a mulher sensualô e lhe foi dada a ófisionomia de mulher recatadaô, ou seja, foi interditado o corpo seminu da mulher nas propagandas turísticas oficiais, o corpo enquanto mercadoria disponível para o outro, dando lugar ao corpo vestido, assumindo as posições-de-sujeito ómãeô, óesposaô, óprofissionalô, dentre outras; ou ao seu completo apagamento.

É comum falarmos do poder disciplinar das escolas, dos conventos, das prisões etc., mas por que não falarmos desse mesmo poder imperando sobre a discursivização do corpo nas propagandas turísticas institucionais? Um corpo que é utilizado, moldado ou, até mesmo, silenciado conforme as delimitações da instituição é um bom exemplo de que temos um processo disciplinar atuando sobre ele. Dessa maneira, podemos perceber semelhanças entre a manipulação desse corpo discursivizado do corpo social no período que Foucault (2013) chamou de ódisciplinarô, ou seja, todos eles estão submetidos à óteoria geral do adestramentoô. Para o filósofo francês (2012, p. 133), as disciplinas são os ómétodos que permitem o controle minucioso das operações do corpo, que realizam a sujeição constante de suas forças e lhe impõem uma relação de docilidade-utilidadeô, moldando o corpo para que ele se torne cada vez mais dócil e útil às relações de poder vigentes, tendo em vista que um corpo dócil é aquele óque pode ser submetido, que pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoadoô; e útil, aquele que ótorna-se hábil ou cujas forças se multiplicamô (FOUCAULT, 2013, p. 132).

A manipulação do corpo é sempre o resultado dessas relações de poder, pois são sobre ele que se impõem as obrigações, as limitações, as proibições, as punições etc., objetivando torná-los dóceis, por isso o corpo é tido como objeto e alvo de poder. Assim, por meio desse poder infinitesimal sobre o corpo, até as posturas, atitudes e os gestos são disciplinados conforme as vontades de verdade das instituições de poder.

Muitas das técnicas disciplinares que são utilizadas hoje já existiam há muito tempo, principalmente nos séculos XVII e XVIII, onde as disciplinas tornaram-se fórmulas gerais de dominação, que, por meio de vigilâncias visíveis e invisíveis, classificavam, qualificavam e puniam os hábitos e comportamentos de pessoas que tentavam fugir à ordem do discurso, através de dispositivos disciplinares, com o objetivo de produzir corpos dóceis e úteis a serem submetidos a um regime de poder (FOUCAULT, 2013). Foucault (2013) analisou essa relação entre o espaço e poder a partir do modelo do Panóptico, que, segundo Bauman (1999, p. 56):

[...] através dos variegados invólucros dos poderes controladores, a sua tarefa principal e comum [...] era disciplinar mantendo uma ameaça constante, real e palpável de punição; e, através dos muitos nomes dados às maneiras pelas quais se exercia o poder, a sua estratégia básica e central [...] era fazer os súditos acreditarem que em nenhum momento poderiam se esconder do olhar onipresente dos seus superiores, de modo que nenhum desvio de comportamento, por mais secreto, poderia ficar sem punição. No seu ótico idealô, o Panóptico não permitiria qualquer espaço privado; pelo menos nenhum espaço privado opaco, nenhum sem supervisão ou, pior ainda, não passível de supervisão.

Segundo Gregolin (2003), as sociedades disciplinares eram organizadas em sistemas de poder e submissão. A docilização era importante para facilitar o processo de submissão, utilização, transformação e aperfeiçoamento dos corpos em função do poder. A partir de técnicas disciplinares, são organizados os corpos nas prisões, nos hospícios, nos quartéis, nas empresas, nas escolas, nas fábricas, nos asilos, nos hospitais, nas universidades etc. e, hoje, na mídia.

A partir do século XX, passamos da sociedade disciplinar para a sociedade de controle. Esse novo modelo de sociedade pode ser interpretado como um período de intensificação das disciplinas, pois foram aperfeiçoadas as técnicas de controle (HARDT & NEGRI, 2001). A mídia entra na sociedade como um importante vetor de aprimoramento dessas técnicas, que passam a não mais utilizar o controle-repressão, mas um controle imperceptível e desejado, principalmente no campo da publicidade, óesta é uma grande astúcia da sociedade de controle: o poder controlador passa a ser desejado como algo positivo e prazeroso (PEREIRA & BARACUHY, 2012, p. 137).

Na sociedade de controle, as técnicas utilizadas são mais sutis, mais sofisticadas e aparentemente inocentes, de tal forma que vem tomando todo o corpo social (GREGOLIN, 2003) e a materialização desse controle sobre os corpos pode ser observada em quatro aspectos: i) no controle do espaço, ou seja, ao serem delimitados os locais por onde os corpos devem transitar, torna-se mais fácil a vigilância, o olhar fiscalizador; ii) no controle do tempo, ou seja, o tempo não é próprio, individual, mas coletivo e controlado pelas instituições detentoras de poder; iii) na vigilância, de tal forma que o controle ultrapassa todos os limites, assim, ao sermos vigiados e controlados em todas as nossas ações ininterruptamente, passamos a não mais identificar se essas ações partem de nossas atitudes ou se são impostas pelo poder; e iv) no saber, ou seja, a disciplina produz saber e o acúmulo de saber produz poder, assim, os saberes racionais e normativos fundamentam as técnicas disciplinares (GREGOLIN, 2003). Essas técnicas de controle sobre o espaço, o tempo, a vigilância e o saber são a garantia para o adestramento, para a subordinação. Assim, com o monitoramento dos corpos, o governo controlará uma maior possibilidade de lucro, que é o que o governo mais quer, mesmo que ele ója como se estivesse a serviço dos governadosô (FOUCAULT, 2012c, p. 419).

óEssa forma de governo visa ao bem-estar da população, um biopoder, que age sobre os corpos através de dispositivos de segurança que visam mantê-los saudáveis para produzir e consumirô (PEREIRA & BARACUHY, 2012, p. 138). Cada vez mais há um investimento nos corpos, há um governo sobre a vida (biopoder), para que os mesmos continuem saudáveis e, assim, aptos ao trabalho e ao consumo.

Apresentamos essa passagem da sociedade disciplinar para a sociedade de controle, para mostramos a construção da Governamentalidade. Segundo Foucault (2012c), desde o século XVIII, já vivemos na era da governamentalidade, na qual o alvo não é mais o indivíduo, mas a população, o corpo populacional. Para o filósofo, nessa nova arte de governar, a disciplina não é eliminada, pelo contrário, nunca a disciplina foi tão importante, tão valorizada quanto a partir do momento em que se procurou gerir a população. Segundo Foucault (2012c, p. 429), a governamentalidade é:

[...] o conjunto constituído pelas instituições, procedimentos, análises e reflexões, cálculos e táticas que permitem exercer esta forma bastante específica e complexa de poder, que tem por alvo a população, por forma principal de saber a economia política e por instrumentos técnicos essenciais os dispositivos de segurança.

Essa breve incursão sobre as estratégias de governamentalidade serviu de base para ilustrarmos como o governo pode gerir uma população, de modo a conduzi-la, no tempo e no espaço, por meio de vigilâncias ininterruptas, respaldado em saberes e poderes normativos, com o objetivo puramente capitalista de gerar lucro, porém sem fazer-se mostrar, além de utilizar um poder imperceptível e que induz ao prazer.

Com sua forma sutil e silenciosa, o olhar vigilante do governo continua a controlar e punir os corpos, porém, diferentemente do período do controle-repressão, que detinha o direito de fazer morrer. Utilizando-se da positividade, o objetivo do governo é deslocado para o controle-estimulação, ao utilizar-se do direito de fazer viver.

Desse modo, como reconhecer uma sociedade controlada pelos dispositivos de segurança? Esse tipo de sociedade seria aquela que tem como alvo a população e utiliza a instrumentalização do saber econômico (FOUCAULT, 2012c), ou seja, praticamente todas as sociedades da pós-modernidade ã utilizando um termo de Bauman (1999).

4.3 O corpo no Carnaval: espaço onde a nudez é a regra

Sendo o saber econômico a peça-chave que move o mundo globalizado, podemos afirmar que o produto *Brasil* pode ser tratado como um produto qualquer, em termos de marketing e promoção (que é parte do primeiro), e o consumidor de turismo também pode ser tratado como um consumidor de um produto qualquer, já que, embora sendo um produto intangível, é regido pelos mesmos sistemas de regras e pela mesma lei da oferta e da procura que os tangíveis (SÁ, 2002). Woodward (2000) afirmou que, no campo da publicidade, identidades são construídas para atingir determinados consumidores, que comprarão o produto com o qual eles se identificarão, ou seja, são identidades que se dirigem às necessidades de um público-alvo.

Porém, como dissemos anteriormente, não basta apenas eleger elementos quaisquer a fim de ilustrar a propaganda e convencer o turista em potencial de que naquele lugar ele poderá vivenciar as férias de seus sonhos. As propagandas turísticas só serão eficazes no seu objetivo de vender, se, no seu apelo aos consumidores, discursivizarem imagens com as quais eles possam identificar realmente aquela localidade (WOODWARD, 2000). E isso também fará com que possa ser evitada uma possível frustração do visitante.

Sá (2002) afirma que imagens que não representam a órealidade, ou seja, que não possuem bases sólidas, também são consideradas problemáticas em termos de ómarketing, pois, após experiências tangíveis e a constatação *in loco* do turista, o que pode haver é que ele não retorne e ainda faça uma propaganda negativa para outros clientes em potencial.

Para que isso não ocorra, Woodward (2000) diz que há duas formas de se reivindicar uma posição de identidade autêntica e verdadeira: uma amparada nos antecedentes históricos e outra na biologia. Porém, no caso do nosso país, Alfonso (2006, p. 126) enfatiza que:

[...] enquanto diversos países fortaleceram sua imagem através do patrimônio histórico-cultural, o Brasil passou anos escondendo o próprio patrimônio histórico e o legado de cultura em nome da busca de uma imagem de sensualidade, notadamente ligada à mulher brasileira. Em suma, para apresentar o Brasil ao mercado turístico internacional, na maioria das vezes o *trade* turístico se apropria de imagens estereotipadas, sem realizar a análise [...] das consequências que as imagens acarretarão.

Quando a mídia discursiviza o Carnaval brasileiro, por exemplo, há uma valorização das raízes culturais do país, mas o evento não é o único patrimônio cultural que deve ser conhecido ou valorizado, ele não representa toda uma nação tão rica em diversidade cultural. Mesmo assim, o Brasil foi estereotipado e continua sendo identificado como *o país do Carnaval* (SÁ, 2002, p. 17).

Dessa forma, mesmo com a interdição do corpo seminu, não se repercutiu no discurso sobre o Carnaval brasileiro, devido à contínua ocorrência, em propagandas, filmes, reportagens e documentários sobre o Brasil, de uma superexposição do corpo feminino seminu em desfiles carnavalescos.

Na Figura 10, por exemplo, podemos perceber que a patrocinadora oficial da Copa do Mundo 2014, a empresa de serviços financeiros **Visa**, não sofreu qualquer sanção do país, ao colocar em uma de suas campanhas publicitárias, a imagem de uma mulata seminua, com trajes carnavalescos, simbolizando a mulher brasileira e o Brasil, país sede no ano de 2014 desse evento mundial.

FIGURA 10 ã Visa: Estamos loco, loco, locos!



Disponível em: <www.facebook.com/VisaBR>. Acesso em: 04 jul. 2014.

Apresentamos também, na Figura 11, como exemplo, uma imagem do videoclipe da música oficial da Copa do Mundo no Brasil, óWe are oneô, cantada pelo americano Pitbull, juntamente com a porto-riquenha Jennifer Lopez e a brasileira Cláudia Leite, e que apresenta brasileiras com trajes sumários sambando.

FIGURA 11 ã Copa 2014: Videoclipe da Música Oficial óWe are oneô



Disponível em: <www.globo.com>. Acesso em: 03 jul. 2014.

Essa questão da identidade e da diferença é perceptível em ambas as imagens. Ao analisá-las, podemos ver mulatas seminuas sambando, vestidas com fantasias carnavalescas e a bandeira brasileira. As duas produções midiáticas remetem à Copa Mundial de Futebol, sediada no Brasil, por isso a união do samba, futebol e Carnaval (leia-se mulheres sambando com pequenos trajes).

Essa é a identidade que vai marcar esse lugar, esse é o espaço que a mídia quer representar o Brasil. Um dos símbolos que singulariza a imagem é a bandeira, é o que vai dizer que esse espaço pertence ao Brasil e não a outro, essa é a diferença. Segundo Woodward (2000), na afirmação das identidades, os sistemas representacionais que marcam a diferença podem incluir uma bandeira, por exemplo.

Nessas produções, a bandeira afirmou a identidade brasileira do espaço. Percebemos também que as propagandas apresentam as cores verde e amarelo bastante evidenciadas, promovendo, assim, uma interdiscursividade com a palavra *óBrasilô*. As sobreposições de elementos colocados nessas propagandas são determinantes para a movência dos sentidos propostos no enunciado da Figura 10: *óEstamos loco, loco, locos!ô*. Quem está *ólocoô*? O Estrangeiro? Pelo quê? Pela brasileira seminua sambando na sua frente? Por estar no país da libertinagem sexual? Inúmeros questionamentos poderemos fazer nesse gesto interpretativo, a partir de uma rede de memórias que são ativadas ao nos depararmos com esse tipo de produção discursiva.

Vimos, anteriormente, que, com o passar dos anos, a EMBRATUR veio desconstruindo essa imagem do Brasil atrelado a imagens de mulheres seminuas e, em seu lugar, foi alicerçando uma outra imagem, a de um país que quer atrair seus turistas por meio da grande diversidade de opções de lazer natural-histórico-cultural. Porém, como *óo discurso é um processo circulatórioô* (ASSIS, 2004, p. 65), mediante a retomada do discurso da mulher seminua nessas propagandas da Copa do Mundo, mais uma vez foi ratificada a identidade de um país onde as mulheres vestem trajes ínfimos e estão sempre *ódisponíveisô* aos estrangeiros.

Na Figura 12, temos a imagem da *Globeleza* ã mulata que se apresenta completamente nua, apenas com o corpo pintado, em vinheta destinada à transmissão do Carnaval brasileiro da emissora de televisão Rede Globo. É importante ressaltar que essa vinheta, além de desconsiderar a interdição dessa imagem estereotipada da brasileira, ainda infringe as normas de classificação indicativas do Ministério da Justiça

para a TV brasileira, ignorando a classificação e exibindo cenas de nudez em horário livre. Segundo o Guia Prático de Classificação Indicativa (2012), cenas em que são exibidos seios, nádegas e/ou órgãos genitais não são recomendadas para menores de 14 anos, por isso só podem ir ao ar a partir das 21 horas.

FIGURA 12 ã Globo: Vinheta do Carnaval Globeleza 2015



Disponível em: <www.globotv.globo.com/rede-globo/>. Acesso em: 05 jan. 2015.

Embora essa imagem da mulata no Carnaval pareça algo distante, que não representa a realidade de grande parte das brasileiras e da diversidade cultural do país, ela mostra rastros da nossa identidade, da nossa cultura.

4.4 O corpo e a heterotopia: o espaço do Carnaval e o do dia-a-dia

Vimos no capítulo anterior que cada lugar heterotópico possui suas regras de utilização, por se constituir como um espaço institucionalmente demarcado e estar inserido no interior de uma dada cultura. Vale ressaltar que essas regras fazem parte da vontade de verdade do poder institucional vigente.

No Brasil, a permissão/proibição à nudez é um assunto bastante polêmico. Os biquínis brasileiros são considerados os menores do mundo, enquanto o uso do topless na orla brasileira é proibido e pode até resultar em multa. Em contrapartida, no Carnaval, a completa exposição do corpo nu é permitida e bastante aceitável (ver Figuras 13 e 14).

FIGURA 13 ã A proibição da nudez na praia



Fonte: Acervo Digital da *Veja*, ed. 1633 de 26 jan. 2000.

FIGURA 14 ã A permissão da nudez no Carnaval



Disponível em: <fotos.noticias.bol.uol.com.br/carnaval/2013/>. Acesso em: 05 jan. 2015.

Nosso entendimento é que, no discurso sobre o Carnaval brasileiro, a nudez não é interdita, porque ela compartilha das mesmas regras proporcionadas ao espaço carnavalesco, esse espaço misto entre a heterotopia e a utopia, esse espaço entre a realidade e a fantasia, que encanta o Brasil e o mundo durante um curto período do ano.

Assim, o objetivo desse capítulo foi o de historicizar a construção da identidade do sujeito mulher brasileira, a partir de sua discursivização nas propagandas turísticas produzidas pela EMBRATUR, concomitante a uma análise do *corpus*. As interpretações fundamentaram-se nas teorias e conceitos abordados nos capítulos anteriores. Ao passo que se realizaram as análises, ressaltamos outros pontos relevantes para um efeito final coerente do trabalho.

A Embratur comunica:

O BRASIL TEM TUDO PARA RECEBER OS BRASILEIROS.

São poucos os países que têm tanto para oferecer quanto o Brasil.

As opções são inúmeras. Para quem gosta de campo e montanha, no Brasil existem de todos os tipos. Para os que preferem o litoral, o Brasil tem mais de 7 mil km de praias, onde você pode escolher a que faz o seu gênero.

Procure um agente de viagem. Com a orientação dele, você vai conhecer o VTD (Vôo Turístico Doméstico), um plano de viagens para grupos de 25 pessoas, com desconto de 40% nas passagens e hotéis.

É vai descobrir como fazer a melhor viagem, gastando menos e sem correr o risco de qualquer imprevisto, na ida, na volta e durante a viagem.

EMBRATUR
INSTITUTO DA AERONÁUTICA E DO ESPORTE

MANAUS
MATO GROSSO

1) Cabo Frio - RJ - 2) Brasil Interior - 3) Praia da Boa Viagem - Recife - PE - 4) Teresopolis - RJ
5) Gramado - RS - 6) Pampas - RS - 7) Litoral - RN - 8) PR

BRASILEIRO: DESCUBRA O BRASIL.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foucault nunca encarou a escritura como um objetivo, como um fim. É exatamente isso que faz dele um grande escritor, que coloca no que escreve uma alegria cada vez maior, um riso cada vez mais evidente.

Gilles Deleuze (2005, p. 33)

Nossa principal preocupação nessa Dissertação de Mestrado foi a de investigar sobre a questão-problema que suscitou esta pesquisa, apresentada a seguir: existe a interdição da nudez do corpo da mulher no gênero propaganda turística e o mesmo não ocorre nesse gênero quando se trata do Carnaval.

No percurso que desenvolvemos até aqui, abordamos importantes perspectivas teóricas e, paralelamente, realizamos a análise do *corpus*, a fim de encontrarmos respostas para tal problemática. Dessa maneira, percebemos que houve uma mudança significativa nos modos de discursivizar o corpo da mulher nas propagandas turísticas brasileiras institucionais.

Verificamos que no período entre as décadas de 1970 e 1980, com o objetivo de promover o óCarnaval do Brasilô e de construir uma identidade brasileira no exterior, a EMBRATUR fez uso em suas campanhas da discursivização de alguns estereótipos brasileiros, dentre eles, senão o principal, de textos verbo-visuais que enaltecem o corpo seminu da mulher brasileira.

Observamos também que os sentidos se digladiam no interior dos discursos, produzindo representações sociais e efeitos identitários, pois as imagens e a memória, por meio de movimentos de intericonicidade, fazem deslizar o dado e instauram o novo. Consequentemente, os ecos das imagens produziram entrelugares em que as identidades da mulher brasileira, na contemporaneidade, foram discutidas a partir de uma memória visual que remontava ao sentido pejorativo do turismo sexual.

Após a década de 1990, como forma de potencializar as campanhas contra o turismo sexual, o corpo seminu foi interditado no discurso turístico oficial brasileiro, estabelecendo-se, assim, uma nova ordem discursiva para o corpo. Entretanto, não foi observada essa interdição no discurso sobre o Carnaval brasileiro, tendo em vista a contínua superexposição do corpo seminu da mulher em desfiles carnavalescos.

Ressaltamos que, em ambas as épocas, o foco se deu sobre o corpo, seja expondo-o ou interditando-o, o importante é que ele foi e continua sendo moldado para que se torne cada vez mais dócil e útil às relações de saber-poder e às vontades de verdade das instituições de poder vigentes. Nessa era da pós-modernidade, vivemos um período de intensificação do controle sobre os corpos, porém esse controle que nos aflige é imperceptível, ininterrupto e desejado, pois ele visa ao bem-estar da população, é um biopoder. O governo age como se estivesse realmente a serviço dos governados.

Vimos que, desde o século XVIII, já vivemos na era da governamentalidade, na qual o alvo do governo não é o indivíduo, mas o corpo populacional, a forma principal de saber é a economia política e os instrumentos técnicos essenciais são os dispositivos de segurança, que visam conduzir a população no tempo e no espaço, com o objetivo puramente capitalista de gerar lucro, porém sem fazer-se mostrar.

Pensando a questão em termos mais amplos, diríamos que a pesquisa apontou duas ordens discursivas para o corpo: numa, o sujeito vive regido por regras, normas e interdições que hierarquizam as relações das pessoas em seu cotidiano; noutra, no período carnavalesco, o sujeito vive em um mundo paradisíaco, livre de amarras, é o momento dos prazeres ilimitados e oníricos. Há um confronto entre a razão e a desrazão, onde a ordem é a (des)ordem. Assim, constatamos que o Carnaval é um espaço heterotópico de passagem, por isso a nudez é permitida no tempo e no espaço carnavalesco, ou seja, os sistemas de controle, sobretudo a interdição, que perpassam toda a ordem da vida cotidiana, são revogados durante o Carnaval, e essa permissividade abrange, inclusive, o discurso da propaganda turística oficial brasileira.



REFERÊNCIAS

ALFONSO, Louise Prado. **EMBRATUR: Formação de imagens da nação brasileira**. 2006. 139f. Dissertação (Mestrado) ã Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

ARROYO, Leonardo (org.). **Carta a El Rei D. Manuel: Pero Vaz de Caminha**. São Paulo: Dominus Editora, 1963.

ASSIS, Edjane Gomes de. Nas tonalidades do dizer: a instauração dos sentidos nas revistas *Veja* e *Istoé*. In: LUCENA, Ivone Tavares de; OLIVEIRA, Maria Angélica de; BARBOSA, Rosemary Evaristo (orgs.). **Análise do discurso: nas movências de sentido às nuances do (re)dizer**. João Pessoa: Ideia, 2004. p. 53-66.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva: elementos para uma abordagem do outro no discurso. In: AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. **Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. p. 11-80.

BARACUHY, Maria Regina. Análise do Discurso e Mídia: nas trilhas da identidade nordestina. **Veredas ON LINE**, Juiz de Fora, v. 14, n. 2, p. 167-177, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

_____. **Identidade: Entrevista a Benedetto Vecchi**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Brasil Sensacional**, 2008a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/multimidia/campanhas_publicitarias/brasil_sensacional.html> Acesso em: 31 jul. 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Sol e Praia: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008b.

BRASIL. Ministério da Justiça. **Classificação indicativa: guia prático**, 2012. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/sites/default/files/guia_pratico_classificacao_indicativa_final.pdf>. Acesso em: 3 jul. 2014.

CARNEIRO, Marcelo; PAIXÃO, Roberta. A polícia persegue os seios. **VEJA**, São Paulo, Ed. Abril, 26 jan. 2000, ed. 1633, ano 33, n. 4, p. 44-47.

COSTA, Fernando; SARGENTELLI, Oswaldo. **Memórias de um sargento de mulatas**: Oswaldo Sargentelli. Rio de Janeiro: Imprensa Oficial, 1999.

COURTINE, Jean-Jacques. **Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. São Carlos, SP: EdUFSCar, 2009.

COURTINE, Jean-Jacques. **Decifrar o corpo: pensar com Foucault**. Tradução de Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

_____. Introdução. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (orgs.). **História do corpo: as mutações do olhar: o século XX**. V. 3. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

_____. O discurso intangível: marxismo e linguística (1965-1985). Tradução de Heloísa M. Rosário. **Cadernos de Tradução 6**. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

CRUZ, Mônica da Silva. Pelas vias da cidade: espaço, memória e produção de subjetividades. In: MILANEZ, Nilton; SANTOS, Janaína de Jesus (orgs.). **Análise do discurso: sujeito, lugares e olhares**. São Carlos, SP: Claraluz, 2009. p. 75-81.

DELEUZE, Gilles. **Foucault**. Tradução de Claudia Sant'Anna Martins. São Paulo: Brasiliense, 2005.

_____. *Post-scriptum* sobre as sociedades de controle. In: DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Tradução Peter Pál Pelbart. São Paulo: Editora 34, 1992. p. 221-224.

DEZERTO, Felipe Barbosa. Sujeito e sentido: uma reflexão teórica. **Revista Icarahy**, Niterói, n. 4, out. 2010.

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do discurso: reflexões introdutórias**. Goiânia, GO: Trilhas Urbanas, 2005.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. Análise do Discurso no Brasil: notas à sua história. In: FERNANDES, Cleudemar Alves; SANTOS, João Bosco Cabral dos, (orgs.). **Percursos da análise do discurso no Brasil**. São Paulo, SP: Editora Claraluz, 2007. p. 11-22.

_____. Nas trilhas do discurso: a propósito de leitura, sentido e interpretação. In: ORLANDI, Eni Puccinelli. (org.) **A leitura e os leitores**. 2 ed. Campinas, SP: Pontes, 2003. p. 201-208.

_____. O quadro atual da análise de discurso no Brasil: um breve preâmbulo. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro (org.). **Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar**. São Carlos, SP: Claraluz, 2005. p. 13-21.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 8 ed. Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária, 2012a.

_____. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 22 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012b.

_____. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas**. Tradução de Salma Tannus Muchail. 8 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

_____. **Microfísica do poder**. 25 ed. São Paulo: Graal, 2012c.

_____. Outros espaços. In: FOUCAULT, Michel. **Estética: literatura e pintura, música e cinema**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. (Ditos e escritos; III). p. 411-422.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramalhete. 41 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

GAMA-KHALIL, Marisa Martins. Práticas de subjetivação nos espaços d'outra ilha desconhecida. In: MILANEZ, Nilton; SANTOS, Janaína de Jesus (orgs.). **Análise do discurso**: sujeito, lugares e olhares. São Carlos, SP: Claraluz, 2009. p. 63-74.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. A mídia e a espetacularização da cultura. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (org.). **Discurso e Mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos, SP: Claraluz, 2003. p. 09-17.

_____. Formação discursiva, redes de memória e trajetórias sociais de sentido: mídia e produção de identidades. In: BARONAS, Roberto Leiser. **Análise do discurso**: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2007. p. 155-168.

_____. **Foucault e Pêcheux na análise do discurso**: diálogos e duelos. São Carlos, SP: Editora Claraluz, 2006.

_____. J.-J. Courtine e as metamorfoses da análise do discurso: novos objetos, novos olhares. In: SARGENTINI, Vanice; GREGOLIN, Maria do Rosário (orgs.). **Análise do Discurso**: heranças, métodos e objetos. São Carlos: Editora Claraluz, 2008.

_____. Sentido, sujeito e memória: com o que sonha nossa vã autoria? In: GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise; BARONAS, Roberto Leiser, (orgs.). **Análise do discurso**: as materialidades do sentido. São Carlos, SP: Claraluz, 2001. p. 60-78.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidade e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

_____. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 103-133.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. Produção Biopolítica. In: HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. Tradução de Berilo Vargas. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2001. p. 41-60.

MAINGUENEAU, Dominique. A heterogeneidade mostrada. In: MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Tradução de Freda Indursky. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1989. p. 75-110.

MILANEZ, Nilton. O corpo é um arquipélago: memória, intericonicidade e identidade. In: NAVARRO, Pedro. (org.) **Estudos do texto e do discurso**: mapeando conceitos e métodos. São Carlos, SP: Claraluz, 2006. p. 153-179.

NASCIMENTO, Ilderlândio Assis de Andrade; FRANCELINO, Pedro Farias. A não-coincidência interlocutiva em postagens do *twitter*: o um marcado pelo não-um. In: SILVA, Ananias Agostinho da; SILVA, Francisco Vieira da; TORRES, Maria Gorete Paulo (orgs.). **Nas tramas da linguagem**: estudos sobre discurso, texto e ensino. São Carlos: Pedro & João Editores, 2014.

NASCIMENTO, Mari Eliza Freitas do. **A pedagogia do sorriso na ordem do discurso da inclusão da revista *sentidos***: poder e subjetivação na genealogia do corpo com deficiência. 2013. 288f. Tese (Doutorado) na Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.

PÊCHEUX, Michel. A análise de discurso: três épocas (1983). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2010. p. 307-315.

_____. FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 4 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010. p. 159-249.

_____. GADET, F. Há uma via para a linguística fora do logicismo e do sociologismo? In: PÊCHEUX, Michel. **Análise de discurso**: Michel Pêcheux. Textos selecionados: Eni Puccinelli Orlandi. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011. p. 295-311.

_____. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi. 6 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

_____. Papel da memória. In: ACHARD, Pierre [et.al.] (org.). **Papel da memória**. Tradução de José Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes, 1999. p. 49-57.

PEREIRA, Tânia Maria Augusto; BARACUHY, Maria Regina. O discurso midiático sobre o corpo: a revista *Veja* como um manual de uso. In: **Revista Prolíngua**. João Pessoa, vol. 7, nº 1, jan/jun de 2012, p. 133-151.

POSSENTI, Sírio. Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Ana Christina. **Introdução à linguística**: fundamentos epistemológicos. Volume 3. 5 ed. São Paulo, SP: Cortez, 2011.

RIO DE JANEIRO (Estado). Lei n.º 4642, de 17 de novembro de 2005. Proíbe e veiculação, exposição e venda de postais turísticos que usem fotos de mulheres, em trajes sumários, que não mantenham relação ou não estejam inseridas na imagem original dos cartões-postais. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, v. 132, n. 155, p. 12247. 15 ago. 1994. Seção 1, pt. 1.

ROMUALDO, Edson Carlos. Dialogismo, carnavalização e polifonia: a contribuição de Bakhtin. In: ROMUALDO, Edson Carlos. **Charge jornalística**: intertextualidade e polifonia: um estudo de charges da Folha de S. Paulo. Maringá: Eduem, 2000. p. 47-55.

SÁ, Rosana Bignami Viana de. **A imagem do Brasil no turismo**: construção, desafios e vantagem competitiva. São Paulo: Aleph, 2002.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 73-102.

SILVA, Zélia Lopes da. **Os carnavais de rua e dos clubes na cidade de São Paulo**: metamorfoses de uma festa (1923-1938). São Paulo: Unesp; Londrina: Eduel, 2008.

WITZEL, Denise Gabriel. Discurso, história e corpo feminino em antigos anúncios publicitários. **Alfa**, São Paulo, v.58, n.3, p. 525-539, 2014.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 07-72.