

SOBRE (E N)O CORPO: O DISCURSO DO TURISMO SEXUAL NOS AMBIENTES DIGITAL E OFF-LINE

*Sur (et dans) le corps: discours du tourisme sexuel dans
des environnements numériques et offline*

Glória França

UFMA

Resumo: Este texto traz um questionamento sobre o papel do digital na produção, formulação e circulação dos sentidos que se constituem no embate entre diferentes posições concernentes ao turismo sexual – noção em torno da qual constitui o recorte analítico. Perceberemos, ao longo da análise desse recorte, os diferentes sentidos que se constituem e as posições-sujeito que deles decorrem (e que se constituem ao mesmo tempo). Analisando uma publicidade da Adidas, uma nota de repúdio do Ministério do Turismo e um documento de diretrizes sobre o turismo no Brasil posto em circulação por esse mesmo Ministério, discutiremos a posição-oficial em se tratando de “turismo sexual”. Por outro lado, faz parte do *corpus* de análise uma enunciação corporal, um “corpo-discurso”, no qual se percebe um posicionamento que desloca os sentidos sobre “turismo sexual” como um discurso que resiste aos sentidos oficiais. Tento, desse modo, responder à questão sobre o papel do digital na circulação desses diferentes sentidos, e, em especial, da presença desse corpo-discurso posto em circulação.

Palavras-chave: Ambiente digital; Corpo-discurso, Turismo sexual.

Résumé: Dans ce texte je formule un questionnement sur le rôle du numérique dans la production, formulation et circulation des différents sens qui se produisent dans les divergences des différentes positions. Pour cela, j’ai constitué un découpage analytique autour de la notion de «tourisme sexuel». Nous verrons, tout au long de l’analyse, les différents sens qui se constituent et les différentes positions-sujets qui en découlent (tout en se constituant en même temps). A partir de l’analyse d’une publicité véhiculée par Adidas, d’un «mot d’aversion/répudiation» émis de la part du Ministère de Tourisme du Brésil et d’un document portant sur les lignes directrices sur le tourisme au Brésil mis en circulation par ce même Ministère, je discuterai sur la position-officielle au sujet du «tourisme sexuel». D’un autre côté, il fait également partie du corpus une énonciation corporelle, un «corps-discours», dans laquelle on aperçoit un positionnement qui déplace le sens sur le tourisme sexuel, et cela en tant qu’un discours qui résiste au sens officiel. J’essaie de cette façon répondre à la question de savoir le rôle du numérique dans la production de ces différents sens, et, en particulier, le rôle de la présence de ce corps-discours mis en circulation.

Mots-clés: Environnement numérique; Corps-discours; Tourisme sexuel

Considerações iniciais

No trabalho de tese^[1] que venho desenvolvendo, me interesso pela (re)produção de sentidos de Brasil e de *brasileiro.a.s* nos discursos do turismo (digital e impresso) – em francês e em português. Minha colaboração com este número da revista me permite agrupar reflexões que não cabem diretamente nesse meu trabalho de pesquisa, mas que o tangenciam. Neste texto, analisarei um arquivo constituído a partir de discursos sobre o Brasil, e em particular, sobre a sua imagem como país de destino para viajantes com interesse no turismo sexual. Trata-se de debates que costumam vir à tona em momentos em que países sediam eventos esportivos, – o que mostra que isso não é específico do Brasil. Desse modo, constituí um recorte analítico a partir de discursos sobre o “turismo sexual” no Brasil, que circularam durante os dois últimos grandes eventos esportivos sediados aqui. Utilizo como mote para iniciar a discussão o caso das publicidades e dos anúncios sobre o Brasil que se multiplicaram ao longo dos preparativos para a Copa do Mundo, em 2014, e para as Olimpíadas, em 2016, nas quais se mencionava (ou evocava) algo sobre o Brasil ser (ou não ser) um destino do turismo sexual. Um primeiro objetivo é compreender como se constroem os diferentes sentidos em torno do turismo sexual e as diferentes posições-sujeito que decorrem dessa disputa. A partir disso, um segundo objetivo visa a perceber o papel das materialidades significantes no processo de produção de sentidos.

Para ilustrar a reflexão aqui proposta, no tópico 2.1, seleciono no arquivo os discursos das/sobre as camisetas da Adidas (patrocinadora da Copa do mundo, 2014); tais camisas divulgavam imagens tidas como sexualizantes associadas às cores do Brasil – isto se tornou um evento midiático/discursivo, no sentido em que imediatamente depois surgiram enunciados reagindo à associação da imagem do Brasil como rota do turismo sexual. Associo a esse “acontecimento midiático” (Moirand, 1997) a nota de repúdio divulgada na página oficial do Ministério do Turismo brasileiro, no Facebook (onde se encontra o trecho destacado em itálico que acabo de citar), nota que considero como um efeito de contra-identificação a esse imaginário – que será analisado no item 2.2. No tópico 2.3 analiso o que considereirei como um efeito de silenciamento identificado no “manual do multiplicador” – documento divulgado no site do Ministério do Turismo. O percurso analítico em torno dos debates sobre o turismo sexual – e essa imagem associada à do Brasil – se complementa e se encerra, neste texto, com a análise (no tópico 2.4) de uma imagem divulgada pela ONG de trabalhadore.a.s sexuais – DAVIDA –

quando de um protesto/uma manifestação pelo direito de trabalhar durante a Copa do Mundo, onde se vê a inscrição corporal “turismo sexual é legal”.

Ao comparar essas diferentes materialidades, em torno do discurso do turismo, levei como um dos critérios o “par” não dualista: ambiente digital e ambiente impresso. Sigo aqui diferentes estudos realizados por Paveau (2012, 2013a, 2013b, 2015) a respeito daquilo que ela chama de *environnement numérique*, e que tenho traduzido (FRANÇA, 2013) como ambiente digital:

O «environnement» é, em teoria do discurso, o conjunto de dados humanos e não humanos no seio dos quais são elaborados. Esses dados concernem a todos os domínios de existência: eles são sociais, culturais, históricos, materiais (objetos naturais e artefatos), animais, naturais, etc. (PAVEAU, 2013, Carnet de Recherches online - Technodiscours)^[2].

Pondo-me de acordo com a autora, não concebo o digital em uma posição dualista. Se o fizesse, o digital se oporia ao que não faz parte da internet, ao que estaria no mundo off-line. Uma concepção assim – dualista – estaria apoiando-se em um efeito de evidência que colocaria o digital seja em um suposto “dentro”, projetando, assim, um “fora” dele como o “mundo real”, seja colocando o digital em um “fora” das trocas reais, concretas, pessoais, e projetando, assim, um “dentro” onde estaria o “mundo real”. Logo, é a partir da formulação “ambiente digital” que estendo o sentido ao “ambiente impresso”. Do mesmo modo, conforme veremos ao longo das descrições analíticas, não se trata, tampouco, de se considerar seja o off-line, seja o digital como diferentes “suportes” para a formulação dos dizeres. Ou seja, não são considerados nem em oposição, nem como meros suportes. A respeito do questionamento da própria noção de suporte, trarei ao fim do texto uma reflexão sobre o modo pelo qual, através do ambiente digital, é possível se perceber discursos que se constituem, por um lado, entre corpos que são descritos – nos discursos ditos “oficiais” – e, por outro lado, entre corpos que resistem (?) – nos discursos que encontram outros “meios” para se formular.

Passo a seguir a analisar as diferentes materialidades selecionadas para desenvolver esta reflexão, com o objetivo de, em seguida, desenvolver as considerações sobre aquilo que vem a produzir sentido – e dar sentido – a esse recorte analítico: 1. Os dizeres sobre o corpo do brasileiro e a imagem do Brasil, em específico, sobre o turismo sexual; e 2. O papel do digital na circulação desses dizeres. São esses os dois aspectos teórico-analíticos que proponho pensar neste texto.

O turismo sexual em discurso

De que modo, ao se falar de Brasil, se resvala para se falar de turismo sexual? Como isto se dá no nível da formulação, da materialidade, e, sobretudo, no nível da circulação desses discursos? São questões sobre as quais tento refletir a partir dos 4 exemplos de análise que irei detalhar a seguir.

Conforme já anunciado, neste estudo busco examinar as diferentes vozes (e silenciamentos) sobre o turismo sexual, tentando, dentre outros, compreender o que diz (ou não diz) o Ministério do Turismo (do Brasil) – enquanto discurso oficial – sobre o turismo sexual e sobre a prostituição, e, ao mesmo tempo, incorporando (dando voz a?) outros lugares de dizer a esse respeito. Tenho buscado ver, de um lado, as vozes que afirmam uma contra-identificação com esse imaginário sobre o Brasil – vozes essas que tenho chamado de “nacionalismo ofendido”, e que pode ser ilustrado com a frase: “Eles vão pensar que somos todas prostitutas” (tópico 2.2). Por outro lado, busco as vozes de quem efetua o trabalho sexual e procura afirmar a prostituição (ou trabalho sexual) em vistas de legalizar o que já não é considerado crime pela lei – vozes essas que podemos ilustrar com a afirmação (dita por elas em uma manifestação/performance): “Turismo sexual é legal” - inscrito no corpo de uma manifestante (tópico 2.4).

Devo enfatizar que não há, de meu lugar de analista do discurso, uma veia moral que julgue um ou outro posicionamento; busco, antes, ver o que diz o ministério do turismo sobre essa atividade que “todo mundo sabe” que existe, mas da qual nem todo mundo fala. Faço, ainda, uma outra ressalva: minha pesquisa resvalou para a investigação do imaginário que associa “a mulher brasileira” ao turismo sexual pois isso se tornou uma questão central. Nesse imaginário, fala-se de *mulher*. Contudo, é sabido que, no que tange à prostituição, essa atividade é desenvolvida não somente por mulheres (*cis*), mas também por travestis e por mulheres transexuais. Ressalto, assim, que no *corpus* que passo a analisar, fala-se de *mulheres*, no entanto, do ponto de vista no qual me situo, o da análise do discurso, não tomo esta categoria empiricamente: sem essa problematização, falar de mulheres na análise que aqui trago reforçaria a evidência da existência de (somente) mulheres (*cis*) na atividade da prostituição ou do turismo sexual de forma ampla e apagaria, portanto, as demais pessoas que também participam dessa atividade no Brasil. Dito isso, sublinho o questionamento acerca desse que pode ser considerado um silenciamento de outros grupos que também encontram-se na atividade

de turismo sexual – faço aqui referência explícita às pessoas *trans* e travestis que efetuam esse tipo de trabalho.

Ao constituir este recorte analítico, pude perceber um determinado espaço do *repetível*, o “turismo sexual” formulado ou silenciado, negado ou evocado é a regularidade que norteia esta constituição. “Isso conduz inicialmente a interrogar as modalidades de constituição, no interdiscurso, de série de formulações: como um espaço de repetição inscreve-se num conjunto desnivelado de discurso?” (COURTINE, 1999, p. 19). Essa “série de formulações” de que trata Courtine, toma forma nesta análise, a partir de imagens e dizeres, enunciados iconico-verbais que circularam em especial na internet. Ainda que se faça referência a algumas materialidades que circularam também no mundo offline, levo aqui em consideração o aspecto digital de tal produção de sentidos. Apesar de apenas a dimensão digital da produção entrar neste recorte, não considero, no entanto, que esses sentidos e discursos sejam específicos ou exclusivos do digital.

Uma propaganda: I love Brazil

Para citar alguns dizeres em torno do turismo sexual que circularam de modo mais intenso durante os preparativos para a Copa do Mundo, cito aqui algumas manchetes que se repetiram durante o período:

Copa 2014: propaganda polêmica reacende debate sobre turismo sexual^[3]

Revista explora bunda brasileira^[4]

Revista ensina turistas a assediarem brasileiras^[5]

Essas são algumas das manchetes sobre as quais muito se discutiu durante os preparativos para a Copa do Mundo, em 2014. Trago em particular a campanha publicitária da Adidas, patrocinadora desse evento esportivo, que pôs à venda em seu site as camisetas com os seguintes dizeres:



Figura 1. Camisas vendidas pela Adidas.

I love Brasil (“love” dito no conhecido formato de coração). Dentro do coração se vê um bikini e o que seria um formato que evoca uma parte do corpo da mulher (a “bunda”). Na segunda camiseta tem-se: *Buscando marcar gol – Brazil*, e a imagem de uma mulher na praia, também de bikini. Poderia traduzir igualmente esse “*looking to score*” por “buscando pontuar”.

Devo dizer que o corpo da mulher na praia, na maioria das vezes, é uma imagem recorrente em anúncios, propagandas e nos materiais que circulam vinculados ao discurso do turismo. Esse corpo aparece muitas das vezes “recortado”, fragmentado, faz-se referência a, ou mostra-se, descreve-se apenas partes desse corpo, como é o caso da primeira camiseta mostrada anteriormente, nela apenas as nádegas mostram-se desenhadas dando forma ao coração. Imediatamente após a publicação da campanha, na internet começou-se a “compartilhar” as postagens que apoiavam os sentidos que aí se formulam “sim, as brasileiras são mulheres fáceis”. Ou, pelo contrário, circulavam postagens que se posicionavam contra esse imaginário estereotipificado, posições de contra-identificação que eu parafraseio como “nem toda brasileira é fácil, é puta, é prostituta”, ou, ainda, no sentido de uma negação mais radical “no Brasil não há turismo sexual”.

Houve um outro caso, desta vez não de campanha publicitária, mas de uma reportagem feita pela revista oficial da Fifa. Na polêmica ligada a essa revista, se via uma imagem de mulheres na praia ilustrando a reportagem-guia “*Brazil for beginners*” (Brasil para iniciantes), foi publicada uma lista com a tentativa de ensinar o turista a se virar no Brasil, durante sua estadia. Na lista constava uma explicação sobre o contato corporal, sobre como abordar as mulheres, dentre outras dicas que visavam a “definir o.a Brasileiro.a em 10 tópicos”. O que gostaria de destacar a partir desses exemplos é o aspecto digital dessas reações: a imediata reação de internautas (nas redes sociais), a reação online do ministério do turismo (no Facebook) e a conseqüente retificação – igualmente online – seja das revistas seja dos órgãos responsáveis suprimindo as publicações, anúncios e postagens polêmicas. O que ocorre, após as polêmicas, é a retirada de circulação das publicações ou dos produtos postos à venda, ou ainda a supressão das páginas tidas como “ofensivas” à imagem nacional (esse apagamento ou supressão funciona como um tipo de “Chapeu de Clémentis” do digital, (COURTINE, 1999). Acredito ser isto a que Paveau (2013) chama de abordagem ecológica: esses diferentes momentos ligados à revista da Fifa ou à camiseta da Adidas preenchem e

aumentam o sentido do que ali foi publicado inicialmente, produzindo sentidos que são “aumentados”^[6].

Destaco igualmente o fato de que se pode perceber, por um lado, uma forte identificação – e aqui faço referência aos processos de identificação descritos por Pêcheux (1975) – entre esse corpo da mulher assediável, sexualizado, posto em evidência, e a própria imagem do país e da nacionalidade brasileira. Há igualmente o processo de contra-identificação, uma forma de negação desta imagem, que ao fazê-lo a reafirma mais do que a nega. Ao negar, há uma produção de sentido que não necessariamente estava formulada no nível da linguagem verbal, os espaços que tinham sido deixados vazios nas publicidades e imagens veiculadas, têm seus sentidos descritos pelas posições que se opõem a essa imagem. Podemos perceber, a seguir, esses preenchimentos dos sentidos evocados nas polêmicas mostradas anteriormente nos processos que se contra-identificam com tais discursos.

A contra-identificação do nacionalismo ofendido

A já mencionada nota de repúdio do Ministério do Turismo, veiculada em sua página Facebook, nos explica e nos explicita alguns dos sentidos, que haviam sido apenas evocados inicialmente. Nessa publicação no Facebook, chamo a atenção ao fato de que se pode perceber que há um traço de “edição” da postagem – como se pode ver na imagem abaixo – porém não temos acesso à versão anterior à que foi feita essa captura de tela que aqui trago; é importante se mencionar, igualmente, a participação dos seguidores da página – curtidas, comentários e diversos compartilhamentos, mas que aqui não cabe explorar, por não ser o objeto da reflexão. Passemos à publicação:

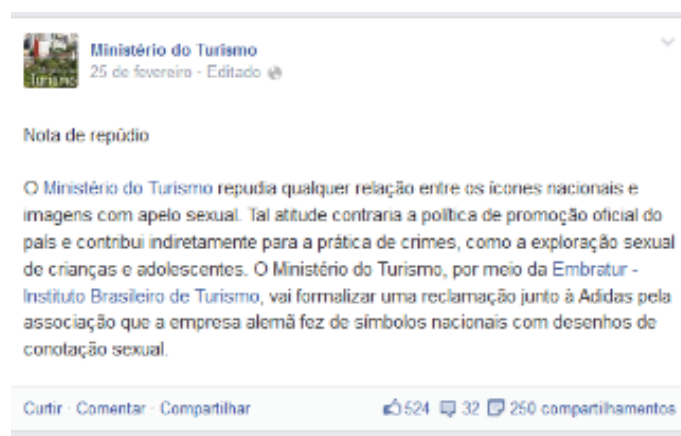


Figura 2. Nota de repúdio veiculada pela página do Ministério do Turismo, no Facebook.

“O ministério do turismo repudia qualquer relação entre os ícones nacionais e imagens com apelo sexual. Tal atitude contraria a política de promoção oficial do país e contribui indiretamente para a prática de crimes, como a exploração sexual de crianças e adolescentes”. Em relação ao ministério do turismo – enquanto lugar social do dizer – pode-se afirmar que discursos por ele produzidos e que tratem diretamente ou pelo menos mencionem a questão do turismo sexual no Brasil são mais facilmente produzidos no digital, como veremos nos documentos oficiais no tópico seguinte a este. Sendo assim, é interessante se perceber que por uma “nota” que visa a repudiar a veiculação das propagandas e reportagens, a publicação do ministério do turismo trouxe para o nível da formulação verbal aquilo que nem as propagandas nem a reportagem haviam formulado diretamente: na nota de repúdio diz-se “relação entre ícones nacionais e imagens com apelo sexual”, é a nota que traz para o nível do verbal o que estava sendo insinuado pelas imagens e pelos não-ditos. É desse modo que tanto os posicionamentos de contra-identificação – da nota de repúdio, dos comentários e dos posts de compartilhamento nas redes sociais – vêm preencher de sentido os não-ditos que circulam nas reportagens denunciadas e criticadas. Vejo, nesse caso, o digital como parte constitutiva dessa construção/preenchimento de sentidos.

Por outro lado, no entanto, a *língua de madeira* do estado, não chega a formular diretamente nada sobre a questão do turismo sexual, mas somente a mencionar “crimes como a exploração sexual de crianças e adolescentes”. Mencionar diretamente – e apenas – esse crime, e não mencionar o trabalho sexual de pessoas adultas – que não é crime – é uma forma de silenciar a discussão mais ampla sobre turismo sexual. Isto, por consequência, produz um amálgama entre turismo sexual e exploração de crianças e adolescentes, como veremos a seguir. A respeito dessa fala do ministério do turismo dizer que o órgão se *posiciona*, seria, na verdade, um abuso de leitura, o que se percebe é que há um não-posicionamento, ou melhor, um posicionamento numa forma particular do funcionamento discursivo – um *funcionamento cínico do discurso*⁷¹.

Como se pode perceber, o Ministério do Turismo entende no anúncio da Adidas um sentido que evoca aquela ideia do “Brasil – rota do turismo sexual”. Então, questiono: O que se repudia aí é o próprio turismo sexual ou a associação que relaciona os ditos “ícones nacionais” a essa imagem? O que se repudia, então, é que se evoque a ideia do turismo sexual, e não o próprio turismo sexual? Quer dizer, todo mundo sabe que isso existe mas é melhor agir como se não se soubesse, como se não existisse? Por que na formulação encontrada em nota de repúdio há essa rápida associação entre a

imagem de apelo sexual e a dita “exploração de crianças e adolescentes”? Toda essa imagem de “apelo sexual”, como diz a nota de repúdio, se resume à exploração de menores? A relação que se estabelece aí, uma relação com a verdade daquilo que é dito, é, a meu ver, inscrita no funcionamento da já mencionada *razão cínica*. Algo que inverte ou que confunde verdade e mentira no dizer, algo que se aproxima de uma certa forma de *má-fé discursiva* (Cf. Nota 7)



Figura 3. Captura de tela do blog “A cortesã moderna”.

Para encerrar este tópico sobre as contra-identificações, trago esta captura de tela do blog www.acortesamoderna.com.br - mantido por uma trabalhadora sexual - e que discute essas polêmicas envolvendo a imagem do Brasil como rota do turismo sexual e a reação na internet, em particular, de Brasileiro.a.s que se “revoltam” com tal associação de imagens. A essa reação “revoltada” dei o nome de “nacionalismo ofendido”, chamo deste modo pois esse movimento de se contra-identificar reforça o imaginário do “turismo sexual” vinculado ao imaginário do Brasil, como se fosse evidente que a imagem do Brasil fosse de uma vez por todas ser definida, e inequivocamente, pelo trabalho sexual que aqui se produz. Devo ressaltar que, no blog que acabo de mencionar, se destaca o fato de que esse “nacionalismo ofendido” reforça um discurso de violência que não se justifica: “vão pensar que somos todas prostitutas e vão nos tratar como tal”, ou seja como se ser prostituta fosse o sinal verde para qualquer tipo de violência. Sem poder prolongar esta reflexão, deixo aqui apenas esta indicação desse outro lugar de dizer, que não o oficial, passível de ser encontrado no/pelo digital.

Silenciamento e discurso oficial

Durante os preparativos para os eventos esportivos que ocorreram no Brasil (entre 2013 e 2016), o Ministério do Turismo desenvolveu diversas ferramentas na internet para promover o turismo no país: há o site oficial do ministério do turismo, as páginas oficiais nas redes sociais Twitter e Facebook e blogs de viagens divulgados nessas redes. Percebe-se uma interconexão desses diferentes lugares digitais, e dessa rede destaco um documento, o “Manual do multiplicador”, onde se pode encontrar diretrizes para um turismo dito “sustentável”. Trata-se de um documento em PDF distribuído, por meio digital, para as diferentes secretarias e agentes de viagens: <https://issuu.com/ministeriodoturismo/docs/manual_do_multiplicador>.

Na primeira página do site/documento encontra-se a formulação-título: “Exploração sexual de crianças e adolescentes não é turismo, é crime”. Assim como essa formulação indica, ao longo de todo o “Manual do multiplicador”, percebe-se que esse órgão não menciona o turismo sexual, tampouco fala de prostituição, mas tão somente fala de “exploração sexual de crianças e adolescentes”. Ou seja: eles sabem que existe prostituição e turistas-clientes que vêm ao país com este fim, mas agem e procedem *como se* não existisse, ou, ainda, como se pode perceber nos textos do Ministério de Turismo e demais órgãos responsáveis, *como se* só houvesse exploração sexual de crianças e adolescentes – e que, assim, o turismo sexual amalgamado a essa ideia de exploração de menores deve ser combatido. Percebo aí o silenciamento da diversidade de pontos que deveriam ser levados em conta para se discutir as questões que se imbricam ao se tratar de turismo no Brasil: turismo sexual, prostituição, exploração de menores, dentre outros.

Do Manual do multiplicador, tem-se a campanha “não desvie o olhar”, ligados a essa campanha, encontra-se, no ambiente off-line: panfletos, cartazes e demais materiais de divulgação; no ambiente digital, tem-se: publicações nas redes sociais, a versão PDF destes documentos e, como mostrado na imagem abaixo, o #ProtejaBrasil – um aplicativo de denúncia de práticas de exploração sexual de menores.



Figura 4. Divulgação do aplicativo “Proteja Brasil”.

Levar em conta essa diversidade de materialidades nos permite perceber a produção, deslocamentos e embates de sentidos em torno das questões do turismo sexual. Na campanha, formula-se:

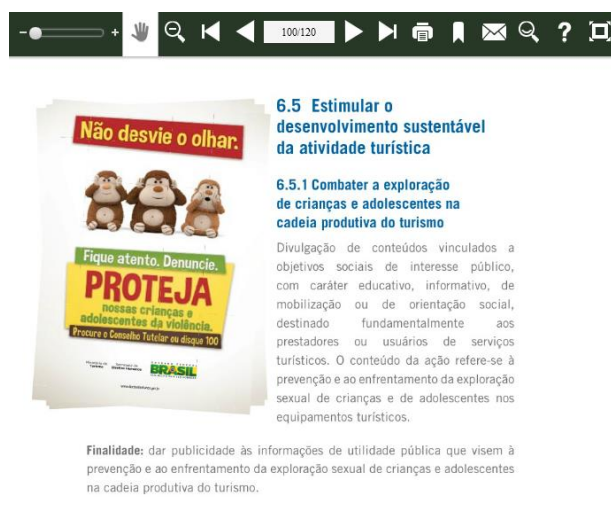


Figura 5. Campanha “Não desvie o olhar”, em formato PDF.

Não desvie o olhar. [...] Finalidade: dar publicidades às informações de utilidade pública que visem à prevenção e ao enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes na cadeia produtiva do turismo.

A formulação “não desvie o olhar” já me permite um exercício de paráfrase. Primeiramente, como toda negação, tem-se aí uma afirmação que está dita, da ordem de um pré-construído. Há uma voz sem nome que diz: “desvie o olhar”. Desvie o olhar ao turismo sexual. Desvie o olhar à prostituição. Faça como se não houvesse. Desvie o olhar,

faça como se não estivesse vendo. Retomando a formulação “não desvie o olhar”, faço mais um exercício parafrástico: *Não desvie o olhar = não faça como se não visse.*

É sabido que para nós, da análise do discurso, não há um conteúdo escondido por trás da forma, mas a própria forma é que deve ser questionada; assim, pergunto: por que tal formulação e não outra? A formulação do “não desvie o olhar” traria em si um funcionamento que não somente não trata da questão do turismo sexual, dentro da legalidade da ocupação da prostituição no país, como simplifica e silencia a questão na formulação que segue o título: “Proteja nossas crianças e adolescentes”. Percebo, nesse caso, um funcionamento do cinismo em torno da expressão “exploração sexual de crianças e adolescentes”, um proceder como se toda a questão estivesse resumida nela, e como se esta questão de exploração de menores estivesse sanada. Nem uma coisa, nem outra ocorre. Falar em exploração de menores, que é sim um crime, traz em si um discurso muito mais perigoso, pois procede como se prostituição fosse crime. Exemplo de intervenção policial como se prostituição fosse crime ocorreu com as prostitutas de Niterói, que foram expulsas do prédio em que trabalhavam e (*ilegalmente*) presas em maio de 2014. Prostituição não é crime, exploração de menores é, mas nem todo turismo sexual se resume à exploração de menores, porém para se ouvir esses sentidos outros é preciso se perceber discursos que resistem a esse amálgama silenciador.

A ONG Davida: corpos que resistem (?)

Conforme acabo de descrever, há o (não-)lugar social das pessoas que efetuam o trabalho sexual que, pelo digital, conseguiram de algum modo *tomar a palavra*. Houve, durante a Copa do mundo, uma manifestação contra o fechamento do prédio em Niterói onde essas pessoas exerciam sua atividade, e houve também – organizado pela ONG Davida – uma performance/manifesto onde foi feita a fotografia que aqui trago como fechamento dos exemplos analíticos.

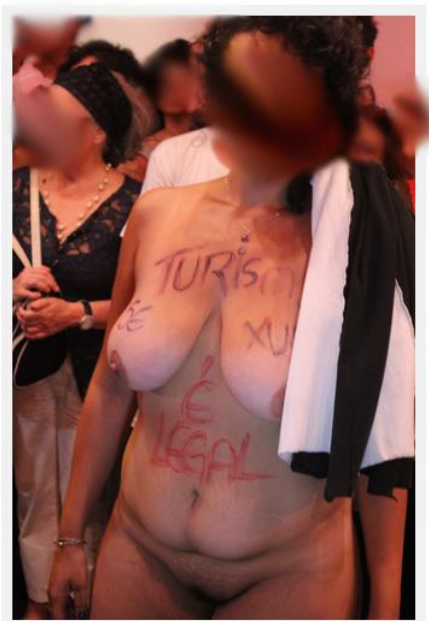


Figura 6. Fotografia feita por Laura Murray.

Trata-se de uma fotografia, da qual aqui vemos uma captura de tela. Esta imagem faz parte de um álbum de fotografias, feitas pela fotógrafa Laura Murray, e divulgado na página oficial no Facebook da organização Davida (fundada por Gabriela Leite): <<https://www.facebook.com/daspu.paginaoficial?fref=ts>>. Seleccioná-la e destacá-la dessa série já produz sentido sobre a mesma. É importante se refletir igualmente sobre o fato de que se trata da imagem de um corpo, mas um corpo fotografado, nu, e sobre o qual se escreve. É a circulação da imagem desse corpo sobre a qual gostaria de refletir, neste último tópico. Trata-se de um corpo que discursiviza/textualiza um dizer sobre a questão do turismo sexual: “o turismo sexual é legal”. O recorte que, enquanto analista, produzo aqui, retira esta imagem de sua série original para colocá-la no recorte sobre o embate interdiscursivo de sentidos sobre o turismo sexual, no Brasil.

O dizer escrito sobre o corpo vem opor-se ao dizer – da língua oficial, verbal – de que turismo sexual não é legal. De um lado: língua oficial e linguagem verbal. De outro: língua de resistência (?) e linguagem que rompe o dualismo verbal e corporal. Um dizer que retoma vários discursos (o do ‘nacionalismo ofendido’, o das ‘militâncias feministas’, o do ministério do turismo), desvinculando a associação corrente de prostituição à exploração sexual e apontando, então, o equívoco nos sentidos de turismo sexual. A partir desta imagem, parafraseando “ a luta é pela palavra” do Althusser, poderia dizer que aqui a luta é pelo corpo-discurso (?).

Após estas breves descrições, e a partir dos apontamentos que indiquei em cada tópico, passo a seguir a abordar dois pontos de reflexão sobre o recorte “turismo sexual” no digital.

Turismo sexual e corpo-discurso no digital

No início deste texto apontei para duas questões a partir das quais olhei para o arquivo “turismo sexual” que constituí. A primeira dessas questões aponta para meu interesse a respeito dos dizeres sobre o corpo do.a brasileiro.a – ou ainda sobre o que se diz sobre o.a brasileiro.a a partir de seu corpo – e a associação desses dizeres com a própria imagem do Brasil. O segundo ponto traz o questionamento de saber do papel do digital na circulação desses dizeres. A partir dos exemplos de análise que mostrei, pôde-se entrever possíveis entradas para essa reflexão. Dentre as questões possíveis de formulação para se pensar os diferentes aspectos que se mostram no recorte “turismo sexual”, destaco dois sobre os quais gostaria de refletir mais detidamente. O primeiro aspecto que a análise trazida me leva a pensar é a importância da não separação, estanque, dualista, entre aquilo que seria o digital e o que não é. O segundo aspecto que gostaria de pensar mais detidamente é a presença no digital desse corpo nu sobre o qual se inscreve um dizer – o corpo-discurso.

Um recorte como esse, que engloba os quatro exercícios de análise como os que acabo de descrever, nos permite perceber a heterogeneidade na constituição material do mesmo, nele se percebe a tipologia dos “três níveis linguísticos do digital” estabelecida por Paveau (2015): o “numérisé, numérique e o numériqué^[8]”. Nesse recorte vimos documentos em PDF veiculados em sites oficiais, republicados em redes sociais, comentados e compartilhados; vimos uma campanha do ministério do turismo que se publicizou em documentos impressos – folders, panfletos, cartazes –, e em documentos online – PDFs, postagens em redes sociais, imagens etc. e em aplicativo; vimos reações, a favor e contra, às publicidades, vimos compartilhamentos *ad infinitum* destas reações nas redes sociais; temos igualmente a possibilidade de se ter acesso a outros lugares de dizer, às vozes silenciadas das pessoas envolvidas no trabalho sexual que, pelo digital, e talvez somente pelo digital (?), podem formular e fazer circular seus posicionamentos. Trata-se efetivamente de uma constituição *environnementale* nesse recorte analítico – “turismo sexual”.

A partir desse aspecto, reitero a importância da não separação entre o que seria do domínio do “virtual”, ou ainda, do digital, o *on line*, ou *URL*; e aquilo que seria do “mundo real”. É preferível, seguindo uma formulação já sustentada nos escritos de Paveau, defendermos uma concepção pós-dualista do discurso on/offline, que considere, por exemplo um continuum entre o mundo on-line e o mundo off-line. Uma abordagem desse modo vai no mesmo sentido daquilo que já é formulado teoricamente na análise do discurso, a respeito da constituição do *corpus* em espiral (Pêcheux, 1975). Ou seja, o “suporte” pelo qual se formula um sentido não pode ser associado a esse sentido como sendo o único meio possível para tal formulação, isso implicaria se acreditar em uma essência do sentido; do mesmo modo, é importante se pensar que o “suporte” é mais do que isso: é parte constitutiva do sentido que ele ajuda a formular, ou seja, ele é meio e, ao mesmo tempo, faz parte dos discursos que ele veicula. Orlandi (2012, p. 70) afirma, nesse sentido, que levando em consideração os três elementos que constituem o circuito do processo de significação – a constituição, a formulação e a circulação –, tem-se que “os três são afetados nesses momentos de ruptura”, sendo o discurso digital um caso exemplar desses momentos.

Além disso, questionar os limites que se acredita existir entre digital e off-line, no caso de um recorte como o “turismo sexual”, toca a questão de uma certa ética discursiva, no sentido de se tentar encontrar diferentes vozes que se posicionam em relação à questão. Ou seja, o digital tem um papel na discursivização dessas enunciações e na circulação desses sentidos. Não se pode separar – vimos isto pelos discursos aqui mostrados e pela deriva de sentidos e de lugares de dizer que deles decorre – aquilo que pertence ao digital e aquilo que está “fora” dele. Dentro desse recorte, aponto para aquilo que pode ser considerado como um discurso de resistência, resistência à própria linguagem impressa e “puramente” verbal, refiro-me aqui à última parte de minha análise, aquela que se centra no corpo que inscreve um dizer, o corpo-discurso que cala/fala “o turismo sexual é legal”.

A questão do corpo no digital tem sido objeto de reflexão, em especial no âmbito de discussões de gênero e sobre os feminismos, a esse respeito formula-se o fato dessa presença e dessa militância pelo/com o corpo ser até mesmo uma das características que identificaria uma nova “onda”, ou fase, nos feminismos – chama-se de “quarta onda” do feminismo esse momento da militância que usa das diversas ferramentas possíveis disponibilizadas pelo digital e, ao mesmo tempo, que faz as manifestações tanto nas ruas quanto nas redes sociais utilizando-se, dentre outros, do corpo (PAVEAU, 2014).

Conforme o que vimos na última parte dos recortes (2.4), pode-se pensar que o corpo traz a marca do silenciamento da voz e do puramente verbal, por meio de algum suporte por assim dizer mais tradicional. A presença daquele corpo feminino, nu e sobre o qual se inscreveu o dizer da militância é pura produção de sentidos. Essa imagem aponta para o fato de que ali a presença daquele corpo transcende o sentido de ser um mero suporte para o verbal, e essa ideia poderia ser transposta para outros suportes, é, no entanto, esse tipo de imagem de um corpo que nos permite questionar a própria ideia de suporte.

Relembrando Pêcheux, temos que “A ideologia ‘eterna’ enquanto categoria, isto é, enquanto processo de interpelação dos indivíduos em sujeitos – não desaparece; ao contrário, funciona de certo modo *às avessas*, isto é, *sobre e contra si mesma*, através do ‘desarranjo-rearranjo’” (PÊCHEUX, 1975, p. 202). Nesse sentido, o corpo compõe o sentido daquilo que é dito nele/atraves dele. Um corpo que, como vimos, é calado pelos discursos oficiais e hegemônicos, e que aqui *toma a palavra sem tomar a palavra* (PAVEAU, 2014), deslocando a própria ideia de “tomar a palavra”, tem-se aí um desarranjo-rearranjo nos sentidos, e essa é forma pela qual tanta significância se produz pela imagem de um corpo posta em circulação no digital.

Considerações finais

O corpo no digital é esse “espaço” onde se torna possível “uma resposta inesperada e habilitante” a discursos hegemônicos e que silenciam diferentes vozes. Pelo digital se torna mais latente o fato de que o corpo – assim como a linguagem – “não é um simples suporte sobre qual slogans são sobrepostos” (PAVEAU, 2014). O fato de se dar espessura teórico-analítica ao ambiente digital é o que permite a constituição de um recorte como este; em se tratando do discurso do turismo, utilizar essa noção implica considerar a existência de um continuum entre a mídia impressa (guias de turismo) e a mídia digital (blogs, sites, redes sociais, fóruns de discussão). É claro que é interessante levantar a questão de saber, então, em que se distingue (se há distinção) entre esses diferentes processos de identificação do/sobre o.a.s brasileiro.a.s em função da forma de textualização desses discursos, se no impresso e/ou se no digital – essa é uma primeira questão que deixo em aberto para reflexão. Vale questionar o que se destaca ao se considerar a dimensão digital do/no *corpus*. Como distinguir o que é do âmbito do digital e aquilo que seria do âmbito do off-line, do impresso. Ou ainda, esta distinção é

necessária? Esta é de fato uma das perguntas que venho perseguindo em minha pesquisa de doutorado.

Haveria ainda um aspecto que poderia ser explorado a respeito da circulação no digital de uma imagem tal a que mostrei na análise 2.4. Trata-se daquilo que aponta Paveau como o “discurso da nudez”, ou ainda o fato de se “ler a nudez como um discurso”. De todo modo, ainda na perspectiva pós-dualista, defendida pela autora e com a qual concordo, percebe-se nesses casos que a ordem da escrituralidade não se separa, ainda que seja distinta, da ordem da corporalidade. Ou seja, conforme a própria autora diz: “há corpo na linguagem”.

Conforme o exposto – e a partir dos exemplos de análise com os quais tenho me deparado – tenho um outro questionamento: seria o corpo (no discurso) digital atingido na ordem de sua formulação e, ainda mais, na ordem da sua circulação? Deixo esta e as demais questões para se seguir pensando, a partir de outros recortes e de outras análises, a respeito do digital e das formas de textualização que nele e (somente?) por ele se tornam possíveis.

Nota de rodapé

[1] Análise discursiva das imagens do Brasil e do ser brasileiro(a) nos discursos do turismo em diversos espaços de enunciação francófonos e lusófonos". <<http://www.bv.fapesp.br/pt/pesquisador/668832/gloria-da-ressurreicao-abreu-franca/>>.

[2] Tradução minha.

[3] Trata-se de uma polêmica vinculada a um *outdoor* onde se vê uma mulher evocando uma posição sexual com um jogador de futebol. Disponível em: <<http://www.pragmatismopolitico.com.br/2014/05/copa-2014-propaganda-polemica-reacende-debate-sobre-turismo-sexual.html>>.

[4] Esta segunda manchete faz referência à publicação da revista Fabulous, do jornal inglês The sun, onde se vê na capa a “bunda” de uma mulher vestida nas cores do Brasil. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/geral/rede/indicacao/revista-explora-bunda-brasileira/>>.

[5] Disponível em: <<http://www.pragmatismopolitico.com.br/2014/05/revista-ensina-turistas-assediarem-brasileiras.html>>.

[6] Sobre realidade aumentada e locutor aumentado, dentre outros, ver o blog Technologies discursives (<http://technodiscours.hypotheses.org>), onde consta um glossário - em construção - no qual se pode consultar algumas destas noções e suas referências.

[7] Desenvolvi essa reflexão no trabalho apresentado no congresso da ALFAL, João Pessoa, 2014: “O que as mulheres têm a ver com a Copa. Ditos e não-ditos entre o discurso oficial e o discurso da resistência”. Neste trabalho, realizei uma análise do funcionamento do cinismo nos discursos oficiais sobre turismo sexual. Sobre cinismo e análise do discurso, ver Baldini 2012.

[8] Prefiro não traduzir no corpo do texto, mas poderia chamar o “numérisé” daquilo que é simplesmente escaneado, ou seja, feito para circular no off-line; “numériqué” aquilo que é produzido no off line mas que pode circular no digital de modo a ser integrado a este; e o “numérique” seria aquilo que é produzido online e para tal fim.

Referências

BALDINI, L. "Discurso e cinismo". In: MARIANI, B e MEDEIROS, V. (orgs.). *Discurso e... ideologia, inconsciente, memória, desejo, movimentos sociais, cinismo, corpo, wits, rede eletrônica, língua materna, poesia, cultura, mídia, educação, tempo, (homo)sexualidade*. Faperj/7 Letras. Rio de Janeiro: 2012.

COURTINE, J.J. "O chapéu de Clémentis: observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político". *Ensaio*, 12, Porto Alegre: Sagra-Luzzardo, p.15-22, 1999.

PAVEAU, M-A. « Activités langagières et technologie discursive. L'exemple de Twitter », *La pensée du discours*, 27.02.2012, <http://penseedudiscours.hypotheses.org/8338>, consultado em 02/04/2012.

_____. "Environnement", *Technologies discursives* [Carnet de recherche], Publicado em 21 janvier 2013, <http://technodiscours.hypotheses.org/?p=311>, consultado em 10/09/2013. (2013a)

_____. Genre de discours et technologie discursive. Tweet, twittécriture et twittérature. In : Liénard, F. (2013, coord.) *Culture, identity and digital writing, Epistémè 9, Revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées*, Séoul : Université Korea – Center for Applied Cultural Studies, 432 pages. Disponível em <http://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00824817>. 2013b.

_____. Quand les corps s'écrivent. Discours de femmes à l'ère du numérique. Éric Bidaud. *Recherches de visages. Une approche psychanalytique*. Hermann, 2014. Disponível em: <<https://hal-univ-paris13.archives-ouvertes.fr/hal-01163501>>.

PAVEAU, M-A. «Ce qui s'écrit dans les univers numériques», *Itinéraires* [En ligne], 2014-1 | 2015, mis en ligne le 12 janvier 2015, consulté le 05 octobre 2016. URL : <http://itineraires.revues.org/2313> ; DOI : 10.4000/itineraires.2313. 2015.

ORLANDI, E. (2012). *Discurso em análise: Sujeito, Sentido e Ideologia*. Pontes. Campinas: 2012.

PÊCHEUX, M. *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Trad. Eni Orlandi 4a Ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009(1988/1975).

Recebido em 10/08/2016

Aceito em 13/12/2016.