

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL – UCS

MAICON GULARTE MOREIRA

***¡TRAE TUS COLORES!:* A (SEX)USUALIDADE NO TURISMO LGBT.**

CAXIAS DO SUL

2017

MAICON GULARTE MOREIRA

¡TRAE TUS COLORES!: A (SEX)USUALIDADE NO TURISMO LGBT.

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade.

Linha de pesquisa: Turismo, cultura e educação.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Luciene Jung de Campos.

CAXIAS DO SUL

2017

M838t Moreira, Maicon Gularte

¡Trae Tus Colores! : a (sex)usualidade no Turismo LGBT / Maicon
Gularte Moreira. – 2017.

97 f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa
de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, 2017.

Orientação: Luciene Jung de Campos.

1. Turismo. 2. Análise do Discurso. 3. Ideologia. 4. LGBT. 5.
Sujeito. I. Campos, Luciene Jung de, orient. II. Título.

“¡Trae Tus Colores!: a (sex)usualidade no Turismo LGBT”

Maicon Gularte Moreira

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade, Área de Concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Caxias do Sul, 27 de abril de 2017.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Luciene Jung de Campos (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Susana de Araújo Gastal
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Alexandre Sebastião Ferrari Soares
Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Dedico este trabalho a todos e todas
Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e
Transexuais, que (r)existem e lutam contra
o ódio, o preconceito, os estigmas e a
violência.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, a minha mãe, Débora, mulher guerreira que, apesar de todas as adversidades da vida e da distância, foi meu alicerce e esteve sempre ao meu lado durante esta conquista.

Ao meu pai, Maurício, e ao meu avô, Celso, por todo o suporte e incentivo à educação desde minha infância até o ingresso na Universidade.

Aos familiares que durante o longo percurso enxergaram minha dedicação aos estudos e me incentivaram a seguir em frente.

Aos melhores amigos e amigas que a vida me deu: Cris, Otávio, Dari, Carlos André e Raul que, apesar da distância, foram ombros, ouvidos e palavras de acolhimento, afeto e cumplicidade sempre que a angústia, a dúvida e o desamparo tomaram conta de mim.

À Prof. Luciene, minha (des)orientadora, pela atenção e paciência dedicadas a mim, por sempre acreditar e me incentivar, pelo companheirismo e exemplo de luta e resistência.

Aos colegas da turma 15 do PPGTURH, pelo encontro sempre afetuoso, pela amizade e experiência compartilhadas, por todas as risadas mesmo quando “não estava sendo fácil”.

Aos colegas de grupo de pesquisa: Mateus, Macuri, Mônica, Stéfany, Raquel e Ismael, pelos momentos de trocas, de compartilhamentos, de experiências, pelos cafés e desilusões coletivas.

À Camila e ao Renan por me fazerem sentir acolhido e em casa, diante de tantos estranhamentos.

Aos amigos e amigas, às companheiras e companheiros de luta por fazerem valer a pena cada momento da minha vida, cada encontro, cada experiência que vivi e que trocamos.

Aos colegas e professores do PPGTURH por todo aprendizado que me oportunizaram.

À CAPES pela bolsa concedida, sem a qual não haveria viabilidade para a realização deste trabalho e a conquista deste sonho.

[...] é preciso dizer não ao gueto e, em consequência, sair dele. O que nos interessa é destruir a imagem-padrão que se faz do homossexual, segundo a qual ele é um ser que vive nas sombras, que prefere a noite, que encara sua preferência homossexual como uma espécie de maldição, que é dado aos ademanos e que sempre esbarra, em qualquer tentativa de se realizar mais amplamente enquanto ser humano, neste fator capital: seu sexo não é aquele que ele desejaria ter.

Lampião da Esquina, editorial nº. 0, abril de 1978.

RESUMO

Este trabalho propõe uma problematização do segmento de Turismo LGBT, com base na análise dos mecanismos de interpelação que são responsáveis pela produção do sujeito LGBT como um turista LGBT. Para isso, assume o folheto promocional da campanha “¡TRAE TUS COLORES!” como a materialidade de onde oito sequências discursivas são tomadas para compor o corpus de análise. Esta campanha, apoiada pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), promoveu o Brasil como um destino turístico LGBT em dezembro de 2014 nas cidades de Madrid e Valência, na Espanha. A análise do folheto promocional se filia aos pressupostos teórico-metodológicos da Análise de Discurso francesa teorizada por Michel Pêcheux, que articula conceitos oriundos de três campos teóricos: da Psicanálise, do Materialismo Histórico e da Linguística. Por isso, aproxima os conceitos de sujeito e ideologia para discutir os mecanismos pelos quais a ideologia interpela esses sujeitos, autorizando alguns sentidos ao seu desejo inconsciente e desautorizando outros. Este processo, responsável por identificar o sujeito e censurar o desejo, produz deslocamentos de ordem psíquica e física, interpretados aqui como a busca pela realização do desejo através das viagens. Assume, portanto, que a impossibilidade de tomar uma posição, bem como de inscrever o desejo, é o que promove o deslocamento do sujeito, a pesquisa faz um retorno no campo do turismo. Esse último, é aproximado da noção de espetáculo (DEBORD, 1997), da qual é possível perceber a fetichização do desejo do sujeito na garantia da alienação desse sujeito de sua própria condição. Em seguida, demonstra pela análise das sequências discursivas selecionadas, o processo de produção de sentidos a partir das formações imaginárias (PECHEUX, 2014a). No caminho descrito, o trabalho sugere pensar o Turismo como um aparelho ideológico de Estado (ALTHUSSER, 2003), pois funciona como um campo de reprodução da ideologia dominante, que é a ideologia da classe dominante, responsável por regular os discursos que falam de e para os sujeitos LGBT. Discursos sobre uma sexualidade estigmatizada, inclusive através do Turismo, mobilizada em torno do significante sexo e intrinsecamente imbricada no jogo de forças ideológico de dominação desses sujeitos.

Palavras-chave: Turismo. Análise do Discurso; Ideologia; LGBT; Sujeito.

ABSTRACT

This work proposes a problematization of LGBT Tourism segment, based on analysis of the interpellation mechanisms that are responsible for produce the LGBT subject as a LGBT tourist. To do this, assume the promotional leaflet of the campaign "TRAE TUS COLORES!" as the materiality from which eight discursive sequences are taken to compose the analysis corpus. This campaign, supported by the Brazilian Tourism Institute (EMBRATUR), promoted Brazil as an LGBT tourist destination in December 2014 in the cities of Madrid and Valencia, Spain. The analysis of the promotional leaflet is affiliated to the theoretical-methodological dipositive of French Discourse Analysis theorized by Michel Pêcheux, articulating concepts from three theoretical fields: Psychoanalysis, Historical Materialism and Linguistics. For that reason, approaches the concepts of subject and ideology to discuss the mechanisms through which ideology interpellates these subjects, authorizing some senses to their unconscious desire and disallowing others. This process, responsible for identifying the subject and censor the desire, produces psychical and physical displacements, interpreted here as the search for the realization of desire through travel. Assume, therefore, that the impossibility of taking a position, as well as inscribing the desire, is what promotes the displacement of the subject, the research makes a return to the field of Tourism. The latter is approximated to the notion of spectacle (DEBORD, 1997), from which it is possible to perceive the fetishization of the subject's desire to guarantee the alienation of this subject from his own situation. Then, the analysis of the selected discursive sequences demonstrates the process of production of senses from the imaginary formations (PECHEUX, 2014a). In the way described, the work suggests think Tourism as an ideological apparatus of State (ALTHUSSER, 2003), because it functions as a field of reproduction of the dominant ideology, which is the ideology of the ruling class, responsible for regulating discourses that speak of and for LGBT subjects. Discourses about a stigmatized sexuality, including through Tourism, mobilized around the significant sex and intrinsically imbricated in the game of ideological forces of domination of these subjects.

Keywords: Tourism; Discourse Analysis; Ideology; LGBT; Subject.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Esquema de interpelação do sujeito do inconsciente pela ideologia	47
Figura 2 – Esquema de funcionamento do Turismo na interpelação ideológica do sujeito	56
Figura 3 – Sequência discursiva SD1	65
Figura 4 – Sequência discursiva SD2	66
Figura 5 – Sequência discursiva SD3	68
Figura 6 – Sequência discursiva SD6	76

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AD	Análise do Discurso
AIE	Aparelhos Ideológicos de Estado
CNJ	Conselho Nacional de Justiça
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
GGB	Grupo Gay da Bahia
LGBT	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais
OMT	Organização Mundial do Turismo
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas

SUMÁRIO

1	O ANALISTA E O MUNDO: PERCURSOS DO SUJEITO-PESQUISADOR-ATIVISTA E DA PESQUISA-RESISTÊNCIA	12
2	A ANÁLISE DE DISCURSO (AD): ORIENTAÇÕES EPISTEMOLÓGICAS, TEÓRICAS E METODOLÓGICAS DA PESQUISA-RESISTÊNCIA	19
2.1	O ABALO EPISTEMOLÓGICO DA AD PECHUTIANA NO TURISMO	19
2.2	ORIENTAÇÕES TEÓRICAS E METODOLÓGICAS DO DISPOSITIVO DE ANÁLISE	24
3	O SUJEITO DO INCONSCIENTE É AQUELE QUE SE DESLOCA	32
3.1	DO COITO ENTRE IDEOLOGIA E INCONSCIENTE, O SUJEITO DO DISCURSO	33
3.2	DESEJOS EM DESLOCAMENTO: A ESPETACULARIZAÇÃO DO TURISMO E A ALIENAÇÃO DO SUJEITO	47
4	“<i>¡TRAE TUS COLORES!</i>” OU TRAIAS SUAS CORES? PROBLEMATIZANDO O TURISMO LGBT	58
4.1	INTRODUZINDO O ÓRGÃO DA DEPRAVAÇÃO: APRESENTAÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO DA CAMPANHA “ <i>¡TRAE TUS COLORES!</i> ”	59
4.2	<i>CORPUS</i> E RELAÇÕES AFETIVO-CONCEITUAIS: NO FURO DA MATERIALIDADE É QUE EJACULA A CONTRADIÇÃO	63
4.2.1	Seduzir	64
4.2.2	Lubrificar	71
4.2.3	Penetrar	73
4.2.4	Ejacular	80
5	RE(IN)SISTÊNCIAS DE UMA PESQUISA-(R)EXISTÊNCIA	84
	REFERÊNCIAS	88
	ANEXO A – CAPA DO FOLHETO PROMOCIONAL “<i>¡TRAE TUS COLORES!</i>”, COM INDICAÇÃO DE SD1, SD2 E SD3	93
	ANEXO B – PÁGINA 2 DO FOLHETO PROMOCIONAL “<i>¡TRAE TUS COLORES!</i>”, COM INDICAÇÃO DE SD4	94
	ANEXO C – PÁGINA 3 DO FOLHETO PROMOCIONAL “<i>¡TRAE TUS COLORES!</i>”, COM INDICAÇÃO DE SD5, SD6 E SD7	95
	ANEXO D – PÁGINA 22 DO FOLHETO PROMOCIONAL “<i>¡TRAE TUS COLORES!</i>”, COM INDICAÇÃO DE SD8	96

1 O ANALISTA E O MUNDO: PERCURSOS DO SUJEITO-PESQUISADOR-ATIVISTA E DA PESQUISA-RESISTÊNCIA

Esta pesquisa posiciona-se junto à população de Lésbicas, *Gays*, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT) e todas as demais possibilidades de sexualidades dissidentes da heteronormatividade¹. Posiciona-se junto à todas as possibilidades de inscrição do desejo e que resistem ao seu controle. Pelos motivos que serão aqui expostos, entendo este trabalho, sobretudo, como um documento político e de denúncia dos discursos que oprimem, marginalizam e assassinam os LGBT diariamente, principalmente no Brasil.

Por muito tempo os estudos sobre os sujeitos LGBT foram produzidos por pessoas cisgêneras² e heterossexuais, sobretudo nos campos das ciências sociais aplicadas e biológicas. Isso não significa dizer que os sujeitos LGBT não produziam conhecimento sobre si, apenas que, por razões paradigmáticas, políticas e até mesmo epistemológicas, a invisibilidade desses sujeitos enquanto produtores de conhecimento não era questionada.

Hoje, ao contrário do que escreveu o escritor irlandês Oscar Wilde, somos ousados o suficiente para dizermos nossos nomes e, inclusive, exigimos a exclusividade de fazê-lo. É o que vou chamar de pesquisa-resistência, uma possibilidade de produzir conhecimento sobre si, pela reivindicação à posição da fala de si e da problematização deste lugar de fala a partir dele. Digo isto porque não me distancio deste trabalho com vistas à reprodução de uma improvável neutralidade científica e porque este é o tema que me convocou à pesquisa.

Neste trabalho busco a problematização da segmentação turística voltada às pessoas LGBT, a partir dos pressupostos teóricos e metodológicos da Análise de Discurso (AD), de linha francesa, proposta pelo filósofo Michel Pêcheux. Mais especificamente, analiso os modos de interpelação ideológica do sujeito LGBT em turista LGBT e as contradições intrínsecas a esse processo, através do folheto promocional da campanha *¡TRAE TUS COLORES!*, que divulgou o Brasil como um destino turístico LGBT, na Espanha, datado de dezembro de 2014. Para tanto, realizo

¹ Norma que determina a heterossexualidade como o padrão social de forma compulsória.

² Pessoas que se identificam pelo gênero, masculino ou feminino, determinado desde o seu nascimento, em razão de suas características sexuais biológicas, e expressam socialmente este gênero segundo as normas e padrões aceitos socialmente.

nesta introdução uma breve contextualização dos motivos pelos quais eu cheguei até o tema desta pesquisa.

Cresci em um bairro de periferia, onde vivi metade de minha vida acuado pelas diferentes formas de violência a que uma criança na periferia está exposta. Uma população que possui limitado e precário acesso à educação e cuja infraestrutura de ensino disponível também padece diante do desinteresse dominante. As pessoas na periferia também possuem pouco acesso à cultura, arte e lazer, no sentido mais amplo dessas palavras. Este acesso, na maioria das vezes, se dá apenas naquilo que tange o ofertado nos espaços escolares, nas comunidades religiosas e nas associações de bairro locais, assim como aquilo que é veiculado pelos meios de comunicação de massa, especialmente no Brasil. Dessa forma, o conhecimento e cultura disponíveis tornam-se restritos o suficiente para que não haja anseios por transformação.

De qualquer modo, estes espaços também possibilitam um cotidiano lúdico e acolhedor, onde comer e brincar se impõem como necessidades básicas para qualquer criança. Nesse contexto, a reflexão sobre a vida se constrói sobre pilares frágeis, com tamanho necessário apenas para valorizar o pouco que se possui e aspirar possuir algo um pouco melhor. Uma vida residual em muitos sentidos. Para quem nasce e cresce nessa realidade, na grande maioria das vezes, tudo aquilo o que resta é a vontade de uma vida melhor. Infelizmente, as oportunidades não são as mesmas para todas as pessoas. Meritocracia³ não é tema de periferia, pelo contrário, é palavra e conceito desconhecido, distante.

Sem compreender a complexidade de todas as interseccionalidades que me atravessavam e me constituíam como sujeito periférico, eu sempre soube que a única forma de me projetar para fora da hostilidade cotidiana vivida era, e continua sendo, a educação. Provavelmente porque tenha sido acolhido no espaço escolar quando nenhuma outra instituição o havia feito. Também por vivenciar alguns dos efeitos que a desigualdade social produz. Mas, sobretudo, pela oportunidade de acesso ao ensino

³ Sistema sob o qual “os méritos dos indivíduos, decorrentes principalmente das aptidões intelectivas que são confirmadas no sistema escolar mediante diplomas e títulos, viriam a constituir a base indispensável, conquanto nem sempre suficiente, do poder das novas classes dirigentes” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1998, p. 747). Esse sistema “é, na realidade social, de difícil aplicação, tanto que a igualdade de oportunidades é, para alguns sociólogos (Bourdieu e Passeron), uma mera ideologia, apta a justificar a permanência das desigualdades, tornando-as aceitáveis a todos” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1998, p. 747).

público federal, médio e superior, devido às políticas de ampliação desse acesso à educação efetivadas pelo governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

No decorrer desse percurso pela educação, sempre assumi um posicionamento crítico em relação ao conhecimento que estava sendo proposto a mim, mesmo sem compreender o significado do pensamento crítico até então. Desconhecer os porquês da realidade em que vivia jamais me impediu de questionar o mundo, por todas as razões já mencionadas. Logo, a pergunta “Por quê?” tornou-se corriqueira durante as aulas, nos grupos de discussão, rodas de amigos, movimentos sociais e outras instâncias de reflexão das quais tive a oportunidade de participar.

Nunca, no entanto, tive a oportunidade de me satisfazer com as respostas que me foram dadas. Ouvia aos inqueridos e nutria, ao mesmo tempo, uma (in)segura (des)confiança de que algo não fazia sentido, ao menos não para mim. Alguns diziam que minhas características questionadora e reflexiva eram as responsáveis pela constituição da minha identificação pelos estudos e me ajudariam na longa e acidentada estrada na qual decidi me aventurar.

Aos poucos, as fronteiras do mundo acadêmico começaram a se confundir com aqueles outros “mundos” que eu já ocupava antes da universidade e os que passei a ocupar no decorrer dela. Entre esses mundos, o principal foi, e continua sendo, o Movimento Social LGBT. Para minha surpresa, o campo do Turismo viabilizou a junção do sujeito-pesquisador, em fase de elaboração, com o sujeito-ativista, em uma etapa mais elaborada. Ao mesmo tempo em que este trabalho seria esvaziado de sentido sem essas elaborações, mobilizou muitos sentidos em torno delas.

Antes de acessar a universidade eu já possuía envolvimento com o Movimento Social Estudantil. No primeiro ano de universidade iniciei, paralelamente, minha trajetória no Movimento Social LGBT. Lembro que, em 2012, quando escrevi meu primeiro texto para um jornal, cujo título era “O setor turístico para LGBT’s: segmentação ou segregação?”, dei início às minhas reflexões sobre esse tipo de Turismo, sem ainda entender em profundidade todas as interfaces envolvidas, mas já incomodado com o fato de tal proposta de segmentação possuir uma formatação um tanto dionisíaca.

Metáfora apropriada para o tema deste trabalho. Na mitologia grega, Dionísio fora o deus grego criado como uma mulher e considerado o deus dos excessos

etílicos, gastronômicos e sexuais. Isso por conta da embriaguez pelo vinho, sua especialidade. Em sua variante da mitologia romana, era conhecido como Baco, cujos cultos que o celebravam eram nomeados de bacanais. Palavra que carrega também o sentido de orgia, uma excelente representação do imaginário LGBT reproduzido por aqueles que promovem este segmento turístico.

Um ano depois, continuei a refletir sobre o assunto, ao mesmo tempo em que fui apresentado aos estudos e ativismos *Queer*⁴. Iniciei, em consequência disso, a negar a existência da segmentação de mercado LGBT por completo, pois, na medida em que passara a aceitar a ideia de que as categorias discutidas por essa temática (as letras “L”, “G”, “B” e “T”) eram construções sociais fomentadas por estruturas de poder dominantes, produtoras dos estigmas causadores de nosso sofrimento, não entendia mais o sentido em assumir uma identidade fixa, mas sim múltiplas identificações, indo na contramão da compulsoriedade normativa vigente. E se me identifico de múltiplas formas com múltiplas coisas, não há, *a priori*, nenhum objeto de consumo passível de ser vendido apenas a mim e cujo embasamento se dê sob minha sexualidade. Se eu sou isso, eu também sou muitas outras possibilidades de ser, estar e, inclusive, consumir.

Ao contrário de minha posição, o estado da arte acerca da segmentação LGBT no campo de estudos do Turismo sequer reconhecia as amplas possibilidades características dessa população. Ainda que diferentes nomenclaturas tenham sido empregadas ao longo dos tempos, a segmentação não segmenta apenas a população LGBT, mas segmenta quais LGBT podem ser turistas. Esses textos, em geral, referem-se ao segmento como Turismo para Gays e Lésbicas (OLIVEIRA, 2002), Turismo Homossexual (TREVISAN, 2006) ou Turismo GLS (ANGELI, 1999; TRIGO, 2009). Do mesmo modo, este é o único segmento no qual a busca pelo prazer sexual é expressivamente e abertamente autorizada, já que o Turismo Sexual é censurado em torno de outros sentidos.

Isso não quer dizer que as referências em questão não reconheçam os estigmas e marginalizações impostas a essa população. Pelo contrário. Apenas que

⁴ “Os estudos/ativismo *queer* se organizam em torno de alguns eixos: 1) desnaturalização das bioidentidades (coletivas e individuais); 2) ênfase nas relações de poder para interpretar as estruturas subjetivas e objetivas da vida social; 3) a permanente problematização das binaridades, 4) prioridade à dimensão da agência humana, 5) crítica ao binarismo de gênero (masculino *versus* feminino) e sexual (heterossexual *versus* homossexual)” (BENTO, 2016, p. 23).

definem os LGBT a partir de um perfil socioeconômico, no qual a disponibilidade de renda, em decorrência de uma suposta inexistência de família e filhos, seria o fator determinante para o maior dispêndio financeiro em atividades culturais e de lazer. Tal abordagem acaba por invisibilizar não apenas as letras suprimidas da sigla, mas também as infinitas possibilidades de ser e estar no mundo desses sujeitos. Isso ocorre, sobretudo, por causa da abordagem dominante no campo de estudos do Turismo, que o enxerga, antes de tudo, como um produto (MOESCH, 2000).

O esforço da produção do conhecimento científico em Turismo tem sido o de justificar, reproduzir e sistematizar os segmentos, servindo como um auxiliar no sentido de validar os nichos emergentes e em estruturação no mercado. Ansarah e Panosso Netto (2010) enfatizam que a teoria está “atrasada em relação ao mercado”. Nosso ponto de vista vai além, não se trata apenas de um atraso de elaboração dos conceitos, mas sim de uma sintetização desses conceitos com vistas a validar o mercado. Nesse sentido, muitas vezes a discussão sobre os segmentos na academia é apenas uma reprodução de resultados observados nas pesquisas de mercado, sem a devida reflexão crítica esperada. (TADIOTO, 2016, p. 40)

Refletindo sobre isso e buscando não reproduzir os efeitos de sentidos pelos quais não me identificava, resolvi investigar os deslocamentos dos viajantes *gays* a partir de seus relatos de viagens. Dessa forma, entendia ter a chance de mostrar outras possibilidades e experiências de deslocamentos *gays*, distintas das divulgadas pelas instituições e comercializadas pelo mercado e vice-versa. A intenção era subverter os discursos existentes sobre as razões pelas quais essas pessoas se deslocavam.

Contudo, a não ser que você se envolva com iniciação científica, durante um curso de graduação não há aprofundamento teórico-metodológico e/ou discussões de cunho epistemológico que permitam ao aluno o desprendimento de visões mais positivas e cartesianas a respeito da produção do conhecimento científico e mais flexíveis em relação à construção de um processo metodológico próprio, suprindo as necessidades específicas de cada estudo.

Nesse contexto, ocorreu o meu ingresso na pós-graduação e a proposição desta pesquisa. Ainda que eu tivesse contatos rasos e resumidos com diferentes teorias do discurso, jamais havia pensado e/ou cogitado a possibilidade de trabalhar com a AD pecheutiana na investigação sobre o segmento de Turismo LGBT. A única convicção era a minha aspiração para trabalhar com a temática do Turismo LGBT,

uma reflexão mais ampla sobre os sentidos produzidos por esta forma de segmentação.

A necessidade de aderência de meu projeto de pesquisa à uma das linhas de pesquisa disponíveis, me levou ao encontro com a AD pecheutiana. Com o tempo, percebi que esta filiação não poderia ser outra. O abalo epistemológico que os campos teóricos mobilizados pela AD produzem sobre o Turismo são indispensáveis no tratamento e atrelamento das questões sociais, políticas e, sobretudo, ideológicas que envolvem este tema. Surgiu, assim, a possibilidade de crítica ao sistema que institui a opressão a partir de práticas discursivas estigmatizantes, já que, segundo esta perspectiva teórica, a ideologia opera nos sujeitos pelo discurso.

Atualmente, entendo que a posição (ou posições) sujeito pela qual me identifico me faz perceber nuances de discursos que falam de mim de formas (des)pretensiosamente interessadas, não-neutras, com um propósito determinado. A posição da qual falo é a de não pertencente ao grupo normativo heterossexual, ou seja, às normas que tratam da sexualidade humana como sendo algo biologicamente justificado para fins de reprodução da espécie. Tais normas, representando os interesses de uma ideologia dominante, negam todas as demais formas de relações afetivo-sexuais entre as pessoas, que vão muito além da categorização dos seres dentro do par sexo-gênero, bem como de essencializações (MISKOLCI, 2011), como as produzidas pela sigla LGBT.

Na referida posição, as nuances discursivas de dominação dos sujeitos são estranhadas de tal modo que, ocupar essa posição é o que me move e o que me faz resistir na/pela luta, na/pela pesquisa. Considero esse não apenas o sintoma de minha resistência à norma, à compulsoriedade heterossexual, ao sistema e ideologia dominantes, como também o sintoma de minha pesquisa. Faço questão de ressaltar o profundo respeito pela posição que ocupo e por todas as pessoas que se percebem identificadas próximas a ela, sem temer o risco de ser interpretado de forma imparcial no percurso desta pesquisa. Em meu entendimento, a igualdade dos sujeitos é uma proposição da ordem do impossível, ainda que seja necessário acreditar que sim. O sujeito não é reflexo direto apenas de sua constituição biológica, mas também histórica, psíquica, social, cultural, econômica, etc.

Assim, a investigação dos modos de produção dos sentidos na materialidade a ser analisada, com o auxílio do dispositivo teórico-metodológico da AD, visa uma

aproximação aos questionamentos que fiz ao longo de minha trajetória como sujeito interpelado por ideologias, por meus deslocamentos entre formações discursivas diversas, bem como pelas características de crítica e reflexão que me constituem e das quais não faço questão de me afastar. Nesse sentido que trato de uma pesquisa-resistência, como o trabalho elaborado a partir das intersecções que me constituíram e me constituem como sujeito-pesquisador-ativista. Pretendo que os restos de re(in)sistência e (r)existência decorrentes de minha investigação sejam ponderações intelectualmente mais honestas comigo, com todas as pessoas que se identificam na/pela posição da qual falo e com o campo de estudos do Turismo, ciente de que estas análises não se encerrarão nelas mesmas. Nessa direção pretendo conduzir este trabalho.

2 A ANÁLISE DE DISCURSO (AD): ORIENTAÇÕES EPISTEMOLÓGICAS, TEÓRICAS E METODOLÓGICAS DA PESQUISA-RESISTÊNCIA

Reconhecendo o dito até aqui, a vertente de Análise de Discurso (AD) na qual filio esta pesquisa é a proposta pelo filósofo francês Michel Pêcheux, no final da década de 1960, e cujas traduções e estudos foram introduzidos no Brasil pela Dr.^a Eni de Lourdes Puccinelli Orlandi, da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Nessa linha da AD, o sujeito é interpelado pela ideologia para que a língua faça sentido, para que possa dizer e ser dito, não havendo discurso sem sujeito, nem sujeito sem ideologia (PÊCHEUX, 2014b).

Tal sentença foi uma das primeiras formulações com as quais tive contato nessa linha de análise e através da qual comecei a compreender que a linguagem não é neutra, nem os sujeitos que a produzem e são produzidos por ela, especificamente por sua materialidade histórica, social e política. Compreendi que a linguagem possui, assim, um já-dito, um já-falado, que retorna de forma visível e também invisível. Foi, portanto, necessário para Pêcheux (2014a) articular campos teóricos que dessem conta de uma linguagem em funcionamento, não de uma linguagem como sendo (e tendo a) função de transmitir de informação.

Nos situamos nesse entremeio, onde a AD articula a língua, a ideologia e o sujeito para fazer surgir o discurso e, com isso, expõe os equívocos, as contradições e as manifestações inconscientes que nele podem ser apreendidas e que evidenciam as condições de sua produção. No entremeio do discurso construímos e somos construídos pela análise, construímos e somos construídos pela AD.

Pretendo apresentar neste capítulo o contexto histórico, político e social em que surge a AD, bem como de sua concepção enquanto teoria, para destacar os porquês de sua proposição como dispositivo teórico-metodológico nesta pesquisa. Em seguida, apresento as orientações teórico-metodológicas fornecidas pelo dispositivo e que foram seguidas ao longo da elaboração desta análise.

2.1 O ABALO EPISTEMOLÓGICO DA AD PECHEUTIANA NO TURISMO

Como exposto por Denise Maldidier (1994), o filósofo Michel Pêcheux envolveu-se ativamente nos debates teóricos sobre marxismo, psicanálise e

epistemologia de sua época e tratou inicialmente sobre a história e epistemologia das ciências humanas, tomado pelo marxismo e pela política, na contramão das ideias dominantes sobre luta de classes, história e movimento social. Suas reflexões se estabeleceram sob a efervescente cidade de Paris, na França do final da década de 1960, mais precisamente em maio de 1968, quando ocorreu uma das revoluções mais marcantes do século XX, caracterizada pela superação de barreiras étnicas, culturais, de idade e de classe e também por proposições progressistas sobre educação, sexualidade e prazer.

Essa revolução, somada a outros eventos marcantes à época, reverberou em diversas localidades ao redor do mundo e fomentou o fortalecimento e a constituição de muitos movimentos de reivindicação por direitos humanos e sociais, entre eles o Movimento Social LGBT. Podemos considerar que, ao assumir esse Movimento como um campo de tomada de posição de sujeitos subalternizados diante de uma sexualidade estigmatizada, o mesmo processo de ruptura com o paradigma dominante à época foi fundante tanto para a AD quanto para a resistência dos sujeitos LGBT em sua luta por respeito e dignidade humana. A AD, portanto, mais do que um dispositivo teórico-metodológico de análise, é, também, uma tomada de posição política para todos que nela se filiam.

Nesse cenário, “Pêcheux sempre teve como ambição abrir uma fissura teórica e científica no campo das ciências sociais e, em particular, da psicologia social” (HENRY, 2014, p. 12). Em seu texto “Análise Automática do Discurso (AAD69)”, Pêcheux irá constituir a AD apoiando-se em três áreas do conhecimento que já estavam produzindo os efeitos de sentido que desejava: o materialismo histórico guiado por Louis Althusser em sua releitura da obra de Karl Marx, “como teoria das formações sociais e de suas transformações, compreendida aí a teoria das ideologias” (PÊCHEUX; FUCHS, 2014, p. 160); a psicanálise freudiana repensada por Jacques Lacan, enquanto “teoria da subjetividade” do sujeito (PÊCHEUX; FUCHS, 2014, p. 160); e os aspectos não reducionistas da linguagem, oriundos do apogeu do movimento estruturalista daquela época (HENRY, 2014) tendo a Linguística saussuriana como “teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação” (PÊCHEUX; FUCHS, 2014, p. 160).

Inicialmente, influenciado pelos seminários de Louis Althusser, sobretudo pelas publicações do ano de 1965, *Pour Marx* e *Lire le Capital*, Pêcheux irá abordar,

desde uma perspectiva materialista, as condições de produção do objeto de uma ciência, bem como sua reprodução no interior do próprio enunciado que o constitui. A defesa de Pêcheux é orientada também pela abordagem não positivista de Gaston Bachelard e Georges Canguilhem, que defendiam a não dissociação entre epistemologia e história da ciência, de forma a dar ênfase nas descontinuidades e rupturas inerentes ao processo de formulação de um instrumento científico (HENRY, 2014). Sob o pseudônimo de Thomas Herbert, Pêcheux diz:

[...] **toda ciência** – qualquer que seja seu nível atual de desenvolvimento e seu lugar na estrutura teórica – é produzida por um trabalho de mutação conceptual no interior de um campo conceptual ideológico em relação ao qual ela toma uma distância que lhe dá, num só movimento, o conhecimento das errâncias anteriores e a garantia de sua própria cientificidade. Nesse sentido, toda ciência é inicialmente ciência da ideologia da qual ela se destaca. (HERBERT, 1995, p. 63-64, grifo do autor)

A partir disso, Herbert (1995) mostra que o objeto de determinado campo científico deve, num primeiro momento, ser construído de forma teórica e conceitual, para depois ser reproduzido, ou seja, submetido a um processo de verificação pelo instrumento construído na etapa anterior. Logo, essa reprodução, “não pode ser exercida senão na medida em que a transformação produtora do objeto já tenha ocorrido” (HENRY, 2014, p. 15), ou seja, a primeira fase deve ser destinada a “subverter o discurso ideológico natural ‘dado’” (HERBERT, 1995, p. 64).

Por este motivo, Herbert (1995) alerta que, quando a primeira etapa é tomada pela prática conceitual-experimental, o que geralmente ocorre nas ciências sociais, é porque “o efeito de ruptura em relação à ideologia não havia sido produzido, e que, conseqüentemente, a experimentação reproduzia esta afirmando sua realidade ilusória (efeito de realização do real)” (HERBERT, 1995, p. 65). Com isso, a prática científica é transformada num desdobramento da prática técnica, como é o caso do que ocorreu no campo de estudos do Turismo.

Em seu trabalho, Moesch (2002) destaca que os conceitos mais recorrentes se importavam em fazer uma relação do Turismo com seus efeitos econômicos, deixando de lado a importância da teoria e/ou pela preocupação metodológica do conhecimento do fenômeno. Isso se deu pelo fato de ter sido estudado, num primeiro momento, por economistas, cujos estudos baseavam-se em dados estatísticos, pesquisas de oferta e demanda, projetos, etc. Essa concepção epistemológica empirista, aos poucos, foi sendo contestada, porém a reprodução teórica já havia se iniciado antes de sua

própria produção. Isso forçou o Turismo a assumir uma condição multifacetada e multidisciplinar, em razão da inexistência de um instrumento científico próprio, na medida em que sua reprodução não rompeu com a ideologia da qual surgiu.

[...] as teorias empiristas do conhecimento, tanto quanto as teorias realistas, parecem ter interesse em esquecer a existência das disciplinas historicamente constituídas, em proveito de uma teoria universal das ideias, quer tome ela a forma realista de uma rede universal e, a priori, de noções, quer tome a forma empirista de um procedimento administrativo aplicável ao universo pensado como conjunto de fato, objetos, acontecimentos ou atos. Esses dois tipos de teoria podem ser qualificados de ideológicos, na medida em que exploram a existência das disciplinas científicas, mascarando essa existência, de forma que a distinção entre ciência e não-ciência seja encoberta” (PÊCHEUX, 2014b, p. 69).

Nos cabe, assim, a retomada da análise, da problematização e da transformação dos processos pelos quais o Turismo vai sendo tecido e, nesse sentido, o materialismo histórico contribui enormemente. É possível pensar em cada pedaço, fio e bordado desse tecido, a partir das diferentes mãos teóricas que o produzem, nos diferentes períodos históricos e sob diferentes paradigmas. Dissimular a materialidade histórica e, portanto, ideológica do Turismo, é negar a construção do conhecimento e a possibilidade de sua elaboração como um instrumento científico. É recorrer a uma empobrecida reprodução do não-pensamento ou pensamento cínico (LAUREANO, 2015). É assumir a possibilidade de existência de uma razão homogênea, sólida e transparente capaz de nos dar o poder de responder a todos os enigmas pela simples constatação empírica e fatos observáveis.

É preciso, no entanto, reconhecer os esforços até aqui empreendidos com maior ou menor grau de aceitação. Nenhum trabalho, por mais astuto que seja, é produzido sem um referencial que lhe dê suporte. Contudo, reconheço também que, na intenção de compreender e guiar o deslocamento humano, acabamos guiados pelo sistema econômico do qual somos aparelho. E, mesmo tendo despertado em alguma medida para seus efeitos destrutivos, seguimos tentando racionalizá-lo e torná-lo palatável sob a premissa utilitarista da maximização dos efeitos positivos e minimização dos efeitos negativos. Esquecemos de pensar do que e como fomos constituídos.

Não é preciso grande esforço para perceber o que está sendo dito aqui. Como exemplo, podemos retomar Santos Filhos (2005), quando este já identificava, em seu livro “Ontologia do Turismo”, que as bases sobre as quais o Turismo se erguia eram

uma reprodução da realidade fora da materialidade. Segundo ele, os conceitos de empreendedorismo e de sustentabilidade, por exemplo, mascaram as condições sob as quais nosso sistema econômico existe. Eles são parametrizados sobre todas as dimensões possíveis no campo do Turismo, homogeneizando e dissimulando o fato de que não há capitalismo sem precarização do trabalho, assim como não há capitalismo sem danos ao meio ambiente.

A contradição da produção do conhecimento no Turismo consistiu, deste modo, por repetidas vezes, em ignorar a profundidade e o contexto das contribuições conceituais trazidas por referências de outros campos, ao mesmo tempo em que tais conceitos eram moldados, adaptados e transformados a serviço do mesmo sistema que os permitia serem ignorados. Em nosso campo predominaram, inicialmente, as abordagens econômicas, contextualizadas em benefício do próprio sistema econômico vigente. E, por mais que outras disciplinas tenham sido aproximadas ao campo no decorrer de seu desenvolvimento, a dimensão econômica ainda possui notório domínio.

Por esse motivo, Pêcheux (2014b) irá caracterizar, conforme já citado, tais teorias como próprias da ideologia burguesa, cujo objetivo principal visa encobrir a diferença entre ciência e não ciência e, sobretudo, o apagamento das disciplinas historicamente constituídas e do registro político.

A ideologia burguesa, como a forma mais completamente desenvolvida, instrui-nos não apenas acerca do funcionamento da instância ideológica em geral, mas também sobre as formas históricas que a precederam. Todavia, não se devem projetar as formas burguesas da interpelação sobre as formas anteriores. Não é evidente, por exemplo, que a interpelação consiste sempre em aplicar sobre o próprio sujeito a sua determinação. A autonomia do sujeito como “representação da relação imaginária” é, de fato, estritamente ligada à aparição e à extensão da ideologia jurídico-política burguesa. (PÉCHEUX; FUCHS, 2014, p. 162)

A contradição, assim, não se coloca como lugar de transformação, destituindo a dialética como motor de transformação social (LAUREANO, 2015), pois “enquanto o sujeito reconhece a produção como fundamento histórico e material da sociedade, também é capaz de gozar do fetiche, do caráter ideológico do movimento de expansão do capital” (LAUREANO, 2015, p. 475), ou seja, de sua reprodução. Por isso, reconhecendo nossa condição falha, equívoca e contraditória enquanto mãos que

tecem o Turismo, pretende-se situar este trabalho no entremeio dos campos teóricos articulados pela AD.

2.2 ORIENTAÇÕES TEÓRICAS E METODOLÓGICAS DO DISPOSITIVO DE ANÁLISE

Precisamente pelas concepções epistemológicas apresentadas, que orientaram Pêcheux na proposição do dispositivo da AD, e me orientam neste trabalho, apresentarei os pressupostos teóricos e metodológicos de forma simultânea e intermitente, uma vez que “esse instrumento não podia ser, do seu ponto de vista, concebido independentemente de uma teoria que o incluísse ou que pudesse conduzir à teoria desse mesmo instrumento” (HENRY, 2014, p. 17).

Também por esta razão, o objeto da AD, o discurso, concebido por Pêcheux (2014a, p. 81) como um “efeito de sentidos” entre “lugares determinados na estrutura de uma formação social”, será articulado junto às questões do sujeito e da ideologia. Porque para ele a ligação entre discurso e prática política não estava dissociada e passava pela ideologia. Esta, por sua vez, e sob influência althusseriana, o fez conceber o sujeito como um efeito ideológico elementar, ou seja, “é enquanto sujeito que qualquer pessoa é ‘interpelada’ a ocupar um lugar determinado no sistema de produção” (HENRY, 2014, p. 31).

Assim, a AD busca a compreensão da “língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história. [...] para que esse possa significar e significar-se” (ORLANDI, 2010, p. 15), ou seja, visa apreender o funcionamento da língua fazendo sentido, o modo como o texto significa, funciona, e não o que ele significa. Orlandi (2010, p. 15) problematiza que a AD “não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso”, considerado pela autora como “palavra em movimento, prática de linguagem”.

[...] a Análise do Discurso pressupõe o legado do materialismo histórico, isto é, o de que há um real da história de tal forma que o homem faz história mas esta também não lhe é transparente. Daí, conjugando a língua com a história na produção de sentidos, esses estudos do discurso trabalham o que vai-se chamar a forma material (não abstrata como a da Lingüística) que é a forma encarnada na história para produzir sentidos [...]. Nos estudos discursivos, não se separam forma e conteúdo e procura-se compreender a língua não só

como uma estrutura mas sobretudo como acontecimento. (ORLANDI, 2010, p. 19)

Na confluência entre estrutura e acontecimento, a forma material será entendida como “o acontecimento do significante (língua) em um sujeito afetado pela história” (ORLANDI, 2010, p. 19). O deslocamento da noção de indivíduo para a de sujeito, constituído na relação com o simbólico através da história, será, portanto, a contribuição da Psicanálise, uma vez que esse sujeito afetado pelo real da história e da língua, não possui o “controle sobre os modos como elas o afetam. Isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia” (ORLANDI, 2010, p. 20).

Ao passo que a questão teórica e conceitual implicada na interpelação do sujeito pela ideologia será tratada no terceiro capítulo deste trabalho, quero me deter nesta seção à ilustração do processo metodológico, segundo os pressupostos já descritos, sob os quais procedi a análise. Ainda que os autores referenciados exponham esse processo de forma separada e processual, na AD nada é sistêmico e intencional. A costura analítica entre dispositivo, teoria e materialidade ocorre de forma simultânea, intermitente e repetida, do início ao término do trabalho. A AD, como chama Ferreira (2010), é uma aventura teórica.

Em razão da posição que ocupo de sujeito-pesquisador-ativista e, portanto, produtor de uma pesquisa-resistência, me preocupa e me convoca à pesquisa o modo como o Turismo voltado às pessoas LGBT é fundamentado tanto academicamente quanto mercadologicamente, bem como a relação entre tais modos de saber e fazer. Como já citado, as produções científicas existentes a esse respeito têm validado as práticas do mercado e apresentado exclusivamente como justificativas a definição de um perfil econômico de um determinado consumidor LGBT e o seu potencial retorno financeiro.

Por sua vez, as práticas de mercado, validadas pela academia, produzem um estereótipo deturpado sobre os sujeitos LGBT, sob a premissa de esse ser um segmento com retorno financeiro acima da média dos demais segmentos. Assim compreendido, o mercado não tem como alvo o sujeito LGBT, suas demandas históricas, sociais, políticas e culturais, mas o seu potencial retorno financeiro, seu

*pink money*⁵. O mercado não visa a demanda social contingenciada do sujeito LGBT, mas o retorno financeiro que a promessa de inclusão social pode lhe gerar.

Por isso, se justifica a completa estereotipação e caricaturização do sujeito LGBT? Por que se produz esse imaginário voltado ao sexo e às festas quando se trata do sujeito LGBT? Por que nos enclausuram nesses espaços, nesses guetos? Por que não podemos expressar nossas vontades e afetos nos locais que quisermos e nos sentir acolhidos com isso? O que todos esses questionamentos nos dizem sobre aquilo que é censurado em nós, ou seja, a expressão da nossa sexualidade?

Eu poderia realizar diversas outras perguntas que me ocorrem sempre que penso neste tipo de Turismo. Nesse sentido, seria incongruente de minha parte se este trabalho coubesse em apenas um questionamento. Não há, em meu modo de pensar, uma pergunta-problema de pesquisa que seja capaz de dar conta das necessidades de problematização do segmento de Turismo LGBT, nem dos meus anseios enquanto sujeito-pesquisador-ativista. Meu objetivo é problematizar, ou seja, colocar questões à resposta, não as responder.

Entendo este modelo de segmentação como um apagamento das infinitas formas de inscrição dos sujeitos LGBT, das infinitas possibilidades de ser e estar no mundo, realizado pelo pretexto (e falácia) da inclusão. É neste ponto que pretendo expor suas contradições. Se quisessem promover uma inclusão social do sujeito LGBT por meio do Turismo, não seria menos contraditório que essas pessoas pudessem expressar suas relações afetivas em qualquer espaço, independente de bandeiras, como qualquer outro viajante ou acessar os serviços ofertados pelo mercado turístico a qualquer tempo e da forma que lhe for conveniente?

Considerando todos os questionamentos que fiz ao longo do meu percurso, os pressupostos estabelecidos neste trabalho e a partir da reflexão de Campos (2010, p. 41), que propõe, sob a perspectiva althusseriana, pensarmos na publicidade/propaganda “como um ritual de interpelação ideológica do sistema dominante, uma prática de manutenção e reprodução do capitalismo”, tomo como materialidade de análise o folheto da campanha promocional “¡TRAE TUS COLORES!”, que divulgou o Brasil como um destino LGBT na Espanha, datado de dezembro de 2014.

⁵ Termo utilizado no mercado e na academia para designar o dinheiro utilizado pelo consumidor LGBT.

Ainda que outras ações promocionais tenham sido realizadas antes e após o ano de 2014, assumo esta como minha materialidade de análise, em razão do momento em que inicio o curso desta pesquisa, imediatamente após a realização da campanha. Por esse motivo, todos os dados a que irei me referir durante minhas ponderações como, por exemplo, as estatísticas de violência contra a população LGBT, terão o ano de 2014 como limite, de forma a respeitar o contexto em que a campanha foi produzida.

E se não assumo uma única pergunta que dê conta de meus anseios de problematização do segmento de Turismo LGBT e tampouco considero essa posição uma dificuldade para a consecução deste trabalho, vou compreender que o objetivo desta pesquisa é: **Problematizar o segmento de Turismo LGBT, analisando os modos de interpelação dos sujeitos LGBT em turistas LGBT, a partir da discursivização do folheto da campanha promocional “¡TRAE TUS COLORES!”.**

Parti, com isso, do questionamento realizado por Orlandi (2010, p. 59) a respeito do papel do analista do discurso: “Que escuta ele deve estabelecer para ouvir para lá das evidências e compreender, acolhendo, a opacidade da linguagem, a determinação dos sentidos pela história, a constituição do sujeito pela ideologia e pelo inconsciente [...]?”. Essa reflexão me fez compreender que o analista de discurso é, pois, o responsável pela construção do seu próprio dispositivo de análise, orientado pelos pressupostos teóricos e metodológicos que servem como seu suporte, mas não apenas.

Esta análise torna-se particularizada, na medida em que “a partir da questão que ele [o analista] coloca face aos materiais de análise que constituem seu *corpus* e que ele visa compreender, em função do domínio científico a que ele vincula seu trabalho” (ORLANDI, 2010, p. 62). A análise inicia ao mesmo tempo em que inicia o processo de definição desse *corpus*, diante das especificidades características da materialidade de análise, do objetivo e do próprio percurso do analista. Por este motivo fiz questão de descrever, na introdução deste trabalho, o percurso através do qual cheguei até aqui.

A teoria irá apenas conduzir “a relação do analista com o seu objeto, com os sentidos, com ele mesmo, com a interpretação” (ORLANDI, 2010, p. 64). Dessa forma, uma análise jamais será igual a outra, uma vez que o recorte epistemológico, teórico e conceitual de um analista é distinto do recorte de outro analista, ainda que diante de

um mesmo objeto. Pensando nisso é possível questionar, inclusive, a pretensa igualdade desse objeto diante de distintos analistas porque o olhar que ambos lançarão sobre ele jamais será o mesmo, uma vez que as posições ocupadas também não são as mesmas.

Assim, ao longo do processo de análise, surgiu a demanda de um “ir-e-vir constante entre teoria, consulta ao corpus e análise” (ORLANDI, 2010, p. 67). Esse processo de deslizamentos realizados pelo analista é o que permite a ele, a partir de um gesto interpretativo e de descrição, formular outras possibilidades de dizer aquilo que está enunciado em sua materialidade e, com isso, apreender o processo de produção de sentidos, pois haverá “sempre um ‘outro’ possível que o constitui” (ORLANDI, 2010, p. 79), um outro sentido possível. Nesse retorno contínuo da materialidade para o dispositivo teórico, “o analista tece as intrincadas relações do discurso, da língua, do sujeito, dos sentidos, articulando ideologia e inconsciente” (ORLANDI, 2010, p. 80).

Esses deslizamentos, efeito metafórico, constituem o funcionamento do discurso em sua relação com a ideologia (ORLANDI, 2010). Isto se dá porque a possibilidade de um duplo discurso, uma duplicidade discursiva, essa possibilidade de deslizamento para outras formas de dizer o dito, indica que o discurso analisado se refere a outro discurso para que ele faça sentido (ORLANDI, 2010). Essas palavras derivam “sentidos de formações discursivas, regiões do interdiscurso que, por sua vez, representa no discurso as formações ideológicas” (ORLANDI, 2010, p. 79).

Se há outras possibilidades de dizer, é porque há uma formação ideológica que autoriza aquilo que pode e deve ser dito dentro de uma formação discursiva (PÊCHEUX; FUCHS, 2014). A duplicidade discursiva constitui, na análise, o equívoco da língua e “é trabalhado como a questão ideológica fundamental, pensando a relação material do discurso à língua e a da ideologia ao inconsciente” (ORLANDI, 2010, p. 81). Os deslizamentos realizados jogam com as evidências do discurso pelas quais o sujeito acredita ser ele a origem do que diz e que o dito só pode ser dito de forma unívoca. Assim, delineia-se o processo metodológico de análise.

Em um primeiro momento é necessário que o analista veja no texto a sua discursividade, transpondo a superfície linguística para a discursiva e desnaturalizando a relação palavra-coisa. Esse é o processo em que o analista realiza os deslizamentos mencionados, “relacionando o que foi dito com o que não foi dito,

com o que poderia ser dito” (ORLANDI, 2010, p. 78). Isso porque Pêcheux (2014a, p. 78) fala que “é impossível analisar um discurso como um texto, isto é, como uma sequência linguística fechada sobre si mesma, mas que é necessário referi-lo ao conjunto de discursos possíveis a partir de um estado definido das condições de produção”.

Indo mais ao fundo da análise, em busca das condições de produção do discurso, Orlandi (2010) orienta, num segundo momento, a passagem do objeto discursivo para a constituição das formações discursivas. Contudo, em razão dos movimentos de leitura e interpretação que estabeleci na relação com minha materialidade de análise, busquei, nessa fase, pensar sobre o conjunto das formações imaginárias que os deslizamentos realizados me permitiram inferir, a partir do conceito proposto por Pêcheux (2014a).

Assumi este conceito em razão do objetivo de problematizar os modos de interpelação do sujeito LGBT em turista LGBT, ou seja, o jogo de forças (e de sentidos) que envolve a produção dessa interpelação (simbólica) pela identificação (imaginária) do sujeito com a materialidade, sem determinar quem ou o que ocupa o lugar de enunciação. Ao interpretar este conceito, Campos (2010) diz que as formações imaginárias:

[...] se manifestam no processo discursivo através da antecipação das relações de força e de sentido. Na antecipação, o emissor projeta uma representação imaginária do receptor. A partir dessa representação estabelece suas estratégias discursivas, num jogo espelhado dos sujeitos com os lugares reservados na estrutura da formação social que determinam as condições de produção discursivas, definindo o lugar ocupado pelos sujeitos no discurso. (CAMPOS, 2010, p. 92)

O sujeito na AD é essa tomada de posição (simbólica), feita a partir de uma identificação (imaginária). Identificação imaginária porque é aquela a partir da qual o sujeito é alienado pelo jogo de evidências, de si e dos sentidos, produzidos pelo seu assujeitamento.

Para chegar a este conceito, Pêcheux (2014) assume, através da enunciação dos elementos estruturais das condições de produção do discurso, o esquema informacional de comunicação como o modelo a ser seguido. Ele diz que este esquema “coloca em cena os protagonistas do discurso bem como o seu ‘referente’” (PÊCHEUX, 2014a, p. 80), entendendo como referente (R) o contexto ao qual a mensagem se refere. Porém, ao invés de utilizar a mensagem como uma transmissão

de informação entre pontos definidos como A e B, Pêcheux (2014a, p. 81) irá “preferir aqui o termo discurso, que implica que não se trata necessariamente de uma transmissão de informação entre A e B mas, de modo mais geral, de um ‘efeito de sentidos’ entre os pontos A e B”.

Para o autor, A e B não designam uma presença física, mas “lugares determinados na estrutura de uma formação social, [...] marcados por propriedades diferenciais determináveis” (PÊCHEUX, 2014a, p. 81). Todavia, ele não irá entender estes lugares funcionando como um conjunto de características definidas, visto que “esses lugares estão **representados** nos processos discursivos em que são colocados em jogo” (PÊCHEUX, 2014a, p. 81, grifo do autor). Ou seja, o que funciona é “uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (PÊCHEUX, 2014a, p. 82), conforme demonstrado no Quadro 1:

Quadro 1 – Formações imaginárias

Expressão que designa as formações imaginárias	Significação da expressão	Questão implícita cuja “resposta” subentende a formação imaginária correspondente	
A	I _A (A)	Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em A	“Quem sou eu para lhe falar assim?”
	I _A (B)	Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em A	“Quem é ele para que eu lhe fale assim?”
	I _A (R)	“Ponto de vista” de A sobre R	“De que lhe falo assim?”
B	I _B (B)	Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em B	“Quem sou eu para que ele me fale assim?”
	I _B (A)	Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em B	“Quem é ele para que me fale assim?”
	I _B (R)	“Ponto de vista” de B sobre R	“De que ele me fala assim?”

Fonte: Adaptado de Pêcheux (2014a, p. 82-83).

Pêcheux (2014a) considera a existência das formações imaginárias como pressuposto de todo processo discursivo, visto que elas resultam “[...] de processos discursivos anteriores (provenientes de outras condições de produção) que deixaram de funcionar, mas que deram nascimento a ‘tomadas de posição’ implícitas que asseguram a possibilidade do processo discursivo [...]” (PÊCHEUX, 2014a, p. 85). Logo, a apreensão do referente, do outro e de si mesmo “é sempre atravessada pelo ‘já ouvido’ e o ‘já dito’, através dos quais se constitui a substância das formações imaginárias enunciadas” (PÊCHEUX, 2014a, p. 85). Sobre isso, Campos (2010, p. 93) resume: “O que ocorre é um jogo de imagens: dos sujeitos entre si, dos sujeitos com os lugares que ocupam e dos discursos já-ditos com os possíveis e imaginados e que ainda poderão vir-a-ser ditos e que estão no interdiscurso”.

Proponho que, a partir do jogo de forças e dos sentidos, observados no campo do simbólico, pelas formações imaginárias, também será possível atingir “a constituição dos processos discursivos responsáveis pelos efeitos de sentidos produzidos naquele material simbólico” (ORLANDI, 2010, p. 78), material representado aqui pela minha materialidade de análise, ou seja, o folheto promocional da campanha “*¡TRAE TUS COLORES!*”.

Não há um processo final de análise, não se pretende tal esgotamento em relação à materialidade, pois “não há discurso fechado em si mesmo, mas um processo discursivo do qual se podem recortar e analisar estados diferentes” (ORLANDI, 2010, p. 62), apenas delineados a partir dos objetivos de cada análise. De qualquer forma, é sobre estes pressupostos teórico-metodológicos da AD e dos conceitos articulados por ela que este trabalho se dará.

Conforme já havia mencionado, no próximo capítulo me debruço sobre as questões que envolvem a interpelação do sujeito do inconsciente pela ideologia para que ele se desloque. Também lanço um olhar da teoria marxista sobre o campo de estudos do Turismo, explicitando minha compreensão sobre ele neste trabalho. Em ambos momentos, tenho como objetivo articular os campos teóricos mobilizados pela AD em torno do campo do Turismo, subsidiando não apenas a interpretação analítica que será apresentada sobre a materialidade, mas também propondo a reflexão acerca do lugar do Turismo na AD e, mais além, no modo de produção dominante atual.

3 O SUJEITO DO INCONSCIENTE É AQUELE QUE SE DESLOCA

No entremeio de campos teóricos e teorizações que a AD (re)articula, (re)utiliza, (re)constrói, busquei alguns dos conceitos que me auxiliarão a compreender a materialidade de que trata esta análise. De forma sucinta, pretendo apresenta-los neste capítulo. Eles não surgiram sem intencionalidade e/ou por acaso. Originaram-se, sobretudo, a partir do meu recorte sobre o dispositivo teórico-metodológico da AD em intersecção com minha materialidade e, sobretudo, no decorrer do processo de discursivização pelo olhar da posição que ocupo.

Como já descrito no capítulo anterior, para chegar ao recorte conceitual que irei apresentar, foram realizadas diversas leituras, paralelas e intercaladas, da materialidade de análise e dos textos que compõem o dispositivo da AD. Ao longo deste processo, muitas foram as possibilidades de caminhos a percorrer e muitas foram as decisões (des)tomadas. Por mais que eu tivesse a intenção de assumir o controle e realizar as escolhas que entendia como acertadas, minha materialidade foi aos poucos mostrando onde estavam as fissuras que eram produzidas pelo seu choque com a AD.

Antes de iniciar a exposição acerca do sujeito do discurso, que não se distingue da relação entre ideologia e inconsciente de que me proponho falar, gostaria de retomar o primeiro enunciado da AD com o qual tive contato: o sujeito é interpelado pela ideologia para que a língua faça sentido, ao passo que não há discurso sem sujeito, tampouco sujeito sem ideologia (PÊCHEUX, 2014b). Dito de outra forma, o sujeito de que trata a AD é o sujeito do discurso, sendo este o sujeito do inconsciente interpelado pela ideologia para que a língua faça sentido, para que possa dizer e ser dito (PÊCHEUX, 2014b).

Com isso, se nota que ideologia, língua e sujeito formam um nó, o nó do discurso, que se desata na ausência de qualquer um destes fios (FERREIRA, 2010). Digo isto para ressaltar o motivo pelo qual articularei alguns conceitos na sequência, já que o sujeito de que trata a AD “não está na origem do dizer, pois é duplamente afetado. Pessoalmente e socialmente. Na constituição de sua psique, este sujeito é dotado de inconsciente. E em sua constituição social, ele é interpelado pela ideologia” (INDURSKY, 2008, p. 10).

Essas são as pistas que traçam o percurso teórico pelo qual nos aventuramos na AD e em sua articulação com o Turismo. Elas abrem o campo discursivo e nos mostram quais as medidas possíveis para que se possa plantar a análise. Necessitamos compreender, assim, os modos de interpelação do sujeito do inconsciente pela ideologia para que ele signifique e seja significado, para que ele se identifique e seja identificado, para que ele se desloque e seja deslocado.

Igualmente precisamos compreender o lugar do Turismo nesse processo de interpelação do sujeito em turista e em qual medida isso se relaciona com a simbolização e censura do desejo. Depois de um longo cultivo, foi assim que cheguei às elaborações a seguir.

3.1 DO COITO ENTRE IDEOLOGIA E INCONSCIENTE, O SUJEITO DO DISCURSO

Pretendo estruturar esta seção em torno do conceito de ideologia e da noção de sujeito do inconsciente, que é o sujeito do desejo inconsciente. Não pretendo limitar a escrita a esses conceitos, mas me permito relacioná-los com este trabalho e suas intersecções. E, se a ideologia é constitutiva do sujeito e ambos constitutivos do discurso, ou ainda, se não há sujeito sem ideologia e nem ideologia sem sujeito, não importa qual o fio deste nó tomar como caminho a ser seguido, o ponto de entrelaçamento será, de uma forma ou outra, o discurso. Opto por começar pela noção de sujeito do inconsciente, entendendo que ela possui desdobramentos importantes para a compreensão das articulações subsequentes.

Para apresentar o inconsciente, em sua obra inicial, Sigmund Freud procura identificar as formas e os modos como esse inconsciente se dá a ver e se manifesta através dos sujeitos. Assim sendo, utiliza as análises de seus pacientes, da arte e de si mesmo, como um modo de entender tais manifestações. Por esse motivo, recorro aos estudos dos textos “A interpretação dos sonhos” (FREUD, 1996a), “Psicopatologia da vida cotidiana” (FREUD, 1996b) e “Os chistes e sua relação com o inconsciente” (FREUD, 1996c), nos quais Freud identifica nos sonhos, atos falhos, esquecimentos, equívocos na ação, erros, chistes, etc., as manifestações pelas quais o inconsciente aparece. E, através delas, começa a estabelecer algumas das regras de seu funcionamento.

Ao acompanhar a incursão freudiana sobre o inconsciente e seu funcionamento, se supõe que o inconsciente não é um conceito pronto ou dado, mas que ele se mostra através do sujeito e, portanto, existe quando o sujeito falha, tropeça e/ou quando tudo aquilo que o sujeito não controla surge, emerge, ricocheteia em sua superfície. Conforme propõe a teoria psicanalítica, o sujeito falha porque é constituído por uma falta primordial que o faz desejar e, no momento em que a falta se instala, é quando o inconsciente se estrutura.

A acepção do inconsciente como estrutura pertence a reinterpretação estruturalista de Lacan sobre a obra freudiana e sobre este conceito, significando que, para se inscrever no campo da linguagem, o sujeito precisou abrir mão de sua condição de completude primordial em relação à sua mãe, aonde nada lhe faltava. Daí a noção de Lacan (1996) do inconsciente estruturado como linguagem. Esta falta é, conseqüentemente, aquilo que causa o desejo, mas diferencia-se de uma necessidade. Esse desejo é o desejo de completude, ou seja, do (re)encontro com a mãe idealizada. Portanto, o objeto do desejo, ao mesmo tempo em que se esquia e permanece oculto, porque não pode ser (re)encontrado, remete à própria causa do desejo (LACAN, 1992).

Na impossibilidade desse (re)encontro, o sujeito irá destinar suas pulsões para objetos que lhe demandem um baixo investimento de energia, ou seja, para outros objetos que lhe permitam a satisfação parcial do desejo, em detrimento daqueles objetos de alto investimento, ou seja, que lhe causem maior sofrimento pelo desejo primordial que não pode ser satisfeito (FREUD, 1996b). A este processo, em psicanálise, dá-se o nome de deslocamento (FREUD, 1996c). Isso, de forma alguma, quer dizer que as experiências de deslocamento não podem gerar sofrimento, apenas que se apresentam como uma possibilidade de gratificação parcial de um desejo inconsciente.

O deslocamento, portanto, é o processo psíquico no qual conteúdos inconscientes podem se gratificar, manifestar, aparecer, gozar, ainda que parcialmente. O deslocamento será entendido por Lacan (1998a, p. 515) como “o transporte da significação que a metonímia demonstra e que, desde seu aparecimento em Freud, é apresentado como o meio mais adequado do inconsciente para despistar a censura”. Isso significa que o deslocamento é o transporte da significação do desejo primordial para um objeto de desejo, metonímico (LACAN, 1999), sobre o qual o

sujeito pode alcançar alguma gratificação pulsional, para além daquilo que regula/censura o seu desejo. Aqui destaca-se a relação de poder existente entre censura, ideologia e desejo. Ou seja, o deslocamento psíquico é uma forma de resistência à interpelação do sujeito do inconsciente, através da qual o desejo é controlado.

Nesse sentido, o desejo inconsciente de reencontro com o objeto perdido possui, diretamente, relação com a ideologia e com a linguagem, pois a ideologia é responsável por regular/censurar as possibilidades de simbolizarmos nosso desejo através da linguagem e, com isso, de se apropriar dos objetos de gratificação parcial do desejo para dizer onde podemos gozar. Este gozar, no âmbito desta análise, pode significar muitas possibilidades de gratificação do desejo, como, por exemplo, viajar, consumir bens e serviços, quebrar o cotidiano, libertar-se, restaurar as energias, expressar sua sexualidade, ter suas cores “reconhecidas”, etc.

O desejo, portanto, é interpretado aqui como aquilo que move o sujeito em direção a algo, a um objeto metonímico que marca esse desejo, mas que se diferencia de uma necessidade. Esta última é da ordem da satisfação, gerada por objetos correspondentes, como o alimento corresponde às necessidades nutricionais do corpo. O desejo é o desejo de sua realização, da ordem do recalcado, portanto, do não-sabido e só pode ser gratificado parcialmente através da realização alucinatória desse desejo, como nos sonhos ou pelo seu desdobramento na fantasia (FREUD, 1996a).

Nesse eterno recortar-se e mover-se, o sujeito não se desloca só fisicamente no tempo e no espaço, mas se desloca fisicamente no tempo e no espaço em razão de um processo de deslocamento psíquico, um processo inconsciente que o faz mover-se em direção a algo, mesmo sem saber o quê. Como registrou Lacan (1992, p. 126), “o amor é dar o que não se tem”, possivelmente, a alguém que não o quer. Por este motivo, assumo o risco de dizer que viajar é mais um ato de afastamento e resistência do que o ato de ir ao encontro de algo, uma vez que esse algo jamais será encontrado.

Para que o sujeito se desloque, então, observo através de Pêcheux (2014b, p. 138) o caráter comum entre as estruturas da ideologia e do inconsciente, quando ele diz que ambas dissimulam “sua própria existência no interior mesmo do seu funcionamento, produzindo um tecido de evidências ‘subjetivas’, devendo entender-

se este último adjetivo não como ‘que afetam o sujeito’, mas ‘nas quais se constitui o sujeito’”. Para ele, é nesse ponto de evidência que se inicia o delineamento de uma teoria materialista do discurso, comparando a evidência da existência do sujeito, como origem ou causa de si, com a evidência da transparência da linguagem, que designa que o dito só poderia ser dito e significado de uma forma. Esse jogo de evidências é chamado de efeito ideológico, em referência ao conceito já proposto por Althusser (2003), mas ampliado com esse entendimento por Pêcheux (2014b).

Nessa relação entre evidências, a evidência do sujeito e a evidência do sentido ou, como diz Pêcheux (2014b, p. 140), na “determinação pela qual a questão da constituição do sentido se junta à da constituição do sujeito”, é onde se situa a interpelação. É por meio da interpelação ideológica, concebida como uma ilustração do “teatro da consciência” (PÊCHEUX, 2014b, p. 140), que podemos retomar a noção de que os indivíduos já são sempre sujeitos, pois já são sempre interpelados pela ideologia. É por meio da interpelação que o sujeito será convocado a se identificar como turista para que se desloque.

Antes de dar sequência, porém, é preciso apresentar a ideologia. Essa será compreendida como “uma ‘representação’ da relação imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência” (ALTHUSSER, 2003, p. 85), ou seja, a ideologia não é a representação real do sistema que opera sobre a vida das pessoas, mas a relação imaginária dessas pessoas com as relações reais sob as quais existem. Com essa concepção, Althusser (1999) nos indica que, no senso comum, a ideologia é uma concepção de mundo, mas que tal concepção não corresponde à realidade concreta e, portanto, trata-se de uma concepção imaginária.

Apesar desse entendimento, tratando-se de uma ilusão, é aceita a ideia que estas concepções imaginárias fazem alusão à realidade, sendo passíveis de interpretação para que, então, seja possível uma aproximação à realidade (ALTHUSSER, 1999). Assim, devido à existência material da ideologia, Althusser (2003, p. 93) vai entender que “só há prática através de e sob uma ideologia”, bem como “só há ideologia pelo sujeito e para o sujeito”, pois os indivíduos já são sempre sujeitos, uma vez que já são sempre interpelados por uma ideologia. “A ideologia interpela os indivíduos enquanto sujeitos” (ALTHUSSER, 2003, p. 93).

Como exemplo, cita “o ritual ideológico que envolve a espera de um ‘nascimento’” (ALTHUSSER, 2003, p. 98), demonstrado por Freud. Mesmo antes de

nascer, esse indivíduo já está condicionado às diversas normas que vão regular sua vida após o nascimento. Entre estas regras estão a determinação insubstituível de sua identidade pelo nome do pai, sua identidade de gênero e orientação sexual pela determinação de seu sexo biológico e, em consequência, as cores das roupas (rosa para menina e azul para menino), os brinquedos com que irá brincar, todas as relações afetivas que irá ter, etc.

Inútil dizer que esta configuração ideológica familiar é, em sua unicidade, fortemente estruturada e que é nesta estrutura implacável, mais ou menos “patológica” (supondo-se que este termo tenha um sentido determinável) que o já-presente futuro-sujeito “encontrará” o “seu” lugar, quer dizer “tornando-se” o sujeito sexual (menino ou menina) que ele já é. (ALTHUSSER, 2003, p.98-99)

Aqui se esboça uma intersecção com a materialidade histórica da interpelação dos sujeitos LGBT, cujas elaborações, construções e identificações acerca do gênero e de sua sexualidade não necessariamente irão corresponder a muitas dessas predeterminações, na medida em que irá de encontro à estrutura especular duplicada da ideologia (ALTHUSSER, 2003).

Althusser (2003, p. 102), mostra que “toda ideologia, ao interpelar os indivíduos enquanto sujeitos em nome de um Sujeito Único e absoluto é especular, isto é, funciona como um espelho, e duplamente especular”, pois, para garantir o seu funcionamento, imprime a necessidade de assegurar a interpelação do indivíduo como sujeito; sua submissão ao Sujeito; o reconhecimento mútuo entre sujeito e Sujeito, entre os próprios sujeitos e o sujeito por si mesmo; e a garantia absoluta de que as condições estão bem como estão e que dessa forma tudo ficará bem (ALTHUSSER, 2003).

[...] é preciso que assim seja, para que as coisas sejam o que devem [...]; para que a reprodução das relações de produção seja, nos processos de produção e de circulação, assegurada diariamente, na “consciência”, ou seja, no comportamento dos indivíduos-sujeitos, ocupantes dos postos que a divisão social-técnica do trabalho lhes designa na produção, na exploração, na repressão, na ideologização, na prática científica, etc. (ALTHUSSER, 2003, p. 104)

Há, portanto, por parte da ideologia, uma necessidade de esconder, camuflar e/ou ocultar todo esse processo de interpelação do indivíduo enquanto sujeito submisso a uma estrutura especular duplicada, “subjugado, submetido a uma

autoridade superior, desprovido de liberdade, a não ser a de livremente aceitar a sua submissão” (ALTHUSSER, 2003, p. 104). Igualmente, há, por parte da AD, uma necessidade de questionar o modo como ocorre esse processo através qual se origina o sujeito do discurso. Conforme Pêcheux:

Se é verdade que a ideologia “recruta” sujeitos entre os indivíduos (no sentido em que os militares são recrutados entre os civis) e que ela os recruta a **todos**, é preciso, então, compreender de que modo os “voluntários” são designados nesse recrutamento, isto é, no que nos diz respeito, de que modo todos os indivíduos **recebem como evidente** o sentido do que ouvem e dizem, lêem ou escrevem (do que eles **querem** e do que se **quer** lhes dizer), enquanto “sujeitos-falantes”: compreender realmente isso é o único meio de evitar repetir, sob a forma de uma análise teórica, o “efeito Münchhausen”, colocando o sujeito como origem do sujeito, isto é, no caso do que estamos tratando, colocando o sujeito do discurso como origem do sujeito do discurso. (PÊCHEUX, 2014b, p. 144, grifos do autor)

É, pois, no campo discursivo regulado por formações ideológicas, que são travadas as batalhas de interpelação dos sujeitos, o jogo de forças entre censura e desejo, onde são autorizados alguns objetos de desejo em detrimento de outros, onde são autorizados alguns sentidos a respeito da satisfação do desejo, que permitam aos sujeitos experimentarem momentos de gozo ao mesmo tempo em que viabilizam a reprodução das condições de produção capitalistas.

Ou seja, é a interpelação a viabilizadora das relações de dominação/poder no interior do conjunto de aparelhos de Estado, conceito que irei apresentar mais a frente. Dessa forma, a evidência de existência do sujeito, de sua identidade, torna-se o resultado dessa identificação/interpelação. Esta é, precisamente, a dialética do funcionamento da interpelação ideológica dos indivíduos em sujeitos, pois se apresenta como uma estrutura “concreta” o suficiente para que possa ser reconhecida e abstrata o suficiente para que possa ser pensável e pensada” (ALTHUSSER, 2003, p. 96). O indivíduo é interpelado/identificado como sujeito para torna-lo passível de responder por seus atos.

É nesse sentido que opera o teatro da consciência de que fala Pêcheux (2014b, p. 140), ou seja, do sujeito que diz eu vejo, eu penso, eu falo, eu te vejo, eu te falo etc., ao mesmo tempo que é observado de onde “se fala do sujeito, e de que se fala ao sujeito, antes que ele possa dizer: ‘Eu falo’”.

A modalidade particular do funcionamento da instância ideológica quanto à reprodução das relações de produção consiste no que se convencionou

chamar **interpelação**, ou o assujeitamento do sujeito como sujeito ideológico, de tal modo que cada um seja **conduzido**, sem se dar conta, e tendo a impressão de estar exercendo sua livre vontade, a **ocupar o seu lugar** em uma ou outra das duas classes sociais antagonistas do modo de produção (ou naquela categoria, camada ou fração de classe ligada a uma delas). (PÉCHEUX; FUCHS, 2014, p. 162, grifos do autor)

É nesse lugar que busco apreender o sujeito de que falo, o lugar em que ele enuncia ao ser enunciado, em que ele pensa ao ser pensado, em que ele fala ao ser falado, em que ele significa ao ser significado. Isto é, o sujeito do discurso. No teatro da consciência é onde se exhibe, espetacularmente, o inconsciente desse sujeito estruturado como linguagem (LACAN, 1996). Essas operações ocultas da ideologia e do inconsciente estão materialmente ligadas no interior do que se poderia designar como “um processo do significante, na interpelação-identificação” (PÉCHEUX, 2014b, p. 143), onde são viabilizadas as condições ideológicas de reprodução/transformação das relações de produção.

Aqui é necessário retomar Althusser (2003) para que possamos expor de que condições ideológicas e de que reprodução das relações de produção falamos. O autor, em sua obra “Aparelhos Ideológicos de Estado: notas sobre os aparelhos ideológicos de Estado”, parte de duas premissas: “toda formação social é resultado de um modo de produção dominante” (ALTHUSSER, 2003, p. 54) e não há produção sem a reprodução das condições de produção (ALTHUSSER, 2003). Logo, para poder produzir, toda formação social deve reproduzir as forças produtivas (força de trabalho e meios de produção) e as relações de produção existentes que, na sociedade de classes, são as relações entre a força de trabalho e os donos dos meios de produção (ALTHUSSER, 2003).

A reprodução da força de trabalho ocorre, em parte, através do seu meio material de se reproduzir: o salário. Além disso, a força de trabalho deve viabilizar sua utilização no processo de produção através da reprodução de sua qualificação. Ao contrário dos sistemas produtivos anteriores ao capitalismo, a qualificação desta força de produção não mais ocorre na própria produção, mas fora dela. Surge a articulação entre o sistema escolar e outras instituições com a finalidade desta reprodução, uma vez que:

[...] a reprodução da força de trabalho não exige somente uma reprodução de sua qualificação mas ao mesmo tempo uma reprodução de sua submissão às normas da ordem vigente, isto é, uma reprodução da submissão dos operários à ideologia dominante por parte dos operários e uma reprodução

da capacidade de perfeito domínio da ideologia dominante por parte dos agentes da exploração e repressão, de modo a que eles assegure também “pela palavra” o predomínio da classe dominante. (ALTHUSSER, 2003, p. 58)

Este é outro ponto que considero como intersecção a este trabalho naquilo que se refere à materialidade histórica da interpelação dos sujeitos LGBT. Menciono isto porque, em minha reflexão sobre o dito até aqui, ao passo em que muda o sistema de produção dominante, mudam também as formas de produção e reprodução. Logo, dizendo de outro modo, mudam também as formas de controle e dominação sobre os sujeitos. Tais transformações estão diretamente imbricadas no jogo de poder que envolve a sexualidade humana ao longo da história. Não se trata, portanto, apenas de reprodução das relações de produção, mas, como coloca Pêcheux (2014b), da reprodução/transformação dessas relações.

Isso pode ser constatado no momento em que o sistema de produção dominante atual, o capitalismo, ganhou força e se difundiu, ao longo do período da Revolução Industrial, sobretudo após a Revolução Francesa. Nesse momento histórico, especificamente, se impõe uma nova ordem de organização política respaldada pelo pensamento iluminista, impondo fim às antigas formas de controle social historicamente legitimadas até aquele momento (VIEIRA JÚNIOR, 2008). Ao passo que a razão se tornou uma ciência positiva, a ciência passou a oferecer à burguesia novas legalidades para o controle social que a religião não mais oferecia, especialmente dos “dissidentes sexuais” (VIEIRA JÚNIOR, 2008, p. 178). E isso não ocorre por acaso.

A sexualidade “anormal”, fora da definição do padrão dominante, “não apenas deixava de produzir novos integrantes para o ‘rebanho de Deus’, mas, sobretudo, os potenciais trabalhadores tão necessários à nova ordem econômica e social” (VIEIRA JÚNIOR, 2008, p. 179). A partir desse resgate, penso que em torno da sexualidade sempre houve/haverá um projeto de manutenção de poder que vise à reprodução/transformação dos modos de produção e, conseqüentemente, em torno da dominação/controlado sobre os sujeitos LGBT. Relaciono, pois, pelo viés do materialismo histórico, este projeto de manutenção de poder como a reprodução dos modos de produção que representam a ideologia dominante.

Já a reprodução das relações de produção, conforme propõe Althusser (2003), será garantida por uma das partes que constituem o modelo de sociedade proposto pela teoria marxista: a superestrutura (jurídico-política e ideológica), ou seja, “pelo

exercício do poder do Estado nos Aparelhos de Estado, o Aparelho (repressivo) do Estado, por um lado, e os Aparelhos Ideológicos do Estado por outro” (ALTHUSSER, 2003, p. 73). Dito de outro modo, a reprodução das relações de produção é garantida pelo exercício do poder do Estado ora através da repressão, ora através da ideologia, em níveis distintos, mas nunca dissociados um do outro.

Os Aparelhos (repressivos) do Estado são instituições, em geral públicas, constituídas pelos representantes políticos das classes dominantes, detentoras do poder, como governo, administração, exército, polícia, tribunais, prisões, etc. Buscam garantir pela força física (ou não) as condições políticas da reprodução das relações de exploração (ALTHUSSER, 2003).

Já os AIE são instituições, públicas e/ou privadas, cujo funcionamento se dá, principalmente, para a e pela ideologia dominante, visando garantir a reprodução das relações de produção, asseguradas pelo exercício do poder repressivo do Estado (ALTHUSSER, 2003). Ele propõe uma lista composta por oito AIE: religiosos (sistema de diferentes Igrejas); escolar (sistema de diferentes escolas públicas e privadas); familiar (que também desempenha outras funções); jurídico (ao mesmo tempo em que pertence aos aparelhos repressivos); político (o sistema político, os diferentes Partidos); sindical; de informação (a imprensa, o rádio, a televisão, etc.); cultural (Letras, Belas Artes⁶, esportes, etc.).

Gostaria de dar um exemplo relacionando o conjunto dos aparelhos de Estado ao sujeito LGBT. O Aparelho (repressivo) do Estado funciona quando, por exemplo, o Projeto de Lei Complementar nº. 122/2006 é arquivado no Congresso Nacional. Esse projeto de lei representava a proposta de criminalizar o preconceito e a violência contra a população LGBT, equiparando essas formas de preconceito e violência ao racismo no Brasil (BRASIL, 2006). A manutenção da violência contra os LGBT é uma forma de repressão do Estado, que representa a ideologia dominante através de seus aparelhos, defendendo seus interesses pela repressão (violência física) e pela ideologia quando permite o avanço combinatório do fundamentalismo religioso cristão com o totalitarismo neoliberal impregnado no sistema político brasileiro, que tomou conta do país em anos recentes, em reação ao governo progressista de esquerda no poder até então.

⁶ Termo utilizado pelo autor à época para se referir ao campo da Arte num sentido mais amplo, abrangendo a literatura, o teatro, a dança, a música, as artes plásticas, etc.

Outra forma de visualizar a reprodução da ideologia dominante na superestrutura do Estado é quando tratamos da atividade turística voltada para a população LGBT. O Estado brasileiro, como mostrarei mais a frente, não reconhece em muitos modos o direito à cidadania desta população, seja pela não criminalização da violência que sofre, seja pelo veto da inserção da temática que envolve a sexualidade e o gênero nos currículos escolares, etc. A reprodução ocorre quando, precisamente, ao mesmo tempo em que censura essa sexualidade, comercializa o seu gozo através de segmentos de mercado, dizendo onde o LGBT deve consumir, onde deve se divertir, onde deve ter relações sexuais, onde deve viajar, enfim, onde deve desejar/gozar. Trata-se de um controle ideológico de invisibilização das pessoas LGBT, submetidas a esse mecanismo de controle.

Essa figura [da interpelação], ao mesmo tempo religiosa e policial [...] tem o mérito, primeiramente, pelo duplo sentido da palavra “interpelação”, de tornar tangível o vínculo superestrutural – determinado pela infra-estrutura econômica – entre o aparelho repressivo de Estado (o aparelho jurídico-político que distribui-verifica-controla “as identidades”) e os aparelhos ideológicos de Estado, portanto: o vínculo entre o “sujeito de direito” (aquele que entra em relação contratual com outros sujeitos de direito; seus iguais) e o sujeito ideológico (aquele que diz ao falar de si mesmo: “Sou eu!”). (PÊCHEUX, 2014b, p. 140)

Pêcheux aprofunda a discussão sobre os AIE, trazendo a noção de um “conjunto complexo de Aparelhos Ideológicos de Estado” (PÊCHEUX, 2014b, p. 131). Para ele, os AIE formam um conjunto complexo, pois as relações se dão sob a forma de contradição-desigualdade-subordinação, onde cada um não contribui igualmente para a reprodução/transformação das relações de produção. Na verdade, a reprodução dessas relações se sobrepõe à transformação das mesmas. Nesse sentido, cada aparelho é especializado no contexto que justifica sua importância dentro dessas relações e em função da luta de classes (PÊCHEUX, 2014b). Tal constatação o leva à evidência de que uma dada “instância ideológica, em sua materialidade concreta, existe sob a forma de ‘formações ideológicas’” (PÊCHEUX, 2014b, p. 132), nas quais os objetos sempre serão disponibilizados juntamente com um sentido, um *modus operandi*, que sirva aos interesses da classe dominante.

Posso tomar como exemplo o Movimento Social LGBT, pós década de 1960, marcadamente identitário, que afirmava ser necessário ao sujeito assumir uma

identidade *gay*, a saída do armário⁷ como expressão de um ato político. Ao assumir uma identidade homossexual, assume-se dicotomicamente a existência da sua identidade antagônica, a heterossexual. Assim, ambas as identidades, ao assumirem-se, reforçam o jogo de forças que as envolve na relação desigualdade-subordinação-dominação e contribuem mais para a reprodução do que para a transformação do modo de produção dominante.

A formação ideológica capitalista, como já dito, necessitando garantir suas condições de reprodução, conduz os sentidos no interior das diversas formações discursivas que interseccionam a sexualidade: religiosa, condenando os LGBT ao inferno; científica, identificando, classificando e garantindo que haja sexualidades e que a heterossexual seja o padrão dominante; cultural, dando visibilidade apenas à heterossexualidade na mídia de massa ou abordando as sexualidades dissidentes de forma caricata e estereotipada, etc.

[...] a cena ideológica é sempre estruturada por um enredo: religioso, político, familiar, etc. Esse enredo define e organiza, não apenas a representação de papéis, mas, sobretudo, como “deve ser (feita), a destacar, claro, a artificialidade aí envolvida”. Esse “deve ser” indicando não apenas que o enredo “é escrito” para ser representado, mas que requer a “obediência” à letra [...]. (SILVEIRA, 2010, p. 170-171)

Esse efeito no qual o Movimento Social LGBT age como o (re)produtor das relações de produção heterossexuais se dá, contraditoriamente, pela interpelação ideológica do sujeito em sujeito-homossexual, através da relação entre a ideologia e o inconsciente. Soares (2006) aborda de modo aproximado essa questão, dizendo que ao ser rotulado como homossexual, “todos os sentidos se voltam exclusivamente para as questões relacionadas à sexualidade. [...] O homossexual é seu sexo, nada além disso” (SOARES, 2006, p. 36). Em oposição, trata-se da heterossexualidade como um axioma:

[...] e essa suposição impede que ela [a heterossexualidade] seja examinada, o que provoca um silêncio constantemente repetido na prática. A heterossexualidade é tratada como se sempre-lá, como se tivesse estado presente em todas as categorias mentais – por isso nunca é questionada. (KATZ: 1996). A homossexualidade ocupou a posição antagônica nessa

⁷ Entendo o armário como “um espaço simbólico onde se escondem desejos e sexualidades em benefício de um grupo social dominante, mantendo a identidade sexual em segredo” (LANZARINI, 2013, p. 551). Portanto, a expressão sair do armário refere-se à romper as fronteiras desse espaço simbólico, fazendo com que outras pessoas tomem ciência da sexualidade outrora escondida.

normalidade, por isso pode ser questionada em qualquer tempo. (SOARES, 2006, p. 36)

Em sua pesquisa sobre os “processos de significação da homossexualidade e da AIDS nos textos de revistas semanais”, Soares (2006), além de propor pensar a AIDS como um acontecimento discursivo, mostra a organização dos discursos médico, religioso e jurídico na vinculação da homossexualidade com a doença, notando que não há qualquer tipo de resistência em relação a essa vinculação ideológica nos discursos produzidos pelo *corpus* analisado. Isso o faz depreender que não há uma posição discursiva ocupada pelo sujeito homossexual para que ele possa produzir outros sentidos sobre si, apenas significando a partir dos já-ditos sobre essa sexualidade estigmatizada pelas formações discursivas que a produzem e submetida a uma posição antagônica à heterossexualidade.

Percebe-se, dessa forma, que o processo de identificação pressupõe o jogo ideológico da interpelação na relação entre as evidências de sujeito (LGBT) e de sentidos (doença, sexo, pecado, etc.). Pêcheux (2014b, p. 142) fala que “[...] a ‘evidência’ da identidade oculta que esta resulta de uma identificação-interpelação do sujeito, cuja origem estranha é, contudo, ‘estranhamente-familiar’”. Estranhamente familiar, pois decorre de uma relação de dependência radical do eu em relação ao grande Outro.

[...] no mecanismo ideológico da interpelação do indivíduo em sujeito, podemos ler, também, o que entra em jogo no processo de humanização enquanto submissão às leis bem como o efeito da interpelação, ou seja, de um reconhecimento de si como aquele a quem a lei se dirige. O efeito ideológico elementar é justamente o de se supor, sob a evidência de uma certeza, como sujeito livre e responsável por seus atos. E aqui, novamente, se encontra uma analogia com o funcionamento do processo de constituição do sujeito em sua submissão ao Outro e ao registro inconsciente. (MARIANI, 2016, p. 43)

Essa relação de dependência do eu ao Outro, pode ser minuciada ainda melhor pela diferenciação entre identificação simbólica e imaginária. A identificação imaginária trata da identificação com a imagem, a imagem daquilo que eu gostaria de ser para ser amado, quem eu gostaria de ser para despertar o olhar do Outro (ŽIŽEK, 1992). Já “[...] a identificação simbólica se efetua em relação ao próprio lugar de onde somos observados, de onde nos olhamos de modo a parecermos amáveis a nós mesmos, merecedores de amor” (ŽIŽEK, 1992, p. 104), ou seja, o motivo pelo qual eu

me identifico com aquilo que eu gostaria de ser. Nesse sentido, o “ser para o outro” é seu “ser para si”, “porque ele próprio, já está simbolicamente identificado com o olhar para o qual desempenha esse papel” (ŽIŽEK, 1992, p. 105).

Logo, a identificação simbólica é a identificação do sujeito com algum traço significativo do grande Outro, ao passo que a identificação imaginária é a externalização da identidade do sujeito na imagem do seu duplo, sua alienação apoiada na ilusão do eu como origem de seus próprios atos de forma a garantir o desconhecimento de sua dependência total do grande Outro (ŽIŽEK, 1992).

O imaginário é, deste modo, tratado como o lugar em que se constitui o eu. Este eu que é regido pela imagem “antes que a linguagem lhe institua a função de sujeito” (CAMPOS, 2010, p. 57), pois se estrutura no momento “em que o corpo espedaçado se organiza como uma unidade, uma forma total, a partir da imagem do outro” (MARIANI, 2016, p. 45) a quem nada falta. É o que Lacan (1998b) chama de “estádio do espelho”. Como se trata, portanto, de uma relação especular em que o eu se reconhece e se identifica a partir do olhar do Outro, esta identificação diz respeito, como diz Mariani (2016, p. 45), a “uma captura imaginária [...] situada por Lacan em uma ficção”. Ficção por que é nesse momento em que o corpo passa a ser regido pela divisão entre o *moi* (eu) e o *je* (sujeito do inconsciente), implicando a este sujeito interpelado a passividade de seu corpo em relação aos “deslizamentos, equivocações, falhas, fraturas no ritual de sua repetição” (MARIANI, 2016, p. 39), oriundas de sua constituição alienada e imaginária.

Nesse espaço imaginário, que representa a realização do desejo que não pode ser satisfeito, aonde apenas podemos desejar o desejo do Outro, o desejo do sujeito se desdobra em fantasia. É ela que irá tamponar a abertura no Outro, esconder a contradição de sua completude, ao passo que o desejo sustentado por ela esconde o vazio da impossibilidade de sua satisfação, esconde “o fato de que o Outro, a ordem simbólica, se estrutura em torno de algo que não pode ser simbolizado, isto é, o real do gozo: através da fantasia o gozo é domesticado” (ŽIŽEK, 1992, p. 121).

O próprio Žižek (1992, p. 121) cita como exemplo a roteirização sexual como um “anteparo para mascarar a impossibilidade da relação sexual”. Este é o real do gozo do turista LGBT, a impossibilidade de completude do gozo do sujeito cujo desejo é o desejo do Outro. Este Outro que esconde seu vazio pela fantasia do sujeito para que o sujeito não abandone o seu desejo, sua submissão ao desejo outro que não é

o seu. Essa é uma das contribuições de Žižek (1992) e o motivo pelo qual ele é trazido a este trabalho. Althusser considera a interpelação apenas no nível da identificação, imaginária e simbólica, sem considerar que existe a fantasia como um desdobramento do desejo, do furo no Outro e da pulsão em torno de um gozo domesticado, a pulsão de morte.

O sistema, sobre o qual proponho a problematização, vende aos sujeitos LGBT apenas sexo e diz onde podem gozar porque é isso que é censurado neles. Essa impossibilidade de preenchimento do vazio do sujeito desejante é aquilo que o faz desejar ou, no caso analisado, se deslocar. Acatamos ao desejo do Outro, que nos convoca à experiência de um gozo que jamais será pleno, e nos deslocamos. Pouco nos importa o fato de termos que frequentar apenas os guetos, desde que possamos experimentar um momento de gozo, aquele gozo que nos foi negado ao longo da vida. O momento em que nos inscrevemos como sujeitos capazes de experimentar o gozo é o momento em que nos constituímos no/pelo Outro e acabamos aceitando que estes locais representam algo que faz parte de quem nós somos, mesmo que sejam espaços que foram construídos socialmente para garantir a reprodução das relações de produção do sistema de dominação-subordinação.

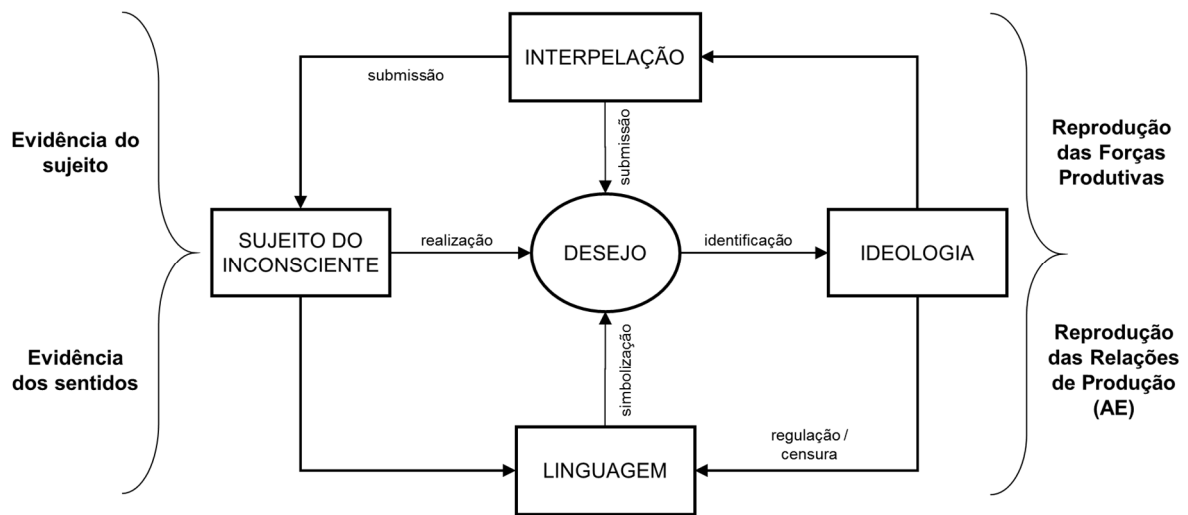
Caso não tivéssemos a opção da fantasia como desdobramento do desejo, só nos restaria atravessá-la, ou seja, nos depararíamos com a pulsão de morte. Na intenção de afastar o sujeito LGBT do suicídio, visto que morto ele não contribui para a (re)produção dos modos de produção, o grande Outro permite que o sujeito jorre pela pulsão sexual pequenos jatos de gozo, produzindo a ficção da realização do seu desejo.

Tentei, até aqui, mostrar as relações que me permitiram olhar para aquilo que irei problematizar na sequência. Por este motivo, busquei evocar elementos que subsidiassem o olhar sobre a submissão do sujeito LGBT em turista LGBT, pela possibilidade de sua inscrição como sujeito desejante através da promessa feita pelo Turismo.

De um lado, abordamos o sujeito do inconsciente, que é o sujeito do desejo inconsciente, cujo desejo é o desejo de realização desse desejo, logo um desejo que jamais será realizado. Do outro lado, observamos a ideologia, que necessita garantir não só a produção, mas também a reprodução dos modos de produção dominantes. Para isso, a ideologia irá interpelar o sujeito através da linguagem, submetendo-o a

essa estrutura especular duplicada de submissão, implicando que o desejo desse sujeito seja o desejo do Outro, ou seja, implicando que o sujeito se identifique com a formação ideológica, uma vez que é preso ao jogo de evidências de si e dos sentidos. Busquei apresentar através do esquema a seguir, o modo como enxergo o processo descrito até aqui:

Figura 1 – Esquema de interpeleção do sujeito do inconsciente pela ideologia.



Fonte: Elaborado pelo autor.

O próximo passo agora é problematizar esse Turismo, enquanto campo que contribui para a reprodução dos modos de produção dominante e os desdobramentos sobre a subjetividade do sujeito LGBT interpelado em turista. Acrescento, por fim, que os processos descritos até aqui são possibilitados porque o sujeito de que tratamos é o sujeito do inconsciente. Esse sujeito que comporta uma diversidade de interpretações, não passível de limitação. Nesse sentido, este sujeito se refere a um recorte, a uma das possibilidades de sujeitos contidas em meu trabalho. Esse recorte se refere ao sujeito que produz e é produzido pela campanha promocional “*TRAETUS COLORES!*”, que por sua vez é o objeto simbólico produtor dos sentidos que falam sobre/para estes sujeitos.

3.2 DESEJOS EM DESLOCAMENTO: A ESPETACULARIZAÇÃO DO TURISMO E A ALIENAÇÃO DO SUJEITO

E sem dúvida o nosso tempo... prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser... Ele considera que a **ilusão**

é sagrada, e a **verdade** é profana. E mais: a seus olhos o sagrado aumenta à medida que a verdade decresce e a ilusão cresce, a tal ponto que, para ele, **o cúmulo da ilusão** fica sendo **o cúmulo do sagrado**. (FEUERBACH, 1843 apud DEBORD, 1997, p. 13, grifos do autor)

Levando em consideração minha intenção de problematizar o segmento do Turismo LGBT e seus desdobramentos sobre o sujeito LGBT, analisando os modos de interpelação do sujeito LGBT em turista LGBT, a partir da discursivização da campanha promocional “*TRAJE TUS COLORES!*”, e conforme todos os pressupostos já estabelecidos aqui, sobretudo as exposições a respeito da ideologia e do inconsciente, é que pretendo organizar esta seção em torno do meu olhar teórico sobre o Turismo.

É importante ter aqui o olhar do já-dito a respeito do abalo epistemológico da AD no Turismo e, portanto, do reconhecimento de sua materialidade histórica e da contradição dos processos sobre os quais o Turismo se constituiu como um campo de estudos. Como já mencionei, a produção do conhecimento no Turismo, inicialmente realizada no campo da economia, tinha como preocupação dar conta de seus efeitos econômicos e pouca preocupação com a elaboração de um instrumento teórico próprio passível de oferecer suporte à sua prática. Essa inversão fez o Turismo assumir um caráter multidisciplinar sem romper com a ideologia sob a qual se fundou.

Necessito, pois, me afastar das construções predominantemente cartesianas, acerca da produção do saber sobre o Turismo, para pensar este campo. Me distancio, especialmente, daquelas em cujo foco se dá sobre os aspectos puramente economicistas ou mercadológicos. Em outras palavras, o objetivo da abordagem, tanto naquele primeiro momento quanto agora, é retomar sua crítica a partir de uma perspectiva materialista, dando vasão às futuras elaborações que articulem sua materialidade histórica à dialética, na intenção de que priorizem a produção de um instrumento desvencilhado de uma reprodução outra que não aquela de seu próprio objeto teórico.

Por este motivo, para buscar entender de que forma o Turismo contribui para a reprodução dos modos de produção dominantes, adoto como texto orientador deste trabalho as contribuições materialistas de João dos Santos Filho (2005), em seu livro “Ontologia do turismo: estudos de suas causas primeiras”. Entendo que essa aproximação contribui para a compreensão do papel do Turismo no contexto da teoria das ideologias e, sobretudo, na reprodução dos modos de produção do sistema

capitalista. Santos Filho (2005) sugere com o seu trabalho pensar o Turismo, em sua concepção histórica, desde o surgimento da mercadoria, quando passar a existir o capital, e segundo o desenvolvimento dos modos de produção, ao contrário de pensá-lo a partir do surgimento do capitalismo, indo de encontro às proposições de outros autores do Turismo, como Moesch (2002), por exemplo.

Entendendo que as atividades de Turismo ocorrem durante o tempo do não-trabalho, Santos Filho (2005) desenvolve seu pensamento mostrando, gradativamente, que o trabalho se distancia do não-trabalho, na medida em que vai se tornando uma necessidade individual e não mais coletiva. Mostra, pois, este distanciamento progressivo através da transformação dos modos de produção. Começa pelo modo de produção baseado nas propriedades comunais, quando as atividades lúdica e de lazer, ou seja, de não-trabalho, não se diferenciavam das atividades de trabalho, ambas inseridas no cotidiano das famílias. O autor alega não ser possível “afirmar quando aparecem as atividades de trabalho e de lazer, porque as mesmas surgem mescladas sem qualquer manifestação hegemônica de uma ou de outra” (SANTOS FILHO, 2005, p. 33).

Transcorrendo os modos de produção comunitário e feudal, o trabalho e o não-trabalho iniciam seu distanciamento um do outro. Surgem com mais intensidade a partir desses modos de produção, as relações econômicas, políticas e sociais com base na circulação de mercadorias, no nascimento da propriedade estatal e depois privada, na exploração do trabalho como mercadoria e na divisão da sociedade em classes. Em consequência dessa divisão social, o tempo de não-trabalho passa a ser delimitado e restrito àquelas pessoas localizadas na parte superior da hierarquia social, segundo o papel que desempenhavam diante da sociedade (SANTOS FILHO, 2005). As demais pessoas, servos e escravos, deveriam assegurar a reprodução do modo de produção então vigente. O direito ao tempo de não-trabalho surge, pois, como um direito da classe detentora dos modos de produção.

No último modo de produção exposto, o capitalismo, o autor indica a separação radical entre trabalho e não-trabalho e a diferenciação do “lazer das obrigações profissionais” (SANTOS FILHO, 2005, p. 37). Torna-se, assim, inevitável constatar que o desenvolvimento de novas tecnologias, ao longo dos tempos, corroborou para a produção de tempo-livre, segundo o desenvolvimento dos modos de produção. E, como nada pode obstruir a produção e acumulação de capital, o

tempo de não-trabalho também precisa reproduzir o modo de produção dominante. Logo, é nesse modo de produção “que a mercadoria assume a condução da vida e coisifica a relação humana ao máximo de sua exploração, mercantilizando e determinando o tempo dos homens” (SANTOS FILHO, 2005, p. 37). Não apenas o tempo de trabalho seria tratado, pois, como mercadoria, o tempo de não-trabalho também.

Para isso, esse modo de produção possui a capacidade de se auto (re)organizar visando à hegemonia do poder, desenvolvendo “uma força material e ideológica nunca vista, naturalizando a exploração e inculcando na sociedade uma visão de mundo moldada no fetiche do real” (SANTOS FILHO, 2005, p. 37). Esta sociedade foi exposta por Marx em sua concepção histórica como:

A sociedade burguesa é a organização histórica mais desenvolvida, mais diferenciada da produção. As categorias que exprimem suas relações, a compreensão de sua própria articulação, permitem penetrar na articulação e nas relações de produção de todas as formas de sociedade desaparecidas, sobre cujas ruínas e elementos se acham edificadas, e cujos vestígios, não ultrapassados ainda, levam de arrastão desenvolvendo tudo que fora antes indicado que toma assim toda a sua significação, etc. (MARX, 1982 apud SANTOS FILHO, 2005, p. 37)

Essa retração entre a materialidade histórica e o ideológico é o que permite emergir o irracionalismo no interior do pensamento racional, pois é capaz de produzir “o fetichismo e/ou a falsificação da realidade” (SANTOS FILHO, 2005, p. 37) a partir das tensões e fissuras do estranhamento entre consciência e materialidade. Como diz Pêcheux (2014b, p. 62), o pensamento racionalista tem origem no idealismo filosófico, que subordina “o contingente ao necessário”, visando, com isso, a possibilidade de “tratar a todos os seres [...] como análogos a seres lógico-matemáticos e aplicar a seu respeito as mesmas operações”, recobrando e falseando a realidade (PÊCHEUX, 2014b).

[...] ao dizer isso, não estamos querendo sugerir que essa existência fictícia de conhecimento no imaginário, calcada no modo do “como se”, seja objeto de uma vontade deliberada. [...] Ora, a descoberta fundamental do marxismo-leninismo consiste precisamente em reconhecer que o efeito dessa necessidade não se limita à “natureza” e a suas leis, mas engloba as próprias condições nas quais o “homem” como parte da natureza entra em relação com elas, isto é, as forças produtivas e as relações de produção que determinam a história das “sociedades humanas”, com a luta e classes que lhe corresponde – e as forças materiais colocadas, assim, em jogo – desde o início dessa história” (PÊCHEUX, 2014b, p. 70)

Tais bases estruturam a concepção materialista sobre a qual apoio minha compreensão de Turismo. O fato de que existe um externo independente do sujeito e de que existe um objeto real independente de sua produção ou não-produção como científico. No Turismo, ainda que haja a retórica lógica-matemática de uma intenção, por exemplo, voltada ao desenvolvimento sustentável, que prioriza a diminuição dos efeitos negativos em detrimento dos positivos, seja nos discursos oriundos da academia ou originados no mercado, tornam-se recorrentes as contradições que evidenciam os seus furos e nos possibilitam enxergar a produção dos sentidos daquilo que se diz e também do que não se diz.

Ainda que envolva os diversos campos do conhecimento e seja validado pela “organização do Estado e o estágio de desenvolvimento dos meios de produção” (SANTOS FILHOS, 2005, p. 54), o Turismo possui em sua materialidade histórica o embrião de seu funcionamento imbricado no jogo de forças entre a resistência do sujeito do inconsciente e a regulação da ideologia dominante sobre o tempo de não-trabalho. Ao dizer que o capitalismo “produz o fetichismo e/ou a falsificação da realidade”, a partir da “retração entre a materialidade e o ideológico” (SANTOS FILHO, 2005, p. 37), abre-se espaço para que esta forma de produção, além de organizar e determinar o tempo de não-trabalho, venda o lúdico e produza formas de lazer que são “idiotizantes, despolitizantes e apelam para um descompromisso total com o cotidiano” (SANTOS FILHO, 2005, p. 37).

Da mesma forma, Gastal (2005) constata que as necessidades humanas se modificam de acordo com a base econômica de cada período, ou seja, quando a agricultura era o modo de produção vigente, a produção se baseava na subsistência, dando margem para a troca ou venda apenas daquilo que era excedente na produção e que atendia exclusivamente à necessidade. Quando da mudança do domínio da agricultura para a economia industrial, a produção passa a ser em série e em uma quantidade substancialmente maior. Dessa forma, o consumo não pode ser apenas por necessidade, mas deve ser estimulado. Tal papel é assumido pelos meios de comunicação, responsáveis por criar a disposição para o consumo.

A partir da superação do momento industrial pelo momento pós-moderno, baseado na economia de serviços, em razão da ampliação da disposição dos consumidores, Gastal (2005) aponta que o consumo vai para além do produto. Na

perspectiva teórica que proponho pensar, traduzo esse “além” como o vazio do desejo, do qual urge a necessidade de preenchimento, urgência que se alimenta do imaginário, pois como está além do produto, não se tem entendimento sobre aquilo que se está desejando, apenas se imagina.

Nessa direção, Debord (1997, p. 18, grifos do autor) sugere que “a primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda realização humana, uma evidente degradação do **ser** para o **ter**”. Ou seja, da necessidade para o fetiche. Na sequência, Debord (1997, p. 18, grifos do autor) fala que “A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do **ter** para o **parecer**”. E se parece é porque não é, ou seja, se transpõe aquilo que é da ordem do real para o que é da ordem do imaginário.

Em seu trabalho sobre “Turismo, Imagens e Imaginários”, Gastal (2005) mostra a relação mútua entre esses elementos, ao passo que se há deslocamento, há imagens e imaginários. Imagens porque há o contato prévio do viajante com o lugar de destino através de elementos como fotos, cenas de filmes, folhetos promocionais, etc. “Imaginários porque as pessoas terão sentimentos, alimentados por amplas e diversificadas redes de informação, que as levarão a achar o local ‘romântico’, outro ‘perigoso’, outro ‘bonito’, outro ‘civilizado’” (GASTAL, 2005, p. 13).

Parafraseando, pois, Debord (1997, p. 14) em sua definição de espetáculo, “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”, vou dizer que **o Turismo, na perspectiva do espetáculo, é uma relação social entre pessoas, mediada por imagens**. É o que propõe Ouriques (2005, p. 61), quando fala que “o espetáculo produz paisagens naturais e socialmente construídas como mercadorias para o turismo, por meio da predominância das imagens”.

As imagens que se apresentam e se destacam na vida se constituem como um mundo paralelo, isto é, as imagens possuem uma realidade própria que acabam desdobrando-se na construção de diversas realidades que se entrecruzam em um movimento dinâmico e contínuo. Dessa maneira, o espetáculo causa uma torção no real não de forma abstrata, mas no seu incremento, acabando por constituir o espetáculo num produto, isto é, material mesmo sendo abstrato.

Considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre dessa escolha. Forma e conteúdo do espetáculo são, de modo idêntico, a justificativa total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo também é a presença permanente dessa justificativa, como ocupação da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna. (DEBORD, 1997, p. 14-15)

Na barra da cortina que revela o palco do espetáculo apresentado por Debord (1997), o Turismo é bordado em toda a sua complexidade. É o resultado e o projeto do modo de produção existente, calcado no irrealismo da sociedade real, porque nasce com o capital e se consolida com o desenvolvimento do meio produção capitalista, cuja definição e ampliação do tempo de não-trabalho, vai sendo (re)organizada pela retração da materialidade histórica e dissimulação da realidade objetiva. Dessa forma oculta a realização da ideologia de Estado, que é a ideologia da classe dominante, no contexto das relações de produção capitalistas, que são relações de exploração.

É o modelo atual da vida dominante na sociedade, pois sua produção não rompe com a ideologia da qual se origina, subordinando o contingente ao necessário e produzindo uma teia de verdades subjetivas, gerando *status* social, ditando padrões de deslocamento, consumo e comportamento. É a afirmação onipresente da escolha já feita na produção e o consumo que decorre dessa escolha, visto que sua oferta antecipa o sentido da viagem para o sujeito na sua alienação, não permitindo a inscrição do seu desejo.

A oferta turística, como campo de enunciação e convocação do Turismo, antecipa aquilo que o sujeito irá ver, ouvir, ingerir, consumir, etc., pois lhe interessa apenas que a viagem seja empreendida. É por este motivo que a publicidade/propaganda se apropria da imagem em seu ritual de interpelação ideológica, porque “a imagem é uma linguagem que não diz tudo” (CAMPOS, 2010, p. 40) e que “traz consigo, além do evidente, aquilo que não pode ser simbolizado e integrado” (CAMPOS, 2010, p. 40). A imagem cumpre, precisamente, essa função de olhar do Outro (completo, belo e livre) pelo ocultamento da falta, do estranho, do interpelado.

Percebo, pelas relações que estou estabelecendo, o Turismo se estruturando como campo de prática da ideologia dominante, ou seja, como espaço simbólico de reprodução das relações de produção do modo de produção dominante. Mais precisamente, embora não tenha as condições de teorizar a respeito neste trabalho, estou sugerindo enxergar o Turismo como um aparelho ideológico de Estado, subordinado às forças materiais que regem a vida de uma sociedade dividida em classes, pela alienação do trabalhador em consumidor, do sujeito desejante em turista.

Ainda quando não consome as (outras) mercadorias propagandeadas pelos meios de comunicação, consome as imagens que a indústria produz para seu lazer. Consume, aqui, não quer dizer apenas que o trabalhador contempla essas imagens, mas que se identifica com elas, espelho espetacular de sua vida empobrecida. (KEHL, 2015, p. 72)

Assim, o Turismo fortalece a transformação do mundo real em simples imagens, em uma abstração generalizada da sociedade atual. Isso ocorre na forma da alienação do turista em favor do lugar ou objeto contemplado, na medida em que “quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo” (DEBORD, 1997, p. 24).

Os turistas, ao se deslocarem constantemente, acabam por transformar o lugar em não-lugar, transformam o tempo, o espaço e o hábito das pessoas em atrações a partir de suas perspectivas e do capital em prejuízo da desfiguração do real, ao mesmo tempo em que se introjeta uma nova dinâmica nesses espaços. O Turismo se forja, assim, pela produção do não-lugar do sujeito. Não-lugar na perspectiva do antropólogo francês Marc Augé (2003), como um espaço esvaziado de identidade, de história e de relações. Um espaço impossível de viver e de se estabilizar, de passagem, de efemeridade e de provisoriedade. Onde o sujeito interpelado em espectador torna-se para si o seu próprio espetáculo (AUGÉ, 2003).

Deste modo, submetidos à acumulação de produtos alienados, os sujeitos irão estranhar não apenas o tempo, mas também o espaço real do mundo em que vivem, sua própria realidade.

O espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta da alienação. A expansão econômica é sobretudo a expansão dessa produção industrial específica. O que cresce com a economia que se move por si

mesma só pode ser a alienação que estava em seu núcleo original. O homem separado de seu produto produz, cada vez mais e com mais força, todos os detalhes de seu mundo. Assim vê-se cada vez mais separado de seu mundo. Quanto mais sua vida se torna seu produto, tanto mais ele se separa da vida. (DEBORD, 1997, p. 24-25)

E como já nos alertava Krippendorf (2009, p. 25), na década de 1980, todas as esferas da existência atual estão sujeitas a uma “economização”, pois a economia reina em nossa sociedade. Ou, ainda, como disse Debord (1997, p. 30), a “economia transforma o mundo, mas o transforma apenas em mundo da economia”. Logo, “o tempo que tem sua base na produção de mercadorias é ele próprio uma mercadoria consumível” (DEBORD, 1997, p. 104). O tempo consumível será usado, nesse sentido, como a matéria-prima de novos produtos, sobretudo que irão configurar a economia de serviços. Essas formas de mercadorias espetaculares “só podem existir em função da penúria das realidades correspondentes” (DEBORD, 1997, p. 105).

[...] o turismo, circulação humana considerada como consumo, resume-se fundamentalmente no lazer de ir ver o que se tornou banal. O planejamento econômico da frequência de lugares diferentes já é em si mesmo a garantia da equivalência. A mesma modernização que retirou da viagem o tempo, lhe retirou também a realidade do espaço. (DEBORD, 1997, p. 112)

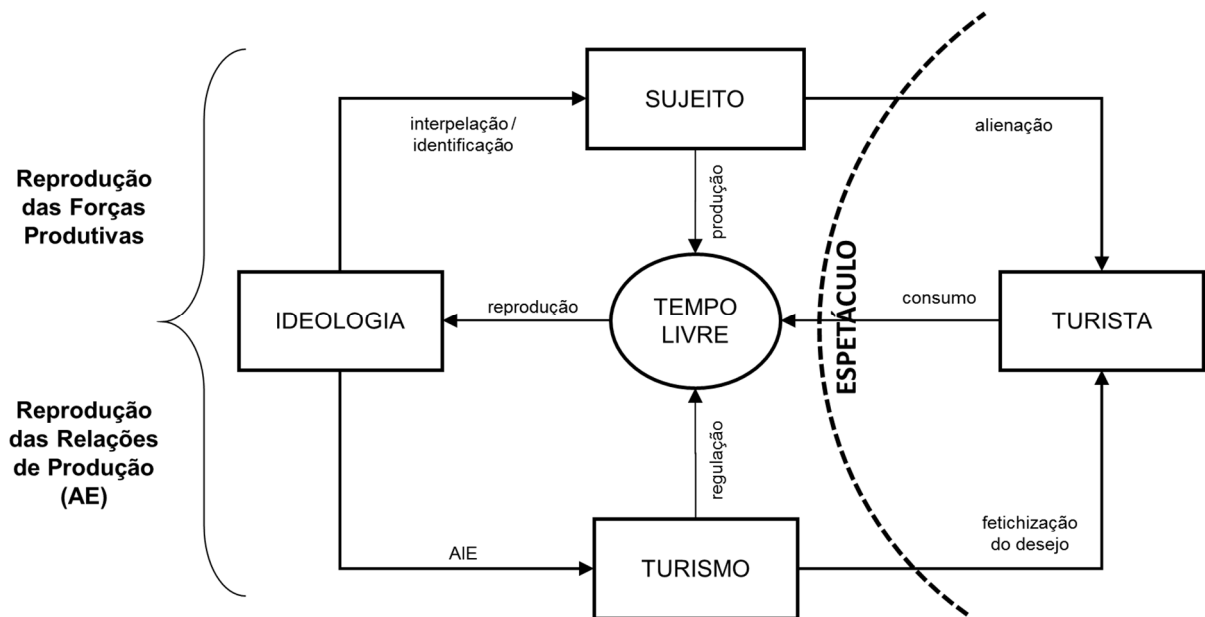
O tempo espetacular constitui-se, pois, pelo tempo de consumo de imagens e pela imagem de consumo do tempo. Quanto mais rápida se torna a vida, quanto mais rápidos são os transportes, quanto mais rápido é o preparo de uma refeição, tanto mais tempo o sujeito possui para consumir imagens. Por outro lado, a imagem do consumo do tempo se dá pelo lazer e pelas férias, “momentos representados à distância e desejáveis por definição, como toda mercadoria espetacular”, cujo papel é ofertar um “momento da vida real” (DEBORD, 1997, p. 106). É, pois, na existência do tempo espetacular que o sujeito será autorizado a desejar o desejo do Outro.

A favor disso, a globalização surge como o encurtamento do tempo e espaço. Tudo está acessível a todos, de qualquer lugar e a qualquer momento. Há uma unificação de todas as sociedades em uma só. Sociedade que cede, desta forma, à distância interna de si mesmo, através de uma separação espetacular (DEBORD, 1997), a exemplo da (ir)realidade construída a partir do Turismo. O Turismo, como fator de separação, evidencia o caráter contraditório pelo qual se constitui, uma vez que é a “expropriação violenta do tempo” dos trabalhadores que os leva “ao status de produtores e consumidores ‘livres’ do tempo-mercadoria” (DEBORD, 1997, p. 108).

O espetáculo é a ideologia por excelência, porque expõe e manifesta em sua plenitude a essência de todo sistema ideológico: o empobrecimento, a sujeição e a negação da vida. O espetáculo é, materialmente, “a expressão da separação e do afastamento entre o homem e o homem”. (DEBORD, 1997, p. 138)

Tento demonstrar essa relação entre sujeito, ideologia e Turismo através do esquema a seguir, onde o Turismo é constituído para a regulação do tempo livre produzido pelos sujeitos do modo de produção capitalista, no qual não apenas o tempo de trabalho dever reproduzir as condições de sua produção, mas também o tempo de não-trabalho. Logo, o Turismo atua como campo de reprodução da ideologia, alienando o sujeito em turista e fetichizando seu desejo, através de sua espetacularização, de tal modo que seu único desejo seja o de consumir o tempo livre.

Figura 2 - Esquema de funcionamento do Turismo na interpelação ideológica do sujeito.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Em suma, para pensar em uma possibilidade de crítica à produção do Turismo, precisamos realizar um retorno à sua materialidade histórica e dialética, evidenciando sua condição enquanto aparelho ideológico de Estado, cuja função é a reprodução da ideologia dominante, que é a ideologia da classe dominante do modo de produção capitalista. Essa reprodução acontece não tanto pela produção de uma oferta turística, seus meios de produção, mas pela produção de uma demanda voltada

para o Turismo, através da interpelação/identificação/alienação dos sujeitos em turistas.

Essa interpelação é inconsciente para o sujeito e oculta da realidade, de tal modo que os sujeitos se enxergam fora da ideologia, mesmo estando dentro dela, ou seja, em uma relação imaginária com suas condições reais de existência (ALTHUSSER, 2003). Com base nisso, as condições de produção do deslocamento turístico podem ser pensadas a partir dos seguintes fios:

- a) A exploração, o empobrecimento e o esfacelamento das condições de existência dos sujeitos, que necessitam “recarregar as energias”, “descansar”, “quebrar o cotidiano”, “fugir” (KRIPPENDORF, 2009);
- b) A alienação dos sujeitos em consumidores, pela identificação imaginária que se apoia na ilusão do eu como origem de seus próprios atos (ŽIŽEK, 1992), momento em que a mercadoria fetichizada assume a condução da vida humana na forma de um espetáculo (DEBORD, 1997), garantindo o desconhecimento da dependência do eu em relação ao Outro;
- c) A identificação simbólica do sujeito com o Sujeito, pela linguagem, através da censura do desejo inconsciente que se desdobra em fantasia e domestica o gozo. Gozo domesticado pela oferta de atrativos, roteiros, segmentos, etc.

4 “*¡TRAE TUS COLORES!*” OU TRAIAS SUAS CORES? PROBLEMATIZANDO O TURISMO LGBT

Para pensar nessa relação, mediada pela linguagem e pelos sentidos, entre o Turismo e o sujeito, é preciso pensar no processo de mediação como sendo o processo de produção da interpelação-identificação do sujeito pela materialidade de análise, ou seja, na interpelação do sujeito LGBT em turista LGBT através da campanha que será exposta. Neste trabalho, como já colocado anteriormente, proponho a problematização do segmento de Turismo LGBT a partir da análise dos modos de interpelação do sujeito LGBT em turista LGBT na ação promocional intitulada “*¡TRAE TUS COLORES!*”. Essa ação, apoiada e promovida pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), realizou a divulgação do Brasil como destino aberto ao segmento LGBT.

De acordo com as informações obtidas no *site* da Guiya Editora, esta campanha é uma realização da Palco Comparsaria Primeira de Talentos, associação privada de defesa de direitos sociais com sede em Brasília/DF; produzida pela empresa Guiya Editora, de São Paulo/SP, responsável pela produção do material; patrocinada e promovida pelo EMBRATUR; e, com o apoio da Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (ABGLT) (GUIYA EDITORA, 2015a). Todas as logomarcas dessas instituições constam na materialidade que irei apresentar na primeira seção deste capítulo.

Na segunda seção, convoco para a discursivização da materialidade, o conceito de formações imaginárias de Pêcheux (2014a), já introduzido neste trabalho como sendo “o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (PÊCHEUX, 2014a, p. 82). E, como A e B representam, para Pêcheux (2014a, p. 81), “lugares determinados na estrutura de uma formação social” e que eles “estão representados nos processos discursivos em que são colocados em jogo”, minha intenção será a de compreender o jogo de forças e de sentidos que produzem a interpelação-identificação através da promoção do segmento de Turismo LGBT.

Adiante, contudo, as questões que irão conduzir o texto a seguir, para que seja possível apreender as lentes através das quais irei construí-lo. Ainda que eu entenda ser o sujeito LGBT o sujeito que ocupa uma das posições, não há, definição

objetiva sobre quem ou o que ocupa a outra posição. E, por ser o sujeito da AD e da psicanálise uma tomada de posição, diremos que A é ocupado por um sujeito, qualquer sujeito, e B é ocupado pelo sujeito LGBT, a quem o enunciado se direciona. Por isso, com base nos modelos de questões, de cujas respostas podemos inferir as formações imaginárias correspondentes, presentes na Tabela 1, formulo as seguintes perguntas:

- a) Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em A ($I_A(A)$): **quem é você para falar ao LGBT assim?**
- b) Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em A ($I_A(B)$): **quem você pensa que é o LGBT para lhe falar assim?**
- c) Ponto de vista de A sobre o referente ($I_A(R)$): **o que você pensa que é o Brasil para falar ao LGBT assim?**
- d) Imagem do ponto de vista de B sobre o referente, para o sujeito colocado em A ($I_A(I_B(R))$): **o que o LGBT pensa que é o Brasil para que você lhe fale assim?**

Todas as formações imaginárias propostas dizem respeito as condições de produção do discurso que A dirige a B a propósito de R. Outras formações imaginárias são possíveis de serem levantadas pelo vetor $I_x^n(A, B)$, proposto por Pêcheux (2014a, p. 84), onde n refere-se ao número de estados possíveis das condições de produção e x ao número de discursos produzidos entre A e B. Por ocasião do recorte necessário ao trabalho, optei por essas quatro possibilidades, não havendo outra justificativa que não essa. Tentarei demonstrar, na sequência, a caracterização dessas formações imaginárias, bem como os efeitos dos sentidos que colocam em jogo na materialidade de análise.

4.1 INTRODUZINDO O ÓRGÃO DA DEPRAVAÇÃO: APRESENTAÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO DA CAMPANHA “*TRAIE TUS COLORES!*”

No mês de dezembro do ano de 2014, quando pensava sobre possibilidades de pesquisa no campo do Turismo LGBT para o curso do mestrado, localizei a seguinte chamada no *site* do EMBRATUR, noticiando que: “Embratur divulga Brasil

como destino turístico LGBT na Espanha” (BRASIL, 2014). A notícia relatava que o instituto apoiava a ação “¡TRAE TUS COLORES!”, cujo objetivo era “mostrar os atrativos turísticos do Rio de Janeiro, Brasília e Belo Horizonte ao mercado LGBT espanhol” em uma série de encontros com agentes de turismo e jornalistas. Esses encontros ocorreram durante toda a segunda quinzena do mês de dezembro do referido ano, em dias intercalados, nas cidades de Madrid e Valência, e contaram com cerca de 90 participantes do *trade* espanhol (BRASIL, 2014).

Interessado na notícia, iniciei a pesquisa por informações mais detalhadas a respeito da ação. As justificativas que encontrei para a sua realização não destoavam daquelas que eu já conhecia acerca do Turismo segmentado para LGBT e das leituras que havia realizado até então, cuja abordagem econômica tinha como foco o potencial desse mercado. O presidente do Embratur à época, Vicente Neto, alegou em uma das notícias: “*Notoriamente es un segmento que posee un gran potencial para la generación de divisas para Brasil, pues presenta gastos per cápita más elevados, un promedio 30% superior, que el turista **heterosexual***” (GUIYA EDITORA, 2015b, grifo meu).

A argumentação do ministro estava embasada pelas estatísticas da Organização Mundial do Turismo (OMT): “De acordo com a Organização Mundial do Turismo, o público LGBT representa 10% dos viajantes e movimenta 15% do faturamento do setor. Além disso, enquanto o mercado mundial de Turismo cresce 3,8% ao ano, o segmento avança a 10,3%” (BRASIL, 2014). Para Vicente Neto o objetivo da ação era o de:

[...] ampliar la visibilidad y la participación de Brasil en el segmento turístico LGBT mundial, aumentando la entrada de visitantes y de divisas por medio de ese tipo de turistas. [...] Una excelente oportunidad para discutir las mejores prácticas de la industria del turismo y alertar al público para la importancia del mercado LGBT. Apostar en ese promisor segmento es una tendencia mundial y contribuye para el desarrollo económico y social del País. Estamos unidos en ese esfuerzo. (GUIYA EDITORA, 2015b).

Por sua vez, a responsável pela produção e disponibilização do material é a empresa Guiya Editora, em cuja página virtual, indicada para a obtenção do folheto, descreve-se como a “Primeira e única editora dedicada a **guias gays** impressos e online de capitais brasileiras” (GUIYA EDITORA, 2014a, grifo meu), sendo estas capitais as cidades do Rio de Janeiro/RJ, São Paulo/SP, Recife/PE, Belo Horizonte/MG,

Brasília/DF, Salvador/BA e Florianópolis/SC. Nesse mesmo sítio eletrônico, é possível não apenas ter acesso ao material da campanha, como também aos guias turísticos específicos de cada uma das cidades citadas.

No *site* da campanha “*¡Trae Tus Colores!*”, além de termos acesso ao mesmo texto, contido no folheto, que descreve os três destinos promovidos pela ação promocional: Rio de Janeiro/RJ, Belo Horizonte/MG e Brasília/DF; é possível ter acesso ao texto convite do Presidente do EMBRATUR à época, Vicente Neto, e a um *menu* com as opções: *Home; Gane Billete; Video; Prensa; e Folleto* (GUIYA EDITORA, 2015b). Na primeira opção, o usuário é direcionado para a página inicial do *site*, onde se encontram informações já citadas aqui. Na segunda opção é apresentada ao usuário a possibilidade de participar de uma ação promocional através da qual concorrerá a uma passagem aérea de ida e volta para um dos destinos da campanha. Para isso, os usuários deveriam publicar uma foto na internet com a legenda “*#traetuscolores*”, durante sua visita ao estande em que o Embratur estava divulgando a campanha (GUIYA EDITORA, 2015b).

Na terceira opção, é possível assistir a um vídeo promocional da campanha, contendo prováveis imagens de LGBT nos destinos em questão. No final do vídeo, a única logomarca que aparece é a Marca Brasil, oficialmente utilizada pelo Embratur e pelo Ministério do Turismo para divulgação de suas campanhas institucionais e de promoção dos destinos brasileiros, dentro e fora do país. Na quarta opção, são apresentadas ao usuário seis notícias em diferentes meios de comunicação espanhóis acerca da campanha e das razões pelas quais o Brasil deve ser visitado como destino LGBT. A última opção dá acesso ao folheto promocional da campanha que analiso neste trabalho (GUIYA EDITORA, 2015b).

Das informações apresentadas aqui, introdutórias à materialidade, destaco algum ponto que irá se desdobrar mais a frente sobre a análise que proponho. O primeiro ponto diz respeito à sustentação mútua entre os enunciados oriundos da academia, dos representantes públicos e do mercado, que ratificam da importância do segmento LGBT para o Turismo, com base em dados de mercado. O segundo refere-se ao destaque que contrapõe a homossexualidade à heterossexualidade. Uma dicotomia que falará dos lugares a partir dos quais se dará o jogo das formações imaginárias.

Por fim, nesta seção, quero evidenciar uma informação que me despertou inquietações a respeito da Palco Comparsaria Primeira de Talentos. No *site* da associação, ao clicarmos no *link* “Quem Somos”, é possível encontrar a seguinte descrição sobre a instituição:

O compromisso da Visão Mundial é com a transformação da sociedade por meio de mudanças das estruturas sociais e sistemas injustos que oprimem as pessoas e reduzem as possibilidades de desenvolvimento das comunidades, especialmente crianças, adolescentes e jovens. Para que isso seja possível, promovemos a justiça para a infância, a ajuda humanitária e a reabilitação, de modo a garantir um desenvolvimento transformador e sustentável. Trabalhamos em parcerias com as comunidades, com foco no bem-estar de crianças, adolescentes e jovens **dentro da perspectiva dos valores cristãos**. (PALCO... 2015, grifo meu)

O destaque que realizei no trecho citado acima produz estranhamento, sobretudo porque a referida associação é a responsável pela realização da campanha. Realço essa questão porque a relação histórica entre o cristianismo e os sujeitos LGBT é notadamente marcada por tensões e conflitos. É sabido que o cristianismo trata de forma condenatória a relação entre pessoas do mesmo sexo, as expressões de gênero que transitam entre as categorias socialmente dominantes, masculino e feminino, e por diversos posicionamentos contrários aos direitos das pessoas LGBT. Como já havia colocado, através de Silveira (2010), no enredo que estrutura a cena ideológica, a religião possui lugar, sobretudo naquilo que se refere à sobrevivência demográfica do rebanho de deus.

Todas as informações disponíveis nos referidos *sites*, não serão alvo de análise neste trabalho, contudo configuram-se como importantes fontes para a contextualização da campanha, bem como para a constituição daquilo que Pêcheux (2014a, p. 83) chama de referente, “o ‘contexto’, a ‘situação’ na qual aparece o discurso”. Ou seja, o ponto de vista do sujeito sobre um objeto imaginário e não sobre a realizada concreta.

Dessa forma, entendo que é pela análise das formações imaginárias, a partir da AD, que irei compreender como essas instituições se articulam no jogo ideológico presente em minha materialidade, de que forma os enunciados presentes na campanha podem ser discursivizados e interpretados e de que forma podemos apreender o processo de interpelação dos sujeitos LGBT em turistas LGBT. É necessário, para isso, trazer para este trabalho o *corpus* de análise que proponho.

4.2 *CORPUS* E RELAÇÕES AFETIVO-CONCEITUAIS: NO FURO DA MATERIALIDADE É QUE EJACULA A CONTRADIÇÃO

Pretendo agora me debruçar sobre análise de minha materialidade, o folheto da ação promocional intitulado “*TRAJE TUS COLORES!*” (ANEXOS A, B, C e D), buscando entrecruzar todos os pressupostos teóricos e conceituais aqui estabelecidos com as sequências discursivas que foram recortadas da referida materialidade.

O folheto, composto por vinte e quatro páginas, sem numeração. Portanto, com a finalidade de facilitar sua exposição, identifico a capa como sendo a página um e considero sequencialmente até a última página, contracapa, como sendo a página vinte e quatro. Todas as páginas são ilustradas por imagens no plano de fundo e/ou imagens que servem como ilustração de textos que se apresentam sob a forma escrita. A maioria das imagens são registros fotográficos de paisagens naturais e urbanas, pontos turísticos, locais públicos e estabelecimentos privados *a priori* “frequentados” pelo público LGBT, nos destinos promovidos pela campanha.

Opto por colocar a palavra “frequentados” entre aspas, para evidenciar que o fato referido por esta palavra não corresponde, necessariamente, à realidade, pois as imagens não possuem referência de fonte. As demais imagens são ilustrações abstratas e/ou com efeitos digitais, utilizando um número elevado de cores e tons. Aliás, a bandeira do arco-íris, símbolo do Movimento Social LGBT, aparece em destaque por sete vezes ao longo do material. Pretendo discursivizar algumas dessas imagens, mas o farei mais a frente para que não se descontextualizem dos textos escritos aos quais se correspondem.

Tanto os textos quanto as imagens a que me referi, em uma primeira leitura, sugerem uma ordem narrativa presente na materialidade. Logo após a capa, o Brasil é apresentado como possuidor de uma cultura com todas as vantagens e qualidades que, na posição do enunciador, o qualificam como o país que os LGBT devem visitar, trazer suas cores. Para corroborar tal constatação, na sequência os autores fazem uso do Movimento Social LGBT, mais especificamente de uma imagem da Marcha Nacional contra Homofobia, ratificando o dito anteriormente, pela alegação de o Brasil ser o país dos avanços em direitos LGBT. Em seguida apresentam os destinos Brasília/DF, Rio de Janeiro/RJ e Belo Horizonte/MG e seus respectivos atrativos,

onde todas essas qualificações culturais e avanços legais poderiam ser facilmente constatados.

A exposição dos destinos também segue uma ordem narrativa que se repete nos três destinos apresentados. Inicia com um breve relato da história local e a descrição dos principais pontos turísticos considerados, seguida pela descrição de bairros frequentados por LGBT e culminando nos locais de consumo LGBT, eventos, bares, clubes noturnos, etc. Após os destinos, por fim, o leitor é informado da existência de guias específicos de cada cidade, com mapas, descrições de locais, horários de funcionamento e endereços, como também da existência dos mesmos guias para outras cidades brasileiras, como Florianópolis/SC, Salvador/BA, Recife/PE e São Paulo/SP. Ou seja, “*la primera red nacional de guías de turismo gay en Brasil*” (GUIYA EDITORA, 2014, p. 22). Por fim, o leitor é convidado a conhecer o *site* da campanha.

4.2.1 Seduzir

seduzir v. (a1710 cf. MBFlos) **1** *t.d.* convencer com arte e manha, persuadir com astúcia, sob promessa de vantagens **2** *t.d.* exercer influência irresistível sobre **3** *t.d.* desencaminhar ou subornar para fins sediciosos, levando à rebelião, à revolta **4** *t.d.* desvirginar (mulher de menor idade e virgem), usando, para consegui-lo, promessa de casamento **5** *t.d.* atrair, encantar, fascinar, envolver totalmente ● ETIM lat. *sedūco, is, xi, ctum, cēre* ‘tomar, chamar de parte, dividir, separar, distinguir, desviar, subtrair a, enganar, seduzir’, de *sē-* ‘idéia de afastamento, separação, privação’ + *ducēre* ‘levar, guiar, conduzir, dirigir’, lit. ‘afastar do caminho, desencaminhar, desviar’; ver *-duz-* ● SIN / VAR ver sinonímia de *fascinar* (HOUAISS; VILLAR, 2001, p. 2534, grifos dos autores)

O primeiro recorte sobre a materialidade refere-se à capa do folheto promocional, onde localizo as três primeiras seqüências discursivas (ANEXO A). Considero assim como SD1 o título da campanha (Figura 1), SD2 a imagem que preenche o fundo da metade superior da página (Figura 2), SD3 as duas imagens que dividem a metade inferior da página (Figura 3). O título da campanha, “*¡TRAE TUS COLORES!*”, é mostrado em destaque no centro da página, sobreposto a uma bandeira do arco-íris de traços desconstruídos. As únicas linhas da bandeira que permanecem preenchidas são aquelas que representam as cores da bandeira do Brasil, verde e amarelo, em composição com as cores das letras, azul.

Figura 3 – Sequência discursiva SD1



Fonte: GUIYA EDITORA, 2014, p. 1.

A exaltação realizada às cores nacionais entra em contradição com o título da campanha, que convida o sujeito a trazer suas cores. Primeiro porque desconstrói as demais linhas da bandeira, representantes das demais cores do arco-íris. Segundo porque convoca à cena uma ideia nacionalista, pela exaltação das cores da bandeira nacional em associação ao modo imperativo do verbo *trae*, que interpela os sujeitos a realizar tal ação. *Trae tus colores* representa a própria figura da interpelação policial do “Ei, você aí!” (ALTHUSSER, 2003, p. 96; PÊCHEUX, 2014b, p. 140).

Essa figura da interpelação é assegurada pelo aparelho repressivo do Estado, mobilizado pelo significante de autoridade policial que o modo imperativo do verbo convoca, mas também pelos AIE jurídico e político, chamados à cena pela ideologia nacionalista da exaltação às cores da bandeira nacional. Nacionalismo que pressupõe um princípio de identidade homogênea, de unidade, de nação. Cores que pressupõem pluralidade, diversidade e heterogeneidade. Diversidade que põe em risco o princípio de identidade homogênea preterido pela ideologia nacionalista, porque precisa garantir suas condições de (re)produção. O título da campanha faz emergir a contradição que opõe *trae* à *colores*. Não se trata apenas de uma interpelação que convoca os sujeitos a trazerem suas cores, mas uma interpelação que convoca os sujeitos à renúncia de suas cores, sobretudo das cores desconstruídas na/pela imagem. Traia suas cores!

Continuando a análise sobre a capa, volto meu olhar para a SD2, representada pela imagem que ocupa a metade superior da página. A SD2 expõe uma praça à noite e, portanto, iluminada por luz artificial. Esta praça é rodeada por estabelecimentos comerciais e mais ao fundo prédios altos. Na medida em que afastamos o olhar da praça em direção ao fundo da imagem, essa perde luminosidade até atingir a escuridão. A luminosidade direciona toda a atenção para a praça, como lugar de identificação. Aqueles que ocupam a escuridão na imagem não pertencem à praça e vice-versa.

Figura 4 – Sequência discursiva SD2



Fonte: GUIYA EDITORA, 2014, p. 1.

A imagem em questão, portanto, deixa explícito o local oferecido à apreciação e/ou visitação, a praça. Mais do que isso, a praça como aquilo que   e torna visível, onde podemos ver e ser vistos. A praça, como campo de trocas simbólicas, ao longo de toda sua materialidade histórica, social e cultural,   atrelada a um imaginário de (com)viver, estar junto (GASTAL, 2006). Lugar público, a praça possui grande fluxo de pessoas durante o dia, utilizada para a prática de exercícios físicos, abrigo do sol sob as árvores, atividades de lazer ou simplesmente como percurso. Nas diferentes cidades, nos diferentes lugares, a praça assume diferentes usos, porém nunca deixa de ser um lugar de intera o entre sujeitos.

Ao invés de pensar na imagem como um discurso, me permito ir além. Ao encontro de Orlandi (2004), proponho pensar o lugar representado, a praça, como um discurso, que é efeito de sentidos. Mais especificamente, proponho pensar na praça como um discurso que fala de/para os sujeitos LGBT. Início pelos questionamentos: por que uma praça? Por que uma praça à noite? Que sentidos são mobilizados em torno desse lugar? Que importância possui uma praça para ocupar a metade da capa do folheto de uma ação promocional direcionada aos sujeitos LGBT? Qual a relação de sentidos entre uma praça à noite e o sujeito LGBT?

A partir desses questionamentos, pego uma folha de papel contendo essa imagem impressa. Começo a escrever sobre ela tudo aquilo que me vem à cabeça. Surgem os termos: praça, noite, prostituição, sexo, natureza, instinto, pegação (sic), violência. Essas palavras se relacionam no jogo significativo instituído por um imaginário. Ao mesmo tempo em que essas palavras relacionam o corpo dos sujeitos produzindo sentidos sobre a praça, essa última produz sentidos sobre o corpo dos sujeitos. Ambiente natural em meio ao concreto urbano, os corpos que transitam pela praça entram em contato e se misturam a sua natureza, pois são parte dela. Essa relação entre o natural e o instintual permanece recalcada no ambiente urbano através das praças, onde é possível (re)entrar em contato com o pulsional.

Nesse lugar instintual, a inscrição do sujeito dividido entre a ordem imposta pela rotina do urbano e a desordem intrínseca do pulsional. A praça passa a significar o lugar de inscrição dos desejos impossíveis, censurados, marginais. A praça torna-se o palco da pulsão e do real, portanto, do incontrollável. Lugar do exercício da prostituição como um trabalho que só pode ser invisível, lugar de relações afetivas e sexuais para todas as pessoas inviabilizadas em suas sexualidades, lugar de drogadição para aqueles que encontram na alucinação um meio de deslocarem-se dos sofrimentos cotidianos, lugar de moradia para aqueles expulsos pela propriedade privada, lugar de práticas culturais inapropriadas para as casas de cultura e centros esportivos de alto rendimento. A praça, em sua essência e em sua materialidade histórica, é o lugar da vagabundagem por excelência. E já que:

O corpo dos sujeitos está atado ao corpo da cidade e estes são significados por essa ligação. E de tal modo se articulam que o destino de um não se separa do destino do outro, em suas inúmeras e variadas dimensões: material, cultural, econômica, histórica etc. O corpo dos sujeitos e o corpo da cidade formam um só. Nosso corpo, urbano, que se textualiza como um corpo de cidade, ocupa um espaço e é ocupado por ele. (ORLANDI, 2011, p. 695)

Dialeticamente, interpreto a praça como um espaço de controle do desejo do sujeito pela ideologia dominante que o oferta como um objeto de desejo. A noite representa a censura daquilo que não pode ser visto à luz do dia, para que não haja abalo na organização do imaginário social, ficcional, garantindo a impossibilidade de reelaboração simbólica dos desejos desautorizados. Em torno da praça cola o significante do poder, pois é no entorno da praça que as instituições públicas e a igreja serão dispostas vigilantes daquilo que nela ocorre. A praça como a metáfora da vigilância/controle/censura sobre o desejo dos sujeitos.

Direcionando o olhar para a metade inferior da capa, localizo a SD3, representada por uma composição de duas imagens que dividem esse plano. A primeira imagem, posicionada no canto inferior esquerdo, possui em primeiro plano um fragmento da bandeira do arco-íris sobre a areia de uma praia deserta, sem pessoas. No segundo plano da mesma imagem surge a água dessa praia e uma montanha ao fundo. No último plano da imagem, o céu azul, nuvens e intensa luminosidade proporcionada pelo sol.

Figura 5 – Sequência discursiva SD3



Fonte: GUIYA EDITORA, 2014, p. 1.

A segunda imagem, localizada na metade inferior direita da capa, traz a ilustração daquilo que pode ser interpretado como uma Parada do Orgulho LGBT.

Trata-se de uma grande via pública, completamente ocupada por pessoas, que podem ou não ser LGBT, que cercam um veículo usado para reprodução de som, sobre o qual também se encontram pessoas, provavelmente representantes do Movimento Social LGBT, organizadores do evento, representantes políticos, artistas e/ou *performers*. Todas essas pessoas e equipamentos seguem pela via pública, precedidos por uma gigante bandeira do arco-íris, símbolo deste movimento. A bandeira é o único elemento que permite identificar na imagem a representação de uma Parada do Orgulho LGBT.

Ambas imagens dividem a metade inferior da página. Ambas imagens trazem uma bandeira do arco-íris em primeiro plano, lado a lado, ao ponto de uma bandeira ser a extensão da outra. Transitando entre uma e outra e buscando compreender a relação entre as duas, percebo aquilo que as diferencia: a primeira imagem não possui pessoas, a segunda uma multidão de pessoas. Vazio e cheio, deserto e habitado. Que diálogo essas imagens estabelecem entre si e com o sujeito? Por quê?

Parto pelo mesmo método sobre o qual empreendi a análise da imagem da praça. A partir do questionamento sobre a relação dialógica entre o vazio e o cheio, o deserto e o habitado, escrevo todas as palavras que surgem à cabeça em uma folha de papel com a SD3 impressa. Sobre a imagem da praia escrevo: praia, natureza, deserto, calor, isolamento, exposição. Sobre a imagem da parada escrevo: festa, multidão, diversidade, corpos, desordem, indistinto, invisível. A partir dessas palavras, tento estabelecer os traços significantes que dialogam entre elas.

A oposição vazio e cheio, deserto e habitado, desliza para a relação entre o visível e invisível. O espaço vazio e deserto remete à ideia de isolamento, isento de perturbação e de pessoas que atrapalhem qualquer que seja a ação do sujeito naquele local. Ao mesmo tempo, o isolamento expõe o isolado, pois esse é mais visível e identificável quando destacado do espaço cheio e habitado. Por sua vez, o espaço cheio e habitado remete à ideia de ver e ser visto por todos, portanto, do visível. Contudo, na multidão, o todo coletivo toma a posição do singular, tornando o sujeito indistinto, não identificável, apagado pelo todo. O desejo do sujeito, visível ou invisível, torna-se controlável, contornável, manipulável.

O enunciador joga com as possibilidades de desejo do sujeito LGBT, antecipando-as em sua representação imaginária, simbolizando-as naquilo que enuncia. Todas as imagens da capa (SD2 e SD3) significam, ao mesmo tempo, visível

e invisível, pela ocultação ou exposição dos corpos dos sujeitos. As imagens representam os espaços regulados para a inscrição do sujeito. Para o enunciador, é evidente que as imagens representam o modo de vida do sujeito LGBT: noite, (ex)posição, festa, interação. Corpos que interagem e se (ex)põem, na noite e na festa. (Ex)põem porque não podem se (in)porem. Para o sujeito interpelado, o assujeitamento surge como a única possibilidade de gozo, pelo jogo da evidência de si e dos sentidos, pela aceitação do reconhecimento de si na imagem formada pelo desejo do Outro.

Se o corpo do sujeito está atado ao corpo da cidade (ORLANDI, 2004), se sujeito e cidade se produzem e se significam mutuamente, a oferta da cidade para os sujeitos representa, ela mesma, a alienação do sujeito diante de sua própria realidade. O sujeito tem a ilusão de que poderá alcançar a realização do desejo, pois sua identidade é externalizada na imagem do seu duplo. Nessa trama que estabelece a identificação imaginária do sujeito com a possibilidade de um gozo ofertado pelo Outro, é garantido o desconhecimento da sua dependência total em relação ao Outro (ŽIŽEK, 1992).

Por fim, retomo as questões que subentendem as formações imaginárias propostas para esta análise. A imagem do enunciador sobre ele mesmo, $I_A (A)$, não é outra senão o reconhecimento e a enunciação a partir da posição dominante ocupada por ele, “**quem sou eu para lhe falar assim?**”, através da identificação simbólica com o traço significante da ideologia nacionalista, ou seja, uma posição que fala desde o princípio de uma identidade nacional homogênea e passiva à nação. Alude a isso em SD1, através da manutenção das cores nacionais e desconstrução das demais cores da bandeira do arco-íris, bem como pela utilização do verbo *traer* no modo imperativo expressando uma interjeição, aqui lida como a confrontação do sujeito pelo aparelho repressivo do Estado, a interpelação do sujeito a trair suas cores.

Também é possível mobilizar a questão sobre a imagem antecipada do sujeito colocado em B para o enunciador, $I_A (B)$, através das imagens dispostas no segundo plano (SD2 e SD3). Ao fazer a pergunta “**quem você pensa que é o LGBT para lhe falar assim?**”, se nota que os lugares representados pelas imagens mobilizam significantes cristalizados no imaginário social acerca dos desejos censurados. A praça à noite, a praia deserta e uma multidão de pessoas em torno de um caminhão de som, reproduzem o estereótipo sexualizado dos corpos em exposição. Expostos

os corpos são sujeitados à interação de uns com os outros, como o fragmento de desejo que lhes é autorizado. Controlados por Ia (A), esses corpos precisam, ao mesmo tempo, serem apagados, pois insurgem-se contra o princípio de identidade instituído. Portanto, não sendo possível negar totalmente a inscrição de seus desejos, você sendo quem eu penso que você é (Ia (B)), lhe permito ser e estar, mas apenas à noite, em locais desertos ou em meio à multidão. Dessa forma garanto que você não será incomodado, tampouco incomodará ninguém.

4.2.2 Lubrificar

lubrificar v. (1873 cf. DV) 1 *t.d. e pron.* m.q. LUBRICAR ('tornar[-se] lúbrico') 2 *t.d.* aplicar óleo às engrenagens de qualquer maquinismo, para reduzir-lhes o atrito e facilitar assim o seu funcionamento [...] (HOUAISS; VILLAR, 2001, p. 1787, grifos dos autores)

A segunda página é apresentada com uma composição de figuras geométricas, triangulares e coloridas ao fundo, e por um quadro branco centralizado. O quadro branco é utilizado como a caixa através da qual se estrutura um texto de quatro parágrafos. Para fins de análise, tomarei apenas o texto como a sequência discursiva SD4, sobre a qual irei me debruçar a seguir. O texto da SD4 enuncia o que segue:

SD4: *La diversidad* en Brasil está presente en la música, la gastronomía, la geografía, la cultura y en su gente. Muy **orgullosos** de esa pluralidad, lo invitamos a conocer un país **alegre, moderno y grandioso**. Somos una de las mayores economías del mundo, una sólida democracia, con **bellezas** naturales y grandes ejemplos de la **creatividad** humana en varias áreas. Las ciudades de Rio de Janeiro, Brasília y Belo Horizonte son pruebas de ese país **fuerte, encantador** y cada vez más **inclusivo**. Somos una **nación de colores**, del arcoíris, símbolo internacional del segmento LGBT. Y será un gran honor recibir **su energía, su diversidad**, en fin, **¡sus colores!** (GUIYA EDITORA, 2014, p. 2, grifo meu)

Confiro destaque na SD4 a um conjunto de predicados utilizados pelo enunciador para, nos três primeiros parágrafos, descrever qualidades conferidas por ele ao Brasil. Também destaco, no último parágrafo, outros três predicados que dizem respeito às qualidades atribuídas pelo enunciador ao sujeito a quem se dirige o enunciado. Por último, destaco e sublinho a expressão “*nación de colores*”, como a

expressão que estabelece uma relação de ligação entre os predicados que vêm antes dela com aqueles que vêm depois.

O Brasil é apresentado como o país da diversidade, pluralidade, alegria, modernidade, grandiosidade, beleza, criatividade, força, encantamento, inclusão, ou seja, como a nação das cores. O LGBT é descrito como aquele que possui energia, diversidade e cores. Esse conjunto de adjetivos formam uma família parafrástica no interior da SD4. Isoladamente ou somados, se prestam a descrever tanto o Brasil como o sujeito LGBT, passíveis, portanto, de deslizamentos entre si. É, como diz Pêcheux (2014a, p. 167), “no interior desta família que se constitui o efeito de sentido, assim como a relação a um referente que implique este efeito”. Nosso referente, aqui, é o Brasil.

O Brasil, como referente, é apenas o objeto que complementa o verbo ser. Quem executa a ação do verbo é o sujeito, neste caso o sujeito LGBT. Assim, o efeito de sentidos produzido por essa matriz, implica em considerarmos que o sujeito LGBT é o Brasil. Implica, ainda, em considerarmos que, se o sujeito LGBT é Brasil, é também tudo aquilo que o Brasil é. A relação de paráfrase, dessa forma, alude para o sujeito que ele é isso e não outra coisa (evidência de si), assim como que o Brasil é aquilo e não outra coisa (evidência de sentidos).

Preso ao jogo das evidências, o sujeito é interpelado na trama das identificações simbólica e imaginária. Simbólica porque traduz o motivo pelo qual eu me identifico com aquilo que eu gostaria de ser, ou seja, quando eu tento simbolizar o meu desejo. Imaginária porque traduz aquilo que eu gostaria de ser para ser amado, ou seja, quando eu tento simbolizar o desejo do Outro que, não sendo o meu desejo, se desdobra em uma fantasia. É nessa trama, produzida pela relação de paráfrase, em que se produzem os sentidos capazes de promover a identificação do sujeito com o enunciado e, portanto, seu assujeitamento.

Por isso, ao mesmo tempo em que o sujeito se identifica com o Brasil, se esquece que está se identificando com os enunciados apagados sobre si. Ao mesmo tempo em que o sujeito identifica o Brasil com seus próprios predicados, se esquece que existem outros predicados possíveis sobre o Brasil que não produziriam o mesmo efeito de sentidos a seu respeito, ou seja, outras características não tão boas assim. Como aquelas que indicarei nas SD5, SD6 e SD7.

O enunciador, também assujeitado pela ideologia na qual se inscreve, ao enunciar as características do Brasil, está enunciando as características do sujeito LGBT pela antecipação da imagem desse sujeito a partir do lugar que ocupa (IA (B)), mas também a partir do seu ponto de vista sobre o referente Brasil (IA (R)) e da sua projeção sobre o ponto de vista do sujeito LGBT acerca do referente Brasil (IA (IB (R))). A partir dessas antecipações, o enunciador é autorizado a selecionar, entre os dizeres possíveis e impossíveis, aqueles que irão produzir o efeito de sentidos necessário à identificação do sujeito LGBT com o Brasil e, mais além, à interpelação do sujeito LGBT em turista LGBT que será expressada pelo seu deslocamento.

4.2.3 Penetrar

penetrar v. (sXIV cf. FichIVPM) **1 t.d., t.i.int.** passar através ou para dentro de; entrar, transpor; adentrar [...] **1.1 t.d.** introduzir o pênis para a cópula [...] **2 t.i.** ir em direção ao interior de; embrenhar-se, internar-se [...] **3 t.i.** exacerbar-se rapidamente; expandir-se, alastrar-se [...] **4 int.** ter acesso a [...] **5 t.i.** ser admitido [...] **6 t.d., t.i.** apreender intelectualmente; perceber, compreender [...] **7 t.d.** examinar rigorosamente; perscrutar, sondar [...] **8 t.d., t.i.** alcançar o íntimo de; infiltrar-se (em) [...] **9 pron.** deixar-se possuir, tomar-se [...] **10 pron.** deixar-se convencer; persuadir-se [...] (HOUAISS; VILLAR, 2001, p. 2177, grifos dos autores)

Na terceira página do folheto promocional (ANEXO C), localizado as sequências discursivas SD5, SD6 e SD7. Esta página é composta por: uma imagem em sua metade superior, chamado SD6; um título “**AVANCES EN DERECHOS LGBT**” (GUIYA EDITORA, 2014, p. 3, grifo dos autores), chamado por mim de SD5; um conjunto de dois parágrafos que ocupam a metade inferior esquerda, chamado SD7; e, duas imagens que ocupam a metade inferior direita, que não serão consideradas aqui como sequências discursivas de análise, mas ao mesmo tempo não se distanciam do que será dito nas demais.

A respeito de SD5, “**AVANCES EN DERECHOS LGBT**” (GUIYA EDITORA, 2014, p. 3, grifo dos autores), em sua análise sintática, se caracteriza como uma frase, pois se trata de um enunciado sem verbo ou núcleo verbal e, portanto, sem sujeito porque sem ação. O lugar de título ou de enunciado da página é, precisamente, uma das situações especiais em cuja utilização deste tipo de frase é possível, visto que não carece de um enunciado em toda sua plenitude. O enunciado, assim, joga com

as (im)possibilidades sintáticas de uma frase com tais características: os avanços em direitos LGBT foram alcançados onde? Pelo quê? Por quem? Como?

Também há um jogo dos sentidos, uma vez que, conforme Bechara (2009, p. 540), “a ausência de um núcleo verbal, [...] impede que se identifiquem entre seus constituintes as funções que se manifestam na oração”. Há um funcionamento ocultado. Ao mesmo tempo, “a frase aponta para asserção de uma verdade geral, já que exclui a forma verbal responsável por uma particularização da expressão” (BECHARA, 2009, p. 540). Ou seja, esse tipo de estrutura sintática mantém entre os termos existentes uma relação gramatical tênue, abrindo caminho para a efetivação de múltiplos deslizamentos parafrásticos e, conseqüentemente, para a mobilização de uma cadeia de significantes mais ampla, possibilitando a identificação/interpelação do sujeito para quem o enunciado se destina.

Essa constatação se intensifica ao buscarmos as características morfológicas da palavra **avanço**. Podendo ser facilmente confundido com seu homônimo **avançar**, esse último um verbo, a palavra utilizada no enunciado é caracterizada como um substantivo. Essa dupla possibilidade de leitura do termo, uma vez que se for lido como um verbo, pode sugerir a ação de um sujeito, onde todos os significantes de Brasil significariam esse como o país dos avanços em direitos LGBT. Além disso, segundo Houaiss e Villar (2001, p. 354), a palavra avanço possui em sua etimologia origem do termo catalão *avansar*, que significa ir adiante. Esse, por sua vez, influenciado pelo termo espanhol *avanzar*. O enunciador apela para a utilização de um termo cuja raiz encontra-se na língua de enunciação, mobilizando uma memória e colando todos os sentidos que *avances en derechos LGBT* podem significar para o LGBT espanhol.

Desde o término da ditadura franquista, em 1975, e a promulgação da Constituição, em 1978, a população LGBT espanhola têm se engajado e alcançado expressivas conquistas na garantia de acessos a direitos, tornando a Espanha um modelo internacional:

España se ha situado a la vanguardia internacional al proporcionar derechos a las llamadas 'minorías sexuales' tras la aprobación del matrimonio entre personas del mismo sexo en junio de 2005 y el reconocimiento algunos derechos para las personas transexuales con la mal llamada 'Ley de Identidad de Género', presentándonos como un laboratorio de libertades sexuales (Osborne 2007). Si observamos el escenario político, nos encontramos con que la sexualidad ha entrado en la agenda construyendo diferentes problemas políticos: primero, con la demanda del derecho a

hacerse pareja de hecho (1992-2002), segundo con la demanda del derecho al matrimonio de personas del mismo sexo (2002-2005) y por último, centrándose en los derechos de identidad de género (de 2004 en adelante) (PLATERO, 2009, p. 109)

Por outro lado, entre os significados encontrados para a palavra avanço, mais próximos ao contexto analisado, destaco o que se refere a “abertura de uma nova perspectiva para a solução de um problema, ou para o progresso de um conhecimento” (HOUAISS; VILLAR, 2001, p. 354). Ou seja, ao mesmo tempo em que o enunciado reconhece a existência de uma problemática que envolve os direitos LGBT, afirma que novas perspectivas estão sendo abertas em relação esses. O título enunciado é tratado, portanto, como uma afirmação de uma verdade passível de deslizamentos parafrásticos que signifiquem, do mesmo modo, que os significantes de uma verdade a quem o enunciado se destina.

Através do título, temos indícios de uma contradição, ao expor que: há uma demanda por direitos da população LGBT; e, há avanços em direitos LGBT. Porém, as questões: os avanços em direitos LGBT foram alcançados onde? Pelo quê? Por quem? Como? Permanecem indeterminadas em razão da inexistência de um núcleo verbal e um sujeito. A partir disso, olho para a imagem que ocupa a parte superior da página, a sequência discursiva SD6. Me defronto com a mesma contradição evidenciada pela SD5.

A imagem em questão, SD6, ilustra a Marcha Nacional contra a Homofobia, em frente ao Congresso Nacional, na cidade de Brasília/DF. Mais do que a Marcha e a ligação semântica que esta possui com o termo avanço, a imagem mostra ativistas do Movimento Social LGBT ao redor de uma grande bandeira do arco-íris. Mais do que os ativistas, a imagem traz em destaque, um(a) ativista segurando a bandeira do arco-íris, cobrindo o entorno de sua cabeça com a bandeira do Brasil e vestindo uma camiseta em cuja estampa há o símbolo representativo da Marcha. Esse símbolo, possui um alvo no centro. Cada linha deste alvo possui uma das cores do arco-íris, símbolo do Movimento Social LGBT. No centro do alvo está a sombra do prédio do Congresso Nacional e, abaixo dele, a estátua de uma mulher de olhos vendados segurando uma balança, o símbolo da justiça. Sobre este símbolo está escrita a frase “Marcha Nacional contra a Homofobia”.

Figura 6 – Sequência discursiva SD6



Fonte: GUIYA EDITORIA, 2014, p. 3.

Entendo que a SD6 visa representar o país da justiça e dos direitos das pessoas LGBT, país representado pelo título “**AVANCES EN DERECHOS LGBT**” (GUIYA EDITORA, 2014, p. 3) – SD5, pela associação da ativista ao mesmo tempo enrolada com a bandeira brasileira e segurando a bandeira do Movimento Social LGBT, pela Marcha Nacional contra a Homofobia ocorrendo em frente ao prédio do poder legislativo brasileiro, a “casa do povo”, onde o Estado Democrático de Direito garante acesso e igualdade de direitos e deveres a todas as pessoas. No entanto, vista por um olhar mais atento, a contradição presente na SD6, e no contexto mobilizado pela SD5, é evidente: se o Movimento Social LGBT está em marcha pelas ruas, em frente ao alvo da marcha representado na camiseta da ativista LGBT, o Congresso Nacional, como pode o Brasil ser apresentado no título como o país dos avanços em direitos LGBT? A parte inferior da página buscará responder a esse questionamento.

A metade inferior da página, se apresenta dividida. Do lado esquerdo há um texto de dois parágrafos, no qual os *avances en derechos LGBT* no país são enunciados. Do lado direito, duas imagens: uma representando um casamento coletivo entre homossexuais na cidade do Rio de Janeiro/RJ e a outra uma ação/campanha pela cidadania LGBT na praia de Ipanema, também na cidade do Rio

de Janeiro/RJ. Não irei me debruçar sobre essas imagens nesta análise. Começo, desse modo, pela apresentação do texto, que chamo de SD7:

SD7: *Brasil es el mayor país del mundo donde el casamiento entre homosexuales fue **legalizado**, y este es uno de los más recientes **derechos** alcanzados por el segmento LGBT. Mutualistas **deben** incluir compañeros del mismo sexo, el **Impuesto** a la Renta puede ser **declarado** por parejas de hombres o mujeres, las cirugías de readecuación de sexo para transexuales se realizan por medio del **sistema público de salud**.*

*Los desafíos son grandes, pero los avances están claros. Algunos Estados y varias ciudades cuentan con **leyes** contra la homofobia y servicios de **denuncia** de discriminación. En el ámbito federal, está el Disque 100 (servicio telefónico en defensa de los derechos humanos). Además, es creciente el número de **secretarías de gobierno** dedicadas a la defensa de la ciudadanía LGBT. (GUIYA EDITORA, 2014, p. 3, grifo meu)*

Nas palavras em destaque, a interpelação aparece em seu duplo sentido, pelo vínculo superestrutural entre os aparelhos repressivo e ideológicos de Estado ou, como diz como diz Pêcheux (2014b), pelo vínculo entre o sujeito de direito e o sujeito ideológico. Repressivo porque faz uso do aparato jurídico-político e de sua legitimidade institucional para verificar e controlar as identidades dos sujeitos. Ideológico porque, para que os sujeitos sejam assujeitados, precisam reconhecer nos termos *homosexuales, segmento LGBT, transexuales* a evidência de que se identificam por esses termos, assim como pelo vínculo desse mesmo aparato jurídico-político com o Movimento Social LGBT em suas demandas históricas de casamento igualitário, criminalização da violência e preconceitos sofridos pela população LGBT, entre outros.

Num segundo momento, podemos analisar o dito a respeito do casamento entre pessoas do mesmo sexo. Conforme a SD7, esse tipo de casamento foi *legalizado* no Brasil. Contudo, o casamento entre pessoas do mesmo sexo no Brasil é aceito em razão da existência de uma resolução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) versando sobre o tema, embasada em decisões judiciais favoráveis a este tipo de união civil. Assim como este ato normativo, as decisões judiciais até então, embasavam-se umas nas outras para aprovar ou não este tipo de união. No ano de 2013, o CNJ, através da Resolução nº. 175 de 14 de maio, proibiu aos cartórios do país “a recusa de habilitação, celebração de casamento civil ou de conversão de união estável em casamento entre pessoas de mesmo sexo” (CNJ, 2013, p. 2).

Ainda que resoluções do CNJ tenham força de lei, a união entre pessoas do mesmo sexo foi legalizada através da proibição de sua recusa, até então praticada.

Esta legalização não é fruto de um processo legislativo, mas sim judiciário. Ou seja, essa legalização não se origina num projeto de lei amplamente discutido, votado e de consenso entre os representantes do poder público eleitos deste país, tampouco “legaliza” o casamento civil entre pessoas do mesmo sexo. A resolução apenas proíbe a recusa desse tipo de união. Um instrumento frágil ao tratarmos de avanços, garantias e acesso a direitos, passível inclusive de revogação caso haja entendimento jurídico para tanto.

O que também não é dito, é a reação conservadora e fundamentalista ocorrida logo após a repercussão da resolução do CNJ supracitada. Após sua publicação, foi protocolado e entrou em tramitação na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei nº. 6583/2013, conhecido como “Estatuto da Família”, que propõe o reconhecimento pelo Estado apenas da configuração de família constituída por um homem, uma mulher e um filho/a. Todas as demais configurações familiares, não apenas entre pessoas do mesmo sexo, são desconsideradas pela proposta (BRASIL, 2013). Tal informação não se isola de todo o dito até aqui. O congresso brasileiro constituído pelas eleições do ano de 2014, anterior à realização da ação promocional analisada neste trabalho, é considerado pela grande mídia uma das composições mais conservadoras e, portanto, reacionárias, da história do Brasil. O “Estatuto da Família” estava em tramitação no Congresso Nacional até o momento em que este texto foi entregue à apreciação.

A reação conservadora à resolução do CNJ representa a articulação dos aparelhos ideológicos de Estado familiar e religioso e dos discursos mobilizados por eles em oposição à reprodução da ideologia dominante no interior do Movimento Social LGBT, campo de reprodução/transformação sobre os direitos da população LGBT. São as relações de contradição-desigualdade-subordinação que Pêcheux (2014b, p. 131) se refere, “onde cada um não contribui igualmente para a reprodução/transformação das relações de produção”.

Em terceiro lugar, ainda em relação ao texto extraído da SD7 e citado anteriormente, que versa sobre a existência de mecanismos de combate à violência contra a população LGBT no Brasil, exponho o não-dito a partir das estatísticas sobre os crimes de preconceito e violência sofridos por LGBT no país. Até o ano de 2010 nenhum órgão ou instituição do poder público federal brasileiro contabilizava os crimes de violência contra a população LGBT. Cabia este trabalho aos movimentos sociais,

que desde a década de 1980 iniciaram a coletar dados não oficiais através de denúncias diretas e de notícias na mídia. O Grupo Gay da Bahia (GGB), uma das organizações pioneiras e mais importantes do movimento social LGBT no Brasil, lança anualmente o Relatório de Assassinatos (LGBT) no Brasil desde o ano de 2004, através do qual expõem as estatísticas perversas referentes ao número de assassinatos por motivação homofóbica, ocorridos em todo o território nacional, bem como analisam as condições nas quais tais crimes ocorreram e o perfil daqueles que os praticaram.

Essa se tornou uma importante ferramenta no combate à homofobia no país, visto que até então se desconhecia qualquer dado referente ao tema e a gravidade da situação a qual os sujeitos LGBT estavam expostos e ainda estão. Desde então, o Brasil figura nas primeiras posições dos *rankings* da homofobia mundial, muitas vezes a frente de países que criminalizam relações afetivo-sexuais entre pessoas do mesmo sexo. No ano de 2013 (ano anterior à campanha que estou analisando), o grupo relatou 312 assassinatos de LGBT no país (GGB, 2013), em 2014 (ano da campanha) foram 326 (GGB, 2014).

O Brasil também possui o maior número de assassinatos de travestis e transexuais do mundo, representando 40% do total mundial no ano de 2013 e 50% do total mundial no ano de 2014 (GGB, 2014). As estatísticas apresentadas pelo GGB mostram que este tipo de crime aumenta todos os anos, desde que o relatório é divulgado e não se restringe apenas à população LGBT, mas também a heterossexuais que são lidos socialmente como se fossem LGBT. Estes são apenas dados de assassinatos, não representam discriminação, violências psicológicas, agressões físicas e outras formas.

E aqui retorno à SD7, que dá destaque à existência de políticas de enfrentamento a violações de direitos LGBT. E a pergunta latejante em minha cabeça é: que políticas públicas são essas que não dão conta nem de levantar dados estatísticos? Que políticas são essas que posicionam o Brasil como líder do *ranking* mundial de assassinatos de LGBT?

A SD7 realiza o apagamento não apenas do lugar do sujeito LGBT no Brasil, dissimulando sua realidade marginalizada socialmente, mas também da luta do Movimento Social LGBT, pois, ao mesmo tempo em que não atende suas demandas, faz uso de sua imagem para validar aquilo que diz, já que sobredeterminado pela

infraestrutura econômica. A imagem, portanto, projetada pelo enunciador é a do lugar de B para o sujeito colocado em A, **quem você pensa que é o LGBT para lhe falar assim?**

As contradições presentes em SD5, SD6 e SD7 são ocultadas pelo conjunto de indeterminações e indefinições mostradas. Não podendo utilizar a imagem do sujeito LGBT brasileiro (apagado, violentado, estigmatizado) para interpelar o sujeito LGBT espanhol a trazer suas cores, mobiliza a imagem dos avanços em direitos LGBT de outro lugar, no caso analisado da Espanha. Os avanços em direitos LGBT na Espanha são os avanços que garantem aos sujeitos LGBT espanhóis se deslocarem para o Brasil. O imaginário LGBT espanhol é o roteiro ficcional dos avanços em direitos LGBT brasileiro. Aquilo que o Brasil precisa ser para ser produzir identificação imaginária e simbólica, para ser amado e para parecer amável diante do grande Outro.

4.2.4 Ejacular

ejacular v. (1844 cf. MS⁵) **1** t.d. lançar (um líquido) de si **1.1** int. emitir esperma **2** t.d. derramar (um líquido) fartamente **3** t.d.int. emitir palavras [...] (HOUISS; VILLAR, 2001, p. 1106, grifos dos autores)

Como último recorte de meu *corpus* de análise, apresento a página vinte e dois do folheto promocional já descrito. Esta página traz cinco imagens como plano de fundo. Também apresenta um quadro branco que se sobrepõe ao fundo, funcionando como uma caixa de texto, onde são apresentados dois parágrafos. Não considerarei as imagens como sequências discursivas nesta análise. Tomarei o texto contido no quadro branco como SD8, que apresento a seguir:

SD8: *¡Las opciones de locales LGBT son muchas! Saunas, clubs, tiendas, bares, cafeterías... Para pasar increíbles momentos en Brasília, Belo Horizonte (BH) y Rio de Janeiro, se ofrecen guías completas impresas conteniendo mapas, descripciones, precios y horarios de funcionamiento de los establecimientos arcoíris.*
¡Y más aún! Las ciudades de Florianópolis (Floripa), Salvador, Recife y San Pablo también cuentan con esas guías impresas. Todas forman parte de la primera red nacional de guías de turismo gay en Brasil, lanzamiento de la Guiya Editora. (GUIYA EDITORA, 2014, p. 22, grifos meus)

Os destaques que proponho na SD8, mais especificamente aqueles que realizo no primeiro parágrafo, dizem respeito aquilo que já apresentei na análise das SD2 e SD3, como a censura do desejo do sujeito. Nas imagens da capa, o

enclausuramento do desejo do sujeito no espaço público, em sua materialidade histórica que significa e é significada pelo sujeito. Nesta sequência SD8, o enclausuramento do desejo do sujeito no espaço privado, a autorização do gozo pela fetichização da vida dos próprios sujeitos.

Quero dizer que, se o inconsciente se estrutura em torno de uma falta e isso o faz desejar, o desejo pode ser interpretado como o produto do trabalho inconsciente do sujeito em torno dessa falta primordial. Se isso é possível de ser considerado, posso considerar também que a transformação do desejo inconsciente em mercadoria, ou seja, a atribuição de um valor de troca sobre esse desejo (traduzida como disposição ou motivação para o consumo) representa a fetichização do desejo do sujeito. É necessário, contudo, ponderar que, sendo inconsciente e não-sabido para o sujeito, o desejo não é simbolizável, implicando que o processo de fetichização incida na alienação do sujeito diante do produto de seu trabalho inconsciente, isto é, na dissimulação do real não simbolizável em torno de uma fantasia.

Por qual motivo retomo essa reflexão para a análise da SD8? Porque *las opciones de locales LGBT*, para além do enclausuramento dos sujeitos LGBT, representam a fetichização do desejo inconsciente do sujeito, alienado em consumidor, ou ainda, em turista. Representam também a observação do Turismo funcionando pela lógica do espetáculo, uma vez que ele “corresponde a uma fabricação concreta da alienação. [...] Quanto mais sua vida [do homem] se torna seu produto, tanto mais ele se separa da vida” (DEBORD, 1997, p. 24-25).

Ao direcionar o gueto para a lógica do consumo, a materialidade histórica de constituição desses lugares, como lugares de resistência política, histórica, cultural e social dos sujeitos LGBT, é retraída pela dissimulação da realidade que lhe é correspondente, através da fetichização do desejo e alienação do sujeito. Esse simulacro do espetáculo é o meio pelo qual o Turismo garante as condições de reprodução do capital, antecipando aquilo que o sujeito irá ver, ouvir, comer, consumir, etc. O espetáculo como a “afirmação onipresente da escolha já feita na produção e o consumo que decorre dessa escolha” (DEBORD, 1997, p. 14-15).

Os locais ofertados remetem ao imaginário da busca pela experimentação sexual, seja através da estetização do belo (*tiendas*), pela disposição dos corpos em interação/contato (*bares, cafeterías*), ou ainda pela oferta indireta do sexo (*saunas, clubs*). Todos os locais são uma (pre)disposição para o ato que define a sexualidade

dissidente, o sexo. O sujeito LGBT é, portanto, enunciado a partir da antecipação a imagem de um estereótipo demarcado pelo estigma do sexo (IA (B)), pois é disso que se trata a sua sexualidade. Ou, de outra forma, como diz Soares (2006, p. 36) “todos os sentidos se voltam exclusivamente para as questões relacionadas à sexualidade [...]. O homossexual é seu sexo, nada além disso”

Questiono, qual o efeito de sentidos poderíamos depreender, caso a frase em questão enunciasse o seguinte: as opções de locais heterossexuais são muitas! Saunas, boates, lojas, bares, cafés.... Ao enunciarmos “o heterossexual vai à sauna” e “o gay vai à sauna”, os significantes que grudam ao termo “sauna” correspondem a sentidos diametralmente diferentes. É óbvio que o heterossexual vai à sauna por uma questão estética ou de relaxamento, por outro lado, é óbvio que o gay vai à sauna para pegação (sic) e sexo casual.

Estranhamos a sugestão de um segmento de Turismo heterossexual, pois, como propõe Soares (2006), a heterossexualidade é tratada como axioma, inquestionável (IA (A)), e, em consequência, sua posição antagônica ocupará a posição da dúvida, do questionamento. A heterossexualidade é discursivizada como normal, como o padrão, ao ponto de não ser passível de questionamentos. Não se estranha a segmentação de um Turismo para pessoas LGBT, precisamente porque essas pessoas ocupam posições de anormalidade, o que justificaria o seu “tratamento” de forma distinta, separada, segmentada. Se estranha, no entanto, o segmento de Turismo heterossexual porque tudo está autorizado aos heterossexuais, inclusive frequentar os locais LGBT.

Os sentidos deslizam porque as posições ocupadas pelos sujeitos envolvidos pertencem a diferentes formações discursivas reguladas por uma mesma formação ideológica capitalista. Diferentes formações discursivas porque aquilo que é autorizado dizer em uma posição, não é autorizado na outra. Mesma formação ideológica, porque a existência de uma pressupõe a existência da outra, isto é, os discursos autorizados em ambas antagonizam suas posições. É a possibilidade de deslizamento de sentidos entre uma e outra posição que demonstra a regulação do enunciado pela ideologia corresponde à formação.

Outro furo que chama a atenção na SD8 é o deslizamento entre as expressões *locales LGBT – establecimientos arcoiris – turismo gay*. Nesse deslizamento, observo duas famílias parafrásticas. A primeira diz respeito a locais – estabelecimentos –

turismo, onde relaciono os termos no interior de um efeito metafórico, um efeito de condensação dos sentidos, que denunciam a necessidade material de produção de espaços capazes de viabilizar a inscrição do desejo dos sujeitos LGBT, censurados pela ideologia dominante, em detrimento da possibilidade de esses sujeitos ocuparem, serem e estarem em quaisquer espaços possíveis para quaisquer pessoas.

Por esse motivo, sendo incapazes de renunciar ao desejo e ocuparem a cidade com seus afetos, os sujeitos deslocam suas pulsões para objetos que lhe permitam sua gratificação de forma parcial. Dessa forma, identificam na segunda teia parafrástica mencionada, LGBT – arco-íris – gay, o corte metonímico que cola o significante do desejo primordial aos locais, aos estabelecimentos e ao Turismo. É importante frisar que a transposição do desejo primordial para outros objetos é uma dissimulação do eu, em razão de sua submissão ao Outro.

Nesse sentido que trato de uma alienação do sujeito pela fetichização do desejo inconsciente. O fato de que se dissimula a materialidade dos sujeitos LGBT e se transformar o produto de seu trabalho inconsciente em mercadoria consumível, onde o valor de sua (r)existência é apagado diante do valor do seu *pink money*.

5 RE(IN)SISTÊNCIAS DE UMA PESQUISA-(R)EXISTÊNCIA

Nestas considerações finais, deixo alguns apontamentos que, a partir do meu olhar sobre o trabalho realizado, permanecem re(in)sistindo nele. Também proponho registrar a relevância de ter posicionado não apenas o meu lugar de fala no interior do texto, mas sobretudo de ter posicionado o texto no interior do campo de estudos do Turismo e a razão pela qual a Análise de Discurso contribuiu nesse processo. Também realizo algumas considerações sobre o lugar do sujeito nos estudos do Turismo, retomando em sua crítica o papel central de ruptura com a ideologia. Por fim, trago algumas considerações que decorrem da análise da campanha discursivizada e os caminhos possíveis decorrentes dessa análise.

Muitos foram os fios que me atravessaram ao longo deste trabalho e também na caminhada pelo curso de mestrado. Muitos foram os atravessamentos realizados neste trabalho, por vezes de forma sublimatória, no sentido de (re)inscrições dolorosamente persistentes e necessárias. Antes de identificar a possibilidade de inscrição na pesquisa e no ativismo, fui identificado como sujeito e como LGBT. Isso teve desdobramentos na minha vida e no meu percurso, independente das posições que ocupei e dos caminhos que percorri. Minha trajetória de vida se desdobrou na minha pesquisa e isso foi o que me mobilizou a insistir por e através dela.

A convocação realizada pela minha re(in)sistência de ser e existir enquanto lugar de produção de conhecimento, para além de todas as censuras, enclausuramentos e violências, foi o que me fez tomar de assalto essa posição e esse posicionamento. O discurso da ideologia dominante não prevê a possibilidade dessa inscrição. Por isso mesmo, ele antecipa as imagens que nos representam no imaginário, para inviabilizar as nossas re(in)sistências em (r)existir por nós mesmos. Por isso Pêcheux nos alertava sobre um lugar que fala do sujeito e fala ao sujeito, antes de o sujeito dizer que fala.

A possibilidade de expor esse modo de funcionamento do discurso se insurge não apenas como a possibilidade de situar o sujeito na ideologia e no discurso, mas permite refletir sobre o lugar do sujeito na produção de linguagem, de cultura, de conhecimento, mas principalmente sobre o lugar do sujeito na produção do Turismo. Esse é aquele que considero o principal motivo pelo qual a Análise do Discurso se mostrou relevante na consecução deste trabalho. Para além das rupturas

paradigmáticas, ideológicas e epistemológicas que ela impõe ao Turismo, essa necessidade de (re)inversão e retomada do processo de produção de um instrumento anteriormente à reprodução de um objeto, uma vez que não há ruptura sem reelaboração do mal-estar.

É preciso, com isso, re-ocupar o lugar da crítica no Turismo a partir do reconhecimento de um processo histórico que não rompeu com sua ideologia fundadora e que, portanto, não rompeu com o discurso que fala do sujeito antes que o sujeito fale. Não rompeu com esse lugar que enuncia a motivação de viagem do sujeito como uma necessidade de fugir, de se libertar, de partir para a busca de si mesmo, etc., e que não questiona o porquê de o sujeito precisar fugir, se libertar e se encontrar. É preciso re-ocupar o lugar da crítica no Turismo a partir do reconhecimento de um processo histórico que o forjou como um não-lugar para o sujeito. Não há Turismo sem interpelação e não há interpelação sem identificação, o sujeito é interpelado em turista e é assim que o deslocamento faz sentido.

Ao mesmo tempo em que o discurso no campo do Turismo atribui ao sujeito a motivação para viajar, um comportamento e perfil de consumo, nega ao sujeito a possibilidade de inscrição do seu desejo. Nega porque antecipa não só a projeção dessa motivação, comportamento e perfil, mas porque a partir disso diz onde o sujeito pode desejar e gozar, dissimulando a própria realidade do sujeito e também a realidade dos locais que serão visitados por ele.

Nessa direção, a segmentação de mercado constrói um perfil de turista como uma forma de falar do sujeito, de interpela-lo, de identifica-lo. A imagem que o Outro oferece ao sujeito para dizer aquilo que o sujeito precisa ser para ser amado, aceito, respeitado, não violentado. Essa projeção não passa de uma imagem, que não produz real, mas pode ser ressimbolizada a partir dele. Esse é o choque que buscamos aqui. A não ser que a academia compreenda o Turismo exclusivamente como uma atividade econômica de distribuição de capital ao redor do planeta, não há outra via se não romper com a assimilação dos discursos produzidos pelo mercado em detrimento da própria capacidade de produzi-los.

Comumente, as produções científicas subsidiadas por modelos de pesquisas lógico-matemáticas, de oferta e demanda, não problematizam os discursos que falam acerca dos serviços ofertados ao turista LGBT, apenas que é vantajoso lhes ofertar algum tipo de serviço. Ao contrário disso, questiono a academia e o mercado: qual o

tipo de atividade, serviço ou produto não pode ser ofertado a mim por eu me relacionar afetiva e sexualmente com alguém do mesmo sexo ou por eu ter uma expressão/identificação de gênero diferente daquela instituída e padronizada?

Penso que se é ofertado a mim sexo é porque há o entendimento de que eu demando por sexo. E se eu demando por sexo é porque algo o censura em mim. Se há a oferta de sexo para um segmento de mercado, significa que há o reconhecimento de uma demanda por sexo contingenciada por esse mesmo mercado. Um pouco mais além, se há a oferta de sexo para um segmento específico, que é o LGBT, significa dizer que a população LGBT tem como uma de suas especificidades o sexo reprimido por algo/alguém.

Nesse sentido, o deslizamento sobre a demanda transborda para a oferta, sugerindo a essa questão que há uma oferta que demanda pela repressão da sexualidade, caso contrário deixaria de significar e significar-se. Essa reflexão implica um último questionamento em aberto: **a que(m) interessa a controle, a censura e a repressão sexual LGBT?**

A questão da sexualidade LGBT está intrinsecamente ligada ao jogo de forças ideológico de dominação sobre esses sujeitos, inclusive através do Turismo. Este último, *a priori*, contribui para a reprodução das relações de produção que representam uma ideologia dominante, cujo projeto de manutenção de poder se dá sobre a exploração da força de trabalho e dos meios de produção. O funcionamento do Turismo enquanto aparelho ideológico de Estado pode ser constatado através da análise dos modos de interpelação dos sujeitos no/pelo discurso turístico.

Não se trata, portanto, quando proponho a problematização do Turismo LGBT, de negar a busca pelo prazer sexual por sujeitos LGBT, mas problematizar a produção dessa demanda, como uma forma de controle sexual do sujeito LGBT. De problematizar a interpelação desses sujeitos em turistas pela apropriação de suas próprias produções psíquicas, culturais, sociais, históricas, etc.

A alienação do sujeito LGBT pela fetichização do seu desejo inconsciente. Desejo da ordem do não-sabido, do não-dizível e, portanto, do dissimulável. A fantasia que esconde a impossibilidade de realização desse desejo é, precisamente, aquilo que o faz desejar. Nesse jogo dialético, o sujeito se assujeita em nome de uma promessa de gozo, que é da ordem do espetáculo. Ou seja, da ordem da separação

total desse sujeito de sua realidade, como se cada sujeito vivesse no seu *Show de Truman* particular.

É necessário, portanto, refletir, problematizar e re teorizar não apenas a construção do sujeito que se desloca, mas também a produção do deslocamento, entendido como condição última para o Turismo. É preciso perceber, por exemplo, que o lugar de enunciação do discurso turístico, na trama simbólica instituída pelo jogo das formações imaginárias, mobiliza os sentidos a partir dos quais a oferta turística sempre irá antecipar e projetar a imagem do sujeito a que se dirige o enunciado. Que essa antecipação é a fetichização do desejo inconsciente desse sujeito alienado em consumidor. Fetiche que roteiriza, segmenta, oferta, motiva, etc. Desprendido do seu real, o sujeito é aprisionado num roteiro ficcional que se retroalimenta de uma módica reprodução.

REFERÊNCIAS:

- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado (AIE). 9.ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2003.
- ALTHUSSER, Louis. **Sobre a reprodução**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.
- ANGELI, Erika A. Turismo GLS. In: ANSARAH, Marília G. R. (org.). **Turismo**: segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 1999, p. 183-208.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. 3.ed. São Paulo: Papirus, 2003.
- BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 37.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- BENTO, Berenice. Queer o quê? Ativismo e estudos transviados. **Cult: Revista Brasileira de Cultura**, São Paulo, v. 19, n. 6, p. 20-24, jan. 2016.
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. 11.ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.
- BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 6583, de 16 de outubro de 2013. Dispõe sobre o Estatuto da Família e dá outras providências. **Projetos de Lei e Outras Proposições**. Brasília. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=597005>>. Acesso em: 02 dez. 2015.
- BRASIL. Congresso. Senado. Projeto de Lei Complementar nº 122, de 14 de dezembro de 2006. **Diário do Senado Federal**. Brasília, 15 dez. 2016. n. 224, p. 38854-38858.
- BRASIL. Embratur. Ministério do Turismo. **Embratur divulga Brasil como destino turístico LGBT na Espanha**. 2014. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Embratur_divulga_Brasil_como_destino_turistico_LGBT_na_Espanha.html>. Acesso em: 08 abr. 2015.
- CAMPOS, Luciene Jung de. **Imagens à deriva**: interlocuções entre a arte, a psicanálise e a análise do discurso. 2010. (157 pág.) Tese (Doutorado em Letras) - Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2010.

CNJ. Conselho Nacional de Justiça. Resolução nº 175, de 14 de maio de 2013. Dispõe sobre a habilitação, celebração de casamento civil, ou de conversão de união estável em casamento, entre pessoas de mesmo sexo. **Diário da Justiça**. Brasília, 15 maio 2013. n. 89, p. 2. Disponível em: <<http://www.cnj.jus.br/busca-atos-adm?documento=2504>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FERREIRA, Maria Cristina L. Análise do Discurso e suas interfaces: o lugar do sujeito na trama do discurso. **Organon**, Porto Alegre, v. 24, n. 48, s/p, 2010. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/organon/article/view/28636>>. Acesso em: 09 maio 2015.

FREUD, Sigmund. **A interpretação dos sonhos I (1900)**. Rio de Janeiro: Imago, v. 4, 1996a. (Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud).

FREUD, Sigmund. **Os chistes e a sua relação com o inconsciente (1905)**. Rio de Janeiro: Imago, v. 8, 1996c. (Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud).

FREUD, Sigmund. **Sobre a psicopatologia da vida cotidiana (1901)**. Rio de Janeiro: Imago, v. 6, 1996b. (Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud).

GASTAL, Susana. **Alegorias urbanas: o passado como subterfúgio**. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2006.

GASTAL, Susana. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

GGB. Grupo Gay da Bahia. **Assassinato de homossexuais (LGBT) no Brasil: relatório 2013**. Salvador: Grupo Gay da Bahia, 2013. 21 p. Disponível em: <<https://homofobiamata.wordpress.com/estatisticas/relatorios/2013-2/>>. Acesso em: 18 fev. 2016.

GGB. Grupo Gay da Bahia. **Assassinato de homossexuais (LGBT) no Brasil: relatório 2014**. Salvador: Grupo Gay da Bahia, 2014. 17 p. Disponível em: <<https://homofobiamata.wordpress.com/estatisticas/relatorios/2014-2/>>. Acesso em: 18 fev. 2016.

GUIYA EDITORA. **Quem Somos**. Disponível em: <<http://www.guiagaysaopaulo.com.br/1/quem-somos.htm>>. Acesso em: 17 nov. 2015a.

GUIYA EDITORA. **Trae tus colores**. Disponível em: <<http://www.traetuscolores.com/>>. Acesso em: 13 abr. 2015b.

GUIYA EDITORA. **Trae Tus Colores: Turismo LGBT (español)**. 2014. folheto. 24 p. Disponível em: <http://issuu.com/guiya-editora/docs/turismo_lgbt_brasil_espa__ol/1>. Acesso em: 13 abr. 2015.

HENRY, Paul. Os fundamentos teóricos da “análise automática do discurso” de Michel Pêcheux (1969). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (org.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 5.ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2014. p. 11-38.

HERBERT, Thomas. Observações para uma teoria geral das ideologias. **RUA**, Campinas, SP, v. 1, n. 1, p. 63-89, jul. 1995. Disponível em: <<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8638926>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro S. **Grande Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

INDURSKY, Freda. Unicidade, desdobramento, fragmentação: a trajetória da noção de sujeito em Análise do Discurso. In: MITTMANN, Solange; GRIGOLETTO, Evandra; CAZARIN, Ercília (Org.). **Práticas Discursivas e Identitárias: Sujeito & Língua**. Porto Alegre, Nova Prova, PPG-Letras/UFRGS, 2008, p. 9-33.

KEHL, Maria Rita. O espetáculo como meio de subjetivação. **Concinnitas**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 26, p.71-85, jul. 2015. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/concinnitas/article/view/20102>>. Acesso em: 09 dez. 2016.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. 3.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LACAN, Jacques. A instância da letra no inconsciente ou a razão desde Freud. In: LACAN, Jacques. **Escritos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998a, p. 496-533.

LACAN, Jacques. O estádio do espelho como formador da função do eu: tal como nos é revelada na experiência psicanalítica. In: LACAN, Jacques. **Escritos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998b, p. 96-103.

LACAN, Jacques. O Familiar. In: LACAN, Jacques. **O Seminário, Livro 5: as formações do inconsciente (1957-1958)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999, p. 11-29.

LACAN, Jacques. **O seminário, livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise (1964)**. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

LACAN, Jacques. **O seminário, livro 8: a transferência (1960-1961)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

LANZARINI, Ricardo. A viagem liberadora: para além das fronteiras sociais das sexualidades. **Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade**, Caxias do Sul, v. 5, n. 4, p.548-558, dez. 2013. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2138>>. Acesso em: 11 abr. 2016.

- LAUREANO, Pedro Sobrino. Contribuições da psicanálise para a reconstrução da crítica à ideologia. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 20, n. 3, p.471-482, 30 set. 2015. Universidade Estadual de Maringá. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/PsicolEstud/article/view/28184>>. Acesso em: 13 dez. 2016.
- MALDIDIER, Denise. Elementos para uma história da análise do discurso na França. In: ORLANDI, Eni P. (org.) et al. **Gestos de leitura**: da história no discurso. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1994, p. 15-28.
- MARIANI, Bethania. Um imaginário e outros. In: GRIGOLETO, Evandra; DE NARDI, Fabiele S (org.). **A Análise do discurso e sua história**: Avanços e perspectivas. Campinas, SP: Pontes, 2016, p. 35-47.
- MISKOLCI, Richard. Não somos, queremos: reflexões queer sobre a política sexual brasileira contemporânea. In: COLLING, Leandro (Org.). **Stonewall 40 + o que no Brasil?** Salvador: EDUFBA, 2011. p. 37-56.
- MOESCH, Marutschka M. **A produção do saber turístico**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2002.
- OLIVEIRA, Luciano A. **Turismo para Gays e Lésbicas**: uma viagem reflexiva. São Paulo: Roca, 2002.
- ORLANDI, Eni P. A casa e a rua: uma relação política e social. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 36, n. 3, p. 693-703, 2011.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 9.ed. Campinas, SP: Pontes, 2010.
- ORLANDI, Eni P. **Cidade dos sentidos**. Campinas, SP: Pontes, 2004.
- PALCO COMPARSARIA PRIMEIRA DE TALENTOS. **Quem Somos**. Disponível em: <<http://palcocomparsaria.com.br/quem/>>. Acesso em: 16 nov. 2015.
- PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 5.ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2014a, p. 59-158.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 5.ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 2014b.
- PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 5.ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2014, p. 159-250.

PLATERO, Raquel. Transexualidad y agenda política: una historia de (dis)continuidades y patologización. **Política y Sociedad**, Madrid, v. 46, n. 1-2, p.107-128, 2009. Disponível em: <<https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0909130107A>>. Acesso em: 02 mar. 2017.

SANTOS FILHO, João dos. **Ontologia do turismo: estudos de suas causas primeiras**. Caxias do Sul: Educs, 2005.

SILVEIRA, Paulo. A interpelação ideológica: a entrada em cena da outra cena. **A Peste: Revista de Psicanálise e Sociedade e Filosofia**, São Paulo, v. 2, n. 1, p.167-182, jun. 2010. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/apeste/article/view/12080>>. Acesso em: 30 mar. 2016.

SOARES, Alexandre Sebastião Ferrari. **A homossexualidade e a AIDS no imaginário de revistas semanais (1985-1990)**. 2006. 235 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-graduação em Letras, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2006. Disponível em: <http://www.bdt.d.ndc.uff.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=835>. Acesso em: 24 jan. 2017.

TADIOTO, Mateus Vitor. **O lugar discursivo do sujeito no segmento turístico GLS**. 2016. 103 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Turismo e Hospitalidade, Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/1679>>. Acesso em: 24 fev. 2017.

TREVISAN, João S. Turismo e orientação sexual. In: BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Social: diálogos do Turismo, uma viagem de inclusão**. Rio de Janeiro: IBAM, 2006. p. 139-177.

TRIGO, Luiz G. G. Ascensão do prazer na sociedade atual: Turismo GLS. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília G. R. (org.). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009. p. 141-163.

VIEIRA JUNIOR, Astor. Do altar para as ruas: luta, resistência e construção identitária de gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros. **Revista Bogoas**, n. 02, p. 171-190, 2008. Disponível em <<http://www.cchla.ufrn.br/bagoas/edic02.html>>. Acesso em 23 mar. 2016.

ŽIŽEK, Slavoj. **Eles não sabem o que fazem: o sublime objeto da ideologia**. Rio de Janeiro: Jorge. Zahar Editor, 1992.

**ANEXO A – CAPA DA CAMPANHA PROMOCIONAL “¡TRAE TUS COLORES!”,
COM INDICAÇÃO DE SD1, SD2 E SD3:**



ANEXO B – PÁGINA 2 DA CAMPANHA PROMOCIONAL “¡TRAE TUS COLORES!”, COM INDICAÇÃO DE SD4:



SD4

La diversidad en Brasil está presente en la música, la gastronomía, la geografía, la cultura y en su gente. Muy orgullosos de esa pluralidad, lo invitamos a conocer un país alegre, moderno y grandioso.

Somos una de las mayores economías del mundo, una sólida democracia, con bellezas naturales y grandes ejemplos de la creatividad humana en varias áreas.

Las ciudades de Rio de Janeiro, Brasília y Belo Horizonte son pruebas de ese país fuerte, encantador y cada vez más inclusivo.

Somos una nación de colores, del arcoíris, símbolo internacional del segmento LGBT. Y será un gran honor recibir su energía. su diversidad. en fin. ¡sus colores!

 No tirar en vía pública

**ANEXO C – PÁGINA 3 DO FOLHETO PROMOCIONAL “¡TRAE TUS COLORES!”,
COM INDICAÇÃO DE SD5, SD6 E SD7:**



SD6

Marcha Nacional contra Homofobia

SD5

AVANCES EN DERECHOS LGBT

Brasil es el mayor país del mundo donde el casamiento entre homosexuales fue legalizado, y este es uno de los más recientes derechos alcanzados por el segmento LGBT. Mutualistas deben incluir compañeros del mismo sexo, el Impuesto a la Renta puede ser declarado por parejas de hombres o mujeres, las cirugías de readecuación de sexo para transexuales se realizan por medio del sistema público de salud.

Los desafíos son grandes, pero los avances están claros. Algunos Estados y varias ciudades cuentan con leyes contra la homofobia y servicios de denuncia de discriminación. En el ámbito federal, está el Disque 100 (servicio telefónico en defensa de los derechos humanos). Además, es creciente el número de secretarías de gobierno dedicadas a la defensa de la ciudadanía LGBT.



Casamiento colectivo entre homosexuales en Río de Janeiro



Acción em la playa de Ipanema por la ciudadanía LGBT

SD7

ANEXO D – PÁGINA 22 DO FOLHETO PROMOCIONAL “;TRAE TUS COLORES?”, COM INDICAÇÃO DE SD8:

SUS GUÍAS ARCOÍRIS

SD8

¡Las opciones de locales LGBT son muchas! Saunas, clubs, tiendas, bares, cafeterías... Para pasar increíbles momentos en Brasília, Belo Horizonte (BH) y Rio de Janeiro, se ofrecen guías completas impresas conteniendo mapas, descripciones, precios y horarios de funcionamiento de los establecimientos arcoíris.

¡Y más aún! Las ciudades de Florianópolis (Floripa), Salvador, Recife y San Pablo también cuentan con esas guías impresas. Todas forman parte de la primera red nacional de guías de turismo gay en Brasil. lanzamiento de la Guiva Editora.

Guia Gay BH
www.gulagaybh.com.br

Guia Gay Floripa
With English guide

Guia Gay Salvador

Guia Gay Recife
With English guide