

## **Turismo brasileiro: redes de poder e dispositivo da sexualidade em campanha publicitária**

Brazilian tourism: power networks and sexuality device in advertising campaign

Renata Kelen da Rocha<sup>1</sup>  
Universidade Estadual de Maringá – UEM  
renatarocha852@gmail.com

Pedro Navarro<sup>2</sup>  
Universidade Estadual de Maringá – UEM  
navarro.pl@gmail.com

Marisa Corrêa Silva<sup>3</sup>  
Universidade Estadual de Maringá – UEM  
mcsilva5@uem.br

**RESUMO:** Este estudo propôs-se à análise de dois enunciados – do Estado de Alagoas e do Maranhão –, que integraram uma campanha publicitária fomentada por órgãos governamentais brasileiros, como comentários a um pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro, que incitou discursos sobre o “turismo sexual” no Brasil. Com referência em Foucault (2009a, 2009b), discutiu-se a ação do dispositivo da sexualidade, o poder, compreendido como uma multiplicidade de correlações, e os sistemas de dispersões, com foco na apropriação da imagem do corpo da mulher brasileira. A análise dos enunciados em questão mostrou um campo de saber-poder com complexas ambiguidades, principalmente no que diz respeito ao que é lícito e ao que é ilícito; bem como a presença de lacunas, silêncios e silenciamentos, invisibilidades, possíveis negações, tabus e preconceitos.

**Palavras-chave:** Redes de poder; Dispositivo da sexualidade; Campanha publicitária.

**ABSTRACT:** We did an analysis of two assertions – the Alagoas and Maranhão states – that incorporate an advertising campaign, fomented by Brazilian Governmental Body, in response to the president Jair Bolsonaro statement, that have incited discourses about the “sex tourism” in Brazil. Based on Foucault (2009a; 2009b), we discussed the sexuality device action, the power as correlation multiplicities, and the dispersion systems, focusing on the appropriation of the body image of Brazilian women. After that, the analysis of the statements in question showed a knowledge-power field with complex ambiguities, specially concerning to what is licit and what is illicit; gaps, silence and silencing, invisibility, possible denials, taboos and prejudice.

**Keywords:** Power Networks; Sexuality device; Advertising campaign.

---

<sup>1</sup> Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá (UEM/CAPES).

<sup>2</sup> Docente na Graduação em Letras e no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá (PLE-UEM).

<sup>3</sup> Docente na Graduação em Letras e no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá (PLE-UEM).

## 1 Introdução

As reflexões teórico-analíticas realizadas neste texto têm como objetivo descrever o discurso produzido em duas peças publicitárias de um conjunto de enunciados acerca de uma campanha<sup>4</sup> fomentada por órgãos governamentais brasileiros, em resposta à seguinte fala do presidente Jair Bolsonaro, à época integrante do PSL – Partido Social Liberal: “quem quiser vir aqui fazer sexo com uma mulher, fique à vontade. Agora, não pode ficar conhecido como paraíso do mundo gay aqui dentro” (O ANTAGONISTA, 2019). Retoma-se, assim, o tema de “turismo sexual”, o que leva as reflexões a discorrerem sobre as relações de força que se apropriam da imagem da mulher brasileira. Outro aspecto destacado da descrição enunciativa feita refere à multiplicidade de pontos de resistência que se apresentaram no campo estratégico das relações de poder, correlacionada às discussões apresentadas por Foucault.

Para o desenvolvimento da análise discursiva proposta, foram utilizados termos conceituais formulados por Foucault (2009a; 2009b), os quais permitiram analisar um conjunto de peças publicitárias, produzidas por instituições governamentais, em 2019, como enunciados atravessados pelo dispositivo da sexualidade, já que, contrariamente ao que se pensava sobre uma possível censura ao sexo, afirmou que, desde o século XVIII, em torno e a propósito do sexo, houve “uma verdadeira explosão discursiva” (FOUCAULT, 2009b, p. 24). No nível dos discursos e de seus domínios, os enunciados sobre o tema proliferaram no campo do exercício do poder, por haver uma incitação institucional para falar sobre ele e dele.

O filósofo francês argumenta que o poder não atuou de maneira essencialmente repressiva nas sociedades ocidentais, mas ampliou e estendeu o domínio sobre o que se podia dizer, focalizando o discurso no sexo, mediante um dispositivo complexo e de efeitos variados. Dessa maneira, o estudioso considera que não se dizia mais ou menos sobre o assunto: falava-se dele de outra maneira, pois eram outras pessoas interagindo, a partir de vários pontos de vista, para obter diferentes efeitos.

Para o autor, talvez os discursos acerca do sexo se limitariam ao escopo da espiritualidade cristã ou à economia dos prazeres individuais, se não tivessem sido apropriados pelos mecanismos de poder, como o campo de “interesse público”. Com isso, cumpriu falar do sexo não como algo que devesse ser condenado ou tolerado, mas sim gerido, inserido em sistemas de utilidade, regulamentado para o bem de todos, funcionando conforme “um padrão ótimo” (FOUCAULT, 2009b, p. 31). Nessa obra, Foucault indicou uma

---

<sup>4</sup> Demais peças foram noticiadas por Angélica Nunes (2019), Allisson Paixão (2019), Felipe Guimarães (2019), Lu Sudré (2019) e Hipernotícias (2019).

multiplicidade de discursos sobre o sexo, produzidos por uma série de mecanismos que operavam em diferentes instituições, regulada por meio de discursos utilitários, no domínio de uma polícia do sexo. Isso se daria nos limites entre o biológico e o econômico, propiciando, por exemplo, campanhas que tentavam fazer do comportamento sexual uma conduta econômica e política. Entre o Estado e o indivíduo, o sexo tornar-se-ia um objeto de disputa, e de disputa pública.

Assim, esta análise dos mecanismos de poder que sequestram o corpo feminino, no conjunto selecionado, foi subdividida em três partes: *A imagem da mulher no Brasil*, na qual apresentou-se um breve percurso histórico sobre a sexualidade feminina; *Um lado da moeda*, quando discorreu-se sobre o enunciado proferido por Jair Bolsonaro, em 2019; e *O outro lado da moeda*, em que se analisou os enunciados produzidos pela Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo do Governo do Estado de Alagoas (MDB) e pelo Governo do Maranhão (PCdoB) em resposta ao atual presidente do Brasil, hoje, sem partido. Por fim, foram realizadas algumas considerações a partir da discussão.

## **2 Desenvolvimento**

### **2.1 A imagem da mulher no Brasil**

Esboçou-se neste item um breve percurso histórico para retomar apontamentos acerca da construção da imagem da sexualidade feminina no Brasil colonizado. Sem pretender uma marcação de origem ou admitir uma continuidade histórica, essa parte é importante, pois, como destacou Foucault (2009b, p. 91), é no campo de correlações de força “que se deve tentar analisar os mecanismos de poder”, no qual se destaca uma coleção de fatos de discurso, que permite a repetição, o esquecimento, a transformação, o apagamento etc., no jogo de sua instância. Para o filósofo francês, antes de relacionar um corpo de enunciados para análise, seria preciso compreendê-lo na estreiteza e na singularidade de sua situação, determinando as condições de sua existência, fincando os seus limites de forma justa e estabelecendo as suas correlações com outros enunciados para mostrar quais seriam excluídos.

Por isto, é interessante destacar, que, desde a colonização, em cartas, em relatos de viagem (muitas vezes escritos a partir de más interpretações de observadores superficiais que desfiguravam os costumes dos povos indígenas da época), em gravuras, em pinturas etc., a mulher brasileira foi associada à libertinagem, ao ser descrita e imaginada como sujeito

extremamente sexual, por se “entregar” aos colonizadores, de maneira “ardente”, esfregando-se “nas pernas desses que supunham deuses. Davam-se ao europeu por um pente ou um caco de espelho” (FREYRE, 2006, p. 161).

A mulher foi ainda parte de um projeto econômico que visava um crescimento orgânico, homogêneo e ao desaparecimento do antagonismo latente das raças, por meio de sua gestação com homens livres europeus (NABUCO, 2000). Além de lhe inserir em um projeto civilizatório que favorecesse os “matrimônios entre índios e brancos, e mulatos” (SILVA, 2000, p. 53), bem como de “animar por todos os meios possíveis os casamentos dos homens brancos e de cor com as índias, para que os mestiços nascidos tenham menos horror à vida agrícola, e industrial” (SILVA, 2000, p. 63), foi defendido, com isso, que “o mulato deve ser a raça mais ativa e empreendedora, pois reúne a vivacidade impetuosa e a robustez do negro com a mobilidade e sensibilidade do europeu” (SILVA, 2000, p. 64).

A sexualidade apareceu como um ponto de passagem particularmente denso entre as relações de poder (entre homens e mulheres, administração e população etc.), que pode servir como ponto de apoio e/ou de articulação às mais variadas estratégias (FOUCAULT, 2009b). Com vista nisso, seria possível pressupor que a sexualidade da mulher deveria ser gerida, comandada, prevista, sendo, inclusive, atravessada por questões étnicas e raciais, até porque, no Brasil, sob o mando de senhores e senhoras, as mulheres escravizadas eram obrigadas “a vender seus favores, tirando [...] os meios de subsistência” (FREYRE, 2006, p. 538), sendo, então, “o grosso da prostituição, formaram-no as negras, exploradas pelos brancos [...]” (FREYRE, 2006, p. 538). Daí os relatos sobre um Brasil colonizado ter sido um lugar onde “a mulher morena tem sido a preferida dos portugueses para o amor, pelo menos o amor físico” (FREYRE, 2006, p. 72).

Freyre (2006) lembrou o ditado: “Branca para casar, mulata para f..., negra para trabalhar”, o qual reforçava o convencionalismo social de uma pretensa superioridade da mulher branca e a inferioridade da negra, bem como a preferência sexual pela mulata, muitas das vezes cultuada até pelo lirismo amoroso: “a glorificação da mulata, da cabocla, da morena celebrada pela beleza dos seus olhos, pela alvura dos seus dentes, pelos seus dengues, quindins e embelegos” (FREYRE, 2006, p. 72). Segundo o autor de *Casa-Grande e Senzala*, era natural que os europeus, surpreendidos por uma moral sexual tão diversa da deles, concluíssem que houvesse uma extrema luxúria por parte dos indígenas. Contudo, como destacou o estudioso, dos dois povos, o conquistador talvez fosse o mais luxurioso.

A partir deste breve percurso histórico, foi possível questionar se as proposições que integram a análise deste artigo poderiam estar relacionadas a esse referente, pois é suposta

uma utilização do saber que cerca o corpo colonizado das mulheres brasileiras em táticas atuais, o que poderia contribuir para determinar a que se referiria um enunciado e qual seria o seu espaço de correlações (FOUCAULT, 2009a). Isso porque os discursos se materializam em enunciados que circulam em uma sociedade, regulada por uma ordem discursiva, a qual dispõe que nem tudo pode ser dito, propiciando um efeito de raridade, enquanto o que pode ser dito compõe um arquivo inapreensível. Já a possibilidade de dizer decorre do domínio da memória, o que possibilita olhar para um sujeito historicamente construído (FOUCAULT, 2009a). Dessa maneira, historicamente, “desenvolveram-se *sociedades disciplinares*, nas quais o poder exercido sobre os corpos obedece a técnicas e mecanismos que organizam o sistema de poder e de submissão (GREGOLIN, 2003, p. 99), afinal, é sobre os corpos que o poder impõe as obrigações, limitações e proibições (GREGOLIN, 2003).

Além disso, a função enunciativa se caracteriza pelo novo da historicidade que “evoca um já dito”. Segundo Foucault, “o novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta” (FOUCAULT, 1996, p. 26), a qual faz aparecer um enunciado como um objeto específico e paradoxal, mas também como um objeto entre os muitos que o sujeito produz, manipula, utiliza, transforma, troca, combina, decompõe e recompõe, além de, eventualmente, destruir. O enunciado, ao mesmo tempo que surge em sua materialidade, aparece com um *status*, entra em redes e coloca-se em campos de utilização (FOUCAULT, 2009a). É, inclusive, oferecido a transferências e a modificações possíveis, integrado em operações e em estratégias, em que uma identidade se mantém ou se apaga. Realizado este percurso, a seguir é apresentado o enunciado produzido por Jair Bolsonaro em entrevista, delineando-se a problemática encontrada nele, que resultam os comentários de outras instituições governamentais que, recortados, figuram como objetos de análise deste artigo.

## 2.2 Um lado da moeda

A partir dos dizeres anteriores, considerou-se uma entrevista de Jair Bolsonaro, publicada em 25 de abril de 2019, pelo *site Huffpost Brasil*, escrita por Martinelli (2019). Em encontro com jornalistas no Palácio do Planalto, a autoridade declarou que o Brasil “não pode ser o país do turismo gay”, porque “temos famílias” (MARTINELLI, 2009). De acordo com Matais (2019), em uma publicação do Estadão, Bolsonaro abordou essa questão ao comentar a decisão do Museu Americano de História Natural, de Nova York, de não sediar o evento realizado em sua homenagem, devido às pressões ocorridas nas redes sociais.

De acordo com a entrevista do atual presidente, o veto ocorreu por ele se identificar com uma pauta conservadora desde 2009, quando criticou o “kit gay”: “em novembro de 2009 eu comecei a tomar pancada do mundo todo quando eu acusei o ‘kit gay’. Eu comecei a assumir essa pauta conservadora. Essa imagem de homofóbico ficou lá fora” (MATAIS, 2019). Porém, para ele, manter essa postura não é algo que prejudicaria possíveis investimentos externos. Para completar a cobertura, o portal O Antagonista, que também estava presente no evento, em Brasília, publicou que o presidente considerava que: “quem quiser vir aqui fazer sexo com uma mulher, fique à vontade. Agora, não pode ficar conhecido como paraíso do mundo gay aqui dentro” (O ANTAGONISTA, 2019).

Ao formular estes dizeres, Jair Bolsonaro não assumiu apenas uma pauta conservadora e contrária ao sexo homossexual, considerada homofóbica, como também se posicionou em rivalidade ao “politicamente correto”, reforçando a imagem da mulher como disponível para o homem estrangeiro. Essa construção discursiva contraria, explicitamente, os discursos defendidos pela população que se opõe ao governo de extrema-direita. Em um jogo discursivo, Bolsonaro assume alguns acontecimentos, como: 1) existe, no Brasil, um “turismo sexual”; 2) o turismo sexual engloba mulheres e outros gêneros; 3) um é lícito (e permitido), outro não. Além disso, ao dizer que o país não pode ser conhecido pelo “turismo gay”, justificando com “temos família”, ele assumiria a possibilidade da prática, insinuando que a “família” não se ofenderia com uma possível comercialização do corpo feminino da outra (como quando o senhor e a senhora induziam as mulheres escravizadas a se prostituírem para a sua subsistência). Ao contrário, é como se isso fosse uma prática somente prazerosa, principalmente para o homem estrangeiro, como que em um paraíso, sem considerar questões como classe, gênero e raça, que atravessam a questão.

Com este movimento, não foi visível um rompimento com uma possível correlação discursiva, que remeteria à prática do sexo com mulheres visando um projeto cívico ou econômico, promovida, talvez, por um dispositivo de aliança (matrimônio, fixação e desenvolvimento dos parentescos, vínculo entre parceiros com *status*), mas, sim, contra-ataca o dispositivo da sexualidade, cuja razão de ser é a de proliferar, inovar, anexar, inventar, penetrar os corpos de maneira cada vez mais detalhada e controlar as populações de modo cada vez mais global, do sexo-desejo, instaurando uma inversão tática que opõe corpos, prazeres e saberes. O que pode ser visto ainda como uma dispersão no discurso de Bolsonaro é que não houve uma preocupação de esconder o tema, pois, em lugar do recato da linguagem, do melindre, da modalização, ocorreu o uso deliberado e, de certa maneira, explícito, de aparelhos para dele se falar, para fazê-lo falar, para registrar, transcrever e redistribuir o que

se diz sobre ele (FOUCAULT, 2009b). Assim, o enunciado transcrito acionou representações que constituem o imaginário social, as quais constroem uma história do presente, a partir de acontecimentos com signos do passado, para se resgatar uma memória e estabelecer-se ou manter-se um imaginário (GREGOLIN, 2003).

Segundo Foucault (2009b), é pelo sexo, pelo ponto imaginário fixado pelo dispositivo da sexualidade, que todos deveriam ter o acesso à sua inteligibilidade, à totalidade de seu corpo, em síntese, à determinada posição de subjetividade face à vontade de verdade do indivíduo que assume tal posição. Ao instituir essa inversão tática ao dispositivo da sexualidade, o Estado conservador de direita, apoiado também por micropoderes, atuou atravessado por uma rede de poderes complexos que o constitui, que comanda o que deve ser dito ou não, praticado ou não, no campo da sexualidade. Esse movimento legitima estratégias que não fazem morrer, mas devolvem à morte os que são considerados uma espécie de “perigo biológico para os outros” (FOUCAULT, 2009b, p. 150), interditando ações de políticas públicas, propiciadas tanto pela proteção dos direitos humanos (poder jurídico), quanto pelas ações médicas de prevenção (poder médico), e reduzindo esse corpo a questões econômicas, ao estereotipar o corpo da mulher, como um simulacro despido de vontade e ofertado ao prazer do outro.

O problema então não é a negação do dispositivo de aliança, mas, apesar de imbricados, o contra-ataque ao da sexualidade. Historicamente, o problema que se colocou, primeiramente, era o sexo como suporte de relações, de comércio do que era permitido ou proibido; depois, pouco a pouco, passou-se à problemática da relação para a da “carne”, ou seja, a do corpo, da sensação, da natureza do prazer, dos movimentos mais secretos, das formas mais sutis do desejo e do consentimento. Nesse momento, é de suma importância a célula familiar, como acionada pelo presidente, já que ela permitiria, assim como já permitiu, o desenvolvimento dos principais elementos desse dispositivo (FOUCAULT, 2009b).

Para o filósofo francês, não se deve entender a família como uma estrutura social, econômica e política de aliança que exclui a sexualidade ou que a refreia, atenua e retém apenas a função útil, porque é ela que garante também a produção de uma sexualidade não homogênea aos privilégios da aliança, permitindo que os sistemas de aliança sejam atravessados por novas táticas de poder, mesmo que isso signifique dizer: “quem quiser vir aqui fazer sexo com uma mulher, fique à vontade”. Ela é o permutador da sexualidade com a aliança: transporta a lei e a dimensão do jurídico para o dispositivo de sexualidade (negado aos homossexuais), e a economia do prazer e a intensidade das sensações para o regime da aliança (“destinado” para as mulheres, em prol de homens estrangeiros).

Vale destacar, a esse respeito, as discussões feitas por Foucault (2019) sobre a família e sobre um tema que mostra haver um laço de continuidade entre nossa sociedade atual, a antiguidade greco-romana e os primeiros séculos do cristianismo: a figura da mulher como companheira do homem. Trata-se de uma ética, segundo a qual o casamento (as relações entre esposos, a constituição e a manutenção da família em torno do casal) é uma das questões centrais, haja vista sinalizar para o fato de ser a peça que liga uma existência ascética à vida mundana.

Foucault (2009b) destacou que o poder é uma multiplicidade de correlações de força imanescentes ao seu domínio. Como um jogo que, através de lutas e afrontamentos incessantes, é transformado, reforçado e invertido, criar-se-ia um apoio entre as correlações de força e as estratégias nas quais se origina, cujo esboço geral ou cristalização institucional toma corpo nos aparelhos estatais, na formulação da lei, nas hegemonias sociais. Ele observou inclusive que o poder se exerce a partir de inúmeros pontos e em meio a relações desiguais, desequilibradas e móveis, com relações imanescentes e efeitos imediatos (processos econômicos, relações de conhecimentos, relações sexuais).

Para complementar a rede de atuação do poder, em contrariedade à tática exposta pelo governo eleito no Brasil, em 2019, mediante a divulgação das afirmações veiculadas, várias instituições se manifestaram contra uma possível apologia ao turismo sexual explorando a mulher. Elas utilizaram o discurso, conforme salientado por Foucault (2009b), isto é, como um instrumento e efeito de poder e obstáculo, ponto de resistência e ponto de partida de uma estratégia oposta, pois, enquanto o enunciado de Bolsonaro serviu para marcar a sua imagem e o seu projeto de governabilidade, assumidos desde 2009, ao mesmo tempo, o seu discurso indicou o resultado do poder que o atravessa, o que dificulta ainda o abandono de certas memórias e representações: “um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente” (FOUCAULT, 2009a, p. 31). Ele é único, como todo acontecimento, mas está aberto à repetição, à transformação, à reativação, além de que “está ligado não apenas a situações que o provocam, e a consequências por ele ocasionadas, mas, ao mesmo tempo, e segundo uma modalidade inteiramente diferente, a enunciados que o precedem e o seguem” (FOUCAULT, 2009a, p. 32).

Esse enunciado do presidente, posteriormente, foi replicado por instituições governamentais, como o Governo do Piauí; OAB do Mato Grosso; Governo do Estado do Pernambuco, Secretaria da Mulher; Governo do Estado de Alagoas, Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo; Estado do Rio Grande do Norte; Governo do

Maranhão. A seguir, foram analisadas duas peças recortadas desse conjunto, para que se analisasse a articulação de poder e estratégias de afrontamento.

### 2.3 Outro lado da moeda

Com este percurso, pensou-se a sexualidade como o nome que, conforme Foucault (2009b), dado a um dispositivo pertencente a uma grande rede, na qual se encadeiam a estimulação dos corpos, a intensificação dos prazeres, a incitação ao discurso, a formação dos conhecimentos, assim como o reforço dos controles e das resistências, segundo algumas grandes estratégias de saber e de poder.

Vários Estados, seja por meio de instituições governamentais, como Governos do Estado, como o do Piauí, da Bahia, Alagoas e Maranhão (NUNES, 2019; PAIXÃO, 2019; GUIMARÃES, 2019; MARQUES, 2019), assim como pelas instituições jurídicas, como a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) do Mato Grosso, de Alagoas, e da Bahia, esta, por intermédio da Comissão de Proteção aos Direitos da Mulheres (HIPERNOTÍCIAS, 2019; GUIMARÃES, 2019; SUDRÉ, 2019), produziram peças publicitárias em resposta à fala de Bolsonaro. Entretanto, foram selecionadas apenas duas, devido aos possíveis sistemas de dispersão observáveis: a Figura 1, do Estado de Alagoas, por ser publicada, diferentemente das demais, por intermédio da Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo; e a do Maranhão, Figura 2, que, além da frase veiculada, como uma forma comum (o Estado “tal” está à disposição dos turistas. A mulher “desta naturalidade”, não!), apresenta também um complemento imagético. Ambas estão reproduzidas no decorrer deste texto.

Vale destacar que, desde o início dos anos 2000, devido à criação do Plano Aquarela, ocorreu uma sinalização de mudança no *marketing* da Embratur (criada em 1966, durante a ditadura militar brasileira), autarquia especial da pasta do Turismo, responsável pela execução da Política Nacional de Turismo, no que diz respeito a promoção, publicidade e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional. Essa estratégia visava uma reorientação da imagem do país no exterior, pois, por muito tempo, as peças publicitárias do turismo brasileiro incluíram imagens de praias e de corpos femininos, frequentemente parciais (só os glúteos e pernas das modelos, por exemplo) maquiando o governo autoritário que aqui se instalava (KAJIHARA, 2010; MANTOVANI, 2014). Assim, entre 1966 e 1986, as mulheres são o principal “produto turístico” vendido pelos militares.

A Figura 1 ilustra um exemplo de domínio de memória contestado nos enunciados produzidos pelos órgãos institucionais citados anteriormente, que, ao promover o carnaval como uma festividade brasileira, o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), em 1975, centralizou, na fotografia, o corpo da mulher “mulata”, que não era a “negra retinta”, como atrativo, dando visibilidade às suas curvas, enquanto, estruturalmente, ela era invisibilizada em outros momentos.

Figura 1 - Promoção do Carnaval no Brasil, pelo Instituto Brasileiro de Turismo, em 1975



Fonte: Kajihara (2010).

Já a Figura 2 foi também peça publicitária do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), em 1983, cujo conjunto era chamado de “Fly to Brazil” (KAJIHARA, 2010), denotando, claramente, o convite para que o sujeito gringo visitasse o país latino. Há ainda os dizeres “See you there / Brazil”, que, juntos à imagem da mulher, portando um canudo em direção à sua boca, com curvas evidenciadas pelos ângulos sombreados da fotografia, mais contraste entre o tom da pele (bronzada) e o biquini branco, contribuiriam para uma imagem do turismo ao país, cujos atrativos denotam, sem dúvida, o corpo da mulher brasileira. Além disso, o “there”, subentende-se um enunciador que não estaria no Brasil, o que produziria um discurso de autoridade legitimada capaz de convidar um outro, bem como de criar um distanciamento entre aquele que enuncia e aquele que recebe o enunciado. Diferentemente da Figura 1, esta já apresenta uma proximidade com a imagem de um Brasil embranquecido

como produzida, por exemplo, pelas telenovelas, nas quais as pessoas frequentam praias, usam poucas roupas, em um país tropical.

Figura 2 - Material promocional “Fly to Brazil”, da EMBRATUR, de 1983



Fonte: Kajihara (2010).

Mesmo que, após o fim do período militar, houvera uma tentativa de mudar o foco das atrações do país, deslocando-o das mulheres para as belezas naturais e históricas, durante os anos subsequentes, não foram poucos os turistas que desembarcaram no Brasil em busca da terra na qual as mulheres faziam parte dos produtos turísticos a serem consumidos. Historicamente, atribui-se estereótipos de hipererotização às mulheres, o que configuraria a produção de um imaginário social machista, sexista e racista. Assim, “a presença de imagens que vendem o corpo feminino como atrativo turístico foram recorrentes nos diversos espaços discursivos públicos e privados, nacionais e internacionais, fato que fomentou a inclusão do país na rota internacional de turismo sexual” (CAVALCANTE, 2016, p. 14).

Dito isso, na Figura 3, veiculada pela Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo e Governo do Estado Alagoas (MDB), há um novo enunciado que se constrói como

um comentário à fala de Bolsonaro, o qual só é possível que o sujeito o compreenda se se conhecer as condições de emergência que envolveram esse acontecimento. Caso contrário, é apenas uma campanha contra o turismo sexual, defendendo a mulher alagoana. Apesar da tentativa de que haja um sistema de dispersão discursiva com a produção de enunciados aparentemente contestadores, ainda se veicula a imagem da mulher, que, mesmo grafada em marca d'água, quase “invisível”, ainda possui uma posição corporal (ocupando metade da peça, com os cílios exagerados sugerindo olhos semicerrados, pescoço exposto, corpo elevado e boca entreaberta) que poderia denotar uma atitude sedutora, erótica, atrelada aos bens naturais do estado ao fundo.

Figura 3 - Peça publicitária do Governo do Estado de Alagoas



Fonte: Guimarães (2019).

Não há mais, nesta campanha da Figura 3, a mulher bronzeada de biquíni, porém a reformulação dessa memória e da representação discursiva antiga, distribuída pelo órgão responsável, ocorreu sem uma contestação ao turismo sexual insinuado na imagem: apenas nos comentários da rede social censurou-se “todo e qualquer tipo de exploração sexual”. Ocorreu, portanto, nesse enunciado, certa resistência àquela imagem feminina, seminua, como distribuída pela Embratur, em países estrangeiros, mas a imagem introduziu uma ambiguidade: não negou-se completamente a da mulher como “destino turístico”, nem rompeu com o veiculado pelo discurso institucional do turismo, o que poderia favorecer tanto o dispositivo sexual, quanto o econômico.

Ao utilizar-se “exploração sexual”, a questão foi retirada do âmbito do turismo, o que poderia representar um problema de responsabilidade frente à prática. Não houve um embate sobre o turismo sexual em busca da mulher adulta, por se tratar de um tema, como já dito, cheio de percalços e desafios, muito menos a contestação ao turismo sexual de qualquer gênero, o qual, mesmo que tenha sido o tema central da fala de Bolsonaro, não figurou na campanha dos estados. É como se, se falassem sobre isso, o assunto se tornaria real e admitir-se-ia uma responsabilidade atribuída ao órgão, o que demandaria intervenções que afetariam não só a *verdade* vigente como também uma possível forma de movimentar a economia. Assim, relegou-se à figura presidencial a responsabilidade do discurso sexista e homofóbico, enquanto as outras entidades, constituídas pela mesma rede de poder e estratégias econômica e política, poderiam construir um enunciado de resistência, mas sem que houvesse uma transformação substancial da prática discursiva.

É claro que não são os mesmos enunciados nem as mesmas formações que se perpetuam desde a colonização, mas cada um dos objetos do discurso encontraram o seu lugar e a sua lei de aparecimento, dando origem, simultânea ou sucessivamente, a outros objetos que se excluem, sem que ele próprio se modifique. Por isso, um corpo de enunciados e uma coleção de fatos discursivos, sejam os veiculados por intelectuais brasileiros, sejam os da Embratur, junto aos números representativos de dólares gastos por estrangeiros no Brasil e a polarização política do país, acionaram determinadas regras que permitiram a construção de outros enunciados diferentes daqueles, pois, mesmo que tenham desaparecido, mesmo que ninguém fale mais neles ou que tenham sido restaurados, uma língua constitui sempre um sistema para enunciados possíveis, como um conjunto de regras finitas que permitem um número infinito de desempenhos (FOUCAULT, 2009b).

Apesar do estímulo a não se aceitar a apologia do turismo sexual, não se resistiu explicitamente ao discurso do presidente, já que, ao utilizar os dizeres “diga não à apologia ao turismo sexual” (Figura 3), seria como se esse comércio não existisse, fosse apenas uma questão no campo das ideias – que não deve ser incentivada, ou que, se existe, bastaria dizer não, negá-la, que deixaria de existir. Dessa forma, a peça reproduzida acima assumiu o turismo sexual, mas também o negou. Admitiu-o, mas não acatou a responsabilidade de compreender esse fenômeno social, racial e de gênero. Esse jogo discursivo, que imbrica as relações de poder e nega a verdade dominante sem a ela resistir, possui algumas estratégias explícitas: a de divulgar o número \*100, canal utilizado para denúncias, em especial, sobre a exploração de crianças e adolescentes, bem como o de fomentar uma prática politicamente correta, que, de certa forma, colabora também para a manutenção do poder econômico dos

consumidores (estrangeiros ou não) que atribuem importância a isso. Aos que negam, aos que veem o país como um destino sexual exótico ou não se importam com a imagem sexista e homofóbica propagada, a divulgação ficou sob responsabilidade de Bolsonaro.

Figura 4 - Peça publicitária do Governo do Maranhão respondendo à apologia ao turismo sexual



Fonte: Marques (2019).

A Figura 4, selecionada por apresentar um adendo à frase veiculada pela campanha, foi produzida pelo Governo do Maranhão, cujos *slogans* são “Um governo de todos nós” e a “Terra de encantos”, diferenciou-se também das demais. Diferentemente de Alagoas, o Estado maranhense faz parte do Patrimônio Mundial Cultural da Unesco, com o Centro Histórico de São Luís (MA), posição que, visto o movimento econômico e a importância do Turismo para a sua manutenção, já incluiu uma divulgação de festa religiosa: “São João chegando e o Maranhão já está de portas abertas a todos os turistas, sem distinção. Mas as portas estão fechadas para a exploração da mulher, que merece respeito sempre, nos 4 cantos do país”. De certa maneira, mesmo com a veiculação da frase comum ao movimento de enfrentamento

entre os estados litorâneos, o que se veiculou é que o Estado receberia os *turistas sem distinção*, reconhecendo-se a capacidade consumidora da população LGBTQ+ na área, não o possível turismo sexual de qualquer gênero que pode ocorrer entre a população maranhense, o qual poderia ser discutido e contemplado em políticas públicas, estratégias sociais, médicas e de direitos humanos.

Há um sistema de dispersão, mas que se movimentaria atrelado ao Poder, representando uma aceitação de público, uma estratégia discursiva explícita, se comparada aos outros enunciados. Não teve uma prática discursiva diversa da que se perpetua, isto é: nega-se a existência do turismo sexual de pessoas adultas e não se considera esse turismo uma questão que precisaria ser abordada de modo diferente, até porque não houve uma referência discursiva de resistência materializada à fala do presidente (acontecimento que gerou todo o movimento dos estados na *Internet*). Então, apesar de haver enunciados que existam fora da possibilidade de reaparecimento, a relação que eles mantêm com o que se enunciou não é idêntica ao conjunto de regras que determinam a sua utilização (FOUCAULT, 2009a).

De modo diferente da Figura 3, o Maranhão não adicionou a imagem feminina à peça. Ao invés disso, afirmou que a mulher precisaria ser respeitada nos quatro cantos do país, fechando suas portas para a exploração feminina. Contudo, não se esclareceu de que modos ocorreriam a exploração ou o respeito, haja vista que, diverso das outras imagens, aqui não houve registrados os dizeres “diga não à apologia ao turismo sexual”, que, minimamente, direcionava à emergência do enunciado. Novamente, ficaria a cargo de quem lê retomar o campo discursivo e só então atribuir o seu significado como um comentário aos dizeres do presidente, relacionando o discurso enunciado a um embate ao turismo sexual. Caso não se conheça essas condições de produção, a peça representaria apenas uma campanha do estado, que não aceita a exploração feminina, seja ela doméstica, de parentesco, de mão de obra, ou seja a psicológica, a física ou a sexual.

### 3 Algumas Considerações

Mesmo que um enunciado suponha outros, que tenha, em torno de si, “um campo de coexistências, efeitos de série e de sucessão, uma distribuição de funções e de papéis” (FOUCAULT, 2009a, p. 111), para a leitura da Figura 3 e da Figura 4, nas quais não há referência explícita aos dizeres do presidente, para atribuir-se sentido, é preciso considerar as condições de produção, pois, sem elas, perde-se o campo referencial do enunciado que forma

o lugar, a condição, o campo de emergência, a instância de diferenciação dos indivíduos ou dos objetos, dos estados de coisas e das relações que são postas em jogo pelo próprio enunciado (FOUCAULT, 2009a). As condições de produção implicam as possibilidades de aparecimento dos enunciados, pois: “como apareceu um determinado enunciado, e não outro em seu lugar?” (FOUCAULT, 2009a, p. 30). Para ilustrar isso, foi incluído um breve contexto histórico, mais imagens de peças publicitárias propagadas pelo Instituto Brasileiro de Turismo, entre as décadas de 70 e 80, que ajudam a formar uma memória discursiva. Com isso, destacou-se, na esteira de Foucault (2009b), que, embora o discurso da propaganda contra o turismo sexual, veiculado pelas instituições do Governo do Estado de Alagoas, pela Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo, e Governo do Maranhão, tenha sido produzido a partir de regras discursivas diferentes das de Bolsonaro, e, apesar de minar, expor, debilitar e barrar o poder, ele também o veiculou e o produziu, até porque se encontraria ligado às condições de emergência, fazendo suscitar enunciados presentes em uma memória histórica. Da mesma forma, o silêncio e o segredo afrouxaram os seus laços, dando margem a tolerâncias mais ou menos obscuras, além de fixarem as suas interdições.

Dito isso, as resistências são outros termos nas relações de poder, conforme Foucault (2009b), sendo distribuídas de maneira irregular: os pontos, os nós, os focos disseminam-se com mais ou menos densidade no tempo e no espaço, provocando, em alguns momentos, o levante de grupos ou indivíduos e inflamando certos pontos do corpo, certos momentos da vida e de comportamento. Grandes rupturas radicais, binárias e maciças acontecem às vezes, mas pontos de resistências móveis e transitórios são mais comuns. Nas duas peças, há uma resistência, de certa maneira, à imagem veiculada pelo Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur, e não a Bolsonaro, exatamente.

É como se quisessem redirecionar a história do turismo, reescrever uma memória, uma representação, almejando manter a economia turística – que, só em 2017, recebeu do Governo mais de 163 bilhões de reais no meio, sendo um segmento responsável por 7,9% do PIB nacional e por 6,59 milhões de empregos, como apontado pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2018); com a passagem de 1,4 bilhão de chegadas internacionais em 2018; a previsão de um crescimento de 3 a 4% para 2019; e a pretensão de incluir outros estados em listagens da Unesco. De maneira ambígua, o turista, as mulheres e pessoas de outros gêneros aparecem responsabilizados, cabendo a eles – e somente a eles, como insinuado pelo discurso – a tarefa de decidir se o Brasil é primariamente um destino de turismo sexual ou não. Assim, o enunciado rebelde e contestador circulou, serviu, esquivou-se e permitiu a idealização de

um desejo, seja ele sexual ou econômico, além de servir à ordem das contestações e das lutas, sendo tema de apropriação ou de rivalidade (FOUCAULT, 2009a).

## Referências

O ANTAGONISTA. **Bolsonaro**: ‘O Brasil não pode ser o paraíso do turismo gay’. 2019. Disponível em: <<https://www.oantagonista.com/brasil/bolsonaro-o-brasil-nao-pode-ser-o-paraíso-do-turismo-gay/>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

BRASIL. Turismo injetou US\$ 163 bilhões no Brasil em 2017. **Ministério do Turismo**, 2018. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us%-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade IV**: as confissões da carne. Tradução Miguel Serras Pereira. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 2019.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7. ed. Tradução Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009a.

FOUCAULT, Michel. **A história da sexualidade I**: A vontade de saber. 19. ed. Tradução Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2009b.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande e Senzala**. 51. ed. São Paulo: Global, 2006.

CAVALCANTE, Leilane Silva. **Entre Iracema(s) e um paraíso**: um estudo acerca das imagens femininas no espaço discursivo do “Ceará turístico”. 126f. 2016. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas e Sociedade) – Centro de Humanidades e Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Estadual do Ceará, Ceará, 2016.

GREGOLIN, Maria do Rosário. O acontecimento discursivo na mídia: Metáfora de uma breve história do tempo. In: GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso e Mídia**: A cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003, p. 95-110.

GUIMARÃES, Felipe. Após declarações de Bolsonaro, órgãos iniciam campanha contra turismo sexual. **Gazeta Web**, 2019. Disponível em: <[https://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2019/04/campanha-contra-o-turismo-sexual-em-al-faz-oposicao-a-declaracoes-de-bolsonaro\\_75811.php](https://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2019/04/campanha-contra-o-turismo-sexual-em-al-faz-oposicao-a-declaracoes-de-bolsonaro_75811.php)>. Acesso em: 3 jun. 2019.

HIPERNOTÍCIAS. **OAB contra turismo sexual**. 2019. Disponível em: <<https://www.hipernoticias.com.br/no-de-cachorro/oab-contra-turismo-sexual/124870>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

KAJIHARA, Kelly Akemi. A imagem do Brasil no exterior: Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até 2008. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, n. 3, p. 1-30, jan. 2010. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5777>>. Acesso em: 6 jun. 2019. DOI: <https://doi.org/10.12660/oit.v5n3.5777>

MARQUES, George. Governo do Maranhão responde apologia ao turismo sexual de Bolsonaro. **Revista Forum**, 2019. Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/governo-do-maranhao-responde-apologia-ao-turismo-sexual-de-bolsonaro/>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

MARTINELLI, Andréa. 'O Brasil não pode ser o país do turismo gay, temos famílias', diz Bolsonaro. **Huffpost Brasil**, 2019. Disponível em: <[https://www.huffpostbrasil.com/entry/bolsonaro-turismo-gay\\_br\\_5cc21e12e4b05f4d35fdaf66](https://www.huffpostbrasil.com/entry/bolsonaro-turismo-gay_br_5cc21e12e4b05f4d35fdaf66)>. Acesso em: 3 jun. 2019.

MATAIS, Andreza. De Carlos x Mourão a Previdência: veja os temas do café de Bolsonaro com jornalistas. **Estadão**, 2019. Disponível em: <[https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,de-carlos-x-mourao-a-previdencia-veja-os-temas-do-cafe-de-bolsonaro-com-jornalistas,70002804128?utm\\_source=estadao:twitter&utm\\_medium=link](https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,de-carlos-x-mourao-a-previdencia-veja-os-temas-do-cafe-de-bolsonaro-com-jornalistas,70002804128?utm_source=estadao:twitter&utm_medium=link)>. Acesso em: 3 jun. 2019.

NABUCO, Joaquim. **O abolicionismo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; São Paulo: Publifolha, 2000.

NUNES, Angélica. Estados nordestinos lançam campanha contra apologia de Bolsonaro ao turismo sexual. **Jornal da Paraíba**, 2019. Disponível em: <<http://www.jornaldaparaiba.com.br/politica/estados-nordestinos-lancam-campanha-contra-apologia-de-bolsonaro-turismo-sexual.html>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

PAIXÃO, Allisson. Governo rebate fala de Bolsonaro: “O Piauí está à disposição dos turistas. A mulher piauiense NÃO”. **Oitomeia**, 2019. Disponível em: <<https://www.oitomeia.com.br/colunas/allisson-paixao/2019/04/30/governo-rebate-fala-de-bolsonaro-o-piaui-esta-a-disposicao-dos-turistas-a-mulher-piauiense-nao/>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

SILVA, José Bonifácio de Andrada e. Projetos para o Brasil. In: DOLHNIKOFF, Miriam (org.). **Retratos do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SUDRÉ, Lu. Apologia de Bolsonaro à exploração sexual de brasileiras é repudiada nacionalmente. **Brasil de Fato**, 2019. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/04/30/apologia-de-bolsonaro-a-exploracao-sexual-de-brasileiras-e-repudiada-nacionalmente/>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

Recebido em: 28 de maio de 2020

Aceito em: 27 de julho de 2020