

Efeitos do exotismo: Ideologia na prática do jornalismo de viagens¹

Vinicius Brito

Resumo: O jornalismo de viagens, praticado por revistas mais comerciais/turísticas e por meios de divulgação científica e cultural, pode produzir um olhar exotificado sobre a cidade e o sujeito. Pensando nisso, este artigo questiona: como pode o jornalismo de viagens significar pelos efeitos do exotismo? Diante da questão, são propostos estes objetivos: levantar um percurso teórico-analítico, no bojo da disciplina de Análise do Discurso, para situar a dimensão da ideologia; pensar discursivamente a noção de exótico; e compreender, diante dos materiais jornalísticos, possíveis efeitos do exotismo. O corpus é construído com reportagens da “Qual Viagem”, “Viagem e Turismo” e “Viaje Mais”, importantes revistas sobre viagens no Brasil, podendo-se estabelecer que o exotismo se marca na relação de superioridade e inferioridade, formulada por esse tipo de jornalismo, significando o “outro” na cidade e no sujeito.

Palavras-chave: Efeitos do exotismo; jornalismo de viagens; análise do discurso. ideologia.

Effects of exoticism: Ideology on the practice of travel journalism

Abstract: Travel journalism, published by more commercial/touristic magazines and scientific and cultural media journals, might produce an exoticified perspective about the city and the subjects. Considering this fact, the purpose of this article is to discuss: in which ways travel journalism signifies the effects of exoticism? In the face of this issue, it is proposed the following three objectives: to bring up a theoretical-analytical approach, in the context of Discourse Analysis, in order to understand the ideological dimension; discursively ponder the notion of exoticism; and to analyse, facing the journalistic literature, the potential effects

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

of exoticism. The corpus is built with features of the "Qual Viagem", "Viagem e Turismo" and "Viaje Mais", leading magazines on travel in Brazil, it may be established that the exoticism is marked in the relationship of superiority and inferiority, made by this type of journalism, meaning the "other" in the city and in the subject.

Keywords: Effects of exoticism.; travel journalism; discourse analysis; ideology.

Efectos del exotismo: Ideología en la práctica del periodismo de viajes

Resumen: El periodismo de viajes, practicado por revistas más comerciales / turísticas y medios de difusión científica y cultural, puede producir una mirada exótica a la ciudad y al sujeto. Así, este artículo se pregunta ¿cómo puede entenderse el periodismo de viajes con los efectos del exotismo? Ante la pregunta, se proponen los objetivos de plantear un camino teórico-analítico, dentro de la disciplina del Análisis del Discurso, para situar la dimensión de la ideología; pensar discursivamente sobre la noción de exótico; y comprender, frente a los materiales periodísticos, los posibles efectos del exotismo. El corpus se construye con reportajes de "Qual Viagem", "Viagem e Turismo" y "Viaje Mais", importantes revistas de viajes de Brasil, con las cuales se puede establecer que el exotismo se marca en la relación de superioridad e inferioridad, formulada por ese tipo de periodismo, significando el "outro", en la ciudad y en el sujeto.

Palabras clave: Efectos del exotismo; periodismo de viajes; análisis del discurso; ideología.

*En los lindes de la mesa
la vida de los otros se detiene.
Adentro hay un extraño país:
las aventuras del envido y quiero,
la autoridad del as de espadas,
como don Juan Manuel, omnipotente,
y el siete de oros tintineando esperanza.*

Jorge Luis Borges em *El Truco* (1984, p. 22)

Introdução

A imprensa, bem como o dicionário, estabiliza os sentidos, organiza as palavras que produzem efeitos no sujeito. Abro o “pai dos burros” nesse tom. Folheio até o verbete: “Exótico - adj. Estranho, estrangeiro, que vem de outra terra. Gr. *εξωτικός*, lat. *exoticus*, de *exos*, de fora” (BUENO, 1965, p. 1.315). Lendo o prefixo *exos-* na junção a *óptikos*, posso dizer que o exótico implica, nesse aspecto mais formal, o observador que olha (exotifica) o que lhe é exterior. Ao passo do exótico, o sujeito repara o que está fora, conhece e reconhece o “outro” além dos limites da mesa, como diria o poeta e jornalista argentino Jorge Luis Borges, significando esse aparente “exterior” de alguma maneira. É o *de alguma maneira* que me empolga na escrita deste texto.

Não por menos, me interessa analisar aqui o jornalismo de viagens, circunscrito ao jornalismo turístico e, também, àquele que se dedica a grandes reportagens e à divulgação científica e cultural (JANÉ, 2002). Esse tipo de jornalismo, que, no Brasil, é praticado por revistas como “Qual Viagem”, “Viagem e Turismo” e “Viaje Mais”, pode ser tanto um braço potente da mídia para dissociar a alteridade do conflito quanto pode colaborar com frequência para a construção de uma imagem exótica e “paradisiaca” dos “outros”, “e aqui estendo o conceito de ‘outros’ não só aos sujeitos, mas a espaços geográficos, ecossistemas e ambientes alheios ao leitor”² (JANÉ, 2002, p. 189-190).

Não quero produzir, contudo, nesse inicial gesto de interpretação, a separação estanque entre a significação de cidade e de sujeito que nela reside, uma vez que o conceito de “outros”, para Jané (2002), justamente, se refere aos sujeitos, aos espaços geográficos e aos ecossistemas. O sujeito, sabemos, é “estruturalmente dividido, efeito de um processo de interpelação-identificação ideológica pelo qual se constitui no interior de diferentes formações discursivas” (BALDINI; ZOPPI-FONTANA, 2014, p. 3).

Então, jogando luz ao possível funcionamento do exótico na prática jornalística, de acordo com o autor de “Periodismo de Viajes” (2002), me pergunto neste artigo como pode o jornalismo de viagens significar pelos efeitos do exotismo? Diante da questão, proponho como objetivo um percurso teórico-analítico, no bojo da disciplina de Análise do Discurso, para situar a dimensão da ideologia e, depois, pensar discursivamente a noção de exótico e exotismo, buscando compreender, por fim, diante dos materiais jornalísticos, possíveis efeitos do exotismo, funcionando na significação da cidade, determinada historicamente.

A análise que estabeleço aqui se tece com base (material) em três reportagens, seja “Templos dourados e cenários de sonho”, “Vai que é demais!” e

² Tradução do original: “y aquí hago extensible el concepto de 'los otros' no sólo a las gentes sino a los otros espacios geográficos, ecossistemas y entornos, ajenos al lector”.

“Emoção em dose tripla!!! África do Sul”, publicadas, respectivamente, pelas revistas “Qual Viagem”, “Viagem e Turismo” e “Viaje Mais”, algumas das marcas mais lidas no segmento de viagens no país. Este trabalho é um recorte do que foi desenvolvido na dissertação “Discursos sobre cidade e efeitos do exótico no jornalismo de viagens”, defendida no Programa de Pós-Graduação em Divulgação Científica e Cultural da Universidade Estadual de Campinas em 2019.

Exótico na dimensão da ideologia

A injunção ideológica nos coloca a ler os objetos simbólicos ao nosso redor. Não trato o “eu” e o “outro” no processo de exotismo como adendos individuais, mas sim sujeitos à interpretação. Está aí o nodal deste trabalho com a ideologia, questão central na semântica discursiva, pois é característica para os sujeitos atribuírem sentidos a si e ao “outro”. A ideologia tece/são os nós. Cogitar que a ordem ideológica norteia a noção de exótico não explica, contudo, o que chamo de ideologia e o que quero sustentar com isso. Devo, antes, perguntar: como ideologia está na/para a Análise do Discurso? Em tempo, o conceito não funciona na disciplina como em outras ciências sociais e humanas, devido à seara do sentido.

Para estabelecer um ponto de partida, enquanto Marx fala em ideologia de uma maneira negativa, ao referir “a uma distorção do pensamento que nasce das contradições sociais” (BOTTOMORE, 2012, p. 293), a teoria pecheutiana (ORLANDI, 2009, p. 46) coloca a ideologia como aquilo que funciona no indivíduo tornando-o sujeito (processo ideológico de interpelação) e impelindo-o a enunciar, formular, dar sentido às coisas. A ideologia, nesse gesto, não está para ocultação ou distorção dos processos simbólicos, pelo contrário, ela age para que os processos simbólicos signifiquem em/para nós.

A ideologia aparece na Análise do Discurso como propulsora da interpelação do indivíduo em sujeito, em primeiro momento. Ocorre, em um segundo momento, “uma individua(liza)ção histórica da forma-sujeito em função da inserção do sujeito nas relações sociais regidas pelas instituições que são reguladas pelo Estado” (MAGALHÃES, MARIANI, 2010, p. 393). A ideologia produz no sujeito efeitos de evidência que agem para significar o “outro”. “O sentido aparece-nos como evidência, como se ele estivesse já sempre lá. Interpreta-se e ao mesmo tempo nega-se a interpretação, colocando-a no grau zero. Neutraliza-se o que é produzido na relação do histórico e do simbólico” (ORLANDI, 2009, p. 46). O sujeito está no mundo, não pode estar à deriva da interpretação. Mas a ideologia age produzindo tal efeito de evidência, como se o contato possível entre o falante e as coisas não fosse necessariamente um gesto de interpretação.

Assim apresentada, a ideologia deixa o lugar da ocultação para explicar a mediação possível entre o mundo e o sujeito pela linguagem. Nesse processo pelo linguístico é que se constrói o efeito de evidência, o qual concomitantemente possibilita ao sujeito “experimentar” a realidade. Está funcionando aí o efeito ideológico elementar, para que “uma palavra ‘designa uma coisa’ ou ‘possua uma significação’ (portanto incluindo evidências da ‘transparência’ da linguagem), esta ‘evidência’ de que eu e você somos sujeitos” (ALTHUSSER, 1980, p. 95).

A ideologia produz algo que não é “punctual”, como lembra Orlandi (2008a, p. 13), muito menos apagável pontualmente. O texto em si não revela a ideologia, não produz o discurso. A ideologia trabalha para que se produzam versões do dito, formulações tais no texto. Ao mexer com o texto, analiso formulações, que significam na relação com as formações discursivas, isto é, aquilo que, em uma

formação ideológica dada, remetendo a uma certa conjuntura da sociedade de classes, “determina o que pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 1995, p. 160). Esse é, portanto, o princípio que rege a determinação ideológica dos sentidos (ORLANDI, 2009, p. 43).

Na posição de analista, aciono dispositivos (e não instrumentos) para tornar a relação com a linguagem mais opaca – ainda que na vida “comum”, no meu gesto de interpretação de sujeito comum, siga de modo transparente. Vou agora à materialidade da análise. Baseando-se na premissa de que a ideologia historicamente rege a interpretação do sentido em alguma direção (ORLANDI, 1998), leio e interpreto sequências discursivas (SDs), que, em um corpus discursivo, são “dominadas por um determinado estado, suficientemente homogêneo e estável, das condições de produção do discurso” (COURTINE, 2016, p. 20). As seguintes SDs foram retiradas da reportagem “Templos dourados e cenários de sonho” da “Qual Viagem”:

SD1: os grandes templos e monumentos dominam a cena em Bangcoc, mas é certo que você encontrará motivos para parar, observar e fotografar a cada simples deslocamento. Tudo por lá é diferente e emocionante” (SIMÕES, 2017, p. 59).

SD2: não deixe de visitar o templo Wat Traimit, localizado na região de Chinatown. É lá que está o grande Buda Dourado (...). Impressionante! (SIMÕES, 2017, p. 62)

A reportagem foi publicada em uma revista de viagens, empresa de comunicação em disputa de audiência com outros veículos. A capa da magazine já implica disputa (de sentidos). Um gesto de edição (o diretor de redação pode ser pressionado por outros departamentos, como o de marketing e o jurídico), de escolha de uma reportagem principal (veio a ser a Tailândia, mas nessa “Qual Viagem” foram publicadas reportagens sobre Argentina, Chile, Costa Verde etc.) e de uma fotografia significam o destino turístico. Em relação de metonímia, a capa toma a parte (Phuket) pelo todo (Tailândia), ou a cidade pela nação, a versão pelo silêncio.

Imagem 1 - Capa da edição de “Qual Viagem”.



Fonte: Qual Viagem (2017)

A construção discursiva na revista explica a relevância da Tailândia – o “sonho de consumo de dez entre dez viajantes” (2017, p. 4), se lê no editorial. Percebo na formulação que não é qualquer relação com a cidade que é posta, mas sim um encadeamento com sonho e desejo paradisíaco. Ademais, o editor da “Qual Viagem” poderia eleger qualquer outra fotografia da Tailândia para significá-la na capa externa, contudo chegou às bancas esta da Imagem 1 na qual se lê “destino dos sonhos” junto à imagem de uma embarcação ao fundo da praia de Phuket.

Me fixo agora à formulação *Templos dourados e cenários de sonho*. Os *templos dourados* são linguisticamente colocados como algo independente (por isso o marcador discursivo *e* funciona) dos *cenários de sonho*. A textualização deixa à parte os *templos dourados* do “sonho de consumo”. Há a formação discursiva, que abre uma série parafrástica na significação do *templo* na revista, sustentando-se na/pelas condições materiais.

Imagem 2 - Capa interna da “QV” de 07/2017



Fonte: Qual Viagem (2017)

Em SD1 se escreve que *os grandes templos e monumentos dominam a cena em Bangcoc, mas é certo que você encontrará motivos para parar*, uma vez que *Tudo por lá é diferente e emocionante*. O verbo transitivo é “dominar”, que me vem pela memória de um exercer domínio, ter influência sobre. A associação é de dominância e não de autonomia entre os templos e o que merece ser observado pelo turista. “Dominar” é uma ação que implica disputa na cena da cidade (heterogênea por discurso). Além disso, o jeito como as orações *os grandes templos e monumentos dominam a cena em Bangcoc e mas é certo que você encontrará motivos para parar* se unem pelo marcador discursivo *mas* – diferentemente da primeira SD (*Templos dourados e cenários de sonho*) – rege sentido de adversidade entre os elementos de saber.

Partindo da pluralidade de textos (e formações discursivas) no discurso jornalístico, interpreto outra série de sentidos nessa reportagem. Se os templos tailandeses podem significar como algo independente dos *cenários de sonho*, algo no texto é retomado pela fantasia, pela imaginação. E quando escrevo “algo”, me refiro a estas SDs:

SD3: Quem nunca sonhou acordado ao ver uma foto ou filme com as maravilhosas praias tailandesas com águas cristalinas azul turquesa e areias claras emolduradas por paisagens naturais de rara beleza? (SIMÕES, 2017, p. 74)

SD4: a pequena ilha de Phi Phi (...) oferece cenários naturais belíssimos (...), além de um pôr do sol fantástico [...]. A parte norte da ilha [Ko Pha Ngan] tem praias lindas, tranquilas e silenciosas (SIMÕES, 2017, p. 75)

SD5: [Bamboo Island] essa linda ilha [...] [Kantiang Bay] uma das mais belas praias (SIMÕES, 2017, p. 74)

O efeito-leitor (*Quem nunca sonhou*) na SD3 sustenta imaginariamente que o turista já sonhou com as praias tailandesas. Outro ponto: o texto sempre determina linguisticamente os nomes com categorização, sejam as praias *maravilhosas*, a água *azul turquesa*, as areias *claras* e as paisagens de *rara beleza*. A categorização segue funcionando nas SDs 4 e 5 sobre o litoral tailandês: em *pequena ilha de Phi Phi*; *cenários naturais belíssimos*; *pôr do sol fantástico*; *essa linda ilha*; *uma das mais belas praias*; e *A parte norte da ilha [Ko Pha Ngan] tem praias lindas, tranquilas e silenciosas*.

A cidade do destino praieiro aparece como *locus* da fantasia, da beleza, da categorização positiva (*cenários naturais belíssimos*; *belas praias*; *praias lindas, tranquilas e silenciosas*). A cidade formulada deixa o lugar *dominado* pelo diferente *templo* da religião do “outro” (que não é reconhecida como a “nossa”) e aproxima o turista (pela argumentação) às belezas naturais, que lhe são oferecidas como serviço e lhe despertam familiaridade confortável. Não há, pela formação ideológica, como imaginar “quem nunca tenha sonhado” com as praias tailandesas, elas são populares e vendáveis. O discurso jornalístico sobre cidade dá uma representação possível do mundo, na marca linguística tocável, mas como os efeitos do exótico significam essa forma de ler?

Da noção de exótico e exotismo

Para compreender os funcionamentos do exótico no discurso das revistas de viagem, faço uma leitura das teorias desenvolvidas por Todorov (2013) e Segalen (2017). Antes, porém, inicio um exercício breve para distinguir termos aparentemente sinônimos. Ressalva válida para a escrita de “exótico”, “exotismo” e “exotificação” neste trabalho. De forma ampla, a etimologia de “exótico” indica uma relação necessária com o “outro” (enxergá-lo, significá-lo de algum modo). “O imaginário está no ‘ver’”. Ele desenvolve um exotismo, mas um exotismo ótico” (CERTEAU, 2014, p. 43). Ex-ótico é o movimento inesgotável eu-“outro”.

Não se pode sair, nesse sentido, do exótico enquanto houver linguagem porque não se pode significar sem o “outro” (intradiscurso) e o “Outro” (interdiscurso). É a fricção intra/interdiscurso, efeito do processo de interpelação, segundo Pêcheux (1999, p. 13), que implica que os sentidos signifiquem em e para nós, ideologicamente falando. Em outras palavras, o exótico está para o que Orlandi (2008a; 2002; 2015) chama do fora constitutivo do dizer do sujeito, uma vez que palavras já faziam sentido antes de nós e farão sentido depois de nós. Por outro viés, posso entender “exotismo” como processo de uma prática, a qual, como entende Pêcheux (1995), se estabelece de uma e sob uma ideologia e a ideologia se produz no sujeito e para sujeitos. É, portanto, o exótico praticado pelo discurso jornalístico, produzindo efeitos entre falantes.

Pela pesquisa básica, constitutiva para a produção científica, me aproximo de “exotismo” enquanto efeito, especialmente nas análises do livro “Terra à vista” (2008b) de Eni P. Orlandi, que reúne escritos de colonizadores sobre o Brasil. A analista aponta um apagamento nas relações de significação entre o colonizador e

o colonizado, “sempre que um discurso se faz passar por outro discurso. Nesse caso, apaga-se o discurso histórico e produz-se um discurso sobre a cultura. *Como efeito desse apagamento*, a cultura resulta em ‘exotismo’” (ORLANDI, 2008b, p. 20-21, grifo meu). Exotismo como efeito de uma significação em condições de produção próprias.

Já “exotificação” parece carregar algo de insistência, de reincidência, de repetição e de estereótipo. “Exotificação”, que venha da mesma raiz de “exótico”, mas com o elemento sufixo -ção, agregado a verbos (exotificar) para formar nomes, substantivos. Por que, então, falar em exotificar se o “outro” constitui o discurso? A minha leitura é que “exotificação” nomeia o trabalho de significar o “outro” marcando-o como diferente, saturando-o pela estranheza do que não é tido como “nosso”. Saturada, a significação precisa chegar ao limite, ao liame da mesa onde se vê a vida do vizinho, como no poema de Borges (1984, p. 22). Para essa interpretação, especialmente me valho da tese de França (2018) sobre discurso nos guias de turismo e os efeitos da exotificação:

o discurso do turismo parece se estabelecer/ se constituir em meio a discursos que falem do outro, enquanto diferente, isto pode derivar (e deriva) muitas vezes a um discurso que com efeito de exotificação: fala-se daquilo que o leitor-turista supostamente não conhece, parece desse modo haver um sentido de que o leitor-turista busca visitar e encontrar aquilo que não lhe é familiar, e portanto, exótico, ou com efeito de. (FRANÇA, 2018, p. 51)

A exotificação se dá no momento em que o “outro” não resulta familiar para o turista (beirando a coisificação, o rasgo de qualquer natureza humana, a fetichização) e, novamente com essa categoria, voltamos ao estranho-familiar de Freud, que toca o “estranho” e o “estrangeiro” (BUENO, 1965, p. 1.315). A noção de estranho-familiar ou Inquietante (também traduzido em outras línguas para “Lo siniestro, Lo ominoso, Il perturbante, L’inquiétante étrangeté” [FREUD, 2010, p. 329]) está ligada ao “que é terrível, ao que desperta angústia e horror, e também está claro que o termo não é usado sempre num sentido bem determinado” (FREUD, 2010, p. 330).

As palavras do médico, apesar de muito específicas para uma categoria da psicanálise, trazem à mente a figura do estrangeiro, “Uma figura do ódio e do outro, não é a vítima romântica da nossa preguiçosa família, nem o intruso responsável por todos os males da cidade. Nem a revelação em andamento, nem o adversário imediato que deve ser eliminado para pacificar o grupo”³ (KRISTEVA, 1991, p. 9). O estrangeiro e o imigrante, tão usados para abarcar os nacionalismos do século 19, são geralmente associados à margem da sociedade pelos noticiários da mídia, de acordo com Jané (2002, p. 189). “A situação parece condenada pelo fato de o processo colonial histórico de aculturação das minorias ser irremediavelmente acelerado”⁴.

Porém, com o ensaio inicial sobre o exótico e suas grafias similares (-ismo e -ação) que produzem efeitos distintos, prossigo com outros apontamentos sobre o

³ Tradução do original: “figura del odio y del otro, no es ni la víctima romántica de nuestra perezosa familia, ni el intruso responsable de todos los males de la ciudad. Ni la revelación en marcha, ni el adversario inmediato que debe ser eliminado para pacificar al grupo”.

⁴ Tradução do original: “La situación más bien parece abocada a que el histórico proceso colonial de aculturación de las minorías se acelere irremediablemente”.

tema provocativo. Para Todorov (2013, p. 305), o exotismo e o nacionalismo são um relativismo oposto, pois em ambos a definição do país e da cultura somente depende da relação com o observador. Seguindo a premissa, culturas e povos (o “outro”) são mais exotificados quanto mais afastados e ignorados estão (TODOROV, 2013, p. 306). No estudo sobre o exotismo, contariam as distâncias geográficas e culturais.

Continuando o raciocínio, Todorov (2013) afirma que o exotismo tem a ver com impregnar valores a um país, por exemplo, que não seja identificado como “o meu”, sendo puramente relativos os valores reconhecidos como “meus” ou dos “outros”. Compreendo à luz desse argumento o exotismo junto à cultura e à civilização, uma vez que esta última “resume tudo em que a sociedade ocidental dos últimos dois ou três séculos se julga superior a sociedades mais antigas ou a sociedades contemporâneas ‘mais primitivas’” (ELIAS, 1994, p. 23).

A cultura funciona no já-dito. Tomada pelo trabalho de Certeau, em “Cultura no plural” (2014), Orlandi (2004; 2017) concorda que cultura é arte social condicionada pelos lugares, “ela é uma proliferação de invenções em espaços circunscritos” (CERTEAU, 2014, p. 19). A cultura “dá a uma época sua figura própria” (ORLANDI, 2017, p. 71) e condiciona os valores que distinguem o corpo do sujeito/corpo da cidade. Não se pode fugir desses valores sobre o “outro” pelo mesmo motivo que não se pode significar sem o pré-construído, a produzir “a inter-in-compreensão (desconstrução do ‘outro’) num movimento de concentração de sentidos. Esse é o sentido radical da instituição na linguagem, é assim que o sentido ganha ‘corpo’ como história, nessa relação tensa entre o fixar-se e o transmutar-se” (ORLANDI, 2008b, p. 52).

Sendo o exotismo o oposto do nacionalismo (que busca as características “minhas”/“nossas” de uma nação), ele se aproxima do estrangeiro, “a face oculta de nossa identidade, o espaço que estraga nossa morada, o tempo que estraga compreensão e simpatia”⁵ (KRISTEVA, 1991, p. 9). Se o estrangeiro está oculto em nossa identidade, ele se torna responsável por produzir essa identidade, concentrando aquilo que não pertence a “nós”. Com efeito, se reconhecemos o estrangeiro em “nosso” grupo, passa a ser difícil odiá-lo: “este sintoma torna o ‘nós’ problemático, talvez impossível: o estrangeiro começa quando surge a consciência da minha diferença e termina quando todos nos reconhecemos como estrangeiros”⁶ (KRISTEVA, 1991, p. 9). O mesmo, o diferente.

De outro modo, escreve Todorov (2013) que o conhecimento é incompatível com o exotismo, o qual seria um elogio ao desconhecimento. Tenho dois contrapontos à última formulação, sobre o exotismo se sustentar pela ignorância. O conhecimento, por ser simbólico, é operante nas significações do político, se dá no movimento de sentidos e não na completude. Como Todorov (1983, p. 3) escreve no trabalho “A conquista da América. A questão do Outro”, teorizar sobre a descoberta do “outro” é um tema complexo, já que se pode “descobrir os outros em si mesmo, e perceber que não se é uma substância homogênea, e radicalmente diferente de tudo o que não é si mesmo; eu e um outro. Mas cada um dos outros e

⁵ Tradução do original: “la cara oculta de nuestra identidad, el espacio que estropea nuestra morada, el tiempo que arruina la comprensión y la simpatía”.

⁶ Tradução do original: “y este síntoma convierte precisamente el ‘nosotros’ en problemático, tal vez imposible: el extranjero empieza cuando surge la conciencia de mi diferencia y termina cuando todos nos reconocemos extranjeros”.

um eu também, sujeito como eu”. Não é apenas o desconhecer que leva ao exotismo, senão a densidade ideológica do que pode ser dito ou calado; do que, na superfície linguística, nas formações discursivas, está autorizado a ser conhecido ou des-conhecido, descoberto ou ignorado.

Passo ao “Ensayo sobre el exotismo”, escrito pelo médico da marinha francesa Victor Segalen (2017, p. 19) após viagem à Polinésia (em 1903 e 1905) e à China (de 1909 a 1914). No livro do marinheiro de muitas viagens, o exotismo “Não é o estado caleidoscópico do turista e do espectador medíocre, mas a reação sagaz e curiosa que uma forte individualidade experimenta quando se choca com uma objetividade cuja distância percebe e saboreia”⁷. Exotismo e individualismo em paralelo. O francês analisa a literatura de viagens e toma nota sobre o “exota”, viajantes natos que reconhecem “os choques inesquecíveis inspirados em momentos como os que descrevi: os momentos de exotismo”⁸ (SEGALEN, 2017, p. 18). A concepção de “exota” é cunhada em contraponto à de turista, que infamaria o exótico da cidade. Parênteses. A experiência do autor ocorre no início do século 20, ele não conheceu o fenômeno do turismo de massa, que hoje significa parte da vida moderna (URRY, 1999, p. 19).

Se Todorov trabalha o exotismo e o nacionalismo como espécies opostas de relativismo, Victor Segalen (2017, p. 18) aponta que as sensações de exotismo e individualismo se complementam. O autor observa que o exotismo provoca incompreensão a quem o experimenta – isso soa de certo modo contraditório se partirmos do princípio que o exota sente o encanto do diverso em sua plenitude. Mas com essa visada a incompreensão faz parte da sensação de exotismo, a não totalidade dessa sensação, o não fechamento desse “encanto” diverso. Definindo-o pelo que não o é: “não é a compreensão perfeita de um fora de nós que estaria incluído em nós mesmos, mas a percepção aguda e imediata de uma incompreensibilidade eterna”⁹ (SEGALEN, 2017, p. 19). O exotismo se dá, melhor dizendo, na possibilidade da incompletude. Mas é louvável recordar que a relação com o “outro” nunca é trivial; o encontro com outros seres, o contato com o mundo exterior e a decadência do próprio corpo são as três formas “ameaçadoras” de sofrimento, descreve Freud (1985).

Segalen, em minha tentativa de epítome, não vai na mesma direção *todoroviana* em contrapor exotismo a conhecimento. Contudo, a noção de exotismo do francês, assim como a ideia de civilização, apaga de alguma maneira “as diferenças dos povos, coloca a ênfase naquilo que, na sensibilidade daqueles que se servem dela, é comum a todos os homens ou ao menos deveria *sê-lo*” (ORLANDI, 2008b, p. 53, destaque da autora). O conceito de civilização guarda consigo um projeto de colonização, de apagar (expandindo) as fronteiras.

O exotismo mexe com a incompreensão sobre o que está fora. Está aí uma entrada discursiva para interpretar efeitos do exótico, pois o que ocorre no processo de exotificação é um deslocamento de identidades, uma movência de

⁷ Tradução do original: “no es el estado caleidoscópico del turista y del espectador mediocre, sino la reacción espabilada y curiosa que experimenta una individualidad fuerte al chocar con una objetividad cuya distancia percibe y saborea”.

⁸ Tradução do original: “los inolvidables sobresaltos inspirados por momentos como los que he descrito: los momentos de Exotismo”.

⁹ Tradução do original: “no es la comprensión perfecta de un fuera de nosotros que englobáramos en nosotros mismos, sino la percepción aguda e inmediata de una incompreensibilidad eterna”.

formações discursivas. A identificação está em “função da incompletude do sujeito e do sentido. Movimento que desemboca na des-organização dessa relação, já que ela é da ordem do inconsciente e do ideológico” (ORLANDI, 2008b, p. 49). O movimento de identidades funciona por um “des-controle” nas relações, significadas pelo silêncio.

Efeitos de exótico no jornalismo de viagens

Na dimensão de entremeio da Análise do Discurso, construo dispositivos teóricos e analíticos a partir da noção de exotismo, seja em Todorov, seja em Segalen, seja em outros autores. O exotismo parece funcionar nos discursos sobre cidade pela sensação de (in)compreensão diante do “outro”, de acordo com Segalen (2017), e pela crítica de si mesmo na formulação de um ideal cujo efeito, escreve Todorov (2013, p. 307), são “duas espécies simétricas de exotismo, dependendo se as pessoas ou cultura valorizadas são consideradas mais simples ou mais complexas do que nós, mais naturais ou mais artificiais”¹⁰.

A ideia das duas espécies simétricas de exotismo é bastante válida para este estudo, basta retomar o mote principal, que é investigar como o jornalismo de viagens significa cidade e se, desse modo, se formula um discurso exótico e paradisíaco do “outro” (JANÉ, 2002). O encadeamento entre o exótico e o paradisíaco não se dá ocasionalmente, porque o elo diz muito sobre o simetrismo todoroviano (valores superiores [paraíso-céu] e inferiores [inferno]) e a sensação de Segalen (“Aqui está um fato: eu concebo o ‘outro’ e imediatamente a visão é deliciosa. Todo o exotismo reside aí”¹¹ [2017, p. 18]). Fora isso, enquanto o médico francês enxerga o “outro” prazerosamente, esse mesmo/diferente “outro” também pode despertar “ódio” se for estrangeiro (KRISTEVA, 1991). “Muito do que não se desejaria abandonar por causa de seu caráter agradável não pertence, entretanto, ao *self*, mas aos objetos; reciprocamente, muitos sofrimentos dos quais se pode livrar se tornam inseparáveis de si mesmo, da origem interna”¹² (FREUD, 1985, p. 13). Os limites entre o “eu” e o “outro” são mais esfumados.

Os valores que distinguem o mesmo e o diferente estão imbricados, são “relativos” e por isso dizem muito de quem os valora, porque nem o mesmo nem o diferente se dão na completude, senão nas brechas, nos vazios do dizer, no limiar do silêncio fundador: “algo do mesmo está nesse diferente; pelo processo de produção de sentidos, necessariamente sujeito ao deslize, há sempre um possível ‘outro’ mas que constitui o mesmo (...). Ou seja, o mesmo já é produção da história” (ORLANDI, 1998, p. 81). Para interpretar funcionamentos do exotismo nos discursos sobre cidade, retiro estas SDs de duas reportagens sobre a África do Sul, publicadas em um intervalo de um mês nas revistas “Viagem e Turismo” e “Viaje Mais”:

¹⁰ Tradução do original: “dos especies simétricas de exotismo, según que el pueblo o la cultura valorados sean considerados como más simples o más complejos que nosotros, más naturales o más artificiales”.

¹¹ Tradução do original: “He aquí un hecho: concibo un otro y de inmediato la visión es deliciosa. Todo el exotismo reside ahí”.

¹² Tradução do original: “Gran parte de lo que no se quisiera abandonar por su carácter placentero, no pertenece sin embargo al yo, sino a los objetos; reciprocamente, muchos sufrimientos de los que uno desembarazarse, resultan ser inseparables del yo, de procedencia interna”.

SD6: A Cidade do Cabo, ou a Cape Town, é a maior surpresa para quem vai à África do Sul sonhando encontrar um país selvagem e exótico. Com hotéis de luxo e carrões circulando pelas ruas, parece uma cidade mais europeia do que africana. Até no clima temperado, que possibilita às muitas vinícolas dos arredores produzir alguns dos melhores vinhos do mundo (MANCZYK; FITTIPALDI, 2017, p. 16, grifo meu).

SD7: a geografia de praias e montanhas faz lembrar o Rio de Janeiro (...). De qualquer lado que se olhe é fácil ver a Table Mountain, uma curiosa montanha de platô achatado, que está para a Cidade do Cabo assim como o Pão de Açúcar para o Rio de Janeiro. Tem até um bondinho que leva ao topo (MANCZYK; FITTIPALDI, 2017, p. 16. grifo meu).

SD8: A África do Sul é uma ótima introdução às belezas do continente africano. Une a emoção dos safáris, belas praias e cidade de grande riqueza cultural, a começar por Cape Town que é tão bonita na geografia quanto o Rio de Janeiro (MANCZYK; FITTIPALDI, 2017, p. 15, grifo meu)

SD9: O país é bem estruturado para o turismo e recebe cerca de 10 milhões de turistas estrangeiros ao ano, o dobro do que o Brasil (MANCZYK; FITTIPALDI, 2017, p. 15, grifo meu)

SD10: A cidade, a Camps Bay, as montanhas. Ai de ti, Copacabana... (SETTI, 2017, p. 14, grifo meu)

SD11: Camps Bay - Copacabana e Leblon, tremei § Não é de estranhar que, *assim como os cariocas*, os capetonians também sejam ávidos por viver ao ar livre (SETTI, 2017, p. 16, grifo meu)

Na SD6, “surpreendem” os *hotéis de luxo e carrões* na África do Sul, esperada antecipadamente como *país selvagem e exótico* (tensão entre o mesmo e o diferente). A surpresa sobre essa nação (na relação com a Cidade do Cabo) sustenta o funcionamento da oração subordinada adverbial comparativa (sustentando uma categorização) em *cidade mais europeia do que africana*. Há um imaginário funcionando sobre uma cidade europeia (*Com hotéis de luxo e carrões, Até no clima temperado*) e uma africana nessa sequência. Há um imaginário sobre o continente que significa e dá sentidos à África do Sul (*é uma ótima introdução às belezas do continente africano*) pelo deslize de *selvagem e exótica* à terra dos *hotéis de luxo e carrões circulando pelas ruas*.

Ao vincular o exotismo às duas espécies simétricas, diferencio o funcionamento apontado por Todorov em marcadores discursivos de comparação. Na superfície linguística a comparação se dá comumente por categorização (“bom”, “mau”, “mais [do] que”, “como [quanto]”, “menos [do] que”). Noto nas duas reportagens as orações comparativas nas SDs 7, 8, 9, 10 e 11 funcionando. A partir daí descrevo que o efeito da comparação pode ser tanto de inferioridade (“mais simples”, elabora Todorov [2013]) e superioridade (“mais completos”), bem como de igualdade. Nas SDs 7 e 8, a Cidade do Cabo estabelece paralelo (“assim como”, “tão quanto”) com o Rio de Janeiro. A Table Mountain *está para Cape Town (Tem*

até um bondinho) como o Pão de Açúcar para a capital fluminense, no jogo discursivo.

Já nas SDs 9, 10 e 11, Copacabana (significando por extensão ao Rio) ganha sentido inferior à Cidade do Cabo, seja em *o dobro do que o Brasil* seja em *Ai de ti...*, para expressar dor (*ai*) e até piedade em relação a outrem. As significações de cidade – compreendidas não apenas pelo que guardam em comum mas pelo que têm de diferente entre si (ORLANDI, 2004, p. 12) – ganham dimensão, relevo. A comparação, sendo efeito de exotismo, estabelece elos entre significantes.

Imagem 3 - Foto interna da Cidade do Cabo na “VM”.



Fonte: Viaje Mais (2017)

Imagem 4 - Foto interna da “VT” sobre África do Sul.



Fonte: Viagem e Turismo (2017)

Imagem 5 - Fotografia de vinícola sul-africana na “VT”.



Fonte: Viagem e Turismo (2017)

A materialidade significativa das imagens (recorto três delas nas reportagens de “VT” e “VM”), esse gesto de formular o mesmo/o diferente da cidade continua a se entrelaçar. São fotos abertas, nas imagens 3 e 4 (aéreas), que dão a ver a grandiosidade da geografia, quase como uma ilha que irrompe no azul do oceano sob a mescla de tons amarelados. A escolha da luz também investe em um “como” significar a Cidade do Cabo, que assim como o Rio é determinada (artigo definido “a”) por uma depressão geográfica (“cabo”) na sua nomeação. A luz de princípio ou fim de dia se associada à noite, ao obscuro, ao desconhecido, à surpresa (*A Cidade do Cabo (...) é a maior surpresa para quem vai à África do Sul [SD6]*), à imaginação e ao sonho (*sonhando encontrar um país selvagem e exótico [SD6]*).

A Imagem 5, que também foi tomada na Cidade do Cabo (*Até no clima temperado [SD6]*) também se encaixa na mesma sequência das outras fotografias jornalísticas, se tomarmos a depressão geográfica como referência. A composição dessa imagem investe na geografia e no céu azul ao fundo. O que se fotografa em primeiro plano é uma vinícola, a qual, pelas linhas retas do vinhedo, parece apontar para uma só direção, na organização da dispersão dos sentidos.

Sigo Todorov (2013) pela descrição do efeito (comparativo) simétrico do exotismo, pela regularidade nas SDs. Mas o reformulo na ordem do discurso. Com o encontro das “duas espécies simétricas” do linguista búlgaro com uma expressão matemática, denomino tal efeito de exotismo de “relação simétrica” a depender de uma sequência (ordem “x”) “a” e “b” que, na permuta dessa ordem “x” por “b” e “a”, segue a mesma variável. Esse funcionamento do exotismo se dá no grau comparativo de superioridade (“a” e “b”) e inferioridade (“b” por “a”), ainda que haja a igualdade, a equivalência ou o paralelismo (“a” e “a”, “b” e “b” [SDs 7 e 8]) produzindo algo fora desse exótico.

Gráfico 1 - Relação simétrica nas comparativas.



Fonte: Vinícius Brito (2021)

Pela ordem "x" considero que a condição de produção permaneça de certa forma estável (são revistas de turismo em tempos de capitalismo, pelo discurso jornalístico), com as marcas do sujeito no texto, pela forma-sujeito (histórica e pela narratividade do discurso jornalístico), igualmente estáveis, senão os sentidos derivam, pelo efeito metafórico. Estou tratando de língua e não de expressões limitadamente lógicas.

Para não trabalhar com as variáveis "a" e "b" e sim com as sequências discursivas, tenho dois caminhos possíveis, pelas formações discursivas. 1) superioridade/inferioridade: em *A África do Sul tem o dobro de turistas do que o Brasil*; em *Ai de ti, Copacabana* e em *Camps Bay - Copacabana e Leblon, tremei*; e 2) igualdade: *a Table Mountain que está para a Cidade do Cabo assim como o Pão de Açúcar para o Rio de Janeiro e Cape Town que é tão bonita na geografia quanto o Rio de Janeiro*. Esses dois caminhos levam ao par superioridade/inferioridade e à igualdade, por orações comparativas ou por expressões de equivalente domínio, a exemplo de *Ai de ti*, (vocativo) e (vocativo) *tremei*; sendo a relação com o vocativo basilar, ainda que não enfatizada ou em elipse.

Considerações últimas

Em um primeiro momento, busquei neste artigo situar a noção de ideologia, muito produtiva nas ciências humanas e sociais, no bojo da Análise do Discurso. Para a disciplina de interpretação, que nasce na França dos anos 1960 e depois é institucionalizada no Brasil, o conceito de ideologia não funciona como ocultação ou distorção dos processos simbólicos, mas, sim, como algo que funciona nos processos discursivos ou, melhor, funciona para que os processos discursivos signifiquem em e para os sujeitos. Esse ponto de partida, inscrevendo a ideologia em uma epistemologia discursiva, é crucial para, em seguida, tentar responder à pergunta desta pesquisa, assumindo, conforme Jané (2002), que o jornalismo de viagens pode contribuir para significar espaços e sujeitos pelo funcionamento do exótico.

Em um segundo momento, fiz um gesto de leitura, voltando a teorias que significam a noção de exótico e exotismo. Assumindo o lugar de entremeio da Análise do Discurso, me interessei nessa etapa compreender o exótico e o exotismo como processo da prática discursiva, implicando funcionamentos discursivos e produzindo efeitos (do exótico ou do exotismo) entre falantes. Com esse trajeto de leitura, estabeleci, a partir de Segalen (2017), que o exotismo se dá na incompreensão sobre o que está fora, ocorrendo nesse processo de exotificação um deslocamento de identidades. Por outro lado, entendi que os efeitos do exótico, produzido como crítica de si mesmo, resultam em um quadro de duas espécies simétricas, de acordo com Todorov (2013).

Por fim, com a análise do discurso do jornalismo de viagens, e trabalhando o exotismo como efeito das duas espécies simétricas (entre o deslocamento comparativo de superioridade e inferioridade), pude compreender, por exemplo, o funcionamento de marcadores discursivos comparativos e da categorização materializando uma relação exótica dessa prática de jornalismo com o espaço e os sujeitos. Esse tipo de relação é sempre simétrica e sempre conduzida à superioridade e à inferioridade porque está aí o processo de construção do “outro”, pela dimensão da cultura e da civilização. Para se ter a “sensação” de que algo é inferior, o “outro” deve ser entendido (transparentemente) como superior e vice-versa. A cultura, então, dá às cidades uma figura, uma imagem que não é única nem homogênea, apesar de a determinação ideológica apontar, pelo efeito da evidência, para *um* sentido.

Referências

ALTHUSSER, L. *Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado*. Lisboa: Editorial Presença, 1980.

BALDINI, L. J. S., ZOPPI-FONTANA, M. G. A Análise do discurso no Brasil. *Décalages*, vol. 1, art. 22, Issue. 4, 2014. Disponível em: http://www.sergiofreire.pro.br/ad/BALDINI_AD_Brasil.pdf. Acesso em: 28 mar. 2021.

BORGES, J. L. *Jorge Luis Borges - Obras completas 1923-1972*. Buenos Aires: Emecé Editores, 1984.

BOTTOMORE, T. *Dicionário do pensamento marxista*. Tradução de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.

BUENO, F. da S. *Grande Dicionário Etimológico-Prosódico da Língua Portuguesa: Vocábulo, expressões da língua geral e científico-sinônimos contribuições do Tupi-Guarani*. Edição Saraiva: São Paulo, 1965. (vol. 3)

CERTEAU, M. de. *A cultura no plural*. Tradução de Enid Abreu Dobránszky. 7. ed. Campinas: Papirus, 2014.

COURTINE, J-J. Definição de orientações teóricas e construção de procedimentos em Análise do Discurso. Tradução de Flávia Clemente de Souza e Márcio Lázaro Almeida da Silva. *Policromias* - Revista de Estudos do Discurso, Imagem e Som (LABEDIS/UFRJ), Rio de Janeiro, 1. ed., v.1, p. 14-35, jun. 2016.

ELIAS, N. *O processo civilizador*. Tradução de Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

FRANÇA, G. da R. A. *Gênero, raça e colonização: a brasilidade no olhar do discurso turístico no Brasil e na França*. 2018. Tese (Doutorado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2018.

FREUD, S. *História de uma neurose infantil: ("O homem dos lobos")*: além do princípio do prazer e outros textos [1917-1920]. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

FREUD, S. El malestar en la cultura. In: ____. *El malestar en la cultura: sobre los sueños miscelánea*. Tradução de Luis Lopez-Ballesteros y de Torres. México: Editorial Iztaccihuatl, 1985.

JANÉ, M. B. *Periodismo de Viajes: Análisis de una especialización periodística*. Sevilla: Comunicación Social, 2002.

KRISTEVA, J. *Extranjeros para nosotros mismos*. Tradução de Xavier Gispert. Barcelona: Plaza & Janes Editores, 1991.

MANCZYK, N.; FITTIPALDI, M. Emoção em dose tripla!!! África do Sul. *Viaje Mais*, São Paulo, n. 195, 2017.

MAGALHÃES, B.; MARIANI, B. Processos de subjetivação e identificação: ideologia e inconsciente. *Linguagem em (Dis)curso*, Palhoça, v. 10, n. 2, p. 391-408, maio/ago. 2010.

ORLANDI, E. P. *Discurso e Leitura*. São Paulo: Cortez; UNICAMP, 1988.

ORLANDI, E. P. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Petrópolis: Vozes, 1998.

ORLANDI, E. P. *Língua e Conhecimento Linguístico* - para uma história das ideias no Brasil. São Paulo: Cortez, 2002.

ORLANDI, E. P. *Cidade dos sentidos*. Campinas: Pontes Editores, 2004.

ORLANDI, E. P. *Discurso e Texto: Formulação e circulação dos sentidos*. Campinas: Pontes Editores, 2008a.

ORLANDI, E. P. *Terra à vista* - Discurso do confronto: Velho e Novo Mundo. Campinas: UNICAMP, 2008b.

ORLANDI, E. P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

ORLANDI, E. P. *Eu, Tu, Ele: Discurso e real da história*. Campinas: Pontes Editores, 2017.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Traduzido por Eni Pulcinelli Orlandi, Lorenço Chacon J. Filho, Manoel Luiz Gonçalves Corrêa e Silvana M. Serrani. 2. ed. Campinas: Unicamp, 1995.

PÊCHEUX, M. Papel da memória. In: ACHARD, P. et al. (org.) *Papel da memória*. Tradução e introdução José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999.

SEGALÉN, V. *Ensayo sobre el exotismo: una estética de lo diverso*. Tradução de Martín Schifino. Espanha: La Línea del Horizonte Ediciones, 2017.

TODOROV, T. *Nosotros y los otros*. Tradução por Martí Mur Ubasart. Madrid: Biblioteca Nueva, 2013.

SETTI, A. Vai que é demais! *Viagem e Turismo*, São Paulo, ed. 260, 2017.

SOBRINHO, J. S. S. ORLANDI, E. P. Entrevista. Entrevistado: Eni Puccinelli Orlandi. *Revista Polifonia*, Cuiabá, v. 22, n. 31, p. 565-585, jan./jun. 2015.

SIMÕES, T. Templos dourados e cenários de sonho. *Qual Viagem*, São Paulo, n. 44, 2017.

URRY, J. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. Tradução de Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São Paulo: Studio Nobel, 1999.

Nota Biográfica

Vinicius de Brito é doutorando em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Mestre em Divulgação Científica e Cultural pela Unicamp. Jornalista pela Universidade Federal de Pernambuco.

E-mail: viniciusdebrito94@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.20396/rua.v26i1.8658775>

Recebido em: 14 de abril de 2021

Aceito em: 04 de junho de 2021