

Sujeito, discurso e identidade de gênero: o olhar como gesto de resistência na Análise de Discurso

Monica Ferreira Cassana¹

Universidade Federal do Pampa, Bagé, Rio Grande do Sul, Brasil

Resumo: Neste trabalho, dedico-me a pensar sobre o discurso de sujeitos transexuais pelo viés da Análise de Discurso de linha francesa, fundamentada por Michel Pêcheux. Proponho a análise de duas publicidades que foram divulgadas nas redes sociais por ocasião da celebração do dia internacional da mulher, oito de março, nos anos de 2016 e 2017. As materialidades analisadas apresentam o sujeito transexual como protagonista para a venda de produtos cosméticos. Questiono-me como é produzida a relação entre o sujeito transexual e a imagem da mulher, através de um gesto que pensa o olhar como categoria de análise, considerando a diferença entre um gesto de olhar *a* e um gesto de olhar *para a* transexualidade. Objetivo ver os efeitos de sentido que cada recorte discursivo aponta, revelando saberes que são ideologicamente diferentes, que me fazem questionar quais sujeitos transexuais estão incluídos verdadeiramente em um discurso construído para celebrar a (des)igualdade de gêneros.

Palavras-chave: Discurso; Sujeito; Publicidade.

Title: Subject, discourse and gender identity: the look as a gesture of resistance in discourse analysis

Abstract: In this paper, I dedicate myself to think about the discourse of transsexual subjects based on the theoretical framework of French Discourse Analysis, such as proposed by Michel Pêcheux. I propose the analyses of two pieces of advertisement, which were disseminated in social medias on the International Women's day, March 8th in the years of 2016 and 2017. The analyzed materialities present the transsexual subject as a protagonist for the sales of cosmetic products. I question how the relation between the transsexual subject and the woman's image is produced, reflecting on how image and look are related. Through a gesture that takes the look as an analytical category, considering the difference between a gesture of *looking* transsexuality and a gesture of *looking at* transsexuality. I aim at observing the effects of meanings that every discursive fragments points at, revealing certain kinds of knowledge that are ideologically different, but make me think about which transsexual subjects are truly included in a discourse constructed to celebrate gender (in)equality.

Keywords: Discourse; Subject; Publicity.

¹ Doutora em Letras, Universidade Federal do Pampa.

E-mail: monicassana@gmail.com.

1 Considerações iniciais

Há algum tempo, venho dedicando minhas pesquisas para entender a articulação entre corpo e discurso, mais especificamente o corpo e o discurso de sujeitos transexuais². Assim, deslizando dos estudos das teorias de gênero, passo a tentar compreender como o discurso desses sujeitos está em constante construção e transformação, no âmbito da Análise de Discurso, tal como formulada por Michel Pêcheux.

Entendo que o corpo dos sujeitos transexuais se constitui como um corpo que não corresponde aos sentidos estabilizados expressos pelos significantes instituídos “homem” e “mulher”, por não ter/estar em um lugar “conhecido” ou já-sabido da nossa formação social. Por isso, interrogo-me como a imagem desse corpo circula em uma sociedade que não o (re)conhece como legítimo. Essas considerações me levam ao questionamento sobre a constituição de um sujeito que situa seu corpo em um entrelugar entre as posições binárias de gênero reconhecidas e legitimadas em nossa formação social.

Para constituir o *corpus* discursivo, pensando em como se olha para o corpo transexual, ou seja, como se constrói o discurso sobre esses sujeitos, recorri à mídia, por entender que esse é um lugar privilegiado em que vejo esse corpo (ou melhor, a imagem desse corpo) circular socialmente e discursivamente. Então, o *corpus* de análise se constrói a partir de alguns questionamentos, que ocorrem de forma a entender como esse discurso circula, lançando meu olhar *para a* transexualidade, mas também tentando olhar *a* transexualidade, em uma tentativa de apreender os sentidos que se constroem nesse discurso, a partir de um gesto de interpretação, que (também) é um gesto de olhar. Explico-me melhor: ao olhar para a transexualidade, detenho-me nos discursos *sobre* – no discurso que a mídia constrói sobre o sujeito. Já ao olhar a transexualidade, tento pensar em como o sujeito transexual vê a si mesmo *através* da mídia, ou seja, como esse sujeito vê a si sendo representado. Nas duas formas, esse gesto se trata de uma interpretação, ou seja, interrogo-me como esse olhar pode me fornecer vestígios, pistas na busca de uma possível articulação entre os fundamentos teóricos da Análise de Discurso para a construção de um saber analítico a respeito das materialidades apresentadas. Objetivo, portanto, efetuar um gesto de análise, observando se o olhar me dá pistas, indícios de um real, de um sentido que escapa às relações dominantes que fundamentam o(s) saber(es) sobre o corpo transexual.

² É preciso esclarecer que essas reflexões são fruto dos diálogos realizados a partir do projeto de pesquisa “Corpo e(m) discurso: gestos de análise e interpretação no arquivo midiático” que coordeno na Universidade Federal do Pampa, campus Bagé. Agradeço às bolsistas voluntárias Jael Kuster e Márcia Lopes pelas discussões neste grupo.

A mídia é um conceito bastante amplo, que nos leva a considerar a heterogeneidade desse discurso, que se constitui como uma formação discursiva afetada por saberes de outras ordens. Isso significa que saberes variados – de formações discursivas outras, como a médica, a política, a jurídica – confluem para o estabelecimento dessa formação discursiva. O discurso que se constrói nesse espaço de discursividade se trata, assim, da constituição de um saber midiático/publicitário, e se dirige ao maior número de sujeitos consumidores que possa haver em uma determinada formação social, já que o objetivo central de uma publicidade de uma empresa é vender seu produto. Nesse sentido, entendo que o corpo assume uma dimensão mercadológica, deslizando-se para a categoria de produto que é divulgado na mídia. Dessa forma, instaurando o percurso teórico-analítico que pretendo tratar neste trabalho, falarei sobre o corpo de sujeitos transexuais em uma formação discursiva midiática – mais especificamente em propagandas de produtos cosméticos veiculadas para venda no dia da mulher, 08 de março, nos anos de 2016 e 2017. O que pretendo observar é o modo como a mídia influencia as posições do sujeito e o consumo, a ponto de confundir aquilo que está sendo vendido como mercadoria: o corpo trans/sujeito trans estaria sendo tratado como um produto?

Ainda é preciso convocar Zizek (2010, p. 297), quando este nos lembra sobre como, na perspectiva de Lacan, foi Marx que inventou a noção de sintoma, relacionado à noção de fetiche. Zizek nos diz que o fascínio do fetiche não está relacionado exatamente ao conteúdo, como se supunha, mas à “própria forma”. Assim, há uma fetichização da mercadoria pelo simples fato de ser uma mercadoria, de haver uma forma para ela. Para o autor, a ideologia estrutura a realidade social, ou seja, somos convocados ideologicamente a ser os sujeitos que devemos ser. Essas noções importam no sentido em que, em uma formação social capitalista, corpo e sujeito se confundem com a própria mercadoria. Em relação ao *corpus* que elegi para análise, até que ponto corpo e produto não estão sendo confundidos como uma única categoria?

Nesse sentido, essa formação discursiva midiática se constitui como um local privilegiado de observação e questionamento do discurso que aí se produz, construindo um discurso sobre os sujeitos transexuais. Nessa formação, o discurso que se produz, parafraseando Althusser (1978), “é um processo sem início nem fim”, pois revela a relação ideológica produzida nesse lugar em que os sujeitos são colocados. No discurso de consumo, em que a publicidade assume lugar singular, observo uma circulação de saberes que se complementam, porque os sujeitos são interpelados pelo consumo e interpelados a consumir, ou seja, o sujeito vê o corpo que deseja e deseja o corpo que vê. Pensando o olhar e a imagem, há um movimento de espelhamento por parte do sujeito: se vê e é visto pelo discurso que o capta como um sujeito-consumidor ou um sujeito-produto. Por isso, o olhar se faz importante, já que é esse olhar que permite sedimentar sentidos já-sabidos, mas também permite deslocá-los, pensá-los em um outro sítio de significância.

Observo que os discursos sobre os sujeitos transexuais³ estão sendo construídos por essa formação discursiva de forma a constituir efeitos de verdade sobre esses sujeitos. Assim, é nessa formação que começam as indeterminações e deslocamentos entre as designações relativas ao campo semântico da sexualidade e da identidade. É nesse espaço que se tornam comuns as flutuações entre os termos identidade de gênero, orientação sexual, sexo biológico, que são tomadas como se fossem equivalentes, como se fizessem referência a formas de subjetivação iguais. Essas oscilações entre os termos revelam o apagamento dos sujeitos transexuais da formação social e a contínua deslegitimação desses corpos.

É necessário, então, que esses nós da subjetividade sejam desfeitos e refeitos, considerando esses corpos como legítimos. Neste trabalho, estou propondo uma análise de discurso relativa a sujeitos que nascem com determinado sexo biológico, mas que se identificam com outro gênero. Esses sujeitos nasceram com um determinado sexo biológico, mas este não é suficiente para representá-los identitariamente. Por isso, o termo identidade de gênero é o mais adequado para se referir às pessoas transexuais, pois não apresenta a homogeneidade que o termo “sexo biológico” carrega. Os sujeitos transexuais podem, dentro do domínio da medicina, através das denominadas “cirurgias de redesignação sexual”, modificar seus órgãos genitais e característicos de determinado sexo. Podem requerer, aos aparelhos jurídicos, a mudança de nome, sem necessariamente fazer a cirurgia. Recorrer aos aparelhos médicos e jurídicos é uma escolha do sujeito, sendo o que o caracteriza como transexual é o fato de não se identificar com o sexo de seu nascimento.

Assim, entendo que a identificação desses sujeitos com outro gênero já lhes provoca a angústia do não-pertencimento, de um deslocamento identitário que socialmente é tratado como da ordem de um impossível, já que estão relacionados a um real do corpo, que nunca será atingido. Esses elementos já se tornam suficientes para pensar como esse sujeito se constitui (e é constituído) através do discurso.

Portanto, desfeitos os nós e feita a trama sobre a qual pretendo desenrolar esta reflexão, passo a falar sobre como a formação discursiva midiática e suas condições de produção heterogêneas trabalham na propagação (ou não) desses discursos, atuando como um espaço discursivo, entendendo, conforme Grigoletto (2005), que:

³ A referência linguística à pessoa transexual, no que diz respeito ao uso de pronomes demonstrativos e artigos, deve acompanhar a identidade de gênero dessa pessoa. Esta publicação tratará da análise de discurso de pessoas transexuais, em que duas mulheres são protagonistas. No entanto, usarei o artigo masculino e falarei sobre elas no masculino, pois me refiro essencialmente à categoria de *sujeito do discurso*, tal como definida por Michel Pêcheux.

na passagem do espaço empírico para o espaço discursivo, o lugar social que o sujeito ocupa numa determinada formação social e ideológica, que está afetada pelas relações de poder, vai determinar o seu lugar discursivo, através do movimento da forma-sujeito e da própria formação discursiva com a qual o sujeito se identifica (2005, p. 5).

Assim, como já mencionado anteriormente, a formação discursiva midiática é heterogênea, mas estou considerando aqui que o discurso relativo ao sujeito transexual na mídia ainda carece de um espaço discursivo, em que os saberes que estão sendo produzidos possam ser desenvolvidos e acolhidos, de modo que se produza uma reflexão sobre a transexualidade. Dessa forma, de acordo com cada espaço discursivo, falar sobre a transexualidade, será produzir efeitos de sentido diferentes, que podem estabelecer imagens diferentes, modos de subjetivação diferentes, a respeito do sujeito transexual.

2 Elementos para pensar o olhar na análise de discurso

Para pensar em no *corpus* de análise, é preciso estabelecer um gesto de interpretação. Baseada em uma primeira análise, entendi que as sequências discursivas selecionadas traziam um elemento em comum, que ora era duplicado (através de um espelho), ora era silenciado (através da falta). Essas foram as regularidades que observei e que me levaram à seleção que ora proponho para análise. Por isso, entendo, baseada em Courtine (2009), que o olhar revela elementos importantes na constituição de um discurso. O autor afirma que há corpos que provocam um estranhamento, perturbam nosso olhar. Além disso, Courtine chama atenção para as formas de olhar para o corpo, afirmando que através do olhar e de algumas construções linguísticas – palavras proibidas, eufemismos – há a repetição de um discurso normatizador sobre o corpo do outro. Assim, na nossa formação social, há a construção de um discurso ambivalente sobre os corpos considerados desviantes por não corresponderem ao discurso que domina os saberes sobre os corpos. Ao mesmo tempo em que é preciso aceitar os corpos, é preciso colocá-los longe dos olhares, é preciso registrar as perturbações que provocam.

Isso quer dizer que o olhar é o primeiro acesso ao corpo outro, ao corpo do outro. Pensando no sujeito transexual, é pelo olhar que se constata a adesão do sujeito a um determinado gênero. Em suma, é através do nosso olhar enquanto sujeitos que entendemos a posição do outro sujeito. No entanto, mostrarei nas análises que o olhar do sujeito também ocupa um lugar privilegiado: é ao olhar para si que se constrói também a noção de corpo, deixando entrever, através da propaganda, o real do olhar.

Seria o olhar também uma marca de resistência? Pensando no que diz Pêcheux (1990):

As resistências: não entender ou entender errado; não “escutar” as ordens; não repetir as litâneas ou repeti-las de modo errôneo, falar quando se exige silêncio; falar sua língua como uma língua estrangeira que se domina mal; mudar, desviar, alterar o sentido das palavras e das frases; tomar os enunciados ao pé da letra; deslocar as regras na sintaxe e desestruturar o léxico jogando com as palavras... (PÊCHEUX, 1990, p. 17).

Não seria o corpo transexual uma forma de “não escutar as ordens”, o imperativo do discurso dominante? Entendo que o corpo transexual está afetado por ser um corpo de resistência e que tal forma de resistir pode estar relacionada ao olhar *para* e ao olhar *a* transexualidade. E para estabelecer o gesto de análise que me propus a pensar, deparei-me com duas formas distintas de olhar. A primeira diz respeito ao gesto de olhar, do olhar como analista, lendo o corpo do outro: como nós olhamos para o sujeito? A segunda afetação diz respeito ao sujeito e seu corpo. Como o sujeito olha para o para o próprio corpo: como ele olha para si?

Como já venho entendendo, a formação discursiva midiática é um espaço em que são construídos e constituídos os saberes dominantes sobre o corpo, que, de certa forma, atuam como balizadores de um sentido. Neste caso, entendo que há uma discursivização do corpo transexual, o que faz com que a atenção, portanto o meu olhar como analista, seja dirigido a esses sujeitos.

Para a análise que proponho, fundamentar-me-ei em dois conceitos elementares da Análise do Discurso: o conceito de sujeito, que não deve ser confundido com o de indivíduo, pois essa noção relaciona-se com uma posição em um discurso; e o conceito de ideologia, já apresentado brevemente, que se relaciona às formas através das quais esse sujeito se posiciona no mundo, a qual de maneira inconsciente, assujeita e se faz presente no discurso. Esse conceito está na trama do dizer do outro, pois é a ideologia que determina o olhar. Portanto, é a ideologia, de acordo com Pêcheux (2009 [1975]), que:

fornece as evidências pelas quais “todo mundo sabe” o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve etc., evidências que fazem com que uma palavra ou enunciado “queiram dizer o que realmente dizem” e que mascaram, assim, sob a “transparência da linguagem”, aquilo que chamaremos o caráter material do sentido das palavras e dos enunciados. (PÊCHEUX, 2009 [1975], p. 146).

Através do olhar, nós, sujeitos, sabemos o que significa ser mulher em nossa formação social. Somos tomados por essa evidência de sujeito e sentido, como um “sempre-já” em que

imaginariamente se produz como “causa de si” (PÊCHEUX, 2009 [1975], p. 241). Por meio do significante “mulher”, somos interpelados a produzir uma rede de sentidos que significam nesse discurso e provocam o olhar. Esse olhar, portanto, está ideologicamente afetado por aquilo que estamos determinados a ver. No caso dos sujeitos transexuais, o olhar se confunde, ao interrogarmos “*quem é?*”, “*é homem ou mulher?*”. A ambivalência e o paradoxo do olhar, aquele que interroga o corpo desviante, transparece no fio do dizer, como uma marca da insistência do discurso dominante em não aceitar esse corpo que foge ao conhecido.

Além da noção de ideologia, tal qual formulada por Pêcheux, a questão do olhar também me faz convocar Lacan (2008 [1964], p. 76) quando fala sobre a esquizo do olhar. Diz o autor: “em relação às coisas, tal como constituída pela via da visão e ordenada nas figuras da representação, algo escorrega, passa, se transmite, de piso para piso, para ser sempre nisso certo grau elidido – é isso que se chama olhar.” Em Lacan, entendo que o olhar transforma, já que ao se transmitir entre um e outro sujeito, perde alguns sentidos, estabelece outros. Entre um movimento parafrástico e polissêmico, o olhar se perde, mas também se constitui.

Pensando a esquizo do olhar no âmbito da Análise de Discurso, interrogo-me sobre as noções de falha e de falta, tão caras à teoria à qual me filio. Penso que o corpo do transexual tem, marcado na pele, esses dois elementos. Falta ao corpo transexual a marca do corpo outro com o qual se identifica. Assim, esse corpo falha em identificar-se, mas é justamente essa falha com a identificação do corpo outro que o marca como um corpo de resistência, uma vez que passa a se situar como um corpo no entremeio de duas identidades já legitimadas na formação social. Então é justamente onde escorrega do corpo conhecido, da binaridade produzida no discurso dominante heteronormativo, que o corpo do transexual se marca como um corpo que resiste, e que, portanto, faz sentido.

Segundo Costa (2008, p. 20), “o olhar é olhar do outro, mas também a possibilidade de construir uma imagem, na qual cada sujeito possa se relacionar com seu corpo como exterioridade, compondo a possibilidade de que cada um se represente sendo olhado”. Nessa perspectiva, eu, como analista, olho para o sujeito, mas, antes do meu gesto, há o gesto do próprio sujeito para si: ele se olha ou é negado a se olhar, conforme mostrarei adiante, nas sequências discursivas selecionadas para a análise.

3 Análise

Nas análises, me deparei com as imagens de corpos fortemente marcados por significantes que insistem, à revelia do sujeito, em aparecer. Esse sujeito luta para ser aceito, pelo olhar do outro – o olhar de uma sociedade – como do gênero com o qual se identifica. E o olhar do outro pode perturbar ou assentar essa significação. Considerando a pertinência desses elementos,

procedo à análise de duas sequências discursivas compostas por publicidades que circularam nas redes sociais.

Para a seleção e organização do *corpus* discursivo de análise, as publicidades serão tratadas como sequências discursivas (SD). Tratam-se de duas materialidades discursivas diferentes, mas que serão analisadas tendo como regularidade a imagem e a sua veiculação nos meios sociais como a publicidade de produtos dirigidos para consumo por mulheres. Para a organização dessas sequências, mostrarei a primeira imagem, composta de uma única materialidade e uma segunda imagem, composta por outra materialidade que se desdobrará em outras duas sequências, que devem ser lidas como complementares à segunda.

Nessa perspectiva, pergunto-me: quais sentidos podem ser interpretados a partir da análise das propagandas, que veiculam seus produtos para consumidoras que celebram o dia da mulher? Vamos a elas.

3.1 O primeiro gesto de olhar

A primeira sequência discursiva se trata de uma peça publicitária da empresa “Pedaços de amor”⁴. Originalmente veiculada em outdoors na cidade de São Paulo, em campanha para o dia da mulher, no ano de 2017, a imagem passou a circular também na rede social Facebook, como uma crítica à posição da empresa.

Figura 1 - sequência discursiva 1



Fonte: Rede social Facebook

⁴ Por se tratar originalmente de um outdoor, a foto pode ser encontrada, além do Facebook, em vários sites de pesquisa, dentre os quais cito: <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/brasil/2017/03/21/apos-denuncias-outdoor-considerado-transfobico-continua-em-exibicao-no-abc-paulista.htm>. Acesso em 19 jun. 2017.

A primeira sequência mostra a imagem de uma mulher transexual urinando em um banheiro com o seguinte slogan: “Pirataria é crime”. Nessa materialidade de análise, chama a atenção a marca evidente de discriminação com que os sujeitos transexuais sofrem por não se adequarem ao discurso dominante, marcado pela relação equivalente de identificação entre o gênero e o sexo biológico.

Dessa leitura, pensando nos aspectos da subjetividade, observo os sentidos possíveis para a interpretação dessa publicidade: um sujeito transexual aparece representado em um banheiro masculino, que já se estabelece como uma interdição, uma marca da proibição, que já provoca a angústia de estar em um lugar determinado socialmente. Noto que se trata de uma mulher transexual, ou seja, aquela pessoa tem seu sexo biológico de nascimento masculino, mas que ao longo de sua vida, passou a identificar-se como uma mulher. Observo aqui alguns elementos que permitem a construção de nosso gesto de interpretação.

Primeiramente, remeto à imagem que parece tentar colocar o sujeito em um lugar que o discurso dominante elegeu. Já que esse sujeito tem seu sexo biológico masculino, há uma tentativa de estabelecer um discurso que relaciona identidade de gênero com o sexo biológico. Esse discurso pretende se construir através de um efeito de verdade, como se estivesse fazendo transparecer os sentidos a respeito do que é a transexualidade, o que pode ser corroborado por intermédio do enunciado “pirataria é crime”, já que a memória que incide no enunciado diz respeito à imitação mal feita, ao que quer se parecer com o original. Novamente, a evidência de sentidos sobre o que é ser mulher nesta sociedade irrompe o fio do dizer, e provoca a (des)ordem desses sentidos.

O vocábulo “pirataria” traz à memória a relação do corpo como produto, reificando-o como lembra Zizek (2010, p. 314-315), ou seja, atribuindo o sentido de produto ao corpo, já que o discurso dominante insiste em designar um valor ao sexo biológico que deve ser “maior” do que o sentido da identidade de gênero. Assim, o que é um produto pirata na formação social capitalista? É um produto mais barato, que tenta ser equivalente/parecido com o produto original, mas não possui a mesma qualidade. O sentido que se estabelece significa que o corpo transexual é um corpo que se parece com o original, aquele que está atravessado pela imaginária evidência de sentido. A roupa com que essa mulher é retratada, suas cores e transparências, lembra a prostituição e, mais uma vez, corrobora o sentido de produto pirata. O corpo da mulher que se prostitui é visto como um corpo barato, descartável, para o qual o olhar não é dirigido.

Para isso, há uma apropriação histórica dos sentidos das palavras “pirataria” e “crime”, já que o discurso que aparece na imagem carrega uma memória de sentidos também de outra formação discursiva, a jurídica, que trata da violação de direitos autorais. Na campanha em análise, a alusão que a palavra “pirataria” estabelece em relação à imagem reproduzida é de que o corpo é falso, enganoso, distanciado do sentido dominante que entende apenas uma forma de

subjetivação para o corpo da mulher: a mulher cisgênera⁵.

Essa “aparente” mulher da publicidade é retratada em um lugar que é um banheiro masculino, que me parece ser público, dada a quantidade de mictórios e as cores escuras dos azulejos. A postura corporal do sujeito transparece um sentido de inferioridade: olhando para baixo, com a mão fazendo a simulação de estar segurando seu pênis para urinar, as roupas que fazem referência à prostituição como trabalho permitem a leitura dessa imagem como a retratação de uma angústia, já que esse sujeito não olha para quem está olhando para ele.

O enunciado: “8 de março, dia internacional da mulher”, transparece como uma insistência do discurso dominante: onde está a mulher? Também se vê e a logomarca da empresa exemplificando como modelo de casal uma mulher e um homem, ou seja, um casal heterossexual. Todas essas pistas deixam evidente a produção de sentido que esse discurso dominante quer passar: uma imagem preconceituosa e excludente, a imagem de que uma transexual não pode ser mulher.

Mas é pelo olhar (nesse caso, o apagamento do olhar), que tenho acesso à significação. Ao olhar para baixo, o sujeito deixa transparecer um sentido ambíguo: seria para o órgão genital, transparecendo um sentido de vergonha, de confronto com o real do corpo? Seria um sentido de conformidade por carregar uma marca de um corpo outro que insiste em aparecer nesse corpo deslocado? Há uma significação metonímica que se produz na relação genitália-corpo, como se o corpo significasse através de uma parte. Como o órgão genital pode representar um corpo todo, a ponto de essa ser a verdade de um sujeito? Essa seria a verdade sobre o corpo?

Passo, então, ao segundo recorte na tentativa de estabelecer um efeito de relação entre os dois discursos que se produzem:

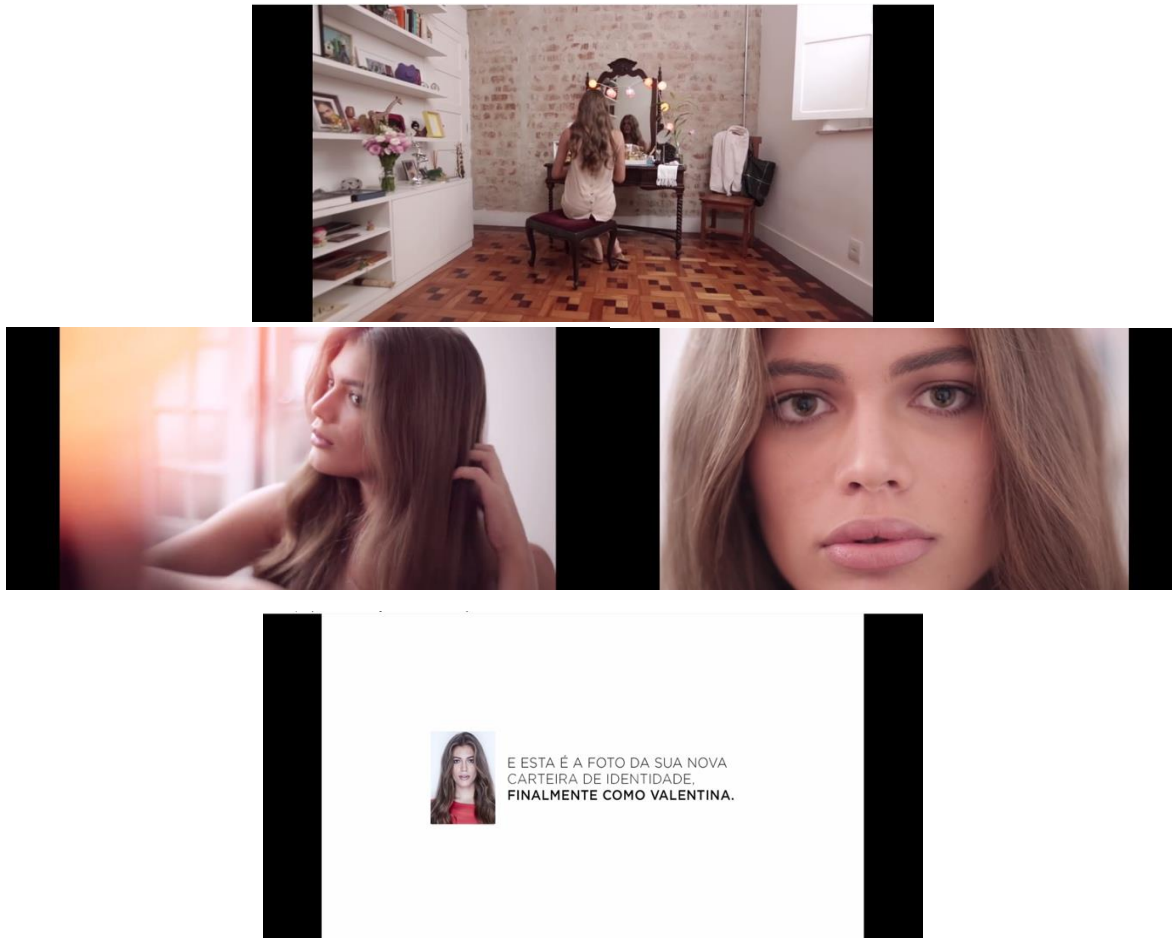
3.2 O segundo gesto de olhar

Nesta segunda sequência discursiva, trago uma propaganda que demonstra a modelo transexual Valentina estreado o marketing da marca de produtos Loreal, denominada Toda

⁵ O termo “cis” designa aquelas pessoas que têm seu sexo biológico e identidade de gênero identificados (cisgênero/cisgênera). O termo denota uma oposição – de ordem ideológica – ao termo *trans*, marcando a diferença também da perspectiva daqueles que não tem sexo biológico e identidade de gênero como equivalentes. Essa significação se origina no discurso da identidade de gênero como uma forma de marcar aqueles corpos que estão em acordo com o sexo biológico, do nascimento. Uma pessoa *cis* seria aquela em identidade e sexo correspondem a uma maneira de identificar-se socialmente. Uma mulher *cis* seria a mulher que nasce com o gênero feminino e se identifica com esse gênero ao longo de sua vida.

Mulher Vale Muito⁶, veiculada para o dia da mulher, 08 de março de 2016. Essa publicidade circulou como um vídeo, que tem 57 segundos de duração. Escolhi algumas cenas para ilustrar o vídeo, que serão mostradas aqui como representativas de toda a materialidade. Além disso, chamarei, como sequência discursiva 2a e sequência discursiva 2b as falas que aparecem no vídeo e que também serão analisadas:

Figura 2 – Cenas da sequência discursiva 2



Fonte: Plataforma de vídeos *YouTube*

O vídeo inicia com o sujeito transexual em frente ao espelho: metonimicamente, vai demonstrando cada parte do corpo: os cabelos sendo escovados, o cotovelo, as mãos, o rosto sendo maquiado, os lábios sendo pintados, os brincos, a face, a roupa. Essas imagens pormenorizadas são refletidas no espelho, que passa a demonstrar o todo, o que me leva a pensar

⁶ O vídeo está disponível para ser assistido na íntegra em <https://www.youtube.com/watch?v=3J8CiwL4BCo>. Acesso em 19 jun. 2017.

em como o corpo todo vai sendo constituído por cada uma dessas partes, que mostram a beleza da mulher, valorizando a delicadeza de suas características.

O olhar exterior – aquele que analisa e lê essas imagens – também vai sendo conduzido: há algumas expectativas que vão sendo criadas, como a de ver aquele corpo todo sendo completado. Posso dizer que o olhar, nesse vídeo, revela uma presença, ao passo que, na sequência discursiva apresentada anteriormente, revela uma ausência. Diferentemente da primeira sequência, o sujeito olha para um espelho, e não para baixo. Há um enfrentamento de si, diferentemente do olhar envergonhado de sua condição, como se pode perceber na SD1. Assim, o sujeito olha a si no espelho, pois esse é um outro modo de se dizer. Na SD2, observo o sujeito colocado em um quarto limpo e organizado, com seus pertences de beleza. Além disso, as cores claras e suaves dão o tom de leveza, de conforto ao olhar.

Enquanto a imagem passa, o sujeito telespectador também se confronta com a voz do sujeito, que aqui apresentarei como SD2a:

SD2a: "Beleza é algo que transcende nosso corpo. Vem da alma, eu amo ser mulher. É muito bom a gente se aceitar, se amar. Reconhecer o nosso valor. O Dia da Mulher? Eu acho importante sim, mas não para ganhar flores, a gente quer respeito. Esse é o meu primeiro Dia da Mulher. Oficialmente. Tô pronta!"

O sujeito afirma que está pronto – pronto para as câmeras. Pronto para ter sua imagem fotografada, para ter seus documentos de identificação relacionados com a sua nova identidade – a identidade de gênero. A ideia de “estar pronto” corrobora a condução desse discurso, em que o efeito de completude se constitui. A foto do sujeito é o registro desse corpo de uma forma permanente. Há uma nova identidade que se estabelece a partir dessa imagem. Além disso, o jogo de olhares permanece: o sujeito se vê nas câmeras, e o sujeito telespectador vê o sujeito transexual através da tela.

Em seguida, o seguinte texto aparece na tela:

SD2b: "Valentina é uma mulher transgênera, e esta é a foto da sua nova carteira de identidade. Finalmente como Valentina. 8 de março. Valentina vale muito. Toda mulher vale muito."

Em um primeiro momento, penso no vocábulo “transcendência” discursivizado pelo sujeito transexual. A beleza transcende o corpo para esse discurso que a publicidade estabelece, mas também penso o quanto o corpo transexual transcende a noção de gênero, pois não se encaixa com o estabilizado. A transexualidade transcende o gênero, e é, por assim dizer, “uma falha

no ritual”, nos termos em que fala Pêcheux. Ao pensar na relação do prefixo *trans*, que indica *além de*, há uma pista desse corpo transitório que é o real do corpo, ou seja, é o seu (entre-)lugar. O corpo, o modo de subjetivação transcende qualquer designação possível, o que mostra o quanto os sentidos da transexualidade são (im)possíveis de ser apreendidos.

Ao dizer que a beleza vem da alma, o sujeito, porta-voz da marca, determina um território que lembra a relação entre corpo e alma. É Foucault (2008, p. 29). quem diz que “Uma ‘alma’ habita [o homem] e o leva à existência, ela mesma é uma peça no domínio exercido pelo poder sobre o corpo. A alma, efeito e instrumento de uma anatomia política; a alma, prisão do corpo”. A relação corpo e alma consiste em o sujeito colocar-se em um lugar de sujeição, como se a alma dominasse o corpo. A alma imaginariamente é colocada em uma posição superior, quase divina, em que se retoma uma memória cristã, de um sujeito cindido entre corpo e alma.

Ainda Foucault (2010 [1974-1975], p. 152) me faz lembrar do “governo das almas”, o poder da Igreja, que, através da penitência, levaria à salvação. Ao abordar a relação entre o corpo e a medicina, Moulin (2009, p. 51) escreve que “nossa alma não vive alojada no corpo como se fosse um capitão em seu navio, como bem percebera Descartes, mas entra com ele em uma relação de intimidade, diferenciando para sempre o ‘meu corpo’ e o do Outro”. Tais referências me provocam a pensar nos limites entre o corpo do transexual e o do Outro, limites muitas vezes imprecisos, que se distinguem e fazem com que cada corpo seja único.

Ao observar os elementos linguísticos, percebo que as formas reflexivas “se aceitar” e “se amar” estão relacionadas com a forma “a gente”. Assim, o sujeito se inclui no gênero feminino, e a propaganda reforça esse sentido de que não há uma divisão entre as mulheres transexuais e as mulheres cisgêneras. Além disso, o sujeito afirma que esses elementos são importantes para reconhecer o “nosso” valor. Ao discursivizar esse pronome no plural, o sujeito afirma seu lugar de resistência, mostrando que mulheres – tanto trans quanto cis – ainda têm muito pelo que lutar. O sujeito é apresentado como uma mulher transgênera, ou seja, há uma tentativa de didatizar, dar um sentido pedagógico à questão da transexualidade, explicando-o para o sujeito telespectador, o leitor dessas imagens.

Lacan (2008 [1964]) ensina que quando o mundo começa a provocar nosso olhar, começa então o sentimento de estranheza. Estranheza, estranhamento. Palavras tão próximas que se ligam pela afetação do olhar e da ideologia e que também são caras ao campo teórico da Análise de Discurso. No discurso, observamos as expressões que rompem com a linearidade e que colocam em conflito diferentes sentidos, como, por exemplo, os advérbios “oficialmente” e “finalmente”. Relacionados ao discurso da identidade de gênero, advérbios que desvelam um sentido tão “definitivo” aparecem, no fio do discurso, como uma marca que parece insistir em demonstrar que há uma possibilidade para o corpo transexual: a possibilidade de tornar-se oficialmente e definitivamente do gênero feminino, no caso.

Esse estranhamento, conforme nos diz Ernst, é uma:

estratégia discursiva que expõe o conflito entre formações discursivas e consiste na apresentação de elementos intradiscursivos – palavras, expressões e/ou orações – e interdiscursivos, da ordem do ex-cêntrico, isto é, daquilo que se situa fora do que está sendo dito, mas que incide na cadeia significativa, marcando uma desordem no enunciado (ERNST, 2009).

Dessa forma, pergunto-me como é ser/sentir-se oficialmente uma mulher. Esses saberes remontam a uma formação discursiva outra, relacionada à mulher, a partir da qual as mulheres transgêneras podem também se significar. Além disso, é necessário recordar que o sujeito transexual retratado na SD2 é uma modelo que passa a representar não apenas um ideal de corpo para os outros sujeitos transexuais, mas representa um ideal de corpo e de beleza que se faz pertinente às mulheres transexuais e cisgêneras. Da mesma forma, o estranhamento efetuado pelo vocábulo “finalmente” em “finalmente como Valentina” remete novamente ao conflito entre duas formações discursivas diferentes que parece se desfazer através da legitimação do nome pelos aparelhos ideológicos jurídicos. “Finalmente” está relacionado à autorização para a mudança de nome e os novos documentos que legitimam o nome e a existência desse sujeito, como se esse fosse o dia em que “oficialmente” se torna, de fato, uma pessoa do gênero feminino, mas também me leva a questionar a hipótese de que, se esse sujeito não houvesse trocado seus documentos, seria considerada mulher pelo discurso dominante que aí se propaga?

Além disso, chama-me a atenção a ideia do valor nesse enunciado, que me faz pensar em seu sentido bastante relacionado à ideia de um corpo como produto. Ainda que a interpretação leve ao sentido de reconhecimento, legitimidade, é necessário pensar também na significação dentro da esfera do mercado, do corpo como produto que tem valor dentro de uma sociedade capitalista. Ao dizer que “toda mulher vale muito”, a publicidade fala no sentido do valor como uma virtude ou como preço?

Como se mede o valor de uma mulher? Mais uma vez, há uma reificação desses corpos, que podem ser medidos através dos produtos que são acessíveis à parcela de mulheres a qual essa publicidade é dirigida. Confundem-se corpos e mercadorias em uma ilusão necessária para que esses sujeitos adquiram valor na formação social capitalista. Ao comparar com a SD1, o sujeito da SD2 teria mais valor, em qual perspectiva? A perspectiva da valorização do corpo e do sujeito ou a da valorização do poder de consumo?

4 Possíveis descerramentos

Optei por não encerrar esse texto aqui, mas por descerrá-lo, isto é, abri-lo a outros questionamentos. Deixo sentidos entreabertos, já que a reflexão que aqui proponho se constitui na fluidez de tempos, de gêneros e de olhares e em espaços discursivos próprios da contemporaneidade.

Penso sobre como o discurso do corpo transexual se produz na e pela mídia, a qual, por sua vez, dá a ver certos corpos, estabelecendo um discurso dominante a seu respeito. A formação discursiva midiática – dirigida a um grande público consumidor – trabalha na circulação de discursos dominantes, que confundem o corpo com o produto, de acordo com as necessidades do mercado.

No entanto, são perceptíveis as diferenças nesse grande discurso que se pretende estabelecer, o que é mostrado nas análises. Entendo, portanto, a partir do gesto de análise eleito, que a segunda sequência discursiva mostra uma publicidade que respeita e integra a mulher transexual, através da valorização dos elementos discursivos presentes, que valorizaram tanto o olhar quanto a palavra, já que, ao mesmo tempo em que permitem que o sujeito transexual se veja e seja visto, também dá a possibilidade de que o sujeito telespectador também ouça a voz do sujeito transexual. Além disso, essa sequência atribui à mulher transexual o lugar que deve ser dela legitimamente, como o lugar de toda a mulher.

Já a primeira sequência discursiva analisada desvela um sentido de desrespeito a essa mulher, tentando não apenas colocá-la no lugar de mercadoria, mas de produto descartável, em que seu olhar e sua voz permanecem apagados, relegados a uma posição de subordinação e angústia. Há uma estigmatização dos corpos, como se houvesse uma clivagem entre a mulher de verdade e a mulher que a publicidade considera ilegítima, pirata.

No entanto, não deixo de pensar sobre os resquícios deixados pelos itens linguísticos “oficialmente” e “finalmente”, discursivizados na SD2, que, a partir do olhar de estranhamento, do olhar inquietante da Análise de Discurso, provocam-me a pensar em quais mulheres estão contempladas pelo pronome “todas”, já que não são todas as mulheres (transexuais e cisgêneras) que correspondem ao ideal de corpo e beleza propagado na publicidade analisada.

Além disso, penso na circulação desse discurso que está fortemente relacionado a outros discursos dominantes, como por exemplo o jurídico. Quais mulheres têm o direito de se sentirem contempladas pela campanha que é veiculada no dia das mulheres? Esse discurso é dirigido às mulheres transexuais e cisgêneras ou apenas às mulheres transexuais que atingiram o ideal de corpo, que são os ideais de beleza impostos a todas as mulheres, como a beleza, os cabelos longos, as marcas delicadas e o corpo magro?

Quais são os corpos que merecem estar sob o olhar da mídia? Há espaço para os corpos desviantes? Deixo, ainda, esse questionamento.

Referências

ALTHUSSER, Louis. Observações sobre uma categoria: “processo sem sujeito nem fim(s). In: *Posições - 1*. Rio de Janeiro: Graal, 1978. p. 66-71

COSTA, Ana. Marcas corporais: em busca do traço unário. In: AGUIAR, Fernando; GUIMARÃES (orgs.). *Interfaces entre psicanálise e escrita*. São Paulo: Casa do psicólogo, 2008. p. 17-26

COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. *História do corpo: as mutações do olhar, o século XX*. Tradução e revisão de Ephraim Ferreira Alves. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

ERNST, Aracy. A falta, o excesso e o estranhamento na constituição/interpretação do corpus discursivo. In: *Anais do IV SEAD*, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/4SEAD/SIMPOSIOS/AracyErnstPereira.pdf>>. Acesso em 19 jun. 2017. n.p.

GRIGOLETTO, Evandra. Do lugar social ao lugar discursivo: o imbricamento de diferentes posições-sujeito. In: *Anais do II SEAD*, 2005. Disponível em: <<http://www.analisedodiscurso.ufrgs.br/anaisdosead/2SEAD/SIMPOSIOS/EvandraGrigoEvand.pdf>>. Acesso em: 19 jun. 2017. n.p.

FOUCAULT, Michel. *Os anormais: curso no Collège de France (1974-1975)*. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Tradução de Raquel Ramallete. 35. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

LACAN, Jacques. *O seminário, livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise (1964)*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

MOULIN, Anne Marie. O corpo diante da medicina. In: COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. *História do corpo: as mutações do olhar, o século XX*. Tradução e revisão de Ephraim Ferreira Alves. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 15-82

PÊCHEUX, Michel. Delimitações, inversões, deslocamentos. In: ORLANDI, Eni; GERALDI, João Wanderley. *Caderno de estudos linguísticos*, n. 19, p. 7-24, 1990.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio (1975)*. Tradução de Eni P. Orlandi. 4. ed. São Paulo: Unicamp, 2009.

ZIZEK, Slavoj. Como Marx inventou o sintoma. In: ZIZEK, Slavoj (org.). *Um mapa da ideologia*. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2010. p. 297-332

Recebido em: 23/08/2018

Aceito em: 25/09/2018