

AS DISCURSIVIDADES QUE PERPASSAM OS SLOGANS DA CAMPANHA DO CARNAVAL DE 2003 *

JULIANA SANTANA CAVALLARI **
(UNICAMP)

ABSTRACT *The purpose of this paper is to identify and analyze some of the discourses, which make the slogans of a Carnival campaign meaningful. Through a discursive and historical approach this study aims to point out some concepts responsible for building up the importance of following the rules posed by the statements analyzed.*

CONSIDERAÇÕES INTRODUTÓRIAS

Este trabalho se propõe a realizar uma leitura das representações e dos discursos que atribuem sentido(s) aos *slogans* veiculados nos meios de comunicação, por ocasião da campanha do carnaval de 2003, que visava a “conscientizar” grande parte da população sobre a prevenção do contágio de doenças sexualmente transmissíveis (DST). O fato de tal campanha convocar o seu interlocutor a se responsabilizar por seus atos e a agir conscientemente, durante um evento festivo em que o imaginário de permissividade está atuante, nos pareceu bastante significativo.

Levando em conta as determinações histórico-sociais e ideológicas que estão no fundamento de qualquer dizer, pretendemos realizar uma análise discursiva das formulações que constituem este estudo, de modo a apontar alguns discursos e conceitos que são evocados nos enunciados sobre DST, possibilitando que determinados sentidos sejam postos em funcionamento.

Do ponto de vista teórico, este estudo é embasado pela perspectiva da Análise do Discurso (AD) de linha francesa, segundo a qual a língua é entendida como um espaço de manifestações das relações de força e de sentidos que refletem os confrontos de natureza ideológica (Orlandi, 1993). De acordo com essa perspectiva, os sentidos em um acontecimento discursivo são pensados como efeito da presença do interdiscurso, tendo em vista que toda palavra se refere ao discurso no qual significa ou significou, graças à memória discursiva que direciona o dizer (Pêcheux, [1988] 1975). Daí a importância de

* Este artigo resultou de um trabalho de qualificação de área em Análise do Discurso de linha francesa, sob orientação da Prof^a Dr^a Suzy Rodrigues Lagazzi

** Doutora em Linguística Aplicada pela Unicamp, na área de Ensino-Aprendizagem de Língua Estrangeira.

rastreamos a interdiscursividade que atua diretamente no processo de significação. Antes de iniciarmos a análise dos registros, abordaremos algumas regularidades nas discursividades que atravessam o material de análise, fazendo-o significar.

O DISCURSO DA MÍDIA NA CONSTITUIÇÃO DO IMAGINÁRIO SOCIAL

Já que estaremos analisando algumas formulações veiculadas pela mídia, vale destacar que essa discursividade atua, fortemente, na constituição e acomodação de um imaginário social. Através dos discursos divulgados pelos meios de comunicação, o mundo e as práticas sociais chegam até o interlocutor sob o rótulo de informação, provocando um efeito de imparcialidade e de verdade. Assim sendo, há um apagamento da interpretação em nome de fatos que falam por si: “trata-se de imprimir a imagem de uma atividade enunciativa que apenas mediatizaria, ou falaria sobre, da forma mais literal possível de um mundo objetivo” (Mariani, 1996: 65).

A autora (*op.cit.*) busca compreender como é construída a ilusão de imparcialidade no discurso jornalístico e ressalta que a “objetividade” dos fatos veiculados pela mídia resulta, inevitavelmente, de um gesto interpretativo que se dá a partir de um imaginário pré-construído e, portanto, aceito como verdade. Esse efeito de imparcialidade e de verdade de que trata Mariani (1996) está relacionado ao lado noticioso da imprensa. O discurso publicitário, em particular, vai além da prestação de informação, uma vez que visa a provocar um efeito persuasivo e coercitivo em seu interlocutor.

De modo geral, o discurso da mídia reclama o senso comum (juízo corrente, valores morais e sociais, crenças e opiniões compartilhadas), provocando um efeito de evidência e de reconhecimento. Essa discursividade, portanto, desempenha um papel importante na produção/circulação de consensos de sentidos que estão diretamente atrelados a discursos outros que, por sua vez, garantem a manutenção das relações sociais. Além disso, o discurso veiculado na/pela mídia estabelece uma relação de interlocução e de participação entre o telespectador e o meio em que vive.

A INTERDISCURSIVIDADE NO DISCURSO SOBRE DST

Dentro da perspectiva da AD, a dispersão dos sentidos e dos sujeitos através dos diferentes discursos que os constituem é inevitável. Partindo da noção de discurso como dispersão e não fixação de sentidos, faz-se necessário rastrear a relação interdiscursiva presente nos enunciados abordados, considerando que todo discurso faz soar o já-dito em um outro lugar, numa situação de enunciação sempre outra (Pêcheux, [1997] 1983).

Nesta seção do trabalho, pretendemos observar algumas regularidades presentes no discurso da moral e no discurso jurídico, tendo em vista que esses discursos se constituem mutuamente, evocando noções como *verdade*, *direitos*, *deveres*, dentre outras. São justamente essas noções e esses discursos que atuam na constituição dos sentidos produzidos pelos *slogans* da campanha pesquisada. Embora estejamos focalizando, separadamente,

algumas regularidades no discurso da moral e no discurso jurídico, cada uma dessas discursividades já é, por si só, heterogênea.

O discurso dos princípios morais estabelecendo regras de conduta social

A determinação dos princípios morais sempre esteve atrelada às relações sociais, bem como ao momento sócio-histórico em questão. Perelman (2000) reforça a estreita relação entre a moral, a sociedade e o momento histórico, enfatizando que a moral representa a expressão de uma sociedade, em um dado momento de sua evolução. Segundo o autor, o comportamento moral implica em obediência e conformismo em relação a padrões e valores já determinados sócio-historicamente, ou seja, quando se trata de regras morais, é necessário que se admitam certos princípios primordiais, sem que seja preciso justificá-los, pois esses já se encontram naturalizados. Nas palavras do autor (*op.cit*: 295),

A vida moral se reduz a um conformismo – uma adesão irracional a ao que nos foi inculcado como o leite materno – e nenhum raciocínio pode exercer a menor influência sobre as nossas regras de conduta: o que nenhuma razão fundamenta, nenhuma razão pode abalar.

Nesse prisma, a moral representa uma característica que seria inerente à natureza humana. Para assumir esse estatuto, no entanto, a moral se coloca acima da razão e passa a ser admitida como um princípio primordial.

Tendo em vista que os princípios morais fornecem as diretrizes de ordem geral, podemos dizer que a noção de moral garante a manutenção social, já que surge como um “acordo” inevitável e unânime entre os membros da sociedade. Desse modo, para agir moralmente, deve-se agir em conformidade a algumas regras de conduta, advindas de uma “consciência” moral comum, na qual acredita-se que as razões morais são válidas para todos. No entanto, é significativo destacar que a conduta moral é ilusoriamente guiada pela voz da razão ou da consciência, uma vez que esta “consciência” é construída discursivamente, através da manutenção de aspectos ideológicos que funcionam e significam na relação com discursos outros.

De acordo com Miaille (1994), a ordem do dever-ser ou da obediência, além de fundamentar os princípios morais e as regras de conduta social, também constitui o caráter essencial do direito e das normas jurídicas, o que denuncia a interdiscursividade entre o discurso da moral e o discurso jurídico. Mais especificamente, as normas jurídicas pregam a racionalização e a individualização do sujeito que deve seguir determinados comportamentos e escolhas que garantam o bem estar social. Essa ordenação jurídica, no entanto, apesar de evocar os princípios morais também se distingue deles, pois não representa algo que, aparentemente, seria inerente ao humano ou ao ser, mas algo elaborado e fixado por uma sociedade sustentada por direitos e deveres e, portanto, situada numa ordem do *dever-ser*: “Esta ordenação jurídica distingue-se por uma característica fundamental: dizer o que se deve fazer, o que se deve ser e não constatar o que é” (Miaille, 1994: 87).

De modo geral, podemos afirmar que o cultivo da disciplina e da obediência em relação ao que nos é colocado como *dever-ser* ou como verdade absoluta sempre esteve presente nas organizações e instituições sociais, por meio das discursividades que legitimam determinados comportamentos e conceitos.

O discurso jurídico na constituição do sujeito-de-direito

A prática judiciária constitui um determinado número de formas de verdade que circulam em nossa sociedade e que são responsáveis pelo “domínio” do comportamento cotidiano. Essas considerações encontram respaldo em Foucault ([1973] 1999: 11) que focaliza o papel social das práticas judiciárias. Segundo o autor, essas práticas definem “a maneira pela qual, entre os homens, se arbitram os danos e as responsabilidades, o modo pelo qual, na história do ocidente, se concebeu e se definiu a maneira como os homens podiam ser julgados, em função dos erros que haviam cometido”.

Miaille (1994: 25) também se refere à prática jurídica, mais especificamente ao direito, como um instrumento de socialização ou, segundo o autor, como uma técnica de pacificação social. O autor acrescenta que as regras de direito produzem instrumentos necessários ao funcionamento e à manutenção de um certo tipo de sociedade e de política de Estado que, por sua vez, exerce uma função de apaziguamento, através da difusão da crença de um “bem comum”. Assim sendo, é na relação entre as práticas sociais e as práticas judiciárias ou de direito, que se impõem noções tais como: interesse geral, soberania, direitos e deveres do cidadão.

Para manter o funcionamento das práticas judiciárias que direcionam as relações sociais, a noção e a função de sujeito-de-direito ou de pessoa jurídica é fundamental. De acordo com o Miaille (1994), o fato de que todo indivíduo possui uma personalidade jurídica e, portanto, é um sujeito-de-direito, constitui a regra geral do direito e das práticas sociais, já que os indivíduos se tornam, ilusoriamente, mais autônomos nas suas práticas e nas suas representações ideológicas, ou seja, tudo parece ser objeto de uma decisão, de uma vontade do sujeito lógico-racional. Na noção de sujeito-de-direito perpassam conceitos como o de consciência, responsabilidade, autoridade e autonomia, que produzem efeitos de verdade e normalidade, garantindo a acomodação das práticas sociais.

A verdade como construção discursiva

Considerando que o discurso divulgado nos meios de comunicação produz diferentes efeitos de sentido em seu interlocutor, dentre eles o efeito de verdade, faz-se necessário abordarmos como a noção de verdade é construída.

De acordo com a perspectiva teórica que embasa este estudo, não podemos pensar no conceito de verdade como algo fixo, estável e que produz sentidos fora do contexto histórico-social. Nietzsche ([1873] 1987) já questionava o conceito de verdade como algo dado *a priori*, ao argumentar que a verdade é uma criação do homem que deseja as suas conseqüências agradáveis e que conservam a vida, já que funciona como uma prática reguladora e avaliadora de comportamentos.

A determinação da verdade está diretamente relacionada aos discursos e às instituições que a legitimam e que exercem uma função social primordial, como, por exemplo, a instituição jurídica. Tais instituições são responsáveis pela difusão de certezas ou de verdades predeterminadas, que devem ser seguidas e respeitadas, já que pressupõem a punição.

Com base nas afirmações anteriores, podemos considerar que a verdade é construída discursivamente, em função de um dado momento sócio-histórico. Para que a determinação da verdade seja possível, a heterogeneidade e o equívoco, próprios do sujeito e da linguagem, são “esquecidos”¹ e mascarados por discursos e conceitos pré-construídos e amplamente difundidos nas/pelas instituições sociais. Assim sendo, a noção de verdade só faz sentido, se atrelada a discursos outros. No entanto, a interdiscursividade, que faz com que a verdade seja reconhecida e reforçada, não é acessível ao sujeito de linguagem, que acredita estar diante de fatos e acontecimentos autênticos e que “falam por si”. Essas considerações fazem eco a Nietzsche ([1873] 1987) que afirma que o homem não tem acesso à verdade e que somente por esquecimento pode o homem alguma vez chegar a supor que possui uma verdade. É esse esquecimento que, além de definir a própria noção de verdade, governa as relações e condutas sociais, na cultura ocidental.

Tendo em mente as considerações anteriores, podemos afirmar que o processo de homogeneização dos sentidos está diretamente relacionado ao estabelecimento da verdade. Nietzsche (*op.cit.*: 48) define a verdade como,

um batalhão móvel de metáforas, metonímias, antropomorfismos, enfim, uma soma de relações humanas, que foram enfatizadas poética e retoricamente, transpostas, enfeitadas, e que, após longo uso, parecem a um povo sólidas, canônicas e obrigatórias: as verdades são ilusões, das quais se esqueceu que o são, metáforas que se tornam gastas e sem força sensível, moedas que perderam sua efígie e agora só entram em consideração como metal, não mais como moedas.

A citação acima aponta para o fato de que o estabelecimento da verdade é resultante de uma convenção social sólida, na qual os sentidos se tornam fixos e transparentes ao sujeito de linguagem. Conseqüentemente, a verdade passa a atuar como a “descoberta” de uma designação uniformemente válida e obrigatória das coisas. Essa designação da verdade que funciona como lei a ser seguida é anterior à entrada do indivíduo no mundo e deve ser mantida, de modo a garantir uma certa regularidade sobre as ações humanas.

ANÁLISE DOS REGISTROS

Procuraremos, no recorte das formulações analisadas, compreender as relações entre o linguístico e as determinações sócio-históricas, de modo a rastreamos as manifestações ideológicas que atuam nos processos de construção dos sentidos.

Antes de darmos início à análise dos enunciados, é significativo abordarmos as condições de produção que determinam as formulações e que regem os gestos de interpretação, já que incluem o contexto sócio-histórico-ideológico (Orlandi, 1999). Como já mencionado anteriormente, os enunciados que compõem este estudo foram utilizados como *slogans* de campanhas divulgadas em meios de comunicação variados (televisão,

¹ De acordo com o esquecimento 2, formulado por Pêcheux [1988] 1975, o sujeito do discurso tem a ilusão de que o que diz tem apenas um significado e se esquece que, ao enunciar, seleciona algumas formulações e silencia outras.

cartazes, panfletos distribuídos em pontos movimentados de diversas cidades, *outdoors* e outros), com o intuito de prevenir o contágio de DST, durante o carnaval de 2003. O público que teve acesso aos dizeres da campanha de prevenção foi bastante variado. No entanto, essas campanhas são geralmente direcionadas para o público jovem.

Já faz parte do imaginário social ou do senso comum que, durante o carnaval, por influência da música, da dança, da euforia, da ingestão de bebidas alcoólicas, dos diferentes trajes usados pelos foliões, dentre outros fatores, há a predominância de uma atitude permissiva nas relações estabelecidas, o que possibilita um afrouxamento moral e maior liberação sexual.

A seguir, iniciaremos a análise das formulações, que será direcionada pela seguinte questão central: *Como o discurso sobre DST, veiculado na/pela mídia, reforça princípios morais, estabelecendo regras de conduta social?*

A dimensão moral e jurídica nos *slogans* abordados

As formulações coletadas para este estudo foram:

- 1) “A ciência está fazendo a parte dela; faça você a sua: use camisinha – todos contra a AIDS”.
- 2) “Mostre que você cresceu e sabe o que quer. Neste carnaval, use camisinha”.
- 3) “Aprenda a transar com a existência da AIDS”.
- 4) “Sem camisinha nem pensar”.
- 5) “Brinque o carnaval, não brinque com a sua vida”.

A princípio, analisaremos cada um dos enunciados, separadamente, buscando alguns esclarecimentos para a questão central e trazendo algumas considerações acerca do tema proposto. Posteriormente, estabeleceremos algumas relações entre as formulações analisadas.

Na primeira seqüência enunciativa: *A ciência está fazendo a parte dela; faça você a sua: use camisinha – todos contra a AIDS*, observamos que o enunciado é reforçado, ao trazer a voz da ciência que pressupõe um poder-saber, uma vez que ocupa o lugar da verdade e da eficácia. O discurso da ciência sobre o sexo é visto como algo neutro, puramente informativo e, portanto, está repleto de silenciamento e esquivas acerca de valores e condutas morais. Dito de outro modo, a ciência, para se constituir em um saber, deve silenciar o sujeito desejanste e instaurar o sujeito biológico, de modo a estabelecer uma verdade sobre o sexo, ao destacar suas propriedades fisiológicas e possíveis conseqüências imunológicas.

No enunciado em questão (1), o discurso da mídia, associado ao imaginário de ciência, atribui um efeito de verdade ao *slogan* empregado na campanha. O papel da ciência é evocado para provocar um efeito apelativo e coercitivo no interlocutor, já que tenta convencê-lo a seguir uma determinada conduta que, se ignorada, pode ser fatal não só para o indivíduo, mas para *todos*. Além disso, observa-se que a ciência é colocada como algo totalmente separado e distante do social, ou seja, a ciência estaria isenta da intertextualidade ou da polifonia que habita todo dizer. O efeito de objetividade provocado pelo discurso da ciência é construído, ao silenciar equívocos e contradições inerentes à linguagem. Trata-se

da “fantasia” de um discurso pleno, completo, sem ruptura ou discórdia. As discursividades moral e jurídica, que interpelam o enunciado em questão, parecem obter, a partir da evocação do discurso científico que, ilusoriamente, detém a verdade sobre o sexo e suas conseqüências, espaço para a constituição dos sentidos “permitido” e “proibido” que, em última instância, ajudam a reforçar as regras de conduta social.

As seqüências enunciativas [ciência]² *fazendo a parte dela; faça você a sua* apontam para o fato de que, na sociedade em que vivemos, os papéis estão bem estabelecidos e cada indivíduo ou grupo “deve fazer sua parte”, para garantir o bom funcionamento social. Desse modo, a ciência deve continuar a construir saberes e certezas, ao passo que o sujeito social deve controlar o seu fazer, seguindo algumas verdades e leis predeterminadas.

O emprego do pronome *você*, no enunciado abordado, é sintomático, pois está ligado às condições de produção e circulação da campanha. Tal pronome suscita no interlocutor o senso de responsabilidade para com o bom funcionamento da saúde própria e da saúde pública, bem como o senso de participação em relação ao que está sendo anunciado.

Observa-se a (re)afirmação de um imaginário de sociedade como um conjunto de indivíduos ou grupos separados e livres que, no entanto, devem agir com “responsabilidade” e seguir algumas regras de conduta, para o “bem” de todos. Na formulação posta, tudo parece ser uma conseqüência direta da decisão de um indivíduo que, aparentemente, é livre para escolher seus atos. Sendo assim, é a noção de sujeito de direitos e deveres que atribui sentidos a essa formulação.

Ainda em relação à primeira seqüência enunciativa, também notamos a manifestação de aspectos que apontam para a ideologia moral e jurídica, ao atentarmos para a materialidade *Todos contra a AIDS*, que parece resumir a mensagem proposta pelo *slogan*. Melhor dizendo, embora cada qual tenha sua função social específica, todos possuem um inimigo em comum (a AIDS). Portanto, todos têm o “dever” de unir esforços e seguir determinadas condutas, de modo que o “bem comum” seja atingido e o “mal”, vencido.

Na segunda seqüência enunciativa: *Mostre que você cresceu e sabe o que quer. Neste carnaval, use camisinha*, também podemos vislumbrar o funcionamento das noções de individualidade e autonomia, provenientes da discursividade jurídica, se atentarmos para o emprego dos verbos *mostrar, saber e querer*. O espaço enunciativo, bem como as condições em que a formulação foi proferida, parecem direcionar e especificar os sentidos dessas expressões. É como se todos soubessem o que podem e devem querer, numa sociedade de direitos e de deveres predeterminados. Novamente, é a idéia de capacidade e de escolha individual do sujeito que rege os sentidos dessa formulação. Bauman (2001) comenta sobre a ilusão de individualidade que governa as condutas sociais. Nas palavras do autor (*op.cit.*: 74), “tudo, por assim dizer, corre agora por conta do indivíduo. Cabe ao indivíduo descobrir o que é capaz de fazer, esticar esta capacidade ao máximo e escolher os fins a que essa capacidade poderia melhor servir”.

Sobre a ilusão de autonomia e individualidade, que governa as condutas sociais, Pêcheux (*apud*: Haroche, 1992) argumenta que é justamente esta ilusão, constitutiva do mecanismo de assujeitamento, que aparece como ideologia jurídica do sujeito.

A presença do verbo *crescer* na formulação (2) reforça a questão da responsabilidade que tem um aumento gradual, à medida que o indivíduo “amadurece” e passa a responder

² As informações entre colchetes são inclusões do pesquisador.

por seus atos. O emprego deste verbo também nos sugere que o público alvo da campanha é composto por adolescentes e jovens, que, imaginariamente, ainda não atingiram a maturidade e a responsabilidade esperada para praticar sexo seguro.

Na formulação *Neste carnaval, use camisinha*, observamos que o imaginário de carnaval como época de maior liberação sexual é convocado à formulação. Dito de outro modo, por colocar em funcionamento um imaginário de permissividade ligado a carnaval, o enunciado do *slogan* prevê comportamentos associados a esse evento como, por exemplo, a prática sexual com diferentes parceiros. Já que, ao se falar de carnaval, esse imaginário de permissividade é evocado, todos parecem concordar e saber em que situações “usar camisinha”, mesmo que isso não esteja materializado nos *slogans*.

Em relação ao terceiro enunciado *Aprenda a transar com a existência da AIDS*, observa-se que o emprego do verbo *aprender* aponta para a presença de um discurso pedagógico que vai ao encontro das normas morais e jurídicas, socialmente construídas, pois estabelece o que deve ser feito ou ainda, o que é de direito fazer.

A formulação *aprenda a transar* parece incitar e até mesmo apoiar a prática sexual, mas desde que o indivíduo “aprenda a transar” com responsabilidade. Dito de outra maneira, devido à existência de um “mal” que atinge a todos, depende de cada indivíduo aprender e seguir determinados comportamentos que possam evitá-lo. Há, portanto, um apelo a uma conscientização guiada por uma razão moral comum.

Ainda em relação ao enunciado destacado também nos chamou a atenção o fato de a prática sexual ser estimulada, ainda que ressalvas sejam trazidas: como o perigo de contágio da AIDS, por exemplo. Este fato indica uma adequação dos princípios morais a um dado momento histórico social. Em outras palavras, o momento histórico em questão possibilita que a prática sexual seja naturalizada e menos conservadora, isto é, não é mais a prática sexual que é banida atualmente, mas sim a prática de sexo sem segurança ou de modo irresponsável.

Também é significativo observarmos, nesta formulação em especial e nos outros *slogans*, de modo geral, que embora existam várias DST, a ênfase das campanhas é sempre na prevenção da AIDS. Após a “descoberta” ou, segundo o próprio enunciado, *com a existência* desta doença, é como se a única consequência indesejada do ato sexual fosse a contaminação pelo vírus HIV. Como já mencionado anteriormente, a doença adquire um sentido de causalidade sexual, ou seja, praticar sexo sem segurança e contrair a AIDS se colocam como causa e consequência. Assim sendo, o ato sexual, como qualquer outro ato em nossa sociedade, passa a ser julgado como positivo ou negativo, em função de suas possíveis consequências. Cabe ao indivíduo, portanto, tomar decisões que possam evitar consequências indesejadas.

No quarto enunciado *Sem camisinha, nem pensar*, mais uma vez o imaginário de carnaval como uma época de maior liberação sexual se faz presente. Apesar da formulação em questão não mencionar, diretamente, o ato sexual e suas consequências, esses sentidos não deixam de ser evocados, interdiscursivamente, pelo *slogan*. O idiomatismo *nem pensar* traz o “já-dito” ou o dizível para o interior do “não-dito”. Mais uma vez, a formulação nos leva a compreender que não é mais a prática sexual que é condenada na sociedade atual, ou seja, transar ou se relacionar intimamente com parceiros variados é permitido, desde que as precauções necessárias sejam tomadas.

Ainda em relação ao verbo *pensar*, podemos afirmar que esse vocábulo evoca a idéia de conscientização e de responsabilização que, por sua vez, põe em funcionamento a noção de sujeito-de-direito ou sujeito jurídico. Em função de uma razão moral comum, reforçada pelo discurso de direitos e deveres, o desejo sexual passa a ser condicionado a uma escolha “consciente” do indivíduo, se igualando a qualquer outro ato social.

Na última formulação *Brinque o carnaval, não brinque com a sua vida*, também observamos a manifestação de algumas noções que apontam para a discursividade jurídica. Mais especificamente, o trocadilho obtido através do emprego do verbo *brincar*, no contexto em questão, sugere uma punição implícita, levando à coerção do sujeito social. Novamente, a idéia de individualidade e autonomia do indivíduo é posta em funcionamento, isto é, o indivíduo acredita ser livre para fazer suas escolhas; no entanto, deve estar sempre pronto para responder por elas e para arcar com suas conseqüências. Sendo assim, podemos dizer que o sujeito pode fazer suas escolhas, desde que faça a escolha correta. Nesse prisma, o enunciador assume uma posição de sujeito-suposto-escolher.

Esta formulação também aponta para o fato de que, embora a discursividade jurídica esteja sendo evocada, esta não prevê a aplicação de uma penalização jurídica, sancionada pela lei. Em outras palavras, o sujeito não deixa de ser coagido a seguir determinadas regras de conduta, mas isso se dá de uma forma ético-moral e não em função de uma sanção punitiva de natureza legal. Observamos que o discurso jurídico, nessa formulação em especial, está sobre-determinado pelo discurso da vida que se opõe à possibilidade da morte como punição máxima, caso o sujeito não siga determinadas regras de conduta social.

Finalmente, podemos afirmar que a referida formulação produz um efeito apelativo e coercitivo ainda maior, ao se dirigir diretamente ao interlocutor, utilizando a formulação *a sua vida*. Mais uma vez, o sujeito se sente convocado a participar e a se responsabilizar por seus atos, de modo que passe a agir em conformidade a algumas regras de conduta que garantem uma melhor acomodação social.

De um modo geral, as formulações analisadas anteriormente dialogam entre si. Todas elas provocam um efeito coercitivo no interlocutor, ao evocarem princípios morais que colocam em funcionamento noções como responsabilidade, conscientização, “escolhas” embasadas em regras de conduta social, dentre outras.

Observamos que as seqüências enunciativas que compõem este estudo se encontram em relação de paráfrase com a seguinte formulação *faça sexo seguro*, na qual a questão da responsabilidade está bem marcada. Essa formulação sugere uma adequação dos princípios morais, ou seja, os *slogans* analisados (re)significam alguns valores morais, principalmente em relação à prática sexual que se tornou naturalizada em nossa sociedade.

Nas formulações analisadas, o emprego de verbos como *fazer, saber, mostrar, querer* e *pensar*, por exemplo, denuncia a manutenção de aspectos ideológicos atrelados à esfera jurídica e que são constitutivos da noção de sujeito-de-direito. O sujeito de direitos e deveres passa a responder por seus atos e a se enquadrar a uma determinada regra de conduta moral que estabelece os comportamentos permitidos e proibidos, em nossa sociedade.

Outra semelhança entre os *slogans* analisados é o emprego da forma imperativa, mascarada por um tom de aconselhamento ou sugestão e que acaba soando como verdade ou regra de conduta a ser seguida. Além disso, a forma imperativa também provoca um efeito apelativo e coercitivo no interlocutor, exigindo uma maior obediência em relação ao

que foi dito e legitimado por discursos outros. Em suma, é o imperativo categórico do dever-ser e do dever-obedecer, proveniente do discurso da moral e do discurso jurídico, respectivamente, que governa os sentidos postos pelos enunciados.

Observamos, ainda, que há um equívoco nas formulações utilizadas como *slogans* da campanha de prevenção. Embora a campanha busque atingir um vasto público, divulgando a prática de sexo seguro, esta acaba se tornando bastante limitada, pois remete, apenas, à prevenção da AIDS e não a outros problemas de cunho social como o controle de natalidade e a transmissão de outras doenças, por exemplo.

A noção de moral “utilitária”, tão presente nas sociedades modernas e democráticas, perpassa os enunciados analisados. De acordo com a fórmula proposta por Betham e comentada por Julien (1996: 44), “É moralmente bom, não aquilo que me é pessoalmente conveniente, mas o que é útil para a grande maioria”. O princípio, portanto, é “buscar a felicidade da grande maioria, sempre identificando o interesse do indivíduo com o interesse universal”. Com base nesta citação, podemos afirmar que é o princípio da utilidade, que visa a buscar o interesse universal ou o bem de todos, que rege as formulações estudadas.

Também notamos que, ainda que o imaginário de carnaval como época de maior liberação sexual esteja presente nas formulações, o discurso da campanha de prevenção não deixa de clamar uma certa conduta baseada em princípios morais. É justamente em função do imaginário de permissividade estar sendo evocado nas formulações que a questão da responsabilidade é colocada em evidência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos enunciados coletados para este estudo nos permitiu vislumbrar os discursos e as noções que perpassam e legitimam os sentidos produzidos pelos *slogans* da campanha de prevenção de DST. Retomando a questão central de análise (Como o discurso sobre DST, veiculado na/pela mídia, reforça princípios morais, estabelecendo regras de conduta social?), observamos, a partir da materialidade lingüística, que o discurso sobre DST evoca outras discursividades, em particular a moral e a jurídica, que colocam em funcionamento conceitos pré-construídos, tais como: consciência, responsabilidade, individualidade, escolha, dentre outros. São as noções e os conceitos provenientes desses discursos que provocam um efeito de verdade nas formulações postas, reforçando algumas regras de conduta social.

Vale ressaltar, ainda, que a relação entre o discurso da moral e o discurso jurídico está “desdobrada” ou (re)significada, no material de análise, isto é, há uma adequação dos princípios morais e das normas jurídicas, nas formulações em questão. Melhor dizendo, a moral está diretamente atrelada ao momento sócio-histórico vivenciado e vem sustentada pelo discurso da saúde e do bem estar social, deixando de ter uma determinação religiosa e conservadora em relação à prática sexual. O discurso jurídico, por sua vez, está atrelado ao discurso da vida que aparece em relação de oposição com a morte. Assim, embora os enunciados abordados evoquem a questão da punição de comportamentos que não sigam uma regra de conduta predeterminada, não se trata da aplicação de uma pena de determinação

jurídica. Neste caso, o indivíduo que não praticar sexo seguro estará colocando sua vida em risco e, portanto, poderá ser punido com a própria morte.

Também pudemos observar que a idéia de autonomia e liberdade do sujeito está diretamente relacionada à possibilidade de punição, o que permite um maior enquadramento do sujeito em relação às regras de conduta social. Assim sendo, o sujeito de direitos e deveres desfruta de uma liberdade coagida, pois, aparentemente, é livre para fazer suas escolhas, mas desde que possa responder por elas e não coloque em risco o “bem comum”.

Em última instância, as formulações abordadas produzem um efeito de participação e de responsabilização do sujeito em relação ao meio social em que está inserido, exigindo que determinadas condutas sejam seguidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUMAN, Z. (2000). *Modernidade Líquida*. Dentzien, P. [trad.]. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- FOUCAULT, M. [1999]³ 1973. *A verdade e as Formas Jurídicas*. PUC – Rio de Janeiro: Nau Editora.
- HAROCHE, C. (1992). *Fazer dizer, querer dizer*. Orlandi, E. [trad.]. São Paulo: Editora Hucitec.
- JULIEN, P (1996). *O estranho gozo do próximo: ética e psicanálise*. Ribeiro, V. [trad.].Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editora.
- MARIANI, B. (1996). *O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais*. Campinas: Editora da UNICAMP.
- MIAILLE, M. (1994). *Introdução crítica ao direito*. Lisboa: Editorial Estampa.
- NIETZSCHE, F. [1987] 1873. Sobre a verdade e mentira no sentido extra-moral. Obras incompletas, vol. I. São Paulo: Nova Cultural, p. 31-38.
- ORLANDI, Eni, P.(1993). *As Formas do Silêncio – no movimento dos sentidos*. Campinas: Editora da UNICAMP.
- _____. (1999). *Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos*. Campinas: Pontes.
- PÊCHEUX, M. [1988] (1975). *Semântica e Discurso: Uma Crítica à Afirmação do Óbvio*. Campinas: Editora da UNICAMP.
- _____. [1997] (1983). *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Orlandi, E. [trad.]. Campinas: Pontes.
- PERELMAN, C. (2000). *Ética e Direito*. Maria Ermanita Galvão [trad.]. São Paulo: Editora Martins Fontes.

³ Quando houver duas datas, a primeira corresponde à edição consultada e a segunda, à primeira edição da obra.