

A relação interdiscursiva de discursos de minorias numa campanha publicitária

AMANDA F. GUETHI

Graduanda do 7º período de Letras – Português/Espanhol. Centro de Educação e Ciências Humanas da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). e-mail: a.guethi@gmail.com

CAROLINA LAURETO HORA

Graduanda do 5º período de Letras – Português/Espanhol. Centro de Educação e Ciências Humanas da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). e-mail: carollaureto@gmail.com

Resumo: O presente trabalho tentará apresentar um breve estudo sobre as relações interdiscursivas presentes em uma campanha publicitária realizada pelo governo do Chile no ano de 2010, de maneira a mostrar que estas articulações discursivas mobilizam vozes de grupos chilenos marginalizados, funcionando, a partir da perspectiva da Análise do Discurso, como espaço de resistência e expressão ideológica.

Palavras-chave: campanha publicitária; Análise do Discurso; discurso de minorias

Abstract: The present paper intends to present a brief study about the interdiscursive relations present in an advertising campaign fulfilled by the Chilean government in the year 2010, so as to show that these discursive articulations mobilize voices of marginalized Chilean groups, by working (considering the perspective of Discourse Analysis) as a space of resistance and ideological expression.

Keywords: advertising campaign; Discourse Analysis; minority discourses

Suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade.
Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*.

“**M**aricón es el que maltrata a una mujer. Digámoslo al que se lo merece”¹ é o que diz o *slogan* da campanha pública, divulgada pelo governo chileno, contra a violência doméstica no país, na intenção de chamar a aten-

¹ *Slogan* original em espanhol. Ao longo deste trabalho, usaremos uma tradução aproximada.

ção dos chilenos para os absurdos números de vítimas desse tipo de violência (os números de mortes são altíssimos) e a possibilidade – por apoio público – de denunciar e modificar esse triste quadro nacional.

Para isso, os cartazes são compostos de elementos que se complementam: foto de um homem conhecido pela população chilena, nome e profissão deste, uma frase dita por ele e o *slogan* já citado². Pode ser estranho pensar como uma campanha contra violência de homens contra mulheres – sendo estes casais - pode ser sustentada por figuras masculinas, as quais são atingidas ferozmente pela mensagem criada. Como foi dito, as figuras que aparecem nos cartazes são conhecidas do povo chileno, que as identifica ao termo *maricón*, que, em espanhol, é associado, quase imediatamente, ao termo *gay*.

O que temos, então, é uma campanha que atinge diretamente os homens chilenos, agressores ou não, passando-lhes a mensagem de que *maricones* são aqueles que maltratam, agredem, matam (su)as mulheres, sustentada pela imagem de homens que, sendo homossexuais ou não, sofreram preconceito e violências diversas pela associação de suas atitudes, profissão, ideologia ao termo pejorativo *maricón*.

Ao redor desse termo *maricón* gravitam duas acepções conhecidas e dicionarizadas. O objetivo de nossa análise é estudar, a partir da relação dessas duas diferentes significações, dentro de determinadas formações discursivas, os efeitos de sentido provocados pela articulação dessas significações e a composição de “ressignificações” destas no âmbito da campanha.

Como se disse, temos o termo *maricón* significando:

Dicionário on-line da Real Academia Espanhola:

1. m. vulg. *marica* (hombre afeminado). U. t. c. adj.
2. m. vulg. *sodomita* (hombre que comete sodomía).
3. m. U. c. insulto grosero con su significado preciso o sin él.

Dicionário on-line WordReference, baseado nas acepções do Dicionário Espasa-Calpe (2005) de Língua Espanhola:

1. m. vulg. *marica*.
2. vulg. Hombre malintencionado o que hace daño a los demás.

Dicionário on-line The Free Dictionary, baseado nas acepções do Dicionario Manual de la Lengua Española, 2007. Larousse Editorial.

1. vulg. Hombre que tiene movimientos y actitudes que se consideran propios de las mujeres.

Nota Frecuentemente usado de forma despectiva.

2. vulg. Hombre que siente atracción sexual hacia otro hombre.

Nota Frecuentemente usado de forma despectiva.

3. vulg. Hombre que hace cosas para fastidiar a los demás o tiene malas intenciones: *es un maricón, no sabe más que fastidiar*.

Nota Frecuentemente usado como insulto.

² Ver anexo ao final deste trabalho.

Segundo os dicionários consultados, temos, ao menos, duas significações para o termo *maricón*: uma delas faz referência a homens efeminados e/ou homossexuais; e a outra faz referência a homens mal intencionados, que podem prejudicar outras pessoas. Sobre essas duas significações se constrói a dinâmica da campanha, no sentido de atingir primeiramente os homens chilenos – todas as significações dos dicionários especificam “homem que”, “homem X”: a crítica é direcionada aos homens heterossexuais, aqueles que se relacionam com mulheres e maltratam suas companheiras, passando-lhes a carga negativa do termo sempre empregada aos homens homossexuais. Por isso sustentar a mensagem do *slogan* sobre imagens de homens abertamente *gays* ou de outros que sofreram preconceito e violência a partir desse termo *maricón*; ainda que, de uma ou outra forma, sejam insultos e maneiras depreciativas de referência a uma pessoa.

Nesse sentido, os movimentos de negação dos homossexuais ante o termo *maricón*; de afirmação destes mesmos homens quanto a sua dignidade e integridade de caráter (que significa desvincular suas práticas sexuais, sua individualidade e subjetividade de atitudes depreciativas e socialmente condenáveis); e de ataque de todos que são contra a violência doméstica e contra os homens que maltratam suas companheiras – desnudando uma prática comum no Chile há muitos anos –, apresentam as formações discursivas existentes nesse discurso de chamamento à crítica de uma situação real, provocando o pronunciamento de outros “discursos de recebimento” – que guardam outras formações discursivas – dessa crítica.

Formação discursiva, Segundo Pêcheux (1995, p. 160 *apud* SOARES e VOIGT, 2010, p. 3), é “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinado pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito”, vai ser, para nosso exemplo, o que pode e deve ser dito num (e em relação ao) *slogan* de campanha contra violência doméstica no Chile, relacionando a ideologia dos enunciadores à materialidade linguística, em forma de discursos, que são dizeres expressos na língua. Assim, cada discurso vai estar inserido em uma determinada formação discursiva, significando uma coisa e não outra, carregado ideologicamente e expresso na língua. No discurso do *slogan* da campanha encontramos, segundo nossa análise, as formações discursivas que se relacionam “contra a violência doméstica”, “contra a homofobia”, “contra o machismo” e “contra o abuso de poder”, existentes pela articulação das significações do termo *maricón*, do uso das fotos e posições sociais dos homens que se mostram a favor dessa luta, provocando efeitos de sentido.

Todas essas formações discursivas respondem a uma mesma formação ideológica – contra as “violências humanas” (praticadas por humanos contra humanos), que também representa a luta das minorias em favor de espaço social que foi tomado por uma maioria construída histórica e socialmente: branca, adulta, heterossexual, cristã-católica e burguesa.

A partir disso, verificamos um ponto para além dos possíveis efeitos de sentido provocados pelo discurso da campanha. A própria ideia de efeito de sentido guarda em si mesma a característica das palavras de não terem seus significados presos a elas. Os sentidos, efeitos de uso das palavras em dadas formações discursivas, em uso na língua, são evocados e não retirados da materialidade dos significantes, indo além da

ideia de arbitrariedade saussuriana, pela presença de enunciadores marcados por ideologias.

Sobre a noção de efeito de sentido, Ferreira (2001, p. 14) diz:

Diferentes sentidos possíveis que um mesmo enunciado pode assumir de acordo com a formação discursiva na qual é (re)produzido. Esses sentidos são todos igualmente evidentes por um efeito ideológico que provoca no gesto de interpretação a ilusão de que um enunciado quer dizer o que realmente diz (sentido literal).

Assim, podemos dizer que, antes mesmo do termo *maricón* receber as duas acepções dicionarizadas, essa possibilidade de abertura para significados não presos à forma linguística dá espaço para as reproduções deste em diferentes formações discursivas. Esse deslocamento de enunciador – posição discursiva –, de formação discursiva, é que vai gerar as ressignificações.

Em nosso objeto de análise, pensando nas já citadas formações discursivas presentes no discurso proferido por meio da chamada do *slogan*, há efeitos de sentido diferentes em cada uma das formações discursivas e também diferentes ressignificações do termo *maricón* em cada uma delas.

Na formação discursiva “contra o machismo”, por exemplo, encontramos uma nova maneira de se representar a masculinidade, pela negação do termo *maricón* – também defendida pela formação discursiva “contra a homofobia” – em relação àquela “contra a violência doméstica”, que delineia um novo modelo de masculinidade representado, negando a agressão, a brutalidade e violência contra as mulheres, com o objetivo de fixar que, para ser homem e ser representado como tal, não é preciso maltratar uma mulher; nesse mesmo movimento de negação e afirmação, aparece a formação discursiva “contra a homofobia” que, pela negação da significação de *maricón* atribuída aos homossexuais masculinos – como *pouco homens*, homens efeminados, com atitudes e comportamentos típicos de mulheres – ressignifica, dentro de sua formação discursiva que rejeita tal preconceito, atribuindo os aspectos negativos do termo a quem os merece de fato: *pouco homens* são os homens que maltratam suas companheiras, filhas, mães.

Outra formação discursiva já citada, possível de ser encontrada nesse discurso pela articulação das demais, é a “contra o abuso de poder”. Esta, marcada como as outras pela crítica, pode ser direcionada não só aos homens que pensam ter, pela construção social na história em torno de sua figura e os desdobramentos sociais e morais até hoje existentes (relação com a formação discursiva “contra o machismo”), o direito (ou dever) de eliminar ou mostrar-se superior às mulheres, mas também a qualquer pessoa, seja homem ou mulher, rico ou pobre, pertencente a qualquer religião, independentemente da orientação sexual, que se acredite no direito de maltratar alguém por ser ideológica, física, econômica, socialmente diferente.

Dessa forma, cada uma das formações discursivas presentes no intradiscorso “*Maricón* é quem maltrata uma mulher, Digamos isso àquele que merece” ressignifica as significações do termo dentro dos limites de sua materialidade, marcando-as ideologicamente.

O que chamamos até aqui de articulação das formações discursivas pode ser entendido, pelas palavras de Ferreira (2001, p. 18), por interdiscursividade, sendo esta uma “relação de um discurso com outros discursos; vozes discursivas outras que se manifestam em um dado discurso e interferem no seu sentido. Estes discursos alheios penetram no discurso em estudo, interferindo assim no seu sentido.” A autora nos chama atenção para a noção de heterogeneidade discursiva encontrada nos discursos devido aos movimentos de penetração de formações discursivas em outras.

E esta articulação de efeitos de sentido resultado do discurso entre interlocutores (Pêcheux, 1969 *apud* Ferreira, 2001, p. 14) permite que outros efeitos de sentido sejam produzidos, relacionados aos discursos, resultado do recebimento do discurso-slogan em questão; nos trechos abaixo, mostraremos duas opiniões contrárias a respeito da campanha e as possíveis formações discursivas presentes nos discursos proferidos por meio dos textos postados na internet.

O primeiro que se segue é o texto que originou as duas outras opiniões. Foi escrito em um blogue, no qual se discutem, entre outras coisas, a identidade *gay*, a situação dos homossexuais na sociedade de hoje e como essas questões aparecem discutidas nas redes sociais como blogs, twitter, facebook etc.

Primeiro fragmento:

Maricón o que maltrata uma mulher não, “maltratador” (quinta-feira, dia 28/10/10 – Fran Correas: comentários)

Se vê que no Chile não conhecem bem o idioma espanhol, porque o Serviço Nacional da Mulher daquele país decide lançar uma campanha contra a violência às mulheres, esse mal tão desgraçadamente estendido, com o lema: “*Maricón* é quem maltrata uma mulher”. E quem dá sua imagem é um tal Jordi Castell, fotógrafo chileno, conhecido por ser abertamente homossexual, e se defende e responde “me chamam de *maricón* desde criança, pois agora que digam isso àqueles que maltratam.” Ou seja, que reconhece o caráter já conhecido de insulto da palavra, mas não conhece seu significado, vê-se, quando defende que chamem de *maricón* aqueles que maltratam. Na Espanha, se conhece esses homens pelo que são: “maltratadores”. A violência que exercem contra suas companheiras é conhecida como machista, e o Governo tenta realizar quantas ações, como o governo do Chile agora também faz – pulseiras, campanhas, educação nas escolas ... – mas não conseguem acabar com este mal, que, não nos enganemos, se aprende desde pequeno no seio familiar.³

³ Texto em espanhol, original do blogue: *Maricón el que maltrata a una mujer NO, maltratador - Jueves, Octubre 28, 2010 Fran Correas – 7 Comentarios*. Se ve que en Chile no conocen bien el idioma castellano porque el Servicio Nacional de la Mujer de aquel país decide sacar una campaña en contra del maltrato a las mujeres, ese mal tan desgraciadamente extendido, con el lema “*Maricón, el que maltrata a una mujer*”. Y el que da la cara en la imagen es un tal Jordi Castell, fotógrafo chileno, conocido por ser abiertamente homosexual, y se defiende y reflexiona “a mi me dijeron *maricón* de chico, pues que se lo digan ahora a los que maltratan”. Es decir, que reconoce el carácter de insulto de la palabra de marras, pero no conoce su significado, se ve, cuando defiende que le llamen *maricón* a los maltratadores. En España a estos hombres se les conoce como lo que son, maltratadores. A la violencia que ejercen sobre sus parejas se le conoce como violencia machista, y el Gobierno intenta llevar a cabo cuantas acciones,

Segundo fragmento:

“Nacho diz: 29/10/10 – Bom, se você me pergunta, como chileno que sou, acredito que esta campanha em parte erradica os problemas de alguns. Por fim, se dá um rótulo negativo aos “maltratadores”, como os chamam na Espanha, que fique bem clara essa diferença, porque aqui (Chile) “maltratador” é mais genérico, não tem um único significado, é mais global, por isso dizer “maltratador” para um homem que bate em uma mulher, seria como chamá-lo de uma forma genérica (poderia ser um maltratador de animais, da natureza, de muitas coisas), então se você me pergunta, como chileno, sim, entendendo o que quer dizer aquela campanha. Além de se tirar de uma vez por todas este rótulo negativo tão ofensivo dos *gays* ou homossexuais de gênero masculino”.⁴

Terceiro fragmento:

“Esta campanha é para o Chile, a ideia é que os cidadãos chilenos (homens e mulheres) entendam o problema da violência contra mulheres. Sou chilena e para mim um *maricón* é uma pessoa de merda. Bom, eu entendi perfeitamente a campanha. Nem em todos os países se usam as palavras da mesma maneira e muito menos os insultos. Katty”.⁵

A partir dos fragmentos vistos, das ideias já discutidas anteriormente - a respeito das formações discursivas existentes no *slogan* objeto de nosso estudo -, e dos efeitos de sentido advindos do que chamamos articulação das formações discursivas (interdiscurso para Ferreira, 2001), podemos pensar que, se não há uma extensão (e afirmação) de algumas das formações discursivas presentes no *slogan* da campanha nos fragmentos que o seguiram, há, então, uma identificação dos sujeitos com determinadas formações discursivas que ali estão, provocando como resposta, suas manifestações ideológi-

como el mismo Chile ahora también emprende - pulseras, campañas, educación en el colegio,...- pero no consiguen erradicar con este mal, que, no nos engañemos, se mama desde pequeño en el entorno familiar.”

⁴ Texto em espanhol, original do blog: “*Nacho* says: 29 de octubre de 2010 01:17 Bueno si me preguntas, como chileno que soy, creo que esta campaña en parte erradica dos problemas de uno. Por fin se les da una etiqueta negativa a los maltratadores como les llaman en España, que quede muy bien esa diferencia, porque acá maltratador, es mas genérico, no tiene un único significado, es mas global, por lo cual decirle "maltratador" a un hombre que le pega a una mujer, seria como llamarlo de una forma genérica (podría ser un maltratador de animales, con la naturaleza, con muchas cosas), entonces si tu me preguntas, como chileno, si entiendo lo que quiere decir aquel comercial. Además que por una vez de todas, se le sacaría esta etiqueta tan ofensiva a los *gays* u homosexuales de género masculino”

⁵ Texto em espanhol, original do blogue: “23 de noviembre de 2010 22:46 Este comercial es para Chile, la idea es que las personas chilenas (hombres y mujeres) entiendan el problema del maltrato a la mujer. Soy chilena y para mi un *maricón* es una persona de mierda. Bueno yo entendí perfectamente el comercial. No en todos los países se usan las palabras de la misma manera, y mucho menos los insultos. Katty”.

cas em/por outros discursos, marcados linguisticamente pelas mesmas formações discursivas.

No primeiro fragmento – texto do blogueiro que incita a discussão – encontramos a formação discursiva referente à luta “contra homofobia” – já presente no *slogan* em questão – articulada com outras como “contra machismo” e até “contra violência doméstica”, mas essa sendo menos defendida ideologicamente do que as outras.

A posição de blogueiro dá ao autor deste discurso o livre acesso à questão, sem ser censurado por não ser chileno, ou porque não defende com todas as forças a campanha. Por este motivo, o autor do comentário pode defender sua posição “contra a homofobia” que, segundo ele, a campanha não projeta com grande sucesso. Afirma sua posição favorável “contra machismo” quando diz:

“A violência que exercem contra suas companheiras é conhecida como machista, e o Governo tenta realizar quantas ações, como o governo do Chile agora também faz – pulseiras, campanhas, educação nas escolas... – mas não conseguem acabar com este mal, que, não nos enganemos, se aprende desde pequeno no seio familiar.”

Por outro lado, temos as duas outras posições que são favoráveis à luta promovida pela campanha e também pelas formas pelas quais essa luta foi posta em discurso e em materialidade linguística. O que é, de alguma maneira, criticado na primeira opinião, é reforçado positivamente nas outras, demonstrando que os movimentos de “reconhecimento” do interdiscurso provocam expressão da subjetividade dos sujeitos que são interceptados por esse intradiscurso – o nosso discurso em questão. Como resposta a isso, outros discursos são produzidos, e a relação destes com o(s) primeiro(s) que o(s) provocou(aram) é de identificação ou repulsa.

O conceito de *heterogeneidade*, ligada ao que chamamos até agora de articulação das formações discursivas, depois dito, segundo Ferreira (2001), por interdiscurso, ajuda-nos a entender as interrelações que se vão construindo entre discursos. Essa característica é o resultado dessas articulações e movimentos, demonstrando que um discurso qualquer não é homogêneo, puro ou original. A presença dessas várias formações discursivas – a coexistência destas por associações, rememorações, revisitações a outros discursos já ditos - que foram identificadas num mesmo discurso é o que lhe dá o caráter heterogêneo.

Nesse sentido, a ideia que tentamos esboçar a respeito da identificação dos sujeitos receptores do discurso do *slogan* é referente à noção de *subjetivação* da Análise do Discurso. Para nossa análise, esse conceito está posto na relação desses sujeitos receptores de se reconhecerem e, de alguma forma, se sentirem nesse discurso. O que vai sendo dito é recebido e pode ou não ser acatado. Dessa forma, vê-se – um conceito da Análise do Discurso - que “o sujeito não é a fonte do dizer”, e, por isso, o discurso não nasce nos sujeitos. Ao contrário, os sujeitos são interceptados por diversos discursos e, para se posicionar no mundo, expressam linguisticamente sua ideologia.

O que chamamos de rememorações e revisitações a outros discursos já ditos para construir um novo é chamado, na teoria da Análise do Discurso, de pré-construído.

Segundo Ferreira (2001, p. 21) pré-construído é um

enunciado simples proveniente de discursos outros, anteriores, como se esse elemento já se encontrasse sempre-aí por efeito da interpelação ideológica. (Pêcheux, 1975). Essa formulação de um já-dito assertado em outro lugar permite a incorporação de pré-construídos à FD, concebida como um domínio de saber fechado, fazendo-a relacionar-se com seu exterior.

Com a noção de pré-construído se relaciona uma outra noção, a de memória discursiva, na medida em que a primeira funciona como conteúdo da segunda, sendo esta como uma bagagem que se constrói ao longo da história e das experiências vividas. Sobre memória discursiva, Ferreira (2001, p. 20) diz:

Possibilidades de dizeres que se atualizam no momento da enunciação, como efeito de um esquecimento correspondente a um processo de deslocamento da memória como virtualidade de significações. A memória discursiva faz parte de um processo histórico resultante de uma disputa de interpretações para os acontecimentos presentes ou já ocorridos (Mariani, 1996). Courtine & Haroche (1994) afirmam que a linguagem é o tecido da memória. Há uma memória inerente à linguagem e os processos discursivos são responsáveis por fazer emergir o que, em uma memória coletiva, é característico de um determinado processo histórico. Orlandi (1993) diz que o sujeito toma como suas as palavras de uma voz anônima que se produz no interdiscurso, apropriando-se da memória que se manifestará de diferentes formas em discursos distintos.

A partir dessas considerações, podemos dizer que todas as noções trabalhadas até agora se relacionam na produção dos discursos. No caso de nosso objeto de estudo, a noção de pré-construído é um elemento que pode ser acessado nessa memória discursiva pelo sujeito que diz. Temos, por exemplo, o discurso (pelo comentário no blogue) de Katty:

“Esta campanha é para o Chile, a ideia é que os cidadãos chilenos (homens e mulheres) entendam o problema da violência contra mulheres. Sou chilena e para mim um *maricón* é uma pessoa de merda. Bom, eu entendi perfeitamente a campanha. Nem em todos os países se usam as palavras da mesma maneira e muito menos os insultos. Katty”.

Para a autora desse discurso a ideia que se forma a respeito do termo *maricón* está diretamente ligada ao fato de ser chilena. Sua posição ideológica ante as significações são construídas histórica e socialmente. Por ser chilena e mulher – fixa o seu lugar de dizer -, a autora vê de perto e se identifica com os acontecimentos cruéis que impulsionaram a campanha, o que provoca a expressão de sua ideologia, por meio da língua. Para ela, também, o fato de algumas pessoas não concordarem ou não aprovarem a

luta empreendida pela campanha se dá por alguns obstáculos linguísticos, que aparecem nas diferenças de uma mesma língua falada em países diferentes.

Isso também ocorre no discurso do *slogan*: “Digamos isso àquele que merece”, quando o enunciador chama o interlocutor ao discurso, pedindo a identificação e, se positiva, passar a ser um discurso também do receptor “digamos – nosotros”, agora enunciador desse discurso. A subjetivação do enunciador já é iniciada na passagem de uma oração para a outra – “*Maricón* é quem maltrata uma mulher. Digamos isso àquele que merece” – em que o termo *maricón* encerra em si as noções já abordadas de afirmação das posições ideológicas que não são repetidas na oração seguinte. O alvo da crítica dessa campanha é retomado por *al*, que pode ser qualquer homem chileno (no contexto do país) que mereça ser chamado disso, mas não por ser *gay*, mas agressor, por isso pouco homem, sem caráter.

Por nossa análise, afirmamos que, como já foi discutido anteriormente, ocorre uma identificação do sujeito receptor do discurso com uma das formações discursivas “componentes”, ativando o que já chamamos antes de *subjetivação*. A individualidade dos sujeitos é acionada pela identificação ou recusa, sendo expressa como resposta que indica sua posição ideológica construída histórica e socialmente – materializada linguisticamente por uma determinada formação discursiva como resposta - marcando a presença do pré-construído, que é trazido para a enunciação pelo acesso ao que chamamos de memória discursiva.

Considerações Finais

“Em uma sociedade como a nossa, conhecemos, é certo, procedimentos de exclusão. O mais evidente, o mais familiar também, é a interdição. Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa. Tabu do objeto, ritual da circunstância, direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que fala: temos aí o jogo de três tipos de interdições que se cruzam, se reforçam ou se compensam, formando uma grade complexa que não cessa de se modificar. Notaria apenas que, em nossos dias, as regiões onde a grade é mais cerrada, onde os buracos negros se multiplicam, são as regiões da sexualidade e as políticas” [...].
Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*, 2007, p. 10.

A presente análise partiu da problemática apresentada pela proposta da campanha chilena, que utiliza homens homossexuais⁶, socialmente marginalizados, para

⁶ A expressão *homem homossexual* não é redundante. O termo homossexual, como esclarece o dicionário online Priberam [www.priberam.com.pt] é generalizante quanto ao gênero dos indivíduos neste tipo de relação: |csl| (*homo-* + *sexual*) *adj.* 2 g. 1. Diz-se da relação sexual ou afetiva mantida entre pessoas do mesmo sexo. *adj.* 2 g. s. 2 g. 2. Que ou quem sente atração sexual por pessoas do mesmo sexo ou tem relações sexuais ou afetivas com pessoas do mesmo sexo.

revogar sua posição na sociedade e, num mesmo grito de libertação, expor a violência machista, unindo as forças das minorias sem voz.

Essas formações discursivas analisadas em nosso estudo estão ligadas a discursos proferidos por vozes das minorias sociais que se articulam e significam juntas, num contexto determinado, uma luta contra a hegemonia política e de prestígio social de certos grupos sociais. A violência pela violência – expressa discursivamente pela inversão e negação de valores socialmente depreciados – figura em segundo plano, deixando em destaque a preocupação das autoridades do país em combater a violência doméstica. Nesse sentido, unir às vozes silenciadas na sociedade contemporânea – “tabu do objeto, ritual da circunstância, direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que fala” (FOUCAULT, 2007, p. 10) –, sua história e percurso de exclusão significa dar forças ao contra-ataque da fragilidade física e histórica da mulher, construída na medida em que o oposto atribuído ao homem, antes consolidado como ponto de partida de valorização e paradigma, seja o alvo dessa investida; em um entre-lugar histórico e social, encontra-se a figura do *gay*, que é visto pelo heterossexual masculino como sua semelhança degenerada, mas não-mulher.

Assim, a campanha acaba por desnudar não apenas a realidade ainda atual de violação dos direitos humanos fundamentais, como também a gradual experiência crítica do indivíduo contemporâneo, que se propõe cada vez mais a perceber, questionar e falar sobre injustiças e terríveis crimes sociais mascarados em tentativas benevolentes de manutenção de atitudes autoritárias e não democráticas.

Referências bibliográficas

FERREIRA, M. C. L. *Glossário de Termos do Discurso*. Porto Alegre: UFRGS, 2001.

FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. 15 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

VOIGT, J. K. e SOARES, A. S. F. *Homoafetividade e as formações discursivas: a falsa idéia de "Opinião Própria"*. Cascavel / PR UNIOESTE - II Seminário Nacional em Estudos da Linguagem: *Diversidade, Ensino e Linguagem* 06 a 08 de outubro de 2010.

Sites acessados

01 de junho de 2011

<http://es.thefreedictionary.com/maric%C3%B3n>

<http://www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=568889>

<http://atinachilepro.bligoo.cl/content/view/1062453/Maricon-es-el-que-maltrata-a-una-mujer.html>

<http://www.aquienleimporta.com/2010/10/maricon-el-que-maltrata-una-mujer-no.html>

<http://www.rae.es/rae.html>

<http://www.wordreference.com/definicion/>

<http://sernam.cl/portal/acesso> em 31 de janeiro de 2012.