

TRAJETOS DE SENTIDOS VERBAIS E NÃO VERBAIS EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS CONTRA AIDS

Claudinei Marques dos Santos

Mestre em Letras, Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, (UEMS), Campo Grande,
Mato Grosso do Sul, Brasil.

RESUMO: Objetivo desse trabalho é fazer, à luz da Análise de Discurso de Linha Francesa, uma análise discursiva das propagandas governamentais e não governamentais contra vírus da aids no Brasil, em que o verbal e o não verbal presentificada no corpo do discurso, produz alguns efeitos de sentido. Uma multiplicidade de práticas históricas, ideológicas que irrompem das redes de significações, que sob um gesto de leitura de um sujeito no contexto social, cria um efeito de legitimação, de verdade no dizer, de modo a mostrar a importância do preservativo nas relações sexuais, bem como a criar formas de interpelação no que se refere aos testes de aids nas unidade de saúde do Brasil.

Palavras-chave: Discurso.Aids.Propaganda.

ABSTRACT:The objective of this work is to make, in the light of the French Line Discourse Analysis, a discursive analysis of governmental and non - governmental propaganda against AIDS virus in Brazil, in which verbal and nonverbal presentificada in the body of discourse produces some effects of sense. A multiplicity of historical, ideological practices that emerge from the networks of meanings, under a gesture of reading a subject that, to create an effect of legitimation, truth in the saying, is inscribed in the medical discourse in order to show the importance of the condom in sexual relations, as well as to create interpellation forms with regard to testing in health networks.

Keywords: Discourse.AIDS.*Advertisement.*

INTRODUÇÃO

Para que venhamos compreender o processo de inscrição de um discurso (PÊCHEUX, 1999), bem como seus efeitos, é importante analisarmos seus processos de significação, (ORLANDI, 2013), isto é, os sentidos que se formam e que se constituem no

jogo da memória discursiva, em seu processo de ativação de materialidades significantes, em dadas condições de produção.

Nesse processo, o imagético e o verbal, (SOUZA, 2001) enquanto materialidades significantes, atravessados por redes de memórias, cujos itens atualizam e reconfiguram práticas, bem como se submetem ao jogo da língua e da história que, em muitos casos, silenciam o dizer, de forma que não houvesse uma origem, um processo discursivo ali, semiotizado.

Dessa forma, nesse artigo, pretendemos analisar os efeitos de sentidos (ORLANDI, 2008) instaurados em algumas campanhas publicitárias governamentais e não governamentais contra a aids no Brasil, em que o verbal e o não verbal promovem um conjunto de significações, de práticas historicamente produzidas, que sob o comando das formações ideológicas, presente no dizer, rompem fronteiras e naturalizam sentidos.

Por outro lado, o vírus do está bastante disseminado na contemporaneidade, tanto no Brasil, quanto ao longo do globo, com milhões de portadores, e outros que nem sabem que o possuem em seu organismo.

O processo de infecção pelo vírus continua de maneira exorbitante em todo o mundo, sem distinção de classe sexo, cor ou condição social, porém, os casos mais extremos e, com certa frequência se dá entre em homossexuais masculinos, em que as formas de transmissão e contaminação se efetuam através de sexos anais e de compartilhamento de agulhas para injeção de drogas ilícitas.

Nessa perspectiva, escolhemos esse tipo de discursividade, porque, ao longo dos anos, diante dos múltiplos casos de infecção pelo vírus HIV, na sociedade brasileira, bem como sua constante propagação, surgem inúmeras campanhas publicitárias difundidas por instituições governamentais e não governamentais, de forma a conscientizar a população inerente às formas de prevenção e de contaminação da doença.

Isso, evidentemente, produz certas tensões, alguns efeitos no discurso instaurado pelas agências de combate ao vírus HIV no país, já que, atualizam um conjunto de práticas históricas, ao mesmo tempo, silenciam outras semiotizadas ali, no espaço do corpo do dizer, a produzir uma um efeito de fechamento, de naturalização dos sentidos (ORLANDI, 2008).

Desse modo, o objetivo geral dessa pesquisa é analisar os efeitos de sentido em discursos verbais e não verbais de campanhas publicitárias contra aids no Brasil. Tendo em vista que, esse tipo discursividade é atravessado pela ideologia, que silencia as pegadas da história, bem como os sujeitos produtores do dizer, o que significa essas materialidades carregam no seu arcabouço discursivo, formas de enunciações, cujas bases filiam-se em rede de significações historicamente constituída, que dão aos sujeitos condições de dizer o querem dizer, ou seja, dão formas de sustentação ao discurso, criando, assim, os efeitos de verdade.

Como proposta metodológica para esta pesquisa, isto é, para analisar a materialidade discursiva verbal e não verbal, (SOUZA, 2001), utilizamos os pressupostos teóricos da Análise de Discurso de Linha Francesa, em que articula o linguístico e sociais inscritos em práticas históricas (ORLANDI, 1999).

Por outro lado, o corpus desse trabalho é composto por imagens de propagandas verbais e não verbais, enquanto materialidades discursivas, contra o HIV, que começam a surgir no Brasil, a partir da década de 80, com os primeiros casos da doença. Essas imagens são organizadas e selecionadas na pesquisa e, conseqüentemente, feito um recorte dos sentidos, dentro dos parâmetros dos objetivos do trabalho.

VERBAL E NÃO VERBAL: ENCONTRO DE MATERIALIDADES DISCURSIVAS

A Escola Francesa de Análise do Discurso propaga um dispositivo de leitura que, em essência, rompe com as concepções interpretativista conteudista nas ciências sociais e propõe um modelo, uma forma de olhar o texto verbal e não verbal não como conjunto de formas que possui um significado, ou mesmo uma interpretação, mas mostrar como que o texto (material verbal e não verbal) produz sentido.

Salienta-se ainda que AD, não só trabalha com as formas semióticas abstratas, mas com formas materiais de linguagem”, em outras palavras, o objeto do AD é o discurso e sendo tal, ele está articulado explicitamente/implicitamente em várias materialidades, seja

esta uma fotografia, um vídeo, até mesmo uma seqüência lingüística de texto verbal. (ORLANDI, 1995,p.35).

Nesse sentido, a investigação do imagético no Brasil é relativamente nova, já que no âmbito da Análise do Discurso de Linha Francesa, o não verbal tem sido renegado a um espaço marginalizado como objeto empírico de análise (LAMPOGLIA, MOREIRA & SILVA, 2011, p. 120).

Por outro lado, Souza (1998) enfatiza que os estudos convencionais inerente aos processos de significação estão particularmente restritos a duas vertentes majoritárias: a primeira toma a imagem tal como o signo lingüístico, do qual a base se dá sobre questões referentes à arbitrariedade e da referencialidade; a segunda limitam-se aos traços que caracterizam o imagético, como sombras, cores, texturas, produzindo, assim, uma descrição visual da imagem.

Assim, na teoria discursiva de análise do imagético para se compreendê-la, cuja metodologia, vai além da visibilidade e da transparência, o que é necessário, portanto:

Analisar a imagem como discurso permite ainda entender como funcionam os discursos sobre a imagem; discursos que vêm corroborando o mito da informação (evidência de sentido) aliado a um outro mito- o da visibilidade (a transparência da imagem), os quais são fundados nos aparelhos midiático que produzem a aspepsia da comunicação, e do próprio acontecimento discursivo, no caso, à mercê dos esforços que procuraram despi-lo ao máximo da sua complexidade. (SOUZA, 2001, p.23)

Desse modo, esse trabalho não prioriza, de fato, a uma mera descrição visual do imagístico, mas ao que, Pêchuex (1999, p.55) enfoca em AD, que, segundo ele, a imagem não é aquela legível na transparência da linguagem, e atravessada por um discurso, de forma que este a constitui, mas a que é opaca, muda em que memória perdeu seu trajeto de leitura, e não sua inscrição. Em outras palavras, o discurso não verbal, embora pareça mudo, opaco na linguagem imagética é, na verdade, silenciado, impedido de significar, mas isso não quer dizer que a memória não o inscreveu. Remete-se sempre a um já lá formulado historicamente e que continua significar diante do peso outro acontecimento.

Por outro lado, o conceito de discurso em AD Francesa, refere-se, de acordo com Orlandi (2008, p. 69), a uma “prática, ou melhor, “uma efeito de sentido entre

interlocutores”, produzido pela inscrição da língua na história, regida pelos mecanismos ideológicos, já que ele, como prática traz em si, as marcas da articulação da língua com a história para significar. “Partindo da ideia de que a materialidade específica da “ideologia” é o “discurso” e a materialidade do discurso é a língua; trabalha-se com a relação entre língua, discurso e ideologia” (ORLANDI, 1999, p.17). O discurso é um espaço de lutas e conflitos, o que quer dizer que, ele tem uma relação histórica e ideológica que se manifesta através da linguagem, marcando sua relação de poder e de sentido.

Michel Pêcheux, ao conceber a memória como um espaço de deslocamento, de disputas, de polêmicas, põe em evidência, que o mesmo da palavra abra-se então o jogo da metáfora, com outras possibilidades de articulação discursiva, de forma que o já-dito, do já significado, possa brotar o novo, acontecimento, cujo movimento determinado pelas formações discursivas.

Uma espécie de repetição vertical, em que a memória esburaca-se perfura-se antes mesmo de se desdobrar-se em paráfrase. São uns buracos provocados pelo acontecimento, uma outra série sob a primeira desmascarando o aparecimento de um série que não estava constituída enquanto tal e que é assim o produto do acontecimento.

Dessa forma, no espaço de formulação circulação de sentidos em materialidades verbais e não verbais, diante de um acontecimento novo, a memória esburaca-se em paráfrase. Isso, evidentemente, sob ação das formações ideológicas que, por meio de "formações discursivas" que, segundo Pêchueux (1997, p.15) é “aquilo que pode e deve ser dito, numa conjuntura, numa posição dada,” que naturalizam um conjunto de representações saberes e dizeres possíveis, para um sujeito em uma conjuntura dada fazendo parecer óbvio que se de diga de um modo e, não de outro.

Pêchueux (2002) denomina de “trajetos de sentidos” os discursos inscritos em redes de memória, que se deslocam de filiações sócias históricas, para se inscreverem em uma determinada conjuntura social. Esses dizeres, em muitas circunstâncias, são silenciados e impedidos de significar, mas, por outro lado, deixam marcas na linguagem pelos efeitos que produzem. De acordo com Orlandi (2008) o silêncio na linguagem significa que todo dizer apaga necessariamente outros, produzindo uma exclusão de outros sentidos que poderiam ser ditos estar circulando ali.

Desse modo, o verbal e não verbal encontram-se no espaço da linguagem das propagandas contra aids, um lugar construção de sentidos que se movem, através de posições sujeitos que instauram significações e efeitos de sentido, a partir das condições de produção. Em se tratando dos discursos que envolvem a saúde pública, vale salientar que esses dizeres legitimam-se nos espaços sociais pelo discurso médico, que dissemina formas de prevenção e tratamento do HIV e, conseqüentemente, as agências de combate ao vírus da aids no Brasil, por meio de propagandas de massa, instauram e promovem um conjunto de dizeres, de práticas sob as quais circulam, pois, formas de enunciações e posições sujeitos.

BREVE HISTÓRIA DA AIDS NO BRASIL

Como qualquer outra doença, o vírus HIV surgiu em um contexto social historicamente organizado e amplamente propagado no discurso da medicina, o que quer dizer que essa epidemia, quando apareceu no mundo não escolheu pessoas, nem os valores histórico-culturais e econômicos que carregavam, simplesmente, por relações afetivas entre parceiros homossexuais ou heterossexuais infectados, ela espalhou-se ao longo do globo, provocando um colapso na medicina, no discurso científico da época, já que, quando surgiu não havia tratamento e nem cura, os pacientes, logo morriam.

Essa situação na contemporaneidade sofreu algumas evoluções, sobretudo, inerente à questão do tratamento que passou contar com medicamentos mais eficazes, como coquetéis entre outros inibidores do HIV, por outro lado, a cura ainda intriga pesquisadores, na busca por algo que elimine completamente o vírus do organismo humano.

O ano de 1982 refere-se ao período que o vírus HIV, começou a espalhar-se pelo território norte americano, época a qual alguns médicos do Brasil, já interessados pelo assunto e pela temática, procuravam casos entre seus pacientes. Entretanto, no país o vírus só foi descoberto a partir de 1983, data esta, que se identificaram os primeiros casos da epidemia. Um mal que atingia principalmente homens homossexuais jovens, em suas relações íntimas com parceiros do mesmo sexo (UNESCO, 2015, p. 28).

No contexto norte americano, a primeiras formas de comunicação oficial sobre a doença, imunodeficiência em homens homossexuais, data dos 5 de junho de 1981, no boletim “Morbidity and Mortality Weekly Report (MMWR) dos Centros de Controle de Doença (CDC) norte americano, com sede em atlanta, Geórgia.

É importante enfatizar ainda que nessa pesquisa, a homossexualidade de todos os doentes foi sublinhada, como a origem do vírus, mas nenhuma explicação causal foi identificada. Esse alerta foi dado em forma de comunicação pelo médico Michael Gottlieb, que, junto com Joel Weisman e Wayne Shandera, investigaram cinco pacientes, entre outubro de 1980 e maio de 1981, em três hospitais de Los Angeles (UNESCO, 2015, p.28).

Por outro lado, o governo brasileiro com o agravamento e com o alastramento do vírus no país, estabeleceu, por meio do Ministério da Saúde, o Programa de DST/ AIDS (PNDSTAIDS), bem como recomendou a criação de comissões interinstitucionais estaduais. O Estado de Minas Gerais foi um dos primeiros a fazer isso, em 1985 (GRECO, 2016, p.02).

Como também,

Em 1992, o Programa Global de AIDS da OMS propõe a criação de centros de vacinas em quatro países em desenvolvimento (Uganda, Ruanda, Tailândia e Brasil) como parte do esforço global contra a Aids. O PNDSTAIDS estabeleceu competição nacional e definiu três centros: um em São Paulo, outro no Rio de Janeiro e a UFMG foi escolhida por comissão externa ao PNDSTAIDS como o terceiro. (GRECO, 2016, p.02).

O objetivo desse projeto era obter dados confiáveis acerca do HIV e de sua incidência. Para isso, priorizou-se a criação de cortes para avaliar o impacto de intervenções educativas para que venha reduzir a vulnerabilidade da infecção. Com as informações recebidas, poderia decidir sobre participação em futuros ensaios com vacinas.

Na década de 90 tiveram alguns acontecimentos que marcaram a história da aids em nosso país e no mundo.

- Em 1990 Cerca de 307.000 novos casos de Aids são reportadas à OMS, estimativas porém, falam em quase 1 milhão de pessoas; Morre Cazuza;— No 1º de Dezembro o tema escolhido foi: Aids e Mulheres.

- Em 1991 Autorização pelo FDA o terceiro antiretroviral – ddc indicado para pacientes com intolerância ao AZT, ficando desta forma evidente a limitação desta droga. Realização do I Encontro Nacional de Pessoas Vivendo com Aids, pelo Grupo Pela Vidda e ABIA. Neste encontro que reuniu mais de 160 pessoas, discutiu-se a Terceira Epidemia, ou seja, as repercussões sociais, jurídicas e éticas provocadas pela epidemia de Aids; ONGs brasileiras protestam contra a política do então presidente: Fernando Collor de Melo. “Se você não se cuidar a Aids vai te pegar”.
- Em 1992 Inicia-se o combate à epidemia de Aids utilizando-se a combinação de dois antiretrovirais, o ddc + AZT, proposta terapêutica precursora do Coquetel; O Conselho Federal de Medicina aprova uma resolução que proíbe a realização compulsória de exames anti-HIV e, impediu o médico de revelar a sorologia sem autorização prévia do paciente.
- Em 1993 Pesquisa Européia – Pesquisa Concorde, aponta que AZT não é 100% eficiente para portadores de HIV que ainda não desenvolveram os sintomas de infecção; 3.700.00 novas infecções, sendo mais de 10.000 por dia – OMS; Morre Rudolf Nureyev. Produção Nacional ARVS
- 1994 Tom Hanks ganha um Oscar por sua atuação em Philadelphia; Novos medicamentos surgem para atuar em novas frentes, os inibidores da protease; ONGs disputam liberação de verbas para os projetos a serem financiados pelo governo federal, conhecido como Aids I.
- Em 1995 Aprovado pelo FDA, o Saquinavir antiretroviral inibidor da protease; Organização Mundial do Comércio – Trips – Acordo Propriedades: Direitos Propriedade Intelectual no Comércio. Decreto 3201- Define casos Nacionais para Licenças Compulsórias. A Coordenação Nacional de DST/Aids, já possui registro de mais de 80.000 casos de Aids no Brasil; Nascimento do Plano Nacional de Cooperação Técnica Horizontal entre países da América Latina.

- Em 1996 Transformação do Programa Global de Aids – OMS, pelo Programa Conjunto das Nações Unidas em HIV/Aids – UNAids; Nasce oficialmente a terapêutica conhecida como coquetel, usando o tríplice-esquema de antiretrovirais, dois inibidores de transcriptase reversa e um de protease. Crescendo desta forma o otimismo de que o HIV poderia ser controlado através do coquetel; Editada a Resolução 196, pelo Conselho Nacional de Saúde, que estabelece regras para experimentos com seres humanos, dificultando assim a realização de experimentos antiéticos com pessoas soropositivas; Aprovada a Lei 9.313, obrigando o SUS a distribuir gratuitamente remédios para HIV/Aids para todos os brasileiros infectados pelo HIV; O movimento de Luta contra a Aids consegue uma vaga no Conselho Nacional de Saúde.
- Em 1997 Descoberta de santuários para o HIV, locais onde se esconde, jogando por terra a possibilidade de eliminação do organismo através do uso continuado de coquetéis; A UNAids alarmeia o Mundo ao prever 30.000.000 pessoas infectadas e 16.000 novos casos de Aids por dia; Realização do VII Encontro Nacional de Pessoas Vivendo com HIV/Aids – Rio de Janeiro, com mais de 1.000 pessoas, contando com a presença do Dr. Luc Montaigner.
- Em 1998 Morre Jonhnatan Mann, idealizador e diretor da UNAids; Começa nos EUA o primeiro teste de um produto candidato a vacina anti-HIV/Aids♣ (em 1984 o governo americano previu que em 2 anos, no ano de 1986, já haveria uma vacina Anti-HIV/Aids, há, portanto 12 anos de atraso deste cronograma); Assinatura de dezembro do Acordo de Empréstimo com o Banco Mundial para o Segundo Projeto de Controle de Aids e DST, conhecido como Aids II.
- Em 1999 O Governo Federal divulga nota afirmando que houve redução em 50% nas mortes,♣ e a redução em 80% nas infecções oportunistas em função do uso do coquetel; Início da produção nacional de 3TC e da AZT+ 3TC;♣ 350 projetos financiados pelo governo em 1 ano;♣ O Ministério da

Saúde gasta 336 milhões de dólares com a compra e distribuição de antiretrovirais (GUÉRCIO, 2005?).

Nessa perspectiva, a partir do ano 2000, os casos de aids no Brasil têm aumento, bem como os de mortandades. Estima-se que cerca de 35 mil casos de aids são registrados por ano no país. Nesse mesmo período, o governo brasileiro contabilizava 31 mil portadores/porém, em 2009, esse número tem aumentado, de forma exorbitante chegando aproximadamente a 38 mil casos no país (BRASIL, 2010, p. 01). O que significa que existem cerca de 630 mil pessoas, que vivem com o vírus HIV na sociedade brasileira. E Destas, pelo menos, 255 mil não sabem disso ou nunca fizeram o teste.

20,9 milhões de pessoas tiveram acesso à terapia antirretroviral até junho de 2017. 36,7 milhões [30,8 milhões–42,9 milhões] de pessoas em todo o mundo viviam com HIV em 2016. 1,8 milhão [1,6 milhão–2,1 milhões] de novas infecções pelo HIV em 2016. 1 milhão [830.000–1,2 milhões] de pessoas morreram por causas relacionadas à AIDS em 2016. 76,1 milhões [65,2 milhões–88,0 milhões] de pessoas foram infectadas pelo HIV desde o início da epidemia. 35 milhões [28,9 milhões–41,5 milhões] de pessoas morreram por causas relacionadas à AIDS desde o início da epidemia. (UNAIDS, 2007, p.)

Dessa forma, sob esses dados entre outros, o governo do Brasil, sob o discurso das propagandas, tem implementado campanhas publicitárias em rádio, televisão, de modo a prevenir, conscientizar os cidadãos referentes ao vírus da aids no país.

ANÁLISE DOS DADOS

Os dados dessa pesquisa proveem de campanhas publicitárias verbais e não verbais, difundidas por instituições governamentais e não governamentais cujo slogan propõe combater e prevenir o vírus HIV no Brasil. Nessas propagandas as unidades discursivas sintagmatizadas e semiotizadas nesses espaços sociais, promovem uma gama de sentidos que se cruzam e encontram no corpo do dizer, movimentado as fronteiras e a instaurar um conjunto de significações inerente ao vírus da aids na sociedade brasileira.

Dessa forma, os discursos imagéticos aos quais propomos analisar, semiotizados em instituições privadas e governamentais contra o HIV, mostram trajetos de sentido (PÊCHEUX, 2002) que são agenciados nesses espaços sociais no Brasil. Um dizer marcado por oposições: vida/morte; doente/saudável; uso/desuso que emergem de redes de sentidos nas quais exibem os efeitos do HIV no organismo, assim como, o não uso de preservativos nas relações sexuais. Além disso, constatam-se também, a emergência de cores, imagens fotográficas nas textualizações do dizer, que visam criar alguns efeitos de sentidos, ou mesmo formas de silenciamento no discurso. Questões estas que trataremos ao longo dessas análises.

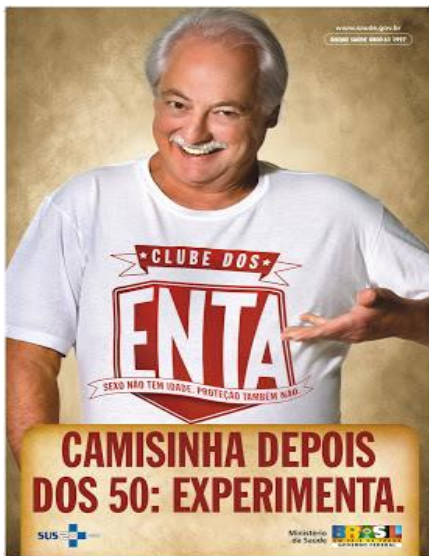


Figura 01

Nessa imagem acima do ano de 2008, em que o verbal e o não verbal se encontram no corpo do dizer, a posição sujeito governo federal, em campanha publicitária sobre o dia Mundial de Combate aids no Brasil, agencia alguns discursos para produzir um efeito de legitimação e de validação, isto é, um efeito de sentido que se agrega ao enunciado, de modo a fazer o dizer circular com mais facilidade no país. Uma formação discursiva que reatualiza, por meio redes de memória um discurso com sentido cômico, propagado por vendedores de cervejas. Inicialmente, vê-se a representação imagética de um idoso, cuja propaganda defende o sexo depois dos 50 anos, mas não de qualquer forma, mas com uso de preservativo.

Nesse ínterim, o plano não verbal da imagem, bem como o uso da unidade “experimental”, parafraseia os discursos das propagandas de cerveja que usa essa representação para criar um efeito de “desejo”, em seus degustadores. Além disso, a unidade “experimental”, foi tecida no dizer com verbo no imperativo, produzindo um efeito de ordenança, isto é, de obrigação. Nesse sentido, o funcionamento dessa imagem, no discurso contra a aids, busca seduzir os cidadãos sobre a importância de prevenir nas relações sexuais.

Enfatiza-se ainda que, o uso da unidade “experimental”, produz um efeito de sentido de “dever”, ou seja, em que o discurso do Estado, da instituição, do Ministério da Saúde e do SUS, ecoa na linguagem da posição sujeito, de forma instruir a população que o verdadeiro problema, na realidade, não é fazer sexo, mas prevenir-se, o que significa que a unidade “experimental”, nessa propaganda, afirma a obrigatoriedade do uso de preservativo nas relações sexuais, mesmo depois de certas idades.

Vê-se também nesse discurso que o homem idoso, como ator dessa representação propagandista, faz alguns gestos com as mãos, convidando os cidadãos a participar do “Clube dos Enta”, que na imagem, a posição sujeito assume a função de gramático, preescrevendo o processo de sufixação em Língua Portuguesa, em que a palavra “experim+enta”, segmentada em duas unidades menores, cria um efeito de sentido de convite, mas também, por outro lado, no fio do dizer, silencia os discursos de obrigação e de “dever”, historicamente, formulado no âmbito institucional e instaura um discurso cômico, de forma a pagar as formas de repressão e coerção provocada pela unidade “experimental” no verbo imperativo, que traz consigo valores ilocucionários (AUSTIN, 1999), de ordem, “dever”, entre outro.

O humor [...] é um campo em que se praticam gêneros numerosos, da comédia à charge, passando pelas “crônicas” e narrativas, histórias em quadrinhos, tiras, pelas piadas e pela exploração humorística de numerosos outros tipos de textos [...], “comédias em pé”, programas de rádio e televisão... Além de os gêneros humorísticos serem muito numerosos, pode haver manifestações humorísticas no interior de todos os tipos de texto [...] (POSSENTI, 2010, p.175)

Nesse sentido, o discurso de humor que a posição sujeito evoca no seu dizer, apaga a negatividade institucional que existe no que refere ao uso de preservativo. “Em outros termos, a posição sujeito tenta minimizar os efeitos negativos de “ordem”, “obrigação”, criado pelas instituições governamentais, parafraseando o discurso de humor, disseminado pela campanha publicitária da cervejaria Nova Schin”, produzida em 2003, com objetivo criar um efeito de “desejo” em seus produtos, o que nos slogans do Governo Federal Contra Aids, esse dizer funciona como uma forma de incentivar a população a usar preservativo nas relações sexuais, mesmo a após certas idades.

É importante salientar que historicamente existem certos tabus no contexto social, que se sustentam em discursos sobre sexualidade de vários grupos, sobretudo os dos idosos. De acordo Foucault, (1980), a sexualidade é, por natureza, um domínio penetrável por processos patológicos, um campo de significações a decifrar, um lugar de processos ocultos por mecanismo específico.

Nesse sentido, a sexualidade dos idosos, dos adolescentes e jovens possuem uma uma historicidade, uma conjunto de práticas discursivas que se fundamentam em métodos, particularmente, específico de cada grupo, o que em se tratando de doenças sexualmente transmissíveis, não quer dizer que esses grupos deixem de realizar, de ter relações sexuais, mas usam um conjunto formas de prevenção, objetos específicos, mesmo após certas idades ou certos tipos de parceiros, já que vírus HIV, não escolhe idade, muito menos, parceiros.



Figura 02

Nessa outra propaganda, o não verbal emerge no discurso produzindo um efeito de “união”, de igualdade dos povos contra o vírus da aids. Além disso, nesse dizer circula sentidos, alicerçado pelo operador universal “todos”, presente na imagem, que retoma o art.

5ª Constituição Federal (BRASIL, 1988), segundo qual o “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza.

Nessa perspectiva, a posição sujeito inscreve no dizer da Constituição Federal, para afirmar o sentido de “união,” isto é, se todos fizerem o teste de HIV, isso possibilitará que tenham uma vida com mais qualidade, mesmo sendo aidéticos. Em outras palavras, a posição sujeito, por meio de um discurso médico que legitima o dizer, valida os procedimentos científicos propagados pela medicina e usados para o tratamento de portadores do vírus da aids.

Por outro lado, na unidade “João vive com HIV”, a posição sujeito tenta suavizar o seu discurso, neutralizar os feitos da negatividade, das formas de preconceitos que existem na sociedade, em ser um aidético, ou seja, tenta mostrar ao povo brasileiro que ser um aidético hoje, não é o fim de tudo, porque, se a doença for descoberta no início, existe possibilidade de eficácia do tratamento e, com isso uma vida normal, sem complicações.

Veja que nesse dizer há outras formações discursivas que o atravessam, enfatizado as formas oposicionais morte versus vida, isto é, se o HIV for descoberto início, o tratamento é mais eficaz, o que aumenta o tempo de vida do portador, porém, se não o for existe a possibilidade de complicações e findar na morte do aidético. No entanto, a posição sujeito neutraliza essa questão vida/morte no dizer para evitar pânico e medo criando uma situação fictícia, uma narrativa baseada na realidade social, trazendo à tona uma exemplificação que poderia existir no contexto social.

Enfatiza-se ainda que a unidade “João vive com HIV”, tecida na cor amarela, que, evidentemente, não está ali corpo do discurso apenas para colorir as letras ou enunciado, mas para dar uma ênfase, uma forma de identificação ideológica ao portador do vírus da aids, já que as cores carregam em si significações ideológicas, tal como os símbolos e as cores nas bandeiras nacionais, que promovem sentidos e defendem um conjunto de princípios e valores históricos (BAKHTIN, 2009, p,12).

Além disso, a cor branca que colore a unidade “leva uma vida com qualidade porque descobriu a tempo de se cuidar”, uma formação discursiva de cunho médico, atravessa esse discurso, criando um efeito de “tranquilidade”, o que diminuía as tensões, os medos da população de se submeter aos testes de HIV. Enfatiza-se ainda que a posição sujeito apaga

a negatividade do dizer, impondo um discurso em que minimiza os efeitos de sentido de “morte”, de “doença incurável”, de modo a incentivar a população a fazer os testes nas unidades de saúde.

Por outro lado, numa análise do material verbal, a unidade “qualidade de vida”, sobre a qual esse dizer se valida, constituindo, desse modo, uma coerência, uma “ordem do discurso” (FOUCAULT, 2010), de modo que funcione no imaginário social e produza determinados efeitos de sentido, o que significa que, evidentemente, nessas propagandas contra o vírus HIV, a posição sujeito, com intuito de enfatizar a importância dos testes, apropria-se, pois, do discurso médico e de suas redes de significações, historicamente, constituída, para criar os efeitos de sentidos de imprescindibilidade dos testes” de aids no contexto social brasileiro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo das análises pudemos perceber trajetórias de sentidos que percorrem os discursos das propagandas de combate à aids no Brasil. Uma multiplicidade de práticas e dizeres que circulam e que se propagam na sociedade brasileira inerente ao vírus HIV, produzindo determinados efeitos de sentido. Esses discursos circulam no país instaurando posições sujeitos, isto é, através do dispositivo da propaganda cria-se no leitor uma conscientização, uma forma motivacional, bem como o desejo de querer submeter ao tratamento, aos exames, assim como aos testes nas unidades de saúde.

Por outro lado, nessas propagandas governamentais e não governamentais referentes à erradicação da aids no contexto brasileiro, os dizeres presentes aí, isto é, no imagístico produzem alguns efeitos de sentido, um dos quais se refere à unidade experimental corporificada no dizer por um gesto de leitura de um sujeito, a partir das condições de produção.

Nesse discurso, a posição sujeito com intuito de criar um efeito de desejo, vontade no cidadão brasileiro de fazer os testes de HIV, reatualiza o dizer da cerveja Nova schin do ano de 2003, configurando-o a produzir efeitos de incentivo, para que o brasileiro use

preservativo nas relações sexuais, mesmo após os 50 anos. Mas para isso ainda, introduz na propaganda um efeito cômico, de modo a apagar o sentido de “obrigação” e “dever” institucionalmente criado.

Dessa forma, os efeitos de sentidos existentes no imagístico das propagandas de combate à aids no Brasil, buscam produzir formas de subjetivação, posições sujeitos que, a partir de um conjunto de dizeres formulados no/pelo discurso médico que, em suma, legitima o dito, de forma que lhe dá uma coerência, uma estrutura, para que circule e produza os efeitos de verdade e se inscreve na ordem do discurso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhtin. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 13ª ed. São Paulo, Hucitec, 2009.

BRASIL. Constituição da **República Federativa do Brasil**. Brasília, 1988.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade 1: A vontade de saber**. 3. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

_____. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Loyola, 2010.

GUÉRCIO, Patrícia. **A história da aids no Brasil**. Disponível em: www.pjf.mg.gov.br/secretarias/ss/aids_dst/arquivos/história_brasil.pdf. acessa do 05 de junho de 2018 às 12:40.

ORLANDI, E. **As formas do silêncio**. São Paulo: Editora da Unicamp, 1993.

_____. **Efeitos do verbal sobre o não-verbal**. In MAGALHÃES, M. Izabel S. (org.) *As múltiplas faces da linguagem*. Brasília: Editora da UnB, 1996.

_____. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Unicamp, 1999.
PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso. Uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi [et al.] Campinas: Editora da Unicamp, 1997a.

_____. **Papel da Memória**. In: ACHARD, Pierre [et al.]. **Papel da Memória**. Campinas, São Paulo: Pontes, 1999, p. 49-57.

_____. **O discurso: Estrutura ou acontecimento**, Tradução: Eni Puccinelli Orlandi 3ª edição. Campinas, SP: Pontes Editores, 2002.

POSSENTI, S. **Os limites do discurso**. Curitiba: Criar, 2010.

SOUZA, Tania C. Clemente de. **A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação**. Ciberlegenda Número 6, 2001. Disponível em: www.uff.br/mestcii/tania1.htm. Acessado 22/maio de 2018 às 23:50.

SOUZA, Tânia Clemente. **Discurso e imagem: perspectivas de análise do não verbal**. (1998). **2º Colóquio de Analista del Discurso**, Universidad Del Plata, Instituto de Linguística da Universidad de Buenos Aires, La Plata e Buenos Aires, 1997b (Publicado em Ciberlegenda 1, Revista Eletrônica do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação, Niterói, UFF, 1998).

UNAIDS. **Homens são menos propensos a buscar tratamento para HIV e têm mais chances de morrer por causas relacionadas à AIDS, diz**. UNAIDS. https://unaid.org.br/wp-content/uploads/2017/11/2017_11_30_PR_Ponto-cego.pdf. Acessado 01 junho de 2018 às 16:40.

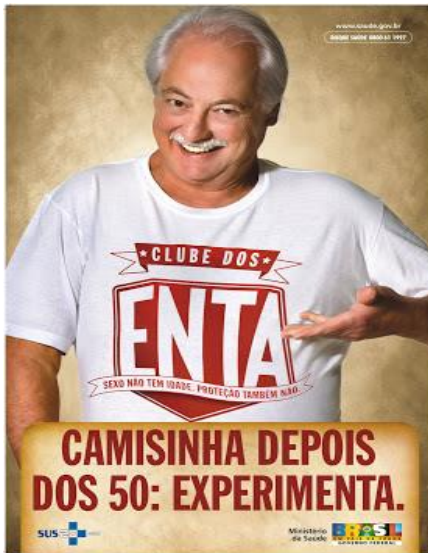


Figura 01



Figura 02