

A negação como forma de resistência em slogans feministas

Negation as a form of resistance in feminist slogans

Schneider Pereira Caixeta¹

Resumo

Este trabalho apresenta uma análise da negação nos enunciados utilizados como slogans pelo movimento feminista. Pretende-se, com este artigo, mostrar que existem inúmeros discursos já socialmente construídos sobre a mulher e que os slogans feministas se constituem como espaços em que a negação funciona como uma ferramenta de combate aos discursos hegemônicos, e que podem contribuir para que novas concepções floresçam. Assim, os slogans são enunciados que atuam como armas na luta do movimento feminista contra concepções patriarcais, tais como aqueles discursos que afirmam que o corpo da mulher não pertence a ela, ou que a culpa de um estupro é da própria vítima. O corpus é formado por imagens oriundas de redes sociais e páginas da internet, nas quais é possível contemplar o emprego de slogans feministas. Com base em conceitos da Semântica Argumentativa, de Oswald Ducrot, as análises apresentadas aqui mostram que as negações desses slogans dialogam com as suas respectivas afirmações, contestando-as e entrando em embate com elas.

Palavras-chave: *Semântica Argumentativa. Feminismo. Resistência. Slogans*

Abstract

This paper presents an analysis of negations in the statements used as slogans by the feminist movement in Brazil. The aim of this article is to show that there are countless discourses already socially constructed about women and that feminist slogans are spaces where negation functions as a tool to combat hegemonic discourses, contributing for new concepts to appear. Thus, the slogans are statements that act as weapons in the feminist movement's struggle against patriarchal conceptions, such as those discourses that affirm that a woman's body does not belong to her, or that rape is the woman's own fault. The corpus consists of images from internet websites, in which it is possible to contemplate the use of feminist slogans. Based on concepts from Oswald Ducrot's Argumentative Semantics, the analyzes presented here show that the negation if these slogans dialogue with their respective statements, contesting them.

Keywords: *Argumentative Semantics. Feminism. Resistance. Slogans*

Recebido em: 23/09/2020.

Aceito em: 13/03/2021.

Introdução

O principal objetivo do feminismo é eliminar o sexismo institucionalizado, o patriarcado, que Delphy (2009, p. 173) define como: “uma formação social em que os homens detêm o poder, ou ainda, mais simplesmente, o poder é dos homens. Ele é, assim, quase sinônimo de ‘dominação masculina’ ou de opressão das mulheres”. Por sua vez,

¹ Universidade de Brasília. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4044-3220>.

hooks (2018) afirma que “Para acabar com o patriarcado (outra maneira de nomear o sexismo institucionalizado), precisamos deixar claro que todos nós participamos da disseminação do sexismo, até mudarmos a consciência e o coração; até desapegarmos de pensamentos e ações sexistas e substituí-los por pensamentos e ações feministas”. São várias as formas como o sexismo encontra-se institucionalizado e, ao longo da vida, a mulher, desde antes de seu nascimento, encontra-se presa em um emaranhado de práticas que perpetuam o patriarcado.

Na infância, a imposição de papéis de gênero atribuídos a meninas e meninos limitam as suas experiências, condicionado suas atuações àquilo que pode ser considerado coisas de menina e coisas de menino. A formação destinada a mulheres e homens, quando crianças e adolescentes, condiciona cada um de nós a desempenharmos papéis específicos de acordo com nosso gênero, nos levando a perpetuar uma cultura de dominação patriarcal em que aos homens serão garantidos certos privilégios em detrimento das mulheres, que estarão, muitas vezes, em posição de subordinação a eles. Problemas como a desigualdade salarial entre homens e mulheres, a cultura do estupro e o feminicídio são evidências das relações de desigualdade entre os gêneros.

Assim, o feminismo, em suas várias vertentes, questiona as práticas sexistas institucionalizadas e reproduzidas, muitas vezes, inconscientemente, não apenas por homens, mas também por mulheres. Os espaços onde os movimentos feministas buscam empreender suas ações variam desde grupos de conscientização até manifestações em espaços públicos e o ativismo nos ambientes virtuais, como blogs e redes sociais. Por isso, os slogans feministas podem estar presentes em várias esferas sociais e seus discursos podem ecoar por meio desses enunciados.

Figura 1: Slogan “Machistas não passarão”.



Fonte: <https://quebrandomuros.files.wordpress.com/2015/05/nc3a3opassarc3a3o.png?w=572&h=258>.

O conhecido slogan *Machistas não passarão*, por exemplo, aparece na figura 1 em uma inscrição similar àquelas feitas em muros por meio da pichação. Além disso, é possível encontrar os slogans feministas sendo enunciados oralmente nas marchas do movimento, ou grafados nos cartazes de suas manifestações, bem como em camisetas, adesivos, pôsteres, quadros, e em vídeos e imagens da internet. Desta forma, os slogans se constituem como um gênero discursivo que muito tem a ver com uma identidade específica. No caso dos slogans utilizados pelos movimentos feministas, eles servem como uma marca de identidade das mulheres que integram esses grupos, bem como pode ser o próprio slogan um instrumento de resistência empregado pelo feminismo.

Destaco que, além do olhar de movimento organizado com que vemos o feminismo, ele consiste em uma luta diária e contínua de cada mulher em seus espaços

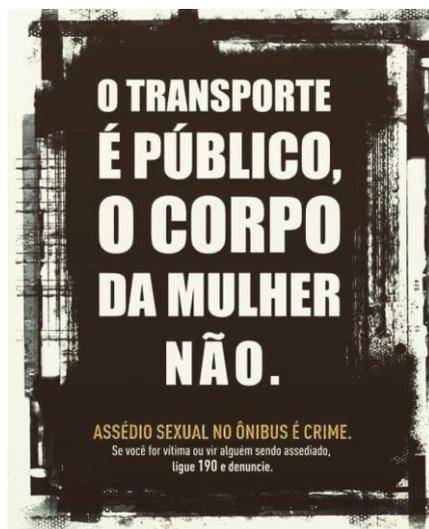
individuais, como demonstram Alves e Pitanguy: “Entretanto, o feminismo não é apenas o movimento organizado, publicamente visível. Revela-se também na esfera doméstica, no trabalho, em todas as esferas em que mulheres buscam recriar as relações interpessoais sob um prisma onde o feminino não seja o menos, o desvalorizado” (ALVES e PITANGUY, 1990, p. 9).

Ao analisarmos a negação presente nos slogans comumente empregados pelo movimento feminista no Brasil, procuramos entender os discursos que dialogam nesses enunciados e compreender as mensagens que as mulheres buscam comunicar quando os utilizam, na busca por serem ouvidas e entendidas, uma vez que sua voz é constantemente silenciada.

Negar é resistir

A Semântica Argumentativa, surgida nos anos 70 com as ideias de Ducrot, percebe o texto como parte do discurso, que visa convencer o interlocutor de algo e não apenas falar sobre o mundo: “As sentenças são pronunciadas como parte de um discurso em que o falante tenta convencer seu interlocutor de uma hipótese qualquer [...]” (CANÇADO, 2008, p. 142). Dessa forma, os slogans feministas são apresentados nesta pesquisa como textos portadores de um discurso argumentativo que tenta convencer uma sociedade constituída de ideias predominantemente patriarcais de que as práticas vigentes podem e devem ser mudadas.

Figura 2: Cartaz com slogan feminista.



Fonte: https://marianacontipsol.com.br/wp-content/uploads/2018/02/transp_publico_corpo_nao.jpg.

A figura 2 é a imagem de um cartaz que contém um enunciado verbal (*O transporte é público. O corpo da mulher não.*) que tem como principal objetivo convencer o interlocutor de que, embora os meios de transporte como trens e ônibus sejam espaços públicos, os corpos das mulheres não devem ser percebidos como tal. Assim como o cartaz apresentado acima, vários outros circulam afixados em transportes públicos. Apesar de parecer uma afirmação do óbvio, o enunciado seguinte (*Assédio sexual no ônibus é crime*) complementa o discurso expresso no enunciado central do cartaz, reafirmando a negação feita. A tentativa de evitar

os abusos sexuais nos transportes públicos é um esforço que se acentua na medida em que novos casos se tornam evidentes, principalmente na mídia. Um desses casos que se tornou conhecido e trouxe novamente ao debate a questão do assédio sexual em transportes públicos impressiona pelos números, como no caso de Diego Novais, um homem fichado dezessete vezes pela prática de abuso sexual². O fato de ele ser solto recorrentemente denota a fragilidade do tratamento dado ao abuso sexual de mulheres por parte do sistema legal brasileiro. Blay (2014) aponta que:

Após décadas de denúncias, finalmente o movimento de mulheres e de feministas conseguiu sensibilizar governos: criaram-se as delegacias especializadas para a defesa da mulher (em 1985) e se levantaram vozes contra a absolvição de assassinos de mulheres. Criou-se um novo paradigma de condenação dessa antiga e continuada criminalidade (BLAY, 2014, p 15).

A autora, porém, ressalta que, após mais de cinquenta anos de denúncias, os números de casos de violência contra a mulher não recuaram, permanecendo alto o índice dessas práticas que atentam contra a integridade das mulheres (BLAY, 2014, p. 13). Enraizada no pensamento patriarcal, o abuso sexual contra a mulher fundamenta-se na crença de que o corpo da mulher não pertence a ela, mas sim ao homem. Ao estabelecer a oposição entre o público e o privado, o enunciado do cartaz nega a validade do discurso do domínio do homem sobre a mulher e busca colocá-la como dona do próprio corpo.

Cançado (2008) afirma que pelo viés argumentativo da Semântica, percebemos a linguagem como um meio de atuação social: “Se adotarmos essa análise semântica, parece-nos que estamos adotando o estudo da linguagem mais como um instrumento político do que como um instrumento de informação” (CANÇADO, 2008, p. 142). Ao compreendermos os slogans feministas conforme propõe Cançado, conferimos a eles uma potencialidade transformadora da realidade.

Um importante aspecto da negação, para Oswald (2015, p. 85), é que “a entidade linguística negativa está sempre relacionada com a sua positiva, ou seja, a negação sempre contém uma afirmação, ou ainda, só é possível negar uma afirmação”.

² Fonte: <https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/homem-e-presos-suspeito-de-ato-obsceno-contramulherem-onibus-3-caso-em-sp.ghtml>

Figura 3: Manifestante com pintura corporal de slogan feminista.



Fonte: <https://ogimg.infoglobo.com.br/in/12025571-609-4c7/FT631A/foto12.jpg>.

Assim é que no slogan inscrito no corpo da manifestante da figura 3, ao mesmo tempo em que se tem uma negação (*Não mereço ser estuprada*), encontra-se também a afirmação correspondente à negação (*Merece ser estuprada*), a qual a negação contesta.

A afirmação de que a mulher merece ser estuprada não é, contudo, uma afirmação abstrata, que se encontra apenas na relação semântica da negação com a afirmação. Enunciados que versam a respeito do merecimento de ser estuprada são enunciados concretos proferidos até mesmo por representantes políticos. Em 2014, o então deputado Jair Bolsonaro repetiu um insulto que já havia feito em 2003 à colega, deputada Maria do Rosário: “Jamais iria estuprar você, porque você não merece”. O fato de Bolsonaro, em 2018, ter chegado ao cargo de presidente da república, indica a naturalização do discurso do estupro como merecimento no Brasil. Esse suposto merecimento é imposto às mulheres vítimas de estupro, pois a culpa do crime sempre recai sobre elas, seja por seu comportamento, seja por suas vestimentas ou pelas circunstâncias às quais elas se expõem.

Aqueles que contestam as pautas feministas afirmam, por exemplo, que a mulher, ao desnudar-se, a exemplo da manifestante retratada na figura 3, está se despindo também da moral e dando consentimento para que o assédio sexual ocorra. Essa afirmação, além de buscar diminuir o caráter criminoso da violência sexual, ainda culpa a mulher pelo crime sofrido.

É por isso que uma parte dos esforços dos movimentos feministas se concentra em isentar as mulheres dessa falsa culpa que lhes é imputada e culpabilizar os verdadeiros mercedores: os estupradores. O slogan presente na figura 4 é um exemplo desse empenho:

Figura 4: Slogan feminista sobre o estupro.



Fonte: <https://sacimula.files.wordpress.com/2011/07/324337686.gif?w=376&h=263>.

No slogan acima, ao se afirmar que *estupro é crime*, e que *a culpa nunca é da vítima*, nega-se a afirmação de expressões machistas, que acreditam ser da mulher a culpa pelo assédio, decorrente de suas atitudes muito liberais ou do tipo de roupa que ela possa estar usando. A ilustração que acompanha o slogan também faz alusão ao foco da culpabilização pela violência contra a mulher, que acaba recaindo sobre ela mesma, ao retratar uma mulher vítima de violência sexual tendo sobre si o foco de luz.

Ducrot (1987, 1988, apud Pinto, 2009) classifica as negações em três tipos: descritiva, polêmica e metalinguística. Neste trabalho, lidamos diretamente com a negação polêmica, conforme explicada abaixo:

Por fim, a negação polêmica, correspondente à maior parte dos enunciados negativos, opõe dois enunciadores com pontos de vista antagônicos. Assim, em “Pedro não é inteligente”, o locutor mobiliza dois enunciadores: E1, que afirma um enunciado positivo: “Pedro é inteligente”, e E2, que rechaça aquele ponto de vista, fornecendo o enunciado negativo: “Pedro não é inteligente”. Quanto ao locutor, este se identifica com o enunciador negativo E2 e rejeita o ponto de vista do enunciador positivo E1 (PINTO, 2009, p. 324).

No caso dos enunciados de negação dos slogans feministas, percebe-se que eles seguem o parâmetro descrito acima, apresentando uma negação polêmica que opõe dois enunciadores com pontos de vista muito opostos. Observemos o enunciado da figura 5 abaixo:

Figura 5: Cartaz de protesto em manifestação feminista.



Fonte: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn%3AANd9GcRH266rFxm5pw7aIGsBdKOivoD1nxvN8Dis4Q&usqp=CAU>

Dessa forma, temos um enunciador (E1) que afirma um enunciado positivo (*Sua roupa é consentimento*) e outro enunciador (E2) que contesta esse primeiro com um enunciado negativo (*A roupa não é consentimento*), havendo, portanto, a identificação do locutor com o enunciado negativo. Temos portanto, nos enunciados analisados, a presença de discursos patriarcais hegemônicos, que atribuem ao homem o controle sobre o corpo da mulher, materializados nos enunciados de E1, como percebe-se em: O corpo da mulher é público (Figura 2); Você merece ser estuprada (Figura 3); A culpa sempre é da vítima (Figura 4) e Sua roupa é consentimento (Figura 4). Ao mesmo tempo, a negação de cada um desses enunciados se configura como discursos contra-hegemônicos em cada slogan apresentado.

Embora estejamos acostumados a associar a negação ao advérbio *não*, e de fato essa é a construção mais frequentemente utilizada para construir a negação, Ilari (2008, p. 122) diz que “Negamos toda vez que excluimos uma possibilidade” e aponta outros meios pelos quais é possível negar (ou excluir uma possibilidade):

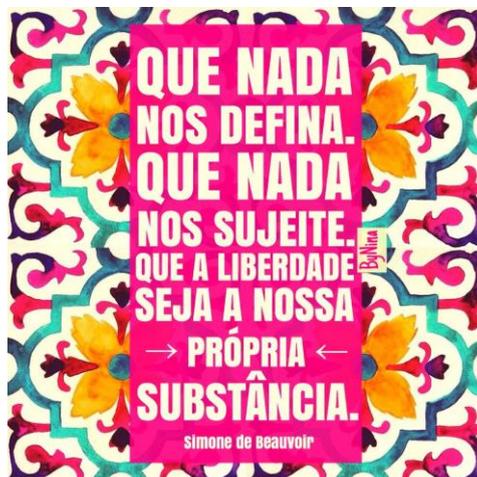
Contrariamente à crença corrente, há muitas outras maneiras de negar, além da que consiste em aplicar a um verbo o “advérbio” *não*: além desse “advérbio”, há muitas palavras e construções que expressam negação, e o verbo é apenas um dos segmentos de um enunciado sobre os quais a negação pode recair (ILARI, 2008, p. 122).

Assim, pode-se construir a negação também das seguintes maneiras, de acordo com Ilari (2008):

- pelo *não* e por outros advérbios que combinam uma ideia de tempo, como *jamais* e *nunca*;
- pelos indefinidos negativos: *nenhum*, *nada*, *ninguém*;
- por operadores antepostos à sentença como *é falso que...* e *não é verdade que...*;
- por conjunções como *nem*;
- por prefixos como *não-* ou *sem-*: os não-alinhados, os sem-terra;
- por verbos auxiliares, como *deixar de* etc.

Esses mecanismos de negação podem ser frequentemente encontrados nos slogans feministas, tal como temos na figura 6:

Figura 6: Construção de negação com o termo *nada* em citação de Simone de Beauvoir, usada como slogan feminista.



Fonte: <https://www.mensagens10.com.br/wp-content/uploads/2015/03/que-nada-nos-defina.jpg>.

Ao incorporar a citação de Beauvoir como slogan, a imagem da figura 6 retoma as considerações da filósofa francesa quanto à forma como a mulher é definida, sempre em relação ao homem, constituindo-se, conseqüentemente, como o Outro.

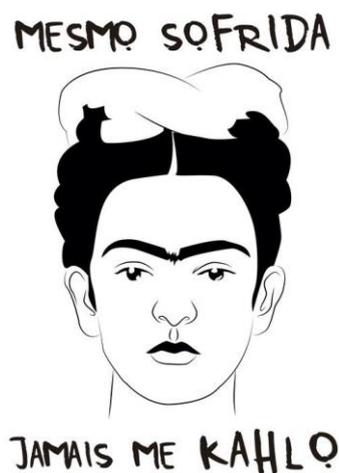
Já dissemos que o homem só se pensa pensando o Outro: apreende o mundo sob o signo da dualidade; esta não tem, de início, um caráter sexual. Mas, naturalmente, sendo diferente do homem que se põe como o Mesmo é na categoria do Outro que a mulher é incluída; o Outro envolve a mulher; ela não é, a princípio, assaz importante para encarná-lo sozinha, de modo que se desenha no coração do Outro uma subdivisão; nas antigas cosmogonias um mesmo elemento tem amiúde uma encarnação, a um tempo, de macho e de fêmea; assim é que entre os babilônios, o Oceano e o Mar são a dupla encarnação do caos cósmico. Quando o papel da mulher se torna mais importante, absorve ela, em quase sua totalidade, a região do Outro (BEAUVOIR, 1970, p. 89).

Portanto, ao negar a definição que é imposta à mulher, o slogan apresentado acima busca entender a mulher não em relação ao homem, mas em relação a ela mesma e questiona a sujeição da mulher ao sistema patriarcal, propondo a liberdade como própria substância. A liberdade é apresentada no slogan como a solução para a situação de definição machista e de sujeição à dominação masculina vivenciada pela mulher. Somente com a conquista de sua liberdade é que a mulher poderá se ver livre dessas amarras.

A figura 7, através de um jogo de palavras com o nome de Frida Kahlo e com a incorporação de uma imagem da pintora, nega e questiona o silenciamento imposto à mulher. Esse silenciamento manifesta-se em vários âmbitos de sua vida, impossibilitando-a de realizar a expressão de sua voz e pensamento. Meninas são orientadas quanto à forma correta de se expressarem, evitando falar alto e proferir palavras, atos considerados errados para crianças do sexo feminino; mulheres sofrem a interrupção masculina (conhecida como *mansterrupting*) em ambientes profissionais e acadêmicos; esposas vítimas

de violência doméstica e filhas abusadas sexualmente dentro das próprias casas são forçadas a ficarem caladas, visto que nem sempre encontram proteção nas instituições que deveriam ampará-las. Afirmar que mesmo submetidas ao sofrimento as mulheres não se calarão, consiste em resistir às vozes que buscam se sobrepor às suas, resistência que pode ser fortalecida quando ecoada não solitariamente, mas em grupo, como acontece quando esses discursos são internalizados e repetidos com a utilização dos slogans.

Figura 7: Construção de negação com o termo *jamaís*, em slogan feminista.



Fonte: https://2.bp.blogspot.com/-IWu8xETiWzM/XCVVq1k3UII/AAAAAAAAa58/fcDGI-xUUzE9ofb__A9kphNl54j2Bqv5gCK4BGAYYCw/s640/Mesmo%2BSofrida%2BJamais%2Bme%2BKahlo-734151.jpg.

Por fim, é necessário apontar que Ducrot situa a negação como “um fenômeno de polifonia para o qual concorrem dois enunciadores: um enunciador positivo que afirma **p**, e um enunciador negativo que rechaça esse ponto de vista” (DUCROT 1987, 1988, apud PINTO, 2009).

Visto que acreditamos serem os slogans analisados neste trabalho portadores de muitas vozes, adota-se aqui o conceito de polifonia, que nos possibilita entender os textos como espaços onde diversas vozes sociais dialogam, seja se confirmando, seja se contestando. “Emprega-se o termo polifonia para caracterizar um certo tipo de texto, aquele em que se deixam entrever muitas vozes, por oposição aos textos monofônicos, que escondem os diálogos que os constituem” (BARROS, 1994, p. 5).

Com isso, esses slogans constituem espaços onde diversas vozes dialogam. No caso dos slogans feministas, a negação possibilita esse embate entre as vozes sociais tradicionalmente machistas com as vozes inovadoramente feministas.

Figura 8: Citação de Simone de Beauvoir.



Fonte: <https://i.ytimg.com/vi/kyUIPsAgwNI/0.jpg>.

A figura 8 apresenta outra citação de Simone de Beauvoir que se consolidou como um slogan do movimento feminista. Nesse slogan, percebem-se várias vozes sociais: o discurso feminista, que apregoa o caráter de construção social que “ser mulher” possui, ou seja, o feminino é algo construído socialmente; o discurso do determinismo biológico que o primeiro rechaça, que defende que a mulher é inferior ao homem por conta de fatores biológicos, o que configuraria a sua situação como algo imutável; além do discurso transfóbico, que não aceita que a identidade de gênero é construída socialmente, renegando a pessoas transgêneros o direito a uma identidade equivalente.

Quando Ilari (2008, p. 122) afirma que “Negamos toda vez que excluímos uma possibilidade”, no caso dos slogans do movimento feminista essa afirmação se torna ainda mais aplicável quando há a inversão sintática da oração: “Excluímos uma possibilidade toda vez que negamos”, visto que a negação desses discursos hegemônicos que visam definir a mulher como uma propriedade do homem, a ele subordinada, possibilita às mulheres a contestação da dominação masculina, promovendo uma reflexão acerca desta.

Por isso, quando o slogan *Machistas não Passarão* (Figura 1) é empregado pelo movimento feminista, está presente ali a denúncia de que atitudes machistas ainda são toleradas e perpetuadas em nossas práticas sociais cotidianas, como podemos averiguar nos contínuos casos de violência contra a mulher. Há também no slogan a resistência a essa tolerância e a proposta de que ações que desvalorizem a mulher não mais sejam aceitas.

Considerações finais

O movimento feminista muito tem avançado em sua luta por um mundo com equidade entre homens e mulheres. Contudo, o fato de precisarem ainda negar tantos discursos machistas nos aponta para o fato de que essas concepções ainda são hegemônicas e abundantes no mundo.

Nos slogans analisados neste artigo, percebe-se o emprego da negação como

instrumento de contestação dos discursos patriarcais, sobretudo daqueles que retiram da mulher o poder sobre o próprio corpo e o subordina ao controle masculino. Pensar que o direito da mulher ao próprio corpo ainda lhe é negado e que sua identidade ainda é construída com relação àquilo que ela não é (o homem), dá sentido à presença da negação nos slogans feministas, caracterizando esses enunciados como uma forma de resistir à dominação masculina.

Sendo veiculados em ambientes físicos, como os cartazes afixados em veículos do transporte público, ou nos espaços virtuais, como as redes sociais, os slogans feministas conseguem atingir variados públicos e contribuem para a conscientização a respeito das injustiças sociais baseadas em gênero, bem como podem ser um primeiro passo para uma reorganização do pensamento coletivo rumo à equidade entre homens e mulheres.

Referências

- ALVES, B. M.; PITANGUY, J. **O que é feminismo?** São Paulo: Abril Cultural; Brasiliense, 1991.
- BARROS, D. L. P. Dialogismo, polifonia e enunciação. *In*: BARROS, D. L. P.; FIORIN, J. L. (orgs.). **Dialogismo, polifonia, intertextualidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1994.
- BLAY, E. A. Violência contra a mulher: um grave problema não solucionado. *In*: BLAY, E. A. (org.). **Feminismos e masculinidades: novos caminhos para enfrentar a violência contra a mulher**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.
- BEAUVOIR, S.. **O segundo sexo 1: fatos e mitos**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.
- CANÇADO, M. **Manual de semântica: noções básicas e exercícios**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- DELPHY, C. Patriarcado (teorias do). *In*: HIRATA, H. et al. (orgs.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: UNESP, 2009.
- HOOKS, B. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.
- ILARI, R. **Introdução à semântica: brincando com a gramática**. São Paulo: Contexto, 2008.
- OSWALD, É. K. N. **Negação: um olhar semântico-argumentativo sobre os morfemas a-, i- e des-**. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul / Faculdade de Letras / Programa de Pós-Graduação em Letras, Porto Alegre, 2015.
- PINTO, B. V. C. C. O funcionamento semântico-argumentativo da negação na paráfrase judicial. **Estudos Linguísticos**, São Paulo, 38 (1): 323-334 jan.-abr. 2009.