

**UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA, EXTENSÃO E INOVAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

Alex Sandro Benetti Dias

**PUBLICIDADE SOCIAL SOBRE A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA CONTRA A
MULHER: A DENÚNCIA EM FOCO**

**Sorocaba/SP
2024**

Alex Sandro Benetti Dias

**PUBLICIDADE SOCIAL SOBRE A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA CONTRA A
MULHER: A DENÚNCIA EM FOCO**

Tese apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo

**Sorocaba/SP
2024**

Ficha Catalográfica

D53p Dias, Alex Sandro Benetti
Publicidade social sobre a violência doméstica contra a mulher : a denúncia em foco / Alex Sandro Benetti Dias. – 2024.
171 f. : il.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo
Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2024.

1. Violência contra as mulheres. 2. Violência contra as mulheres – Campanhas publicitárias – Aspectos sociais. 3. Violência familiar. 4. Publicidade – Aspectos sociais. I. Drigo, Maria Ogécia, orient. II. Universidade de Sorocaba. III. Título.

Alex Sandro Benetti Dias

**PUBLICIDADE SOCIAL SOBRE A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA CONTRA A
MULHER: A DENÚNCIA EM FOCO**

Tese aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura.

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo - Orientadora

Documento assinado digitalmente



LUIZ ANTONIO SIGNATES FREITAS

Data: 02/07/2024 20:38:16-0300

Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

Prof. Dr. Luiz Antonio Signates Freitas - Membro Titular



Prof.(a) Dr.(a) Gabriela Borges Martins Caravela - Membro Titular



Prof.(a) Dr.(a) Luciana Coutinho Pagliarini de Souza – Membro Titular



Prof. Dr. Guilherme Augusto Caruso Profeta – Membro Titular

DEDICATÓRIA

Dedico a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a realização desta tese.

À minha família, pela base sólida e amor incondicional. Pela paciência, compreensão e apoio em todos os momentos dessa jornada. Vocês foram minha força e inspiração.

Aos meus amigos, pela parceria e incentivo constantes. Pelas palavras de encorajamento e pelos momentos de descontração que me ajudaram a manter o equilíbrio e a persistência.

Em especial, à minha orientadora Maria Ogécia Drigo, pela orientação brilhante, paciência e dedicação. Sua sabedoria, generosidade e entusiasmo foram fundamentais para a concretização desta pesquisa. Sou eternamente grato por suas valiosas contribuições e pelo impacto positivo que teve em minha trajetória acadêmica e pessoal.

A todos vocês, meu mais profundo agradecimento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Professora Maria Ogécia Drigo, minha orientadora, que com seus conhecimentos e dedicação contribuiu para a realização da pesquisa.

Agradeço ao Prof. Dr. Luiz Signates, Profa. Dra. Barbara Heller, Profa. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza e Prof. Dr. Guilherme Augusto Caruzo Profeta docentes que participaram da banca do exame de qualificação e de defesa e contribuíram para a finalização dessa pesquisa. Agradeço também a Profa. Dra. Gabriela Borges Martins Caravela que integrou a banca de defesa.

Agradeço aos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Uniso que contribuíram para a minha formação como pesquisador e profissional. Além disso, agradeço aos colegas que compartilharam comigo essa jornada desafiadora e enriquecedora.

Por fim, não posso deixar de expressar minha eterna gratidão aos meus amigos e familiares, cujo amor, apoio e compreensão foram meu porto seguro ao longo desta jornada.

Mais uma vez, obrigado por fazerem parte desta jornada tão significativa em minha vida.

RESUMO

A publicidade social envolvendo a violência doméstica contra a mulher é o tema da pesquisa, que é guiada pela questão: como a publicidade social sobre a violência doméstica contra a mulher pode suscitar a piedade de modo extensivo a ponto de ser efetiva em relação à denúncia? Para demonstrar ou não a hipótese de que a publicidade social sobre a violência doméstica não contribui para incitar a denúncia, objetiva-se, de modo amplo, compreender como a publicidade social pode incitar a denúncia e, de modo específico, explicitar estratégias para análise de publicidade social e averiguar o potencial de peças publicitárias selecionadas para provocar a denúncia. A metodologia envolve a seleção de uma amostra de interesse com peças de publicidade social sobre a violência doméstica contra a mulher, postas em circulação por órgãos governamentais, de 2019 a 2023, e a análise das mesmas aplicando-se estratégias advindas das ideias de Boltanski, que tratam da política da piedade e do sofrimento a distância, que são as seguintes: a) apresentar dados gerais e objetivos sobre as desafortunadas, no caso, as mulheres vítimas de violência doméstica; b) abranger a pluralidade de situações das desafortunadas, que devem ser reunidas tanto por sua singularidade quanto pelo que há de comum entre elas; c) apresentar imagem de corpos em sofrimento; d) não envolver figuras comunitárias e sim figuras singularizadas, sem cair em subqualificações; e) tornar claro o sofrimento ou os riscos que o denunciante pode enfrentar; f) suscitar emoções e g) não colocar o foco em pessoas como responsáveis pela constituição de uma comunidade de apoiadores. Aspectos da violência, abordados na perspectiva de Chauí; da mulher na sociedade brasileira, com Saffioti, bem como autores que tratam da publicidade social compõem a fundamentação teórica. Dentre os resultados, destacamos que três, entre as sete peças publicitárias da amostra atendem a quatro ou mais das sete estratégias mencionadas, o que permite inferir que menos da metade da amostra têm potencial para suscitar a piedade ou contribuir para que haja denúncia. A pesquisa, vinculada à linha de Pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos e ao Grupo de Pesquisa Imagem Midiática, tem relevância comunicacional e social, pois seus resultados se constituem como subsídios para a produção de publicidade social e podem gerar diretrizes para o redimensionamento de políticas públicas envolvendo a violência doméstica contra a mulher.

Palavras-chave: publicidade social; violência doméstica contra a mulher; política da piedade; denúncia; Boltanski.

ABSTRACT

Social advertising involving domestic violence against women is the subject of this research, which is guided by the question: how can social advertising about domestic violence against women arouse pity to the extent that it is effective in terms of reporting? To prove or disprove the hypothesis that social advertising about domestic violence does not contribute to inciting reporting, the broad objective is to understand how social advertising can incite reporting and, specifically, to explain strategies for analyzing social advertising and to ascertain the potential of selected advertising pieces to incite reporting. The methodology involves selecting a sample of interest with social advertising pieces on domestic violence against women, put into circulation by government agencies, from 2019 to 2023, and analyzing them by applying strategies derived from Boltanski's ideas, which deal with the politics of pity and suffering at a distance, which are as follows: a) presenting general and objective data about the unfortunate, in this case women victims of domestic violence; b) covering the plurality of situations of the unfortunate, which should be brought together both for their uniqueness and for what is common between them; c) presenting an image of bodies in suffering; d) not involving community figures but singularized figures, without falling into underqualification; e) making clear the suffering or risks that the complainant may face; f) arousing emotions and g) not focusing on people as responsible for the constitution of a community of supporters. Aspects of violence, approached from Chauí's perspective; women in Brazilian society, with Saffioti, as well as authors who deal with social advertising make up the theoretical foundation. Among the results, we highlight that three of the seven advertising pieces in the sample meet four or more of the seven strategies mentioned, which allows us to infer that less than half of the sample has the potential to arouse pity or contribute to denunciation. The research, which is linked to the Media area of concentration, the Analysis of Media Processes and Products line of research and the Media Image Research Group, is of communicational and social relevance, as its results constitute subsidies for the production of social advertising and can generate guidelines for the re-dimensioning of public policies involving domestic violence against women.

Keywords: social advertising; domestic violence against women; politics of pity; denunciation; Boltanski.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Instrumentos descritivos para análise fílmica	20
Quadro 1 – Aspectos gerais das pesquisas que compõem o estado da questão.....	56
Figura 2 – Reprodução da foto realizada por Eddie Adams, de 1968	110
Figura 3 – Contextualização.....	124
Figura 4 – Amor que dói.....	126
Figura 5 – O homem em cena 1	127
Figura 6 – O homem em cena 2.....	127
Figura 7 – O homem em cena 3.....	128
Figura 8 – Preto e branco.....	129
Figura 9 – “Não se cale”	130
Figura 10 – 180 para não se calar.....	131
Figura 11 – Denuncie	131
Figura 12 – Vítimas de violência	133
Figura 13 – Outras vítimas	135
Figura 14 – A divulgação da ação governamental	136
Figura 15 – Denúncia de violência doméstica	137
Figura 16 – O agressor à vista	138
Figura 17 – Denuncie	138
Figura 18 – Sinal Vermelho contra a violência doméstica.....	143
Figura 19 – Preliminares	144
Figura 20 – A denúncia	145
Figura 21 – Efetivação da denúncia	145
Figura 22 – Sinal Vermelho contra a violência	146
Figura 23 – Escuta	147
Figura 24 – Acolhida	148
Figura 25 – Denúncia	148
Figura 26 – A evolução das manifestações de violência.....	154
Figura 27 – A denúncia em foco.....	155
Figura 28 – As telas pretas.....	157
Figura 29 – Três tipos de violência	158
Figura 30 – As telas pretas retornam	159
Quadro 2 – A análise das peças em resumo.....	160

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMB	Associação dos Magistrados Brasileiros
CEUNSP	Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio
CSW	Comissão sobre a Situação da Mulher
CNV	Comunicação Não Violenta
CNJ	Conselho Nacional de Justiça
CEDAW	Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
DST	Doenças sexualmente transmissíveis
FBPF	Federação Brasileira pelo Progresso Feminino
HIV	Vírus da Imunodeficiência humana
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
JGD	Jornalismo Guiado por Dados
MMFDH	Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos
ONU	Organização das Nações Unidas
ONGs	Organizações Não Governamentais
SPM-PR	Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República
SNPM	Secretaria Nacional de Políticas para as Mulheres
SINAN NET	Sistema de Informação de Agravos de Notificação
SIM	Sistema de Informações sobre Mortalidade
SEMU	Subsecretaria de Políticas para a Mulher
SBPP	Subsecretaria Especial de Cidadania
SUS	Sistema Único de Saúde

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Primeiros passos.....	11
1.2	Objetivos e questões teóricas e metodológicas.....	13
1.3	Justificativa.....	20
1.4	Apresentação dos resultados.....	21
2	SOBRE PESQUISAS DA COMUNICAÇÃO ENVOLVENDO VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER, DENÚNCIA E BOLTANSKI.....	23
2.1	Sobre as pesquisas	23
2.2	Em busca de uma síntese	56
3	O QUE É PUBLICIDADE SOCIAL, AFINAL?	58
3.1	Sobre publicidade.....	58
3.2	Sobre publicidade social	60
3.3	Imbricamentos com o marketing social	62
4	A VIOLÊNCIA E A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER	66
4.1	Sobre a violência, na perspectiva de Chauí	66
4.1.1	Ética, política e violência	67
4.1.2	O mito da não violência	70
4.1.3	A semântica da não violência nos meios de comunicação de massa...73	
4.1.4	Expressões da violência	75
4.1.5	A violência e o machismo em resumo.....	76
4.2	A mulher na sociedade brasileira.....	77
4.2.1	A mulher e o capitalismo	79
4.2.2	A sociedade de classes brasileira.....	85
4.3	A mulher e o trabalho.....	91
4.4	Os direitos das mulheres no Brasil.....	95
5	A POLÍTICA DA PIEDADE E A DENÚNCIA	103
5.1	As raízes do desenvolvimento de ideias de Boltanski.....	103

5.2	Políticas da piedade	104
5.3	Sobre a denúncia.....	110
6	A PUBLICIDADE E A DENÚNCIA DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA CONTRA A MULHER.....	123
6.1	Análise de “Quando uma mulher perde a voz, todas perdem” (2019).....	123
6.2	Análise de um vídeo da Campanha do Governo de São Paulo de combate ao feminicídio.....	132
6.3	Denuncie a violência doméstica. Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil (2020).....	137
6.4	Análise da campanha Sinal vermelho contra a violência doméstica (2020).....	141
6.5	Análise de Campanha de Enfrentamento à Violência Contra a Mulher (2021).....	147
6.6	Análise de Violência contra a mulher: sua evolução leva ao feminicídio. Observe os sinais. Denuncie. (2022).....	151
6.7	Violência contra a mulher (2023).....	157
6.8	Considerações gerais envolvendo os resultados da análise de peças de publicidade social da amostra.....	160
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	162
	REFERÊNCIAS.....	166

1 INTRODUÇÃO

Na Introdução, explicamos como o problema da pesquisa tem vínculos com nossa experiência, apresentamos um estado da questão sobre pesquisas que tratam de publicidade social, violência doméstica contra a mulher e da denúncia, explicitamos a hipótese, os objetivos, os procedimentos metodológicos adotados, aspectos da fundamentação teórica, bem como explicamos como vamos distribuir os resultados da pesquisa pelos capítulos.

1.1 Primeiros passos...

Após finalizar o curso de graduação em Administração de Empresas e o curso de pós-graduação lato sensu em Gestão de Negócios, iniciei o Mestrado em Comunicação e Cultura, na Universidade de Sorocaba. Há mais de dez anos, atuo como coordenador geral de cursos de Pós-graduação no Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (CEUNSP), e sou professor na Universidade Paulista, em Sorocaba.

No Mestrado em Comunicação e Cultura, na Universidade de Sorocaba, minha pesquisa teve como contexto a marca e a sua identidade, à luz de ideias de marca pós-moderna de Semprini e revisitadas na perspectiva da semiótica peirceana. A publicidade, de modo geral, continua permeando minhas atividades profissionais, tanto de docência como as voltadas para o mercado.

Atualmente, o meu interesse envolve publicidade social, principalmente as que tratam da violência contra a mulher, no Brasil. Há vários tipos de violência contra a mulher, como a física, sexual, psicológica, patrimonial e moral. Segundo dados da pesquisa de opinião Violência Doméstica e Familiar Contra a Mulher — 2021, realizada pelo Instituto DataSenado, em parceria com o Observatório da Mulher contra a Violência, a maioria das mulheres brasileiras (86%) percebe um aumento na violência cometida contra pessoas do sexo feminino durante o último ano. Esta pesquisa é realizada a cada dois anos, desde 2005. A edição de 2021, que envolveu 3 mil pessoas, entre 14 de outubro e 5 de novembro, aponta para um crescimento de 4% na percepção das mulheres sobre a violência em relação à edição anterior. Para 71% das entrevistadas, o Brasil é um país muito machista; 68% conhecem uma ou mais mulheres vítimas de violência doméstica ou familiar, enquanto 27% declaram

já ter sofrido algum tipo de agressão por um homem. E ainda, de acordo com a pesquisa, 18% das mulheres agredidas por homens convivem com o agressor, e para 75% das entrevistadas, o medo leva a mulher a não denunciar.

Nos últimos anos, segundo Lins (2023), as mídias divulgam dados alarmantes sobre a violência contra mulheres. Os números crescem a cada ano, de fato, o que mostra a dimensão deste problema social, no entanto, como ainda ressalta Lins (2023), não dá para afirmar se o número de casos de violência aumenta ou se as mulheres, em geral, estão mais propensas a denunciar. Segundo o Anuário Brasileiro de Segurança Pública, que se baseia em informações fornecidas por fontes oficiais, em 2022, aumentou a quantidade de registros de estupros e também de violência doméstica, de feminicídios e de homicídios. O crescimento de casos de estupros foi de 8,2% em relação aos registros de 2021; os registros de ameaças cresceram 7,2%; os casos de feminicídios cresceram 6,1% e de homicídios contra mulheres, 1,4%. Em contrapartida, o número de chamados pelo 190 da Polícia Militar aumentou 8,7%.

Assim, conforme explica Lins (2023), se utilizarmos os registros policiais, estamos diante do crescimento dos casos, o que implica que as mulheres têm se sentido mais seguras em formalizar. Vale destacar os dados do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, que produziu o levantamento "Visível e Invisível" para entender de forma mais ampla o fenômeno da violência contra mulheres no Brasil, e que em 2023, mostrou que entre as mulheres pesquisadas, 33,4% reconheceram ter sofrido violência física e/ou sexual por parte de um companheiro, mas dentre essa amostragem 45% alegaram que não denunciaram o crime.

Como esclarece Lins (2023), de acordo com esses dados, uma grande quantidade de casos de violência contra mulheres não chega ao conhecimento das autoridades policiais ou mesmo de outros equipamentos públicos da rede de proteção e acolhimento.

Em outras palavras, se nossos números são assombrosos, eles são ainda subnotificados e devem ser ainda mais volumosos. Ainda assim, quando comparamos a primeira edição da pesquisa "Visível e Invisível" realizada em 2017 [...] entre a primeira e a última tomada do levantamento, as opções "denunciou à delegacia de defesa da mulher", "ligou para o 190" e "acionou o 180" não tiveram variações significativas. Por esse motivo, devemos ser cautelosos quanto às afirmações categóricas de que o aumento dos registros e das denúncias refletiria apenas uma maior propensão ao pedido de ajuda (Lins, 2023).

Apesar de importantes e bons esforços localizados, segundo Lins (2023), vivemos uma ausência de dados nacionais centralizados e produzidos com regularidade, o que causa distorção do entendimento real da questão.

Deste modo, uma pesquisa envolvendo o potencial de publicidade social postas em circulação, por órgãos governamentais, com foco na questão da denúncia, pode ser relevante tanto academicamente como para o âmbito social. E ainda, para trazer maior clareza em relação ao tema, buscamos algumas pesquisas recentes, realizadas no Brasil, que tratam da violência doméstica contra a mulher, da denúncia e que envolvem teorias de Boltanski, realizadas na área da comunicação, o que apresentamos no capítulo um.

Dando continuidade aos detalhes da nossa pesquisa, em seguida, apresentamos os objetivos e aspectos teóricos e metodológicos.

1.2 Objetivos e questões teóricas e metodológicas

Ao buscar a resposta à pergunta norteadora, ou tentar comprovar ou não a hipótese, de modo geral, tenta-se alcançar o objetivo de compreender como as campanhas sociais sobre violência contra a mulher, podem incitar a denúncia e, de modo específico, explicitar estratégias para análise de campanhas sociais e averiguar o potencial das campanhas selecionadas para suscitar a denúncia.

A denúncia de violência contra a mulher, pelo menos no que se refere à publicidade social, caminha no sentido de interpelar toda a sociedade. A violência contra a mulher parece se constituir, cada vez mais, como uma situação relacionada a valores, crenças, usos e costumes, o que provoca indignação moral e assim requer ação coletiva para ser resolvida.

Isto nos traz problemas, pois conforme explica Boltanski (1999), a sociedade moderna se mostra associável primeiramente a unidades políticas individualistas, nas quais seus integrantes representam uma humanidade comum, uma dignidade comum. Assim sendo, a relação entre o público e o privado, entre o estatuto político dos vínculos sociais e as condições psicológicas dos sujeitos é marcada pelo distanciamento. A percepção da violência doméstica contra a mulher é construída, portanto, evocando-se o sofrimento alheio, que estabelece dois grupos, o de espectadores e o de desafortunadas (as mulheres vítimas de violência e outras pessoas da família), entre os quais não é possível estabelecer equivalências.

Conforme Duarte (1996), a figura do espectador como a do sujeito que observa sem participar, que se institucionalizou no século XVIII, a partir da possibilidade conceitual e prática de tudo ver no mundo social, mas sem ser visto, o que ele denomina de anonimato urbano. Esta ideia advém do imaginário do teatro no Século das Luzes, quando a ênfase metafórica se desloca do mundo como palco, com seus atores e suas máscaras, para a contemplação. Assim, o espectador é aquele que vê, mas a distância, não estabelecendo vínculos com o sofredor, o que não permite que ele se coloque no lugar de quem fala, e com a emergência da sociedade moderna, o espaço público ideal se apresenta na política como lugar de conversação generalizada e de demanda por piedade.

Ainda segundo Boltanski e Thévenot (2020), o conflito e o consenso são as forças de integração da sociedade na modernidade. O conflito se constitui mesmo como um espaço de disputas, que trazem à tona discordâncias morais, e não é resultado da força de resíduos dos fenômenos como luta de classes, dominação, desigualdade, estratificação, anomia, gênero, entre outras, ou ainda, desvios. Os conflitos em torno de tais questões são incorporados ao processo de crítica e justificação. Assim sendo, a vida social parece ter duas dimensões: a das ações praticadas e a do quadro de referência que confere legitimidade a essas ações. A busca pelo bem comum, por exemplo, requer a busca de provas de que a situação seja justa, e a justificação, no caso, garante a reprodução da vida social.

Para que este movimento se firme deve-se instaurar um regime de confiança. Ou seja, as relações dos agentes sociais, quer sejam as estabelecidas no mundo doméstico, ou nas situações em que as pessoas são avaliadas no pertencimento a corpos sociais, como as famílias, as linhagens, em relação às suas propriedades, aos seus títulos, de modo que a grandeza se estabeleça em função da posição ocupada em uma cadeia de dependência interpessoal devem ser permeadas pela confiança. A tradição, a geração e a hierarquia são referências no ordenamento social.

Isto ocorre, no que Boltanski e Thévenot (2020) denominam de *cit *¹ doméstica. Em outra *cit *, a cívica, segundo os mesmos autores, o que conta é o interesse

¹ As utopias que guiam os quadros de referência do bem comum são utopias realizadas, como a *pólis* grega na inspira o aristotélica. Essas utopias realizadas, que são as *cit s*, consideradas chave na vida moderna, são apresentadas por Boltanski e Theven t (2020). Os autores preconizam seis *cit s*: a) cidade inspirada, ou a Cidade de Deus, conforme Santo Agostinho; b) a cidade doméstica; c) a cidade de renome; d) a cidade cívica; e) a cidade mercantil e f) a cidade industrial. As *cit s*, conforme

coletivo. Aqui, os vínculos não são firmados pela confiança, mas pela solidariedade. A relação entre as pessoas depende de adesão à vontade geral e deve garantir a ruptura do isolamento dos particulares, como se uma multidão pudesse ser transformada numa só pessoa. Para empreendermos análises das situações por meio das *cités*, devemos buscar mundos comuns, que são habitados por diversos tipos de actantes, pessoas, coisas, discursos, entre outros, compostos por planos de dispositivos mobilizados pelas pessoas para construir provas de competência.

Em linhas gerais, a partir dos autores mencionados, tanto no espaço público como no doméstico, o compromisso entre diferentes *cités* pode contribuir para definir situações. No espaço público, os quadros de referência podem operar em consonância com a *ité* industrial, por exemplo, quando uma política econômica é justificada em termos de eficiência. Já no espaço doméstico, há quadros de referência em torno do bem comum que podem entrelaçar-se com os da *ité* cívica, como quando a igualdade pode guiar as relações na família.

Importa-nos, no contexto desta pesquisa, a relação entre a política da piedade e a denúncia. A política da piedade, posta por Boltanski (1999), faz emergir o predomínio das relações generalizadas sobre as relações locais, a preponderância de um universalismo abstrato sobre um comunitarismo estreito, e ainda, de uma generalidade de ordem política sobre uma de ordem espiritual, ou seja, privilegia-se a constituição de um espaço público que se vale da legitimidade calcada em uma perspectiva não particular. Isto se consolida por meio de três tópicos do sofrimento: a denúncia, o sentimento e a estetização. A expressão e a socialização do sofrimento no espaço público moderno desenvolvem uma política da piedade, na qual o sofrimento se dá com os espectadores distanciados dos sofredores, o que leva o espectador, primeiramente, a sentir piedade, e depois a se indignar. A indignação põe em ação a cólera que desencadeia a denúncia, a acusação.

Deste modo, o sofredor e o seu sofrimento deixam de ser o foco e a atenção se volta para o perseguidor, para o denunciado. A pragmática da denúncia é posta em prática nessa política da piedade.

Em uma política da piedade, conforme explica Boltanski (1999), os envolvidos não se questionam se a miséria do sofredor é justificável, tal como o que ocorre em

os mesmos autores, criam contextos de justificação, que se valem de um modelo pragmático baseado na competência do julgamento, que é utilizado quando atores justificam suas pretensões à justiça e manifestam desacordo sem recorrer à violência.

uma política de justiça. Nela, espectadores e sofredores estão distantes, uma vez que não há laços comunitários entre eles, ou seja, o espectador é uma figura que expressa os vínculos políticos modernos, que não é prévio, nem local, e ao mesmo tempo é guiado por uma espécie de disposição abstrata e universal de simpatia pelo sofrimento. Assim, a questão humanitária moderna se transforma em uma “política” que dá ao sofrimento um tratamento à distância, mas a partir da evocação do sofrimento efetivo – coletivo, preferencialmente –, desenvolve uma panóplia discursiva e institucional.

A política da piedade estabelece sofredores coletivos e responsáveis pelo sofrimento. A tópica da denúncia enseja um deslocamento do sofrimento para a procura do acusado e esse processo – marcado muitas vezes pela constituição dos “casos públicos” – frequentemente ocorre por meio do transporte da acusação para “sistemas” ou “estruturas”, como a violência urbana, a violência institucional, a violência doméstica, entre outras. A denúncia possui, portanto, uma coloração política. Para alcançar reconhecimento social e maior envolvimento dos espectadores, os críticos sociais tendem a transformar um evento em um caso, uma disputa pública que, se gira em torno de um processo judicial, atinge muitos setores da vida social como a imprensa, a academia, o mundo literário, a Ordem dos Advogados, entre outros.

No caso da violência doméstica contra a mulher, os agentes sociais envolvidos, como a mulher, o companheiro, os filhos e outras pessoas da família que constituem o ambiente doméstico, bem como os profissionais como advogados, jornalistas, cientistas sociais e promotores, que estão empenhados no reconhecimento do problema, articulam-se na implementação de leis, de aparelhos de polícia e de justiça, na assistência social, contribuindo para a criação, enquanto lideranças e representantes legítimos do bem comum, esforçando para se manterem nessas posições, para se mostrarem como defensores do bem comum, atentando para os princípios da *citè cívica*. Daí a criação do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, no Brasil, ativo por 24 anos, desde 17 de abril de 1997, e recriado em 3 de fevereiro de 2017.

Neste sentido, agentes sociais constroem um estatuto político para suas atuações, valendo-se de recursos sociais e coletivos, buscando o bem comum. São inúmeros os parlamentares que se mostram dispostos a assumir a causa da violência doméstica; os intelectuais que tentam demonstrar que sua abordagem do tema não é apenas objetiva, mas envolve algo de simpatia e da capacidade de se colocar na

condição do sofredor. Ou seja, os espectadores tentam se envolver na causa devido sobretudo à sua carga emotiva, do sofrimento que lhes é apresentado como inquestionável. Enfim, o sofrimento é transformado em causa, em um processo que promove o envolvimento de um número maior ou menor de atores e que atinge muitos setores da vida social: a academia, a imprensa, entre outros.

Das ideias de Boltanski (1999), como nos interessa a efetividade das campanhas sociais sobre a violência contra a mulher para suscitar a denúncia, extraímos estratégias de análise para essas peças publicitárias, que são as seguintes: apresentar dados gerais e objetivos sobre os desafortunados; abranger a pluralidade das situações dos desafortunados, que devem ser reunidos tanto por sua singularidade quanto pelo que há de comum entre eles; apresentar imagem de corpos em sofrimento; não envolver figuras comunitárias e sim figuras singularizadas, sem cair em subqualificações, ou seja, talvez se distanciando de estereótipos; deve ficar claro o sofrimento ou os riscos que o denunciante pode enfrentar, suscitar emoções e não colocar o foco em pessoas como responsáveis pela constituição de uma comunidade de apoiadores.

Para tanto, considerando-se que precisamos esclarecer o que é publicidade social, iniciamos com reflexões sobre esta modalidade de publicidade ou propaganda, a partir de Kotler e Lee (2012), Sandmann (2005), Sant'anna (2005) e Viganò (2011). Em seguida, por tratarmos de violência, apresentamos reflexões sobre esta questão, no contexto do Brasil, a partir de Chauí (2019); enquanto as relações entre o capitalismo e a mulher, com foco no contexto brasileiro, são abordadas com Saffioti (2013; 2015), e outros aspectos sobre a mulher na sociedade brasileira, enfatizando a relação com o trabalho, são apresentadas a partir de Samara (1993; 2002).

Destacamos que embora a pesquisa envolva a violência doméstica contra a mulher, o foco está na eficácia da publicidade social para suscitar a denúncia. Retomamos aqui que a questão norteadora da pesquisa está relacionada à eficácia dessas peças publicitárias.

Deste modo, selecionamos uma amostra de interesse, com sete peças, dos anos de 2019 a 2023. São elas:

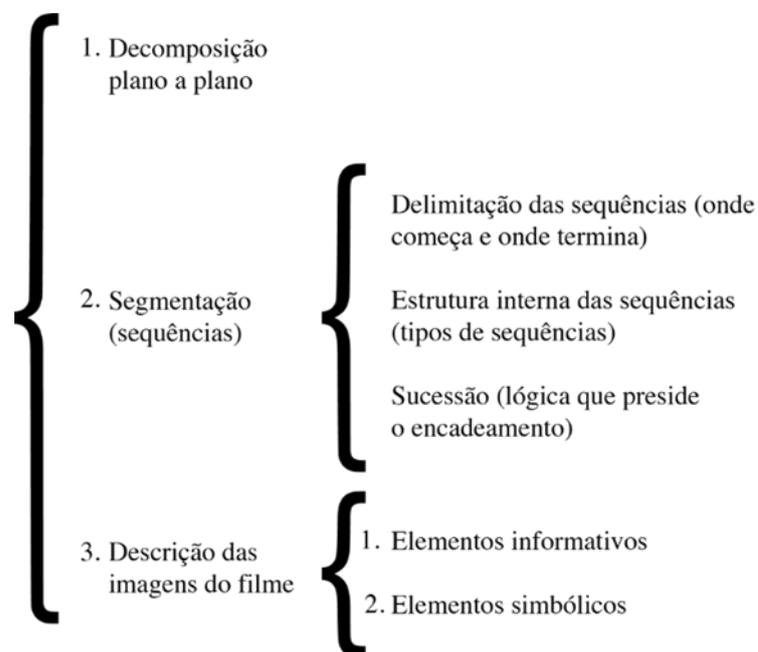
- a) Campanha “Denuncie a violência doméstica. Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil” (2020), a ação é uma parceria com o Ministério da Cidadania e trata não somente da violência contra a mulher, mas também contra idosos, pessoas com deficiência, crianças e adolescentes.
- b) “Sinal vermelho contra a violência doméstica” (2020), campanha realizada pela Secretaria Nacional de Políticas para as Mulheres (SNPM), o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH), o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e a Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB). A ação foi voltada para as redes de farmácias de todo o país e tem o objetivo de combater a violência doméstica e familiar contra a mulher por meio da denúncia.
- c) "Quando uma mulher perde a voz, todas perdem" (2019). A campanha foi veiculada em TV, rádio e internet com o clipe da música "Amor que dói", com as cantoras Simone & Simaria.
- d) Campanha de combate ao feminicídio e à violência doméstica, como ampliação de delegacias especializadas e o aplicativo SOS Mulher, realizada pelo Governo de São Paulo. Esta campanha foi desenvolvida pela Lew'Lara\TBWA, em 2019, com coordenação da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo e, em certa medida, destaca as ações do Poder Público no combate ao feminicídio e à violência doméstica, principalmente com o aplicativo SOS Mulher. O material foi veiculado durante 15 dias em TVs e portais, com versões para rádios, revistas e o Metrô paulista. O site da campanha reúne informações sobre a iniciativa e os endereços das Delegacias de Defesa da Mulher 24 horas no Estado.
- e) Campanha de Enfrentamento à Violência Contra a Mulher (2021). A publicidade mostra dados sobre a violência contra a mulher enquanto cenas de dois casais tomam as telas – um em harmonia e outro discutindo -, apresenta cenas de mulheres sendo acolhidas por amigas, pela família e pelos colegas de trabalho e, no final, são exibidos o selo do Ligue 180, um QR code, o site www.gov.br/acolha e o logo do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos.
- f) “Violência contra a mulher: sua evolução leva ao feminicídio. Observe os sinais. Denuncie” (2022). O filme exhibe inicialmente uma cena fora da cozinha enquanto

a câmera se aproxima de uma mesa onde a família se prepara para comer. Primeiro vemos uma mulher, uma menina e um homem sentados a mesa. O homem repreende a mulher com agressões verbais. Neste momento, vemos o *lettering*: "Agressores buscam dificultar o contato social de suas vítimas". A mulher se levanta e vai para o quarto. O homem a segue. Ao entrar no quarto, fecha a porta com violência e enquanto contemplamos a parede do corredor repleta de fotos da família, em especial, do casal, ouvimos gritos. Na tela, o *lettering* "70% das vítimas de feminicídio não buscaram a rede de atendimento antes de morrer". Em seguida, vemos a mulher sentada na beira da cama. Ela está passando a mão no seu braço machucado com expressão de dor. Na tela, o *lettering* "180 - Central de Atendimento à Mulher / 190 - Emergências". A câmera segue para o apartamento vizinho, onde um homem (seu vizinho) ouve a briga e pega o telefone para denunciar. Ele disca 190 em seu celular. Na última cena, vemos #ViolênciaDomésticaDenuncie #16DiasDeAtivismo, as marcas: Disque 190 e ligue 180. Embaixo das marcas e o comando "Saiba mais e conheça a Rede de Atendimento à mulher em situação de violência em gov.br/mdh. Assinam o filme, o Ministério da Cidadania, Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos e Governo Federal - Pátria Amada Brasil.

- g) Violência Contra a Mulher – Fique atento aos sinais. Denuncie 180 (2023). Trata-se de uma campanha da Rede Globo, em parceria com a GNT e ONU Mulheres, que tem traz explicações sobre os tipos de violência: moral, psicológica e física. Violência Moral, Violência Psicológica e a Violência Física. No final, em uma tela preta, apresentam-se as frases: Fique atento aos sinais. DENUNCIE 180.

As peças serão decompostas e divididas em sequências, seguindo a proposta de Aumont e Marie (2013), para análise fílmica, e adaptadas para as peças publicitárias. A análise do filme é vista como aplicação, desenvolvimento e invenção de teorias e disciplinas sobre o filme, e embora não haja proposta de um método universal para análise, sempre se tenta inventariar, comentar e classificar essa análise. Aumont e Marie (2013) recomendam a aplicação de três modalidades de instrumentos: 1) Descritivos, que contribuem para a apreensão e memorização do filme; 2) Citacionais, que reforçam os objetivos anteriores e 3) Documentais, que são as informações provenientes de fontes exteriores. Vamos aplicar as etapas do instrumento descritivo (Figura 1).

Figura 1 – Instrumentos descritivos para análise fílmica



Fonte: Diagrama adaptado de Aumont e Marie (2013).

A análise envolvendo as estratégias derivadas de Boltanski (1999) serão aplicadas na etapa da descrição das imagens da peça publicitária, nos seus aspectos simbólicos, que agregam aspectos referenciais (reportam-se a existentes, objetos da cultura) e também qualitativos (vinculados aos jogos construídos com cores, formas, luz, som entre outros).

Descritos os procedimentos metodológicos e também as ideias que fundamentam teoricamente a pesquisa, passamos à justificativa.

1.3 Justificativa

A pesquisa, além de estar vinculada à linha de pesquisa Análise de processos e produtos midiáticos, da área de concentração Mídias, também vai ao encontro de pesquisas desenvolvidas pela Rede Internacional América Latina, Europa, Caribe (RED ALEC), com sede em Limoges, França, da qual o Programa faz parte. A REDALEC busca construir conhecimento especializado sobre as realidades e formas de discriminação que afetam as populações vulneráveis, em diferentes continentes e territórios em que atua, na família, no trabalho, na sociedade, nos campos educacional, de saúde, social e no quadro da diversidade, do ambiente, dos conflitos; contribuir para a mudança cultural e social, bem como assessorar e apoiar a construção

de políticas públicas por meio de soluções alternativas viáveis e práticas diferenciadas, baseadas no respeito, equidade, reconhecimento e desenvolvimento de direitos, resiliência e inclusão de populações vulneráveis, entre outros.

Entre os resultados, destaca-se a comprovação ou não da hipótese, a de que a publicidade social sobre a violência contra a mulher não gera no espectador – ou no intérprete – a piedade, o que o levaria a denunciar o sofrimento das mulheres vítimas de violência domésticas, as desafortunadas, no caso. Assim, os resultados da pesquisa têm relevância comunicacional e social por se constituírem como subsídios para a produção de publicidade social e para o redimensionamento de políticas públicas envolvendo a violência doméstica contra a mulher, que primam pela denúncia.

1.4 Apresentação dos resultados

No primeiro capítulo, com o objetivo de mostrar como caminha a pesquisa da área de comunicação que envolvem a violência contra a mulher, apresentamos um estado da questão com pesquisas que constam no Catálogo de Testes e Dissertações da Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

O segundo capítulo tem como foco a publicidade. Vamos utilizar, principalmente, Kotler (2011), Kotler e Lee (2012), Sandmann (2005), Sant'anna (2005) e Viganò (2011) para fundamentar este capítulo, que tem como objetivo explicitar a nossa compreensão sobre o que denominamos, no contexto dessa pesquisa, publicidade social.

Segue o terceiro capítulo - A violência e a violência contra a mulher -, no qual apresentamos reflexões sobre a violência no Brasil, baseando-nos em Chauí e, em seguida, nos estudos de Saffioti para as relações entre o capitalismo e a mulher, destacando o contexto brasileiro. Deste modo, o objetivo deste capítulo é refletir sobre como a mulher se tornou suscetível à violência, principalmente no contexto doméstico. Apresentamos também, obedecendo a uma ordem cronológica, o que se fez no Brasil, em relação aos direitos das mulheres.

No quarto capítulo, que denominamos A política da piedade e a denúncia, apresentamos as ideias de Luc Boltanski que constam na obra *Distant Suffering*, de 1999. Assim, acompanhando o percurso desse autor, seguem aspectos da política da piedade, os discursos sobre o sofrimento e as crises da piedade. Destacamos que o objetivo deste capítulo - além de apresentar, de modo resumido as ideias

desse autor na obra mencionada -, é extrair das mesmas estratégias para análise de peças de publicidade social que envolvam o sofrimento a distância.

E assim, por fim, no quinto capítulo, intitulado A publicidade e a denúncia da violência doméstica contra a mulher, aplicamos as estratégias na análise das sete peças de publicidade social da amostra.

Nas considerações finais, elaboramos uma revisão do nosso percurso nessa pesquisa e retomamos alguns resultados, para assim tornar mais clara a nossa tese e explicitar como reorganizar o processo de produção em publicidade social para que essa possa ter um efeito mais robusto e assim contribuir para o bem-estar das pessoas.

2 SOBRE PESQUISAS DA COMUNICAÇÃO ENVOLVENDO VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER, DENÚNCIA E BOLTANSKI

Neste capítulo, com o objetivo de explicitar como a violência contra a mulher está presente em pesquisas recentes, da área da comunicação, apresentamos um estado da questão, que foi dividido em duas partes: na primeira, descrevemos, em linhas gerais, as pesquisas, vindas com buscas orientadas por três termos, utilizados separadamente: violência contra a mulher, denúncia, Boltanski; na segunda, buscamos uma síntese destacando os temas abordados.

2.1 Sobre as pesquisas

Iniciamos com pesquisas do Catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), resultados vindos com a busca que se valeu do termo “violência contra a mulher”, do ano de 2021, realizada em 15 de fevereiro de 2024. Encontramos 344 pesquisas, com 96 da área de Ciências Sociais Aplicadas e, entre essas, cinco da Comunicação. Seguem detalhes dessas pesquisas.

Lopes (2021), em O enquadramento jornalístico das matérias de violência contra a mulher e o trabalho das jornalistas da Gazeta do estado do Espírito Santo, abordou a cobertura jornalística da violência contra a mulher, realizada pelo jornal A Gazeta Online, no período de março a agosto de 2019 e no ano de 2020. O objetivo da pesquisa foi compreender os enquadramentos utilizados nas matérias veiculadas, bem como os possíveis impactos dessas narrativas na construção de visões e opiniões sobre o tema.

Vale ressaltar que Lopes (2021) destacou que A Lei Maria da Penha, em vigor desde 2006, é um marco na luta contra a violência contra a mulher, pois ela oferece mecanismos para coibir diversos tipos de violência, como física, sexual, verbal, psicológica e patrimonial. E ainda, a Lei do Femicídio, implementada em 2015, reconhece o assassinato de mulheres como um crime marcado pela questão de gênero, e busca aumentar a punição para os agressores e prevenir novos casos. Ambas avançam em relação à proteção dos direitos das mulheres, bem como para a responsabilização de agressores, contudo, a eficácia na prevenção e combate à violên-

cia de gênero ainda enfrenta desafios. Reforça ainda, a mesma autora, que a implementação das leis, a sensibilização pública e a mudança cultural demandam atenção contínua e esforços coordenados de diversos setores da sociedade.

Os resultados foram obtidos por meio da análise de uma amostra com 250 artigos sobre violência contra a mulher, bem como de entrevistas com jornalistas que trabalham na cobertura da violência contra a mulher. A fundamentação teórica, entre outras, envolveu Entman e Mattelart, para tratar de aspectos da comunicação e da produção jornalística; Beauvoir, para abordar aspectos da opressão e da luta das mulheres pela igualdade; Federici, para refletir sobre as relações entre o capitalismo, o patriarcado e a opressão das mulheres, por meio de um exame do papel histórico das mulheres na reprodução social e econômica, que permite destacar as lutas das mulheres contra a exploração e a marginalização; Gago, que examina as mobilizações feministas em diferentes contextos globais, destacando a importância das greves e das manifestações como formas de resistência e transformação social, o que nos leva a compreender as estratégias e desafios enfrentados pelo movimento feminista hoje.

Entre os resultados, conforme Lopes (2021), constatou-se que há reprodução de traços machistas, racistas e classistas nas matérias sobre violência contra a mulher, mas que isso é resultado tanto dos interesses que existem no veículo de massa quanto da própria socialização das pessoas, inclusive as trabalhadoras.

Essa pesquisa foi interessante para compreendermos aspectos do feminismo e os problemas enfrentados pelas mulheres nas lutas pelos seus direitos, aspectos que nossa pesquisa não adentra. No entanto, a partir desta pesquisa podemos enfatizar que é importante e necessário que a publicidade social possa contribuir para o enfrentamento da violência doméstica contra a mulher, bem como que os jornalistas possam redimensionar as suas práticas e zelar para que elas não contribuam para a reprodução do machismo, do racismo entre outros preconceitos relativos ao papel da mulher na sociedade.

Em outra pesquisa, intitulada Quando as Marias falam: influência das assessorias de imprensa na temática da violência contra mulheres, Panziera (2021) buscou compreender o papel das assessorias de imprensa ligadas às políticas públicas para mulheres na divulgação e no tratamento jornalístico da violência de gênero. Os dados foram obtidos por meio do acompanhamento das ações das assessorias de

imprensa da Subsecretaria de Políticas para a Mulher (SEMU), da Subsecretaria Especial de Cidadania (SBPP) e da Coordenadoria da Mulher (Tribunal de Justiça) em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, durante o período de 2019. Além disso, a pesquisa também incluiu entrevistas em profundidade com jornalistas que atuam nessas assessorias.

Para explicitar as transformações das assessorias de imprensa ao longo do tempo, em relação à implementação de novas tecnologias e diferentes abordagens na prática dessas assessorias, a fundamentação teórica envolveu Duarte, Kunsch, Amaral, Chaparro, entre outros. Em relação ao movimento feminista e às políticas públicas de proteção às mulheres, destacamos Beauvoir, Butler, Saffioti e Pizán. E, a partir das vozes e perspectivas das "Marias" - referindo-se às assessorias de imprensa - foram discutidos os impactos da atuação dessas assessorias na cobertura midiática da violência contra mulheres. As técnicas de *clipping*, utilizados pelas assessorias de imprensa, é adotado na pesquisa, as quais, conforme explica Panziera (2021), consiste em monitorar os veículos de imprensa e realizar uma espécie de auditoria de imagem, avaliando não apenas quantitativamente, mas também qualitativamente, o aproveitamento dos materiais divulgados pelas assessorias nos jornais de referência.

Entre os resultados, ressaltamos que, segundo Panziera (2021), os materiais produzidos pelas assessorias foram aproveitados parcialmente como sugestão de pauta pelos jornais locais, como o Campo Grande News e o Correio do Estado, e que houve desafios na cobertura jornalística da violência contra a mulher que precisam ser enfrentados, como a necessidade de maior contextualização e abordagem informativa sobre o ciclo da violência e os direitos das mulheres. Panziera (2021) esclareceu que a pesquisa contribuiu para colocar em evidência a importância das assessorias de imprensa na construção da agenda midiática sobre a violência de gênero, bem como para promover reflexões sobre o papel dos veículos de comunicação na sensibilização e no enfrentamento desse problema social.

Neste sentido, a nossa pesquisa, na esteira das considerações de Panziera (2021), pode chamar a atenção para as contribuições da publicidade social na sensibilização e no enfrentamento da violência doméstica contra a mulher

Rosa (2021), em *Da manutenção à ruptura do silêncio: a cobertura jornalística da Rede Globo sobre os estupros cometidos pelo médium João de Deus*, tomou a cobertura jornalística dos estupros cometidos pelo médium João de Deus, realizada

pela Rede Globo, como objeto empírico, a qual abordava desde a manutenção até a ruptura do silêncio sobre o tema. Deste modo, a pesquisa teve como objetivo explicitar como Rede Globo fez a cobertura desse caso específico de violência sexual e qual foi o impacto dessa na percepção do público em relação ao médium e ao crime em si.

McQuail, Hall, Galtung e Ruge, entre outros, forneceram subsídios teóricos para a compreensão dos fenômenos comunicacionais envolvidos. A metodologia utilizada foi a análise do discurso proposta por Ruth Amossy, a qual, segundo Rosa (2021), compreende a imagem não necessariamente de maneira explícita, através de detalhes sobre as próprias qualidades ou características, mas é moldada pelo estilo de fala, pelas competências linguísticas e enciclopédicas do indivíduo, e até mesmo por suas crenças implícitas.

Entre os resultados, Rosa (2021) enfatizou que a evolução da cobertura jornalística desde a divulgação das primeiras denúncias até a ampliação do debate sobre violência sexual e poder institucional, promoveu uma maior sensibilização e mobilização da sociedade em torno do tema. Além disso, a pesquisa evidenciou o papel significativo da mídia na ampliação da visibilidade e discussão de casos de abuso sexual, contribuindo para o fortalecimento do jornalismo investigativo e para a promoção de mudanças sociais.

Deste modo, ainda segundo Rosa (2021), esta pesquisa é relevante por contribuir para o entendimento do papel dos meios de comunicação na construção de narrativas sobre violência sexual e na sua influência na opinião pública e nas políticas de enfrentamento desse tipo de crime.

Novamente, há um destaque para a contribuição das mídias para o enfrentamento da violência contra a mulher, o que pretendemos reforçar na nossa pesquisa, ao tratar do alcance da publicidade social para levar as pessoas – próximas ou não – a denunciar casos de violência contra a mulher.

Lopes (2021), em pesquisa intitulada *Mulheres, Política e Misoginia: o ódio online como instrumento de poder*, trata da misoginia *online* e seu impacto na participação política das mulheres. Deste modo, o objetivo geral foi explicitar como o discurso de ódio direcionado às mulheres na esfera virtual afetou seu engajamento político, enquanto os objetivos específicos incluíram identificar os principais tipos de discursos misóginos presentes online, explicitar os mecanismos de propagação desses discursos e explorar estratégias de enfrentamento adotadas pelas mulheres.

Como o discurso de ódio direcionado às mulheres na esfera virtual afeta seu engajamento político? foi a pergunta norteadora da pesquisa, cuja resposta possível, ou a hipótese a ser comprovada ou não, foi a de que a disseminação de discursos misóginos online tende a desencorajar a participação política das mulheres e criar um ambiente hostil que mina seu potencial de influência e protagonismo.

A metodologia envolveu análise de conteúdo de postagens em redes sociais e fóruns *online*, e entrevistas com mulheres vítimas de misoginia virtual, ambas permeadas com o conceito de performatividade de gênero, de Butler, que permitiram explorar como as normas de gênero são internalizadas e reproduzidas através de performances cotidianas; a teoria da hegemonia de Gramsci para compreender as relações de poder, e as ideias de reconhecimento e distribuição de Fraser.

Entre os resultados, Lopes (2021) destacou a disseminação generalizada de discursos misóginos nas plataformas *online*, incluindo insultos, ameaças e difamação direcionados às mulheres que se envolvem em atividades políticas e que esses discursos criam um ambiente hostil, que pode desencorajar a participação política das mulheres e minar sua influência na esfera pública. Enfatizou também que as mulheres criaram estratégias de enfrentamento adotadas pelas mulheres diante do ódio *online*, como o uso de plataformas alternativas e o apoio mútuo e a mobilização online.

Esta pesquisa é importante, de acordo com Lopes (2021), por contribuir para a compreensão dos desafios enfrentados pelas mulheres na esfera política contemporânea, especialmente no contexto da crescente polarização e da disseminação de discursos de ódio na internet. E ainda, ao destacar os impactos negativos do ódio *online* e as estratégias de resistência adotadas pelas mulheres, lança luz sobre questões cruciais para a promoção da igualdade de gênero e o fortalecimento da democracia.

Deste modo, esta pesquisa é importante por contribuir para compreensão de inúmeras estratégias que são postas em movimento, no mais das vezes, pelas próprias mulheres, para enfrentar problemas advindos do uso indevido da internet, como bem alerta Chauí, o que abordaremos em um dos capítulos dessa tese.

O tratamento dado pelo jornal é amplamente explicitado em pesquisa realizada por Silva (2021), que abordou a representação da violência contra a mulher na mídia jornalística brasileira ao longo do século XX. Sob o título, Dos crimes sexuais aos crimes patriarcais: narrativas de violência contra a mulher no Jornal do Brasil e

no Estado de S. Paulo – 1910 a 2010, a pesquisa mostrou como as narrativas se transformaram ao longo do tempo, partindo de uma abordagem centrada em crimes sexuais para uma análise mais ampla dos chamados crimes patriarcais, que refletem as estruturas de poder e opressão de gênero presentes na sociedade brasileira.

Com isso, o objetivo geral da pesquisa de Silva (2021) foi compreender as mudanças e continuidades das representações de violência contra a mulher, no período de explicitado, o que demandou os seguintes objetivos específicos: identificar os principais temas e narrativas presentes nas reportagens sobre violência contra a mulher, explorar as estratégias discursivas utilizadas pelos jornais e identificar o papel da mídia na perpetuação ou desconstrução de estereótipos de gênero.

Análise de conteúdo foi a metodologia adotada para analisar as reportagens selecionadas dos arquivos digitais do Jornal do Brasil e do Estado de S. Paulo. O referencial teórico se constitui com Butler, Beauvoir e Saffioti, para tratar de relações de poder e opressão de gênero, e os conceitos de *gatekeeping* e *framing*, para analisar a forma como os jornais selecionam, interpretam e apresentam informações sobre violência contra a mulher. Destacamos que Saffioti faz parte da fundamentação teórica da nossa pesquisa, pelo fato de que ela analisa as estruturas patriarcais que subjazem à opressão das mulheres, destacando a importância de abordar questões de classe, raça e gênero de forma interseccional.

A partir das análises realizadas, Silva (2021) destacou que houve uma mudança significativa nas narrativas midiáticas, pois as reportagens do início do século XX exploravam casos de crimes sexuais, enquanto as mais recentes ampliaram o escopo, abordando questões estruturais de gênero e denunciando a violência patriarcal em suas diversas manifestações. Esta transformação, segundo Silva (2021), mostrou mudanças na cobertura jornalística e também transformações mais amplas na consciência social e no ativismo feminista.

A pesquisa é relevante, de um lado, do ponto de vista acadêmico, pois contribui para o entendimento do modo como a violência contra a mulher é representada no jornal, bem como gerou conhecimentos para jornalistas, ativistas e formuladores de políticas públicas interessados em combater a violência contra a mulher e promover uma mídia mais responsável e inclusiva. De outro, é relevante do ponto de vista social e político, pois trouxe à tona os desafios enfrentados pelas mulheres na luta contra o patriarcado e na promoção da igualdade de gênero.

Esta pesquisa também, em certa medida, ressalta o papel das mídias no enfrentamento de problemas envolvendo a violência contra a mulher e da efetivação dos direitos das mulheres, o que defenderemos no tocante à publicidade social.

Dando continuidade a este estado da questão, repetimos os procedimentos anteriores, mas agora para o ano de 2022. Encontramos 344 pesquisas para o termo “violência contra a mulher”, sendo 96 da área de Ciências Sociais Aplicadas e 12 delas tendo a Comunicação como área de concentração. Seguem aspectos dessas pesquisas.

Roza (2022), em pesquisa denominada *Beyoncé sob uma lente interseccional: uma análise das representações de mulheres negras em Lemonade, Homecoming e Black is King*”, teve como objetivo compreender como essas representações são construídas e que papel desempenham na narrativa e no processo de identidade cultural das mulheres negras contemporâneas.

Análise fílmica aliada aos referenciais teóricos dos Estudos Culturais e da Teoria da Interseccionalidade foram utilizados para analisar os elementos visuais, sonoros e narrativos presentes nos álbuns visuais, videocliques e documentários da cantora. Ao valer-se do protocolo de codificação e decodificação desenvolvido por Stuart Hall, Roza (2022) fez uma adaptação às suas próprias lentes interseccionais, incorporando perspectivas feministas negras, afrodiaspóricas, latino-americanas e antirracistas, o que permitiu adentrar as nuances das representações culturais e identitárias presentes nas obras de Beyoncé, enquanto também reconheceu e respeitou sua própria posição como pesquisadora e mulher negra. A Teoria da Interseccionalidade, como abordada por Crenshaw, segundo Roza (2021), permitiu compreender as dinâmicas complexas de poder e opressão que permeiam a sociedade, pois reconhece que as experiências de opressão não são monolíticas, mas sim interseccionadas por diferentes eixos de identidade, como raça, gênero, classe social, entre outros.

Das análises, Roza (2022) concluiu que as representações de mulheres negras nas obras de Beyoncé desafiam e subvertem estereótipos raciais e de gênero. A relevância desta pesquisa transcende os limites do meio acadêmico, ao gerar subsídios para estudos da comunicação, cultura e do processo de construção de identidade, e gerar debates sociais e políticos relativos à representatividade, diversidade e inclusão na mídia de mulheres negras, bem como na sociedade em geral.

Nesse sentido, esta pesquisa contribui para refletirmos sobre o quanto a questão da violência contra a mulher perpassa por várias searas. Não tratamos dessas

relações na nossa tese, no entanto, explicitamos alguns aspectos desses temas para construir um contexto que pode ter relação também com a eficácia da publicidade social.

Araújo (2022), em dissertação intitulada *The Handmaid's Tale* e a emergência de uma situação comunicacional, buscou compreender as condições temporais e materiais que permitiram a emergência da primeira temporada da série mencionada como uma situação comunicacional, que se consolidou com a interseção entre os elementos internos (como estrutura narrativa, cenas e enquadramentos) e as condições do contexto de produção, exibição e recepção. Tal objetivo requer que se identifiquem os contextos histórico, político e social que influenciaram a produção da série, as estratégias narrativas e estéticas utilizadas na construção da série e como essas estratégias interagiram com as condições de produção e recepção da série.

A fundamentação teórica envolveu as ideias de Benjamin sobre a relação entre passado, presente e futuro, a partir das quais, Araújo (2022) explicou que a série propicia uma experiência de redenção, onde o público é incitado a ouvir passados renegados que clamam por justiça, bem como constrói um "instante de perigo", que demanda uma resposta urgente e ativa do espectador. O contexto contemporâneo, marcado por discursos misóginos de figuras políticas como Donald Trump e Jair Bolsonaro, também contribuiu para a ampla repercussão da série, que aborda temas relacionados à opressão das mulheres.

Araújo (2022) destacou também as materialidades da série, incluindo o suporte televisivo em que é exibida e os modos como os corpos são representados na narrativa. A série, ao ser disponibilizada em plataformas *on-demand*, permite ao público controlar o tempo e a forma de consumo, o que influencia na percepção e significado da obra.

A fundamentação teórica abarcou também conceitos contemporâneos da comunicação, como a transformação do conceito de tempo na sociedade em rede, tal como preconiza Castells, e autores que tratam da aceleração dos processos de produção midiática e o impacto das novas tecnologias digitais na percepção do tempo. E ainda, abarca Hall, Foucault, Butler e Fraser para tratar dos conceitos de hegemonia, biopolítica, performatividade de gênero e justiça comunicativa

Araújo (2022) destacou que as análises revelaram que a série se constitui como um dispositivo comunicacional potente, capaz de provocar reflexões críticas

sobre questões sociais e políticas contemporâneas, por meio de elementos narrativos, visuais e simbólicos que construíram uma representação distópica, com potencial para ressoar preocupações e debates presentes na sociedade atual, como o avanço do conservadorismo, a luta pelos direitos das mulheres e a resistência aos regimes autoritários.

A pesquisa de Araújo (2022) é relevante por tratar do papel da cultura popular na formação da opinião pública e na mobilização social, ou ainda, de modo mais restrito, por enfatizar o potencial da ficção televisiva no engajamento do público em debates políticos e sociais. Esta pesquisa é importante neste estado da questão por abordar a possibilidade de suscitar interesse no espectador por questões sociais e, nesse caso, entre essas questões pode estar a violência doméstica contra as mulheres.

Costa (2022), em pesquisa intitulada *Grafias da vida entre o dano e a cura: o reconhecimento da violência e as potências do dizer-se nas mídias sociais*, explorou as formas como o reconhecimento da violência e o compartilhamento de experiências nas mídias sociais podem influenciar processos de cura e empoderamento. Os dados advêm de situações de violência experienciada por mulheres, explorando suas conversações e interações em redes sociais e plataformas digitais, como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e grupos de WhatsApp.

A abordagem metodológica, como explicou Costa (2022), valorizou a experiência vivida e a sensibilidade afetiva como fundamentais para a compreensão das dinâmicas de violência de gênero. A sensibilidade é reconhecida como uma condição ética de abertura ao outro, um contato prévio ao estabelecimento de significados, de acordo com a ética da responsabilidade com o outro, pautada em Lévinas. Dentro desse contexto metodológico, de um lado, a pesquisa se aproximou das autoetnografias e das possibilidades afetivas da antropologia, bem como da relação com o outro e dos relatos de si, conforme proposto por Foucault e Butler. De outro, a pesquisa visou explorar afetivamente as experiências-limite das mulheres vítimas de violência de gênero, reconhecendo a complexidade das relações interpessoais e a importância de uma abordagem sensível e responsável para a construção de conhecimento e transformação social.

Os resultados obtidos, conforme Costa (2022), mostraram a importância das mídias sociais como espaços de reconhecimento e validação das experiências de

violência, bem como de mobilização para a resistência e a busca por justiça. As narrativas compartilhadas nas redes sociais podem construir redes de apoio e solidariedade entre os indivíduos, fortalecendo laços comunitários e contribuindo para a construção de identidades coletivas.

A relevância desta pesquisa está na identificação das potencialidades e dos desafios desses espaços digitais, o que pode gerar diretrizes para o desenvolvimento de políticas e práticas que promovam o bem-estar e a segurança dos usuários das mídias sociais.

Wilbert (2022), em dissertação intitulada Quando uma de nós morre: O feminicídio no portal G1 no contexto da pandemia de Covid-19, objetivou compreender como os portais *on line* catarinenses abordaram os casos de crimes contra a vida de mulheres. Para tanto, a pesquisadora selecionou materiais informativos desses portais, principalmente notícias sobre o aumento da violência contra a mulher ocorridos durante a pandemia, para posterior análise de padrões discursivos presentes nesses materiais, valendo-se da Análise Crítica do Discurso e da Análise Crítica da Narrativa.

O referencial teórico se constituiu com autores que tratam de gênero, violência contra a mulher e jornalismo de gênero, com Butler, Beauvoir e Paiva, bem como com Tuchman e Singer para a análise das práticas jornalísticas. E ainda, com Saffioti e Almeida, que orientam a compreensão das relações entre homem e mulher como uma gramática sexual, que normatiza comportamentos masculinos e femininos, inclusive nas interações entre mulheres, sob o controle do poder masculino. E, sendo assim, segundo Wilbert (2022), a violência contra a mulher é vista como um mecanismo de controle social dessa dominação de gênero, sendo naturalizada pela sociedade e legitimada socialmente.

Entre os resultados, Wilbert (2022) esclareceu que houve uma série de tendências preocupantes na cobertura do feminicídio pelo portal G1 durante a pandemia de Covid-19, como a objetificação das vítimas, a culpabilização e a invisibilização da violência de gênero, bem como a reprodução de estereótipos de gênero e o sensacionalismo em torno dos casos.

Esta pesquisa, ao compor este estado da questão, mostrou que Saffioti, uma das autoras que fundamentam a nossa pesquisa também, ressalta que a violência contra a mulher é tida como um mecanismo de controle social gerado pela domina-

ção de gênero. Trata-se de um aspecto que não vamos desenvolver na nossa pesquisa, mas que deve ser destacado, para assim propor que a publicidade social deve ser elaborada com muito rigor para que possa amenizar os efeitos dessa violência contra a mulher que, conforme enfatiza Saffioti e Almeida, foi naturalizada.

Medina (2022), em pesquisa denominada *Femini: jornalismo guiado por dados* na construção de uma plataforma sobre violência contra mulher em São Luís, teve como objetivo explorar o potencial do jornalismo guiado por dados para abordar a questão da violência contra a mulher na cidade de São Luís. A plataforma *Femini* permite o acesso a banco de dados, visualizações, informações sobre Violência contra Mulher e as fontes.

A pesquisa partiu da premissa de que o Jornalismo Guiado por Dados (JGD) pode contribuir significativamente para a compreensão, visibilidade e enfrentamento desse problema social. O referencial teórico incluiu autores como Capparelli, que discute a importância dos dados no jornalismo contemporâneo; Guerra, que aborda a violência contra a mulher como uma questão de saúde pública e direitos humanos, bem como a interseccionalidade de gênero, raça e classe social, conforme proposto por autoras como Crenshaw.

Medina (2022) explicou que se trata de uma pesquisa que coletou, analisou e interpretou dados sobre violência contra a mulher em São Luís, combinando métodos de pesquisa documental, entrevistas e análise de conteúdo. A construção da plataforma *FEMINI* envolve a colaboração entre profissionais de jornalismo, tecnologia da informação e organizações da sociedade civil que atuam no combate à violência de gênero.

Conforme esclareceu Medina (2022), os resultados ressaltaram a importância do jornalismo guiado por dados para evidenciar a gravidade e a complexidade da violência contra a mulher, fornecendo subsídios para a formulação de políticas públicas e ações de prevenção e proteção às vítimas. A plataforma *FEMINI*, por sua vez, segundo Medina (2022), se destacou como uma iniciativa inovadora no contexto local, promovendo a transparência, a sensibilização e o empoderamento das mulheres. No entanto, foram apontados desafios e limitações na coleta e interpretação dos dados, bem como na efetividade das políticas públicas de enfrentamento à violência de gênero.

Esta pesquisa trouxe uma questão importante que vamos tratar nas nossas análises, que é a necessidade de se abordar dados gerais para contribuir para a

sensibilização das pessoas quanto à extensão de um problema social. Talvez as notícias, de modo geral, devam levar em conta a necessidade de interpretação de dados gerais, de diversas formas, para compor uma notícia envolvendo a violência contra a mulher.

Costa (2022), em pesquisa sob o título *Escrever a mulher negra na política: um percurso tocantinense*, buscou compreender como a mídia local retrata e influencia a percepção pública sobre as mulheres negras que ingressam na esfera política. Na fundamentação teórica, a autora recorreu autores que tratam da representatividade política, identidade racial e de gênero, dos impactos da mídia na construção de estereótipos e da formação da opinião pública. Tratou também do conceito de *escrevivência*, o qual permite compreender não apenas a construção das identidades políticas das mulheres negras, mas também como elas redefinem narrativas históricas por meio da expressão de suas próprias histórias e experiências.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa que se valeu de análise de conteúdo para examinar materiais jornalísticos, entrevistas e discursos políticos. Assim, foram coletados artigos de jornais locais sobre temas relacionados à presença e atuação de mulheres negras na política do Tocantins; vídeos de campanhas eleitorais e foram realizadas entrevistas com mulheres negras políticas do Tocantins. A análise, como esclareceu Costa (2022), permitiu identificar padrões, temas recorrentes e representações simbólicas associadas às mulheres negras na política tocantinense.

Para Costa (2022), os resultados da pesquisa mostraram que as mulheres negras políticas do Tocantins enfrentaram uma série de desafios específicos e interseccionais relacionados à sua identidade racial e de gênero, com reprodução de estereótipos e preconceitos arraigados, relegando essas mulheres a papéis secundários ou desvalorizando suas contribuições políticas, e ainda, há casos em que as narrativas midiáticas tendem a enfatizar aspectos negativos, estigmatizando e marginalizando ainda mais as mulheres negras na esfera política.

Contudo, conforme enfatizou a pesquisadora, também foram identificados exemplos de resistência e narrativas empoderadoras protagonizadas por mulheres negras políticas, as quais desafiam as representações dominantes e promovem uma visão mais inclusiva e igualitária da política, destacando as conquistas e o potencial dessas mulheres para liderança e transformação social. Essas narrativas afirmativas e de empoderamento são fundamentais para a construção de uma sociedade mais justa e democrática.

Para Costa (2022), pode-se dizer que a pesquisa sinalizou para a urgência de ampliar a representatividade e garantir espaços de fala e visibilidade para as mulheres negras na esfera política e midiática do Tocantins, o que poderá ser alcançado com o desenvolvimento de políticas públicas e práticas jornalísticas mais inclusivas e sensíveis às questões de raça e gênero, bem como o fortalecimento de movimentos e iniciativas que visam promover a equidade e a diversidade na política local.

Interessante destacar que para Costa (2022), as práticas jornalísticas precisam estar mais atentas às questões de raça e de gênero, recomendação que talvez possamos reforçar em relação à publicidade social também.

A pesquisa denominada "Queimem as bruxas!": relatos em torno de feminicídios e o jornalismo como fogueira simbólica que incendeia mulheres mortas, desenvolvida por Caldeira, em 2022, teve como objetivo compreender como o jornalismo aborda os feminicídios e como esta abordagem influencia a percepção pública desses crimes.

Para tanto, a pesquisadora se valeu, principalmente, da teoria de gênero performativo de Butler, que destaca a natureza construída e fluida da identidade de gênero, e a teoria da reprodução social de Bourdieu, que enfatiza a influência das estruturas sociais na formação dos indivíduos e que com a noção de *habitus* destaca como as estruturas sociais moldam as percepções e os comportamentos dos indivíduos, perpetuando desigualdades e hierarquias sociais. Spivak também compõe a fundamentação teórica, no caso, para tratar da representação das vozes subalternas na mídia, o que permitiu destacar como as narrativas jornalísticas podem silenciar e marginalizar as experiências das mulheres vítimas de feminicídio. E ainda, foram utilizadas as teorias de Hall, para analisar os processos de significação midiática e a construção de discursos hegemônicos, que fornecem subsídios para compreender como a cobertura jornalística dos feminicídios contribui para a reprodução de estereótipos de gênero.

A metodologia adotada combinou uma abordagem qualitativa com a análise de conteúdo, que foi aplicada a uma amostra representativa de reportagens jornalísticas sobre feminicídios, que levou em consideração a diversidade geográfica e midiática. As reportagens foram examinadas em termos de linguagem utilizada, estratégias discursivas empregadas e representações de gênero presentes. E ainda, foram realizadas entrevistas com profissionais da mídia e especialistas em gênero.

Entre os resultados, Caldeira (2022) esclareceu que a análise das reportagens

revelou que o jornalismo reproduz estereótipos de gênero ao retratar as vítimas e os agressores de feminicídio, que as mulheres são frequentemente culpabilizadas e desumanizadas, enquanto os agressores são justificados ou romantizados e, por fim, a linguagem utilizada pelas mídias pode minimizar a gravidade do crime e perpetuar uma cultura de violência contra as mulheres.

Além disso, ao identificar os padrões recorrentes na cobertura jornalística dos feminicídios, esta pesquisa evidenciou a urgência de promover uma narrativa mais justa e empática, que respeite a dignidade das vítimas e contribua para a sensibilização de que é necessário combater a violência de gênero. Deste modo, consideramos que a nossa pesquisa, ao ter como foco a denúncia, no caso de violência doméstica contra a mulher, ou a possibilidade de a publicidade social incitar essa denúncia, também poderá contribuir para que o combate à violência envolvendo a mulher.

Souza (2022), em *Direito das mulheres: panorama sobre o acesso à informação nos sites dos governos estaduais brasileiros*, teve como objetivo compreender como se dá o acesso à informação sobre os direitos das mulheres nos *websites* dos governos estaduais brasileiros, considerando-se que a disponibilidade e a acessibilidade das informações relacionadas aos direitos das mulheres são essenciais para a promoção da igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres.

Deste modo, a pesquisa foi guiada pela seguinte questão: qual é o panorama sobre o acesso à informação nos sites dos governos estaduais brasileiros no que se refere aos direitos das mulheres? Partindo dessa indagação, a pesquisa levantou a hipótese de que os *websites* governamentais podem não oferecer informações adequadas e acessíveis sobre os direitos das mulheres, o que potencialmente limita o exercício desses direitos.

Para tanto, a pesquisadora verificou a disponibilidade de informações sobre direitos das mulheres nos sites governamentais; avaliou a acessibilidade dessas informações, considerando a linguagem utilizada e a facilidade de navegação nos sites e, por fim, identificou lacunas e possíveis melhorias na disponibilização de informações sobre direitos das mulheres nos *websites* dos governos estaduais brasileiros.

A pesquisa se valeu de uma abordagem qualitativa, com ênfase na análise documental dos sites dos governos estaduais brasileiros. A fundamentação teórica se fez com teorias relacionadas ao direito das mulheres e ao acesso à informação, na perspectiva de Gould e Nussbaum, e as reflexões sobre o acesso à informação

como um instrumento de empoderamento das mulheres foram pautadas em Fraser e Marion Young.

De acordo com Souza (2022), os estudos de Gould e de Nussbaum fornecem uma base teórica sólida para entender os direitos humanos das mulheres, que inclui discussões sobre a necessidade de reconhecimento e garantia dos direitos básicos das mulheres, como o direito à igualdade, à dignidade e à liberdade de discriminação.

Os resultados obtidos na pesquisa, segundo Souza (2022), revelaram uma heterogeneidade na disponibilização de informações sobre os direitos das mulheres nos sites dos governos estaduais brasileiros, sendo que alguns apresentaram conteúdos completos e atualizados, com linguagem acessível e fácil navegação, enquanto outros mostraram lacunas e deficiências na divulgação dessas informações, bem como foram identificados problemas como falta de atualização, linguagem técnica e dificuldade de localização das informações relevantes.

Esta pesquisa é importante por chamar a atenção para que a promoção dos direitos das mulheres e da transparência governamental seja aprimorada e tenha potencial para fortalecer os canais de comunicação entre o Estado e a sociedade, especialmente no que se refere aos direitos das mulheres. Tais melhorias, segundo Souza (2022), são primordiais para garantir o acesso efetivo à informação e promover a igualdade de gênero. No caso, esta recomendação também pode ser válida para a publicidade social, pois ela contribui, de modo amplo, para que as pessoas tomem conhecimento dos modos como se dá a implementação de políticas que visam o combate à violência doméstica contra as mulheres.

Em *Jornalistas mulheres sob ameaça: riscos para o exercício da profissão no Rio de Janeiro*, Almeida (2022), tratou dos riscos e ameaças enfrentados por jornalistas mulheres no Rio de Janeiro e seus impactos no exercício da profissão. Quais são os principais riscos e ameaças enfrentados por jornalistas mulheres no Rio de Janeiro? foi a questão norteadora da pesquisa. Como resposta à questão, anunciou-se que essas profissionais enfrentam uma série de ameaças, incluindo assédio, violência física e verbal, bem como discriminação de gênero, o que pode impactar negativamente tanto seu trabalho quanto sua segurança pessoal.

Para tanto, os objetivos da pesquisa, conforme Almeida (2022), foram identificar os tipos de ameaças e riscos enfrentados por jornalistas mulheres, explicitar os contextos e as circunstâncias que contribuem para essas ameaças e avaliar se as

estratégias de enfrentamento e proteção adotadas pelas jornalistas diante desses desafios.

O referencial teórico, como esclareceu Almeida (2022), envolveu Shorenstein, que destaca a essencialidade da segurança das jornalistas para a garantia da livre circulação de informações e o funcionamento democrático da sociedade; Newkirk, com ideias que permitem ressaltar os obstáculos adicionais enfrentados pelas jornalistas mulheres devido ao seu gênero; e com ideias de Lindtner, que destacam a importância da segurança digital para as jornalistas mulheres, que enfrentam ameaças online cada vez mais frequentes.

Os resultados da pesquisa, conforme Almeida (2022), revelaram uma série de desafios enfrentados pelas jornalistas mulheres no Rio de Janeiro, como assédio sexual, violência física e ameaças *online*. Esses riscos são atribuídos, em grande parte, segundo Almeida (2022), a uma cultura de machismo e misoginia enraizada na sociedade, que se reflete tanto nas redações quanto no ambiente social mais amplo, e ainda, a ausência de políticas de proteção adequadas por parte das empresas de comunicação agrava ainda mais essa situação, deixando as jornalistas vulneráveis e desprotegidas diante dos perigos que enfrentam no exercício de sua profissão.

Tais desafios, segundo Almeida (2022), conforme relatam as jornalistas, levaram à adoção de diversas estratégias de enfrentamento, como apoio mútuo entre colegas, formação em segurança digital e denúncia pública de casos de assédio e violência. Contudo, tais estratégias, conforme esclareceu Almeida (2022), nem sempre são suficientes para garantir a segurança e o bem-estar das profissionais. Sendo assim, são necessárias medidas mais abrangentes por parte das empresas de comunicação, das autoridades e da sociedade como um todo.

Esta pesquisa compõe esse estado da questão e se faz pertinente por destacar que a mulher pode sofrer violência também no ambiente de trabalho.

Em *Ser mulher no jornalismo paraense: experiências comunicativas com o ambiente profissional*, Silva (2022) teve como objetivo geral compreender as experiências comunicativas das mulheres jornalistas no Pará, e como seguintes objetivos específicos: identificar os principais desafios enfrentados por essas profissionais no contexto paraense; explicitar estratégias de enfrentamento por elas adotadas para lidar com esses desafios e identificar os impactos dessas experiências comunicativas no exercício da profissão e no bem-estar das mulheres jornalistas.

Quais são as principais experiências comunicativas das mulheres jornalistas no Pará? foi a questão norteadora da pesquisa. Nesse sentido, a hipótese formulada sugere que essas profissionais enfrentam desafios específicos e experiências singulares, influenciadas por questões de gênero e pela cultura local.

A pesquisa qualitativa valeu-se de análise documental e entrevistas, e foi fundamentada, entre outros autores, em Shorenstein, cujas ideias permitem destacar a necessidade de proteger essas profissionais; Imaculada de Lourdes, com ideias que propiciam destacar a importância de se considerar as particularidades regionais e culturais na análise das práticas comunicativas.

Os resultados obtidos com a pesquisa revelaram, segundo Silva (2022), que as mulheres jornalistas no Pará enfrentam uma miríade de desafios, como a desigualdade de gênero, o machismo institucional e as dificuldades de conciliação entre trabalho e vida pessoal. E ainda, conforme explica Silva (2022), a pesquisa é relevante, por contribuir para ampliar o conhecimento sobre as experiências das mulheres jornalistas no Pará e para promover reflexões acerca das questões de gênero e comunicação na região. Enfatiza ainda, a pesquisadora, que por dar voz às jornalistas paraenses e evidenciar os desafios por elas enfrentados, fortalece o debate sobre igualdade de gênero e contribui para o fortalecimento do jornalismo inclusivo e diversificado no estado. E ainda, a pesquisa ressalta a importância de se garantir um ambiente de trabalho seguro e inclusivo para as mulheres jornalistas, onde possam exercer sua profissão com dignidade e liberdade, sem temer represálias ou violências.

Por fim, tal pesquisa também, assim como a anterior, contribuiu para entender que a violência contra a mulher vai para além das fronteiras da sua morada.

A pesquisa de Lima (2022), denominada Sentidos e significados da representação da mulher vítima de violência doméstica no centro-oeste em comentários de notícias do *facebook* durante a pandemia, foi guiada pela questão: quais são os sentidos e significados atribuídos à representação da mulher vítima de violência doméstica nos comentários de notícias do Facebook no Centro-Oeste durante a pandemia? A hipótese foi a de que os comentários de notícias do *facebook* sobre violência doméstica durante a pandemia refletem estereótipos de gênero e preconceitos arraigados na sociedade, contribuindo para a reprodução de uma cultura de violência e impunidade.

Para tanto, o objetivo geral da pesquisa foi compreender como se dá a produção de sentidos e significados da representação da mulher vítima de violência doméstica, enquanto os específicos foram: identificar os principais padrões e temas presentes nos comentários de notícias sobre violência doméstica, explicitar o potencial das narrativas e dos discursos para representar a mulher vítima de violência doméstica nos comentários de notícias, e identificar os impactos dessas representações na percepção pública sobre a violência doméstica e nas políticas de enfrentamento desse problema.

Para alcançar os objetivos mencionados, a pesquisadora adotou uma abordagem metodológica qualitativa. Como fonte de dados, foram utilizados os comentários de notícias sobre violência doméstica publicadas no facebook durante o período da pandemia. Esses comentários foram submetidos a análise de conteúdo, uma técnica que permite identificar padrões recorrentes, temas emergentes e discursos dominantes. Além disso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com especialistas em comunicação e gênero, a fim de enriquecer a análise e fornecer insights adicionais sobre o tema. O referencial teórico, por sua vez, valeu-se de Beauvoir e sua perspectiva sobre a construção social do gênero e as estruturas de poder que perpetuam a subordinação das mulheres na sociedade. Com Bell Hooks, a pesquisadora reforça a importância do feminismo na luta contra a violência de gênero e na promoção da igualdade entre homens e mulheres.

Os resultados da pesquisa, segundo Lima (2022), revelaram uma série de padrões e discursos recorrentes nos comentários de notícias sobre violência doméstica no facebook na região Centro-Oeste durante a pandemia. Muitos dos comentários refletiam estereótipos de gênero arraigados, culpabilizando a mulher pela violência que sofria e minimizando a gravidade do problema. Além disso, foi identificada uma tendência à vitimização da mulher, retratando-a como frágil e indefesa, o que pode contribuir para a perpetuação da cultura de violência e impunidade. Por outro lado, também foram encontrados comentários que expressavam solidariedade e apoio à mulher vítima de violência, destacando a importância do engajamento da sociedade na luta contra esse problema.

A pesquisa é relevante por contribuir para o desenvolvimento de políticas e estratégias de enfrentamento da violência de gênero, destacando a importância do combate aos estereótipos de gênero e da promoção de uma cultura de respeito e igualdade, além de subsidiar a produção jornalística sobre a violência de gênero.

Esta pesquisa compõe este estado da questão também por mostrar a violência que permeia as relações com mulheres na prática jornalística.

Ainda, nessa mesma perspectiva segue a pesquisa de Santos (2022), intitulada *Narrativas da (re)existência: um estudo sobre a violência de gênero contra jornalistas nas redações de Natal (RN)*, que teve como objetivo geral compreender os padrões de violência de gênero enfrentados por jornalistas nas redações de Natal, e objetivos específicos: identificar os tipos e formas de violência, explicitar os contextos e dinâmicas que propiciam sua ocorrência, e avaliar os efeitos dessa violência no bem-estar, saúde mental e carreira das jornalistas.

Em relação à metodologia, Santos (2022) adotou uma abordagem qualitativa, utilizando entrevistas semiestruturadas como principal técnica de coleta de dados. Foram entrevistadas jornalistas que atuam ou atuaram nas redações de Natal e a análise dos dados valeu-se da análise de conteúdo. Entre os resultados, a pesquisadora destaca que as jornalistas enfrentam diversos tipos de violência de gênero nas redações de Natal, incluindo assédio sexual, discriminação de gênero e violência psicológica. Essa violência é muitas vezes minimizada ou ignorada pelas empresas jornalísticas, criando um ambiente de trabalho tóxico e hostil para as mulheres. Os resultados também destacam os impactos negativos da violência de gênero na saúde mental, bem-estar e carreira das jornalistas.

Deste modo, os resultados da pesquisa, segundo Santos (2022), contribuem para sensibilizar a sociedade e as empresas jornalísticas para a gravidade desse problema e para a urgência de medidas para combatê-lo. Além disso, a pesquisa amplia o conhecimento acadêmico sobre a violência de gênero no ambiente de trabalho jornalístico, fornecendo subsídios para futuras pesquisas e intervenções no campo.

Considerando que na nossa pesquisa vamos lançar um olhar atento para a denúncia, buscamos para compor este estado da questão, pesquisas da área da comunicação que, de algum modo, abordem a denúncia. Com o termo “denúncia”, encontramos 74 pesquisas, para o ano de 2020, entre pesquisas mais atuais, sendo 2 desenvolvidas por pesquisadores das Ciências Sociais Aplicadas e Comunicação como área de concentração. Utilizamos as pesquisas que apresentaram o termo denúncia no título, por inferir que deste modo, esse aspecto pode ser relevante na pesquisa.

Franco (2020), em sua dissertação de mestrado intitulada *A violência contra*

o idoso e o direito à saúde: uma abordagem das denúncias e notificações, tratou a violência como uma questão de saúde pública e examinou o papel do direito à saúde na proteção de grupos vulneráveis, enfatizando que o aumento da população idosa, que é um fenômeno global e contemporâneo, demanda estudos sobre a violência contra essa camada da população.

Deste modo, como esclarece Franco (2020), a pesquisa teve como objetivos descrever as causas externas de morbidade por violências através das denúncias e notificações de violência contra o idoso acima de 60 anos captadas pelo Módulo Idoso do Disque 100 no período de 2011 a 2018 e do Sistema de Informação de Agravos de Notificação (Sinan Net) no período de 2009 a 2017; e das causas externas de mortalidade por acidentes através das notificações inseridas no Sistema de Informações sobre Mortalidade (SIM), pela declaração de óbito por suicídio (período 2011 a 2015) e de acidentes de trânsito e quedas registrados no ano de 2018.

Para tanto, por meio de uma abordagem indutiva, foram realizadas análise documental envolvendo dados sociodemográficos através das denúncias e notificações dos casos de violência física, psicológica, negligência ou abandono, financeira e sexual (raça/cor, escolaridade, idade) e das características da ocorrência (local da ocorrência), segundo o sexo dos indivíduos.

Entre os resultados, Franco (2020) destacou que em relação às causas externas de morbidade por violências, as denúncias de violência por negligência representam 38,2% dos casos e a violência física 45,3% das notificações, sendo que nos dois casos, a mulher idosa para a raça/cor branca é a principal vítima, o(a) filho(a) é o(a) principal agressor(a), sendo o local de ocorrência a casa da vítima na maioria dos casos. E ainda, as taxas de notificação de mortalidade dos acidentes por causas externas apresentam maior incidência de óbitos no homem idoso por suicídio e acidentes de trânsito e na mulher idosa por quedas, sendo local do óbito, o hospital.

Sobre os resultados, destacamos ainda, nas palavras de Franco (2020, p. 110):

É indubitável que a introdução do Módulo Idoso do Disque 100 e do sistema de notificação compulsória do Sistema de Informação de Agravos de Notificação (Sinan Net) representam importantes avanços na captação, transmissão e disseminação das denúncias e notificações. No entanto, é importante reconhecer a existência de inconsistências desses bancos de dados com sub-registros e subnotificações que impedem a análise mais aprofundada dos dados, sendo necessário o aprimoramento dos serviços através da unificação das informações prestadas e da rápida atualização dos dados pelo sistema.

Neste sentido, esta pesquisa reforça os comentários que introduzimos na Introdução sobre o problema de análise e disponibilização de dados por plataformas oficiais, o que gera problemas para a compreensão da questão da violência.

Outra pesquisa, a de Lima (2020), sob o título Estudos para implementar um programa de proteção e incentivos ao denunciante no Brasil: uma análise sob a ótica do servidor público, tratou do desenvolvimento de estratégias eficazes para a implementação de programas que visem promover a transparência, a responsabilização e o combate à corrupção no serviço público. Assim, é guiada pela seguinte questão: quais são os principais desafios e oportunidades para a implementação de programas de proteção e incentivos ao denunciante no contexto do serviço público brasileiro? A hipótese subjacente é que a eficácia desses programas depende não apenas de sua estruturação técnica, mas também da compreensão e engajamento dos servidores públicos.

O objetivo geral da pesquisa foi compreender as principais características de um programa de proteção e incentivos ao denunciante no Brasil, o que requer os seguintes objetivos específicos: explicitar a percepção dos servidores públicos sobre a eficácia e necessidade de programas de proteção ao denunciante; identificar os principais desafios enfrentados pelos servidores públicos ao relatar irregularidades e denúncias; propor diretrizes e recomendações para a implementação bem-sucedida de programas de proteção e incentivos ao denunciante no contexto do serviço público brasileiro.

A pesquisa adotou uma abordagem mista, combinando métodos quantitativos e qualitativos, sendo que a coleta de dados quantitativos foi realizada por meio de questionários estruturados, distribuídos entre os servidores públicos de diferentes órgãos e níveis de governo, bem como por meio de entrevistas com uma amostra representativa de servidores.

O referencial teórico, de um lado, envolveu Lewis para tratar da eficácia dos programas de proteção ao denunciante em diferentes contextos políticos e culturais, sendo que o sucesso, no caso, desses programas, depende não apenas de sua estrutura legal e institucional, mas também de fatores contextuais, como confiança nas instituições públicas e apoio da sociedade civil. Sendo assim, tais programas devem ser acompanhados por medidas que fortaleçam a confiança nas instituições governamentais, como a promoção da transparência, a prestação de contas e a participa-

ção da sociedade civil. De outro, envolveu as ideias de Klitgaard, para quem a corrupção no setor público demanda medidas preventivas, como programas de proteção ao denunciante, de transparência e responsabilização.

Os resultados da pesquisa apontaram, segundo Lima (2020), para desafios que são enfrentados pelos servidores públicos ao relatar irregularidades e denúncias, como o medo de retaliação, a falta de confiança nas instituições de proteção ao denunciante e a percepção de impunidade para os infratores. No entanto, também foram identificadas oportunidades para melhorar os programas de proteção ao denunciante, incluindo a implementação de canais de denúncia seguros e confidenciais, a sensibilização e capacitação dos servidores e o fortalecimento das instituições de controle e fiscalização.

Esta pesquisa compõe este estado da questão, pois, a partir dela, podemos sugerir a realização de pesquisas que possam dar um tratamento adequado a informações que constam em programas de denúncia, no caso de violência contra a mulher, para assim encontrar informações relevantes sobre os denunciantes, como o perfil dos mesmos e os motivos que o levaram a denunciar,

Por fim, interessa ainda, para este estado da questão, verificar quais ideias de Boltanski permeiam pesquisas da área da comunicação. Com este termo, em pesquisa realizada na mesma plataforma e no mesmo dia já anunciados, encontramos 55 pesquisas, sendo 6 desenvolvidas por pesquisadores das Ciências Sociais Aplicadas, da Comunicação como área de concentração. Seguem detalhes dessas pesquisas selecionadas.

A pesquisa de Rezende (2019), *Entre corações e mentes: contradição e deslizações de sentido no funcionamento discursivo da educação empreendedora*, foi guiada pela seguinte questão: de que modo os discursos da educação empreendedora se configuram e são negociados no âmbito educacional? Compreender os processos discursivos subjacentes à educação empreendedora foi o objetivo geral da pesquisa, o qual delineou os seguintes objetivos específicos: mapear os discursos e narrativas concernentes à educação empreendedora, identificar as ambiguidades e contradições nos discursos dessa vertente educacional, e avaliar o impacto desses discursos na formação de identidades e práticas dos sujeitos envolvidos.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa que envolveu revisão bibliográfica, pesquisa documental e análise da relação entre o discurso do empreendedorismo e o discurso da pedagogia, por meio da análise da narrativa audiovisual *Corações e*

mentes – escolas que transformam (2018). Foram analisadas, na perspectiva da análise do discurso, da linha francesa, 52 sequências discursivas transcritas dos episódios da narrativa audiovisual mencionada. A pesquisa envolveu também entrevistas com professores, gestores educacionais e estudantes.

Entre os autores que fundamentaram a pesquisa, destacamos Luc Boltanski e Ève Chiapello. Segundo a pesquisadora, na obra *O Novo Espírito do Capitalismo*, de 2009, os autores oferecem uma análise das transformações no mundo do trabalho e do sistema capitalista contemporâneo. Com a análise da narrativa *Corações e mentes – escolas que transformam*, foi possível verificar a consonância com os pressupostos da educação empreendedora e a concepção do novo espírito do capitalismo.

Conforme Rezende (2019), Boltanski e Chiapello apresentam uma análise sobre o capitalismo contemporâneo, que vai além das abordagens econômicas tradicionais, explorando as dimensões sociais, culturais e políticas que permeiam as relações de trabalho e produção, ao considerar que o capitalismo passou por uma mudança significativa nas últimas décadas, caracterizada por uma transformação no *ethos* empresarial e nas práticas de gestão. O capitalismo contemporâneo, conforme explica Rezende (2019), na perspectiva dos autores mencionados, se baseia em um "novo espírito", que se manifesta por meio de um conjunto de valores e normas que orientam o comportamento dos indivíduos no mundo corporativo, marcado pela ênfase na flexibilidade, na inovação, na autonomia e na busca constante pelo sucesso individual.

Assim, o trabalho passa a ser organizado a partir de uma crescente valorização do empreendedorismo, da criatividade e da capacidade de adaptação. Esclarece ainda que uma série de movimentos sociais e formas de contestação surgiram como reação às demandas e às pressões impostas pelo mundo corporativo, como o movimento antiglobalização e as formas de resistência dentro das próprias organizações, como greves e protestos. E ainda, o capitalismo, embora promova a liberdade e a autonomia individual, corrobora para a intensificação do trabalho, o aumento da desigualdade e a precarização das condições de trabalho para muitos trabalhadores.

Em relação aos resultados da pesquisa, Rezende (2019) explica que foi possível a elucidação dos diferentes entre-lugares presentes no discurso da pedagogia empreendedora, incluindo a relação entre o interesse econômico e a preocupação social. Nesse contexto, a contradição se revela como uma característica intrínseca

ao discurso do empreendedorismo, manifestando-se na construção da imagem do "destruidor criativo", conforme concebido por Schumpeter (1976), que, embora seja um sujeito essencialmente econômico, busca legitimar-se por meio de um propósito social. Essa contradição entre o interesse econômico e a retórica do bem comum é uma das facetas mais marcantes do discurso empreendedor contemporâneo.

E ainda, segundo Rezende (2019), ao integrar as reflexões de Boltanski com as análises de Foucault sobre os mecanismos de poder e de normalização, foi possível compreender a educação empreendedora como um dispositivo de poder que opera tanto a nível individual quanto institucional, ou seja, os discursos e práticas empreendedoras funcionam como mecanismos de controle social, moldando subjetividades e condutas de acordo com os imperativos do mercado.

A pesquisa se fez relevante por problematizar as estratégias de justificação e os regimes de verdade que sustentam a lógica empreendedora, o que contribui para o entendimento das dinâmicas sociais e políticas que moldam a educação contemporânea.

Quem "nós" aceitamos? Racismo em narrativas de reconhecimento na publicidade: um estudo de recepção da campanha é o título da pesquisa de Aragon (2019), que teve como objetivos compreender como se dá a percepção e a interpretação de narrativas de reconhecimento racial pelos receptores de publicidade, em espaços digitais, e explicitar como essas narrativas influenciam na construção de identidades e representações sociais.

"Quem 'nós' aceitamos?" é a questão que orienta a pesquisa, a qual sutilmente desvela a complexidade das relações raciais na sociedade contemporânea e aponta para a necessidade de compreendermos como as narrativas de reconhecimento racial veiculadas pela publicidade contribuem para a construção de identidades e representações sociais. A hipótese subjacente foi a de que essas narrativas, embora busquem promover uma imagem de inclusão e diversidade, podem, na realidade, reproduzir e reforçar estereótipos raciais, perpetuando assim desigualdades e preconceitos.

Para tanto, a pesquisa qualitativa valeu-se de análise de conteúdo das peças publicitárias da campanha *#weaccept*, que exaltam a diversidade cultural e buscam promover um sentimento de pertencimento e aceitação por parte de todos, bem como da análise de discurso dos comentários e interações dos usuários nas redes sociais, tais como Twitter, Facebook e Instagram. Ademais, incluiu entrevistas com

receptores, a fim de aprofundar a compreensão de suas percepções e interpretações em relação à campanha.

De modo resumido, conforme explica Rezende (2019), foram adotadas três etapas metodológicas. A primeira consistiu na revisão bibliográfica, visando construir o contexto teórico e temático do trabalho, abordando temas como globalização, capitalismo, multiculturalismo, lutas por reconhecimento, comunicação, publicidade e recepção. Em seguida, realizou-se o levantamento de materiais jornalísticos para reconstituir o contexto que precedeu a campanha #weaccept. Por fim, efetuou-se a coleta e análise das interações dos receptores com a campanha, mapeando a hashtag #weaccept nas páginas da *Airbnb* no Facebook no Brasil e nos EUA.

No referencial teórico, a autora se baseou em diversos pensadores que discutem representação, identidade e poder, destacando-se, dentre eles, Michel Foucault e Stuart Hall. No entanto, uma das contribuições mais relevantes para a pesquisa vem com Luc Boltanski, que na obra *Distanciation sociale ou morale: à propos d'une enquête sociologique*, explora o conceito de distanciamento social, que pode ser entendido como a maneira pela qual as pessoas, individual ou coletivamente, se distanciam ou se aproximam de determinados valores, normas e práticas sociais e que este se constitui como uma estratégia que permite que as pessoas reflitam sobre as instituições e práticas sociais existentes, questionando sua legitimidade e validade.

E ainda, com Luc Boltanski e Ève Chiapello, foram apresentadas as dinâmicas do capitalismo contemporâneo e as estratégias discursivas adotadas pelas empresas no mercado global, com um modelo de racionalidade capitalista, pautado na flexibilidade, individualização e valorização do empreendedorismo. Nesse sentido, portanto, as campanhas publicitárias que promovem a diversidade e a inclusão, como a #weaccept da *Airbnb*, podem ser compreendidas como estratégias de legitimação adotadas pelas empresas para se adaptarem às demandas de um mercado cada vez mais globalizado e diversificado.

Por outro lado, conforme explica Rezende (2019), Boltanski também discute o sofrimento a distância, ou seja, o sofrimento causado por injustiças sociais ou estruturais que é percebido como distante ou irrelevante para os indivíduos. Nesse sentido, é possível questionar se a campanha #weaccept da *Airbnb* está verdadeiramente engajada na luta contra o racismo e na promoção da inclusão racial, ou se

representa apenas uma forma de distanciamento social, na qual o sofrimento causado pelo racismo é percebido como distante e irrelevante para a maioria dos receptores.

Entre os resultados, Rezende (2019) destacou que, embora a mensagem da campanha seja a mesma, as percepções dos receptores variam consideravelmente nos dois contextos. No entanto, há um ponto de convergência notável: as denúncias de discriminação racial enfrentadas por usuários da plataforma *Airbnb*, que refletem não apenas as realidades vivenciadas por indivíduos racializados, mas também as ressignificações que esses receptores atribuem à campanha, as quais são moldadas pelas particularidades dos processos de constituição do racismo e das lutas raciais nos respectivos contextos brasileiro e norte-americano.

Esta pesquisa contribuiu para a realização da nossa pesquisa à medida que acompanhamos as reflexões envolvendo as ideias de Boltanski, o que reforça a nossa ideia da importância de buscar contribuições para a produção em publicidade, que venha a contribuir para aumentar a denúncia.

Barcelos (2020), em *Comunicação e gestão da mudança nas organizações: uma análise das indicações da literatura empresarial*, foi guiada pela seguinte questão: como a comunicação pode ser efetivamente utilizada como ferramenta de gestão da mudança nas organizações, de acordo com as indicações da literatura empresarial? A hipótese, ou uma possível resposta à pergunta anunciada, foi a de que a comunicação desempenha um papel crucial na mudança organizacional, influenciando a compreensão, aceitação e adoção de novas práticas pelos colaboradores.

O objetivo geral da pesquisa foi compreender as estratégias da comunicação para facilitar os processos transformação nas empresas, que demandaram os seguintes objetivos específicos: rever a literatura específica, identificar conceitos e estratégias de comunicação, avaliar as contribuições dos estudos revisados e propor recomendações práticas.

Ao tratar de ideias de Kotler, Lewin e Dawson, constatamos que a comunicação é um elemento central na gestão da mudança organizacional. De um lado, Kotler nos mostra a importância de uma comunicação clara e persuasiva para mobilizar a organização em torno de uma visão compartilhada. De outro, Lewin enfatiza a necessidade de uma comunicação aberta e transparente para superar a resistência e criar um ambiente favorável à mudança, enquanto para Dawson, é importante uma

comunicação estratégica e integrada, que leve em consideração os aspectos técnicos, sociais e culturais da mudança. Em suma, esses autores oferecem um conjunto de princípios e diretrizes que podem guiar os gestores na condução bem-sucedida da mudança organizacional, destacando a função catalisadora da comunicação nesse processo.

O referencial teórico envolveu as ideias de Boltanski, a partir das quais pode-se inferir que a lógica do capitalismo contemporâneo e as formas de resistência e conformidade postas em movimento pelas pessoas são relevantes para compreender a gestão da mudança e o papel da comunicação nesse processo. Para Boltanski, conforme explica Barcelos (202), ao contrário das visões simplistas que retratam o capitalismo como um sistema homogêneo e unidimensional, o novo espírito do capitalismo é marcado por diversidade de práticas, discursos e valores, que se torna evidente nas estratégias adotadas pelas organizações para se adaptarem às demandas do mercado e manterem sua relevância.

Entre os resultados, Barcelos (2020) ressalta que a literatura oferece uma variedade de abordagens e estratégias de comunicação para facilitar a gestão da mudança, o que requer que a comunicação deve ser vista não apenas como transmissão de informações, mas também como o engajamento dos *stakeholders* e a criação de um ambiente de confiança.

A pesquisa é relevante, conforme explica Barcelos (2020), por contribuir para a compreensão do papel fundamental da comunicação na gestão da mudança organizacional, e ainda, por propor uma comunicação bidirecional, participativa e transparente, o que contribui para o fortalecimento da cultura organizacional e o engajamento dos colaboradores em processos de transformação organizacional.

Do mesmo modo que as anteriores, as pesquisas vindas com a busca que se valeu do termo “Boltanski”, mostram como as ideias desse autor permeiam as pesquisas da comunicação. De certo modo, com este estado da questão, constatamos que as ideias sobre a política da piedade e sobre a denúncia foram pouco exploradas.

Lobato (2019), em *Fábrica do corpo neoliberal ditos e não ditos dos discursos midiáticos sobre beleza e saúde* aborda a construção dos discursos midiáticos sobre beleza e saúde, bem como seus efeitos na subjetividade contemporânea, sob a perspectiva de teorias de comunicação, consumo, neoliberalismo e biossociabilidades. A pesquisa foi guiada pela seguinte indagação: de que maneira se dão as interações

discursivas entre os discursos midiáticos sobre beleza e saúde, considerando a relação entre comunicação, consumo, a produção do sujeito neoliberal e a promoção de biossociabilidades? A hipótese foi a de que a mídia desempenha um papel fundamental na imposição e na disseminação de padrões estéticos e comportamentais, contribuindo para a criação de uma "fábrica do corpo neoliberal", na qual o corpo feminino é constantemente submetido a normas inatingíveis.

Os objetivos gerais da pesquisa foram compreender como a mídia constrói e perpetua os ideais de beleza e saúde femininos, e para alcançar esses objetivos, foram definidos objetivos específicos, como identificar especificidades dos discursos midiáticos de revistas, programas de televisão e redes sociais, com foco nos não ditos desses discursos; explicitar padrões e estereótipos associados à beleza e à saúde femininas e explorar como esses discursos afetam as percepções e as práticas das mulheres em relação ao próprio corpo e à saúde.

O embasamento teórico da pesquisa se organizou em três eixos fundamentais: comunicação e consumo, neoliberalismo e pós-feminismo, e biopolítica e biosociabilidades. No primeiro eixo, autores como Silverstone, Douglas, Isherwood, Hoff, Braga e Sodré foram utilizados para tratar da comunicação e do consumo. No segundo eixo, destacam-se as contribuições de Dardot, Laval, Boltanski e Chiapello, Elias, Gill e Scharff, que exploram as interseções entre neoliberalismo, pós-feminismo e gênero. No terceiro eixo, autores como Foucault, Rabinow, Ortega, Hoff e Jarrín para tratar da biopolítica, destacando como as práticas de poder influenciam as formas de vida e sociabilidade.

A metodologia adotada foi a Análise de Discurso, da linha francesa, com as noções de ditos e não ditos e formação discursiva para desvelar os mecanismos de produção e reprodução dos discursos midiáticos sobre beleza e saúde implicados na campanha Silicone Seguro. A seleção de amostras representativas de diferentes tipos de mídia, como revistas femininas, programas de televisão e postagens em redes sociais, foi necessária para garantir a diversidade e a abrangência da análise.

Entre os resultados da pesquisa, conforme explica Lobato (2019), constatou-se que os discursos midiáticos sobre beleza e saúde tendem a promover uma visão otimista e positiva dos procedimentos estéticos, enquadrando-os como parte integrante do empoderamento feminino. No entanto, os riscos associados a esses procedimentos são frequentemente silenciados ou minimizados, resultando em uma divulgação inadequada e incompleta das informações para as consumidoras em busca da autoprodução do corpo.

Autores como Luc Boltanski, Jean Kilbourne e Naomi Wolf ofereceram perspectivas fundamentais para analisar as representações das mulheres na publicidade, e na mídia em geral, assim como as relações entre beleza, poder e gênero na sociedade contemporânea. Luc Boltanski, em sua obra *O Novo Espírito do Capitalismo*, segundo Lobato (2019), trata das relações sociais e culturais que permeiam as práticas e discursos relacionados ao corpo feminino na era neoliberal, e examina as estratégias de legitimação do capitalismo neoliberal, destacando como a busca incessante pelo consumo e pela imagem perfeita é promovida como um imperativo moral na sociedade contemporânea. Essa lógica do capitalismo flexível se manifesta na disseminação dos discursos midiáticos sobre beleza e saúde, que buscam perpetuar a ilusão de que a felicidade e o sucesso estão intrinsecamente ligados à conformidade com padrões estéticos pré-determinados.

Os resultados da pesquisa, segundo Lobato (2019), evidenciaram a presença marcante de padrões e estereótipos arraigados nos discursos midiáticos sobre a beleza e a saúde femininas. Esses padrões, conforme ressaltou a pesquisadora, muitas vezes não reais e excludentes, são propagados por revistas, programas de televisão e redes sociais, e tendem a impor um ideal de beleza homogeneizado que exclui a diversidade de corpos e identidades femininas, ou ainda, esta homogeneização da beleza feminina reflete e reforça normas de gênero opressivas, que colocam as mulheres em um padrão inalcançável de perfeição estética.

A relevância dessa pesquisa está na ênfase dada aos aspectos não ditos dos discursos das mídias, que se constituem como formas sutis e muitas vezes invisíveis de opressão e controle exercidas sobre as mulheres pela mídia e pela sociedade em geral.

Por fim, a pesquisa de Bacega (2019), denominada *Através da tag* e o que Alice encontrou por lá: memória, comunicação e consumo em um clube de livros, foi guiada pela seguinte questão: como se configuram as dinâmicas de memória, comunicação e consumo dentro de um clube de livros? A hipótese, ou provável resposta à questão, foi a de que os clubes de livros funcionam como espaços de construção e reconstrução de memórias coletivas, mediadas pela comunicação e influenciadas pelos processos de consumo de obras literárias.

O objetivo geral da pesquisa foi compreender as relações entre memória, comunicação e consumo no ambiente de um clube de livros, enquanto identificar as práticas comunicativas dos participantes do clube, explicitar os padrões de consumo de livros e examinar como as memórias individuais e coletivas são construídas e compartilhadas nesse contexto foram os objetivos específicos.

A pesquisa qualitativa envolveu observação participante, entrevistas semiestruturadas e análise de documentos, sendo que a pesquisadora imergiu no ambiente do clube de livros, participando das reuniões, interagindo com os membros e registrando suas observações. As entrevistas foram conduzidas com os participantes para aprofundar a compreensão de suas experiências e perspectivas, e os documentos relacionados ao clube, como registros de atas e materiais promocionais, foram analisados para complementar os dados obtidos.

O referencial teórico adotado na pesquisa abrangeu diversas áreas do conhecimento, incluindo estudos de comunicação, memória, consumo e sociologia. Destacam-se autores como Halbwachs, que discute a memória coletiva; Assmann, que aborda os processos de memória cultural; Jenkins e Fiske tratam de práticas culturais e participação dos consumidores na produção de significados, e Bauman e Featherstone para tratar do consumo na sociedade contemporânea.

Vale destacar que, conforme Bacega (2019), a memória individual está intrinsecamente ligada à memória coletiva, sendo moldada e influenciada pelo contexto social e cultural em que o sujeito está inserido. Sendo assim, as experiências compartilhadas nos grupos sociais, como um clube de livros, contribuem para a construção de memórias coletivas que refletem as identidades e valores compartilhados pelos membros do grupo.

Essa perspectiva, como explica Bacega (2019), é complementada pela abordagem de Assmann, que propõe a distinção entre memória individual e memória cultural. Para Assmann, a memória cultural é formada por narrativas e símbolos compartilhados por uma comunidade, que são transmitidos ao longo do tempo e contribuem para a construção da identidade coletiva. Assim, no contexto do clube de livros, as discussões, interpretações e releituras das obras literárias não apenas refletem as memórias individuais dos participantes, mas também contribuem para a construção de uma memória cultural compartilhada em torno da leitura. Com Jenkins, Bacega (2019) destaca o papel central dos fãs na criação e disseminação de conteúdos culturais, argumentando que as comunidades de fãs desempenham um papel ativo na produção de significados em torno de obras culturais, e com Fiske, mais especificamente com o conceito de cultura popular resistente, no qual a capacidade dos consumidores de reinterpretar e subverter os significados atribuídos pelos produtores de mídia, exercendo agência e autonomia na recepção e apropriação de conteúdos culturais.

No que diz respeito ao consumo de bens culturais, pautando-se em Bauman e Featherstone, Bacega (2019) explicou que o consumo de bens culturais, como livros, torna-se uma forma de construir e afirmar identidades em um mundo cada vez mais líquido e mutável. Com Featherstone, por sua vez, em sua teoria do estilo de vida, Bacega (2019) destacou a importância do consumo na construção de identidades pessoais e sociais, argumentando que as escolhas de consumo refletem valores, aspirações e pertencimento a grupos sociais.

Boltanski, segundo Bacega (2019), explicou como os valores do empreendedorismo e da flexibilidade são promovidos e internalizados na sociedade e, nesse contexto, a leitura pode ser entendida não apenas como um ato de consumo cultural, mas também como uma prática que reflete e reproduz os ideais neoliberais de autossuperação e adaptação constante.

Ao integrar as ideias de Boltanski e outros autores em sua análise, a pesquisa de Bacega ofereceu uma contribuição significativa para o campo dos estudos culturais, enriquecendo o debate sobre as interseções entre memória, comunicação, consumo e identidade na sociedade contemporânea.

Consorte (2020), em *Como você está? princípios da comunicação não-violenta permeabilizando relações*, foi guiada pela seguinte questão: como os princípios

da Comunicação Não Violenta, fundamentados nas ideias de Luc Boltanski e Marshall Rosenberg, influenciam as relações sociais? A hipótese formulada foi a de que a aplicação dos princípios da Comunicação Não Violenta (CNV) tende a promover uma maior abertura e compreensão nas relações interpessoais, contribuindo para a resolução pacífica de conflitos e para o estabelecimento de vínculos mais saudáveis e genuínos.

O objetivo geral da pesquisa consistiu em compreender como os princípios da Comunicação Não Violenta, segundo Luc Boltanski e Marshall Rosenberg, influenciam a permeabilidade das relações sociais na sociedade contemporânea, enquanto os específicos foram os seguintes: explicitar os conceitos fundamentais da Comunicação Não Violenta, conforme apresentados por Marshall Rosenberg; explorar as contribuições teóricas de Luc Boltanski para compreender as dinâmicas sociais e as formas de violência simbólica presentes nas interações humanas; examinar estudos e pesquisas que abordam a aplicação prática da CNV em diversos contextos sociais, à luz das ideias de Boltanski e Rosenberg; avaliar casos e exemplos concretos de como a Comunicação Não Violenta é utilizada para resolver conflitos e promover uma comunicação mais eficaz, considerando as perspectivas de Boltanski e Rosenberg; identificar os benefícios e desafios da aplicação dos princípios da CNV nas relações interpessoais, à luz das contribuições teóricas de ambos os autores; propor reflexões e sugestões para a promoção de uma comunicação mais empática e não violenta na sociedade contemporânea, com base nos ensinamentos de Boltanski e Rosenberg.

Com uma abordagem qualitativa, esta pesquisa se valeu de revisão bibliográfica sistemática, análise documental e estudo de casos. A revisão bibliográfica foi conduzida em bases de dados acadêmicas, como *Scopus*, *Web of Science* e *Google Scholar*, utilizando termos de busca relacionados à Comunicação Não Violenta, Luc Boltanski, Marshall Rosenberg e relações sociais. Além disso, foram coletados materiais de observações empíricas, relatos e depoimentos de práticas de experiências e workshops que utilizaram dinâmicas de CNV, realizados no Brasil, Itália, Grécia e Inglaterra, entre janeiro de 2018 e março de 2020.

Para embasar teoricamente essa reflexão, Consorte (2020), recorreu a Dardot e Laval, que analisam as transformações do capitalismo contemporâneo; Foucault, que nos alerta sobre os mecanismos de poder e controle presentes na sociedade; Benjamin, que reflete sobre a cultura e a reprodução das desigualdades; Agamben,

que problematiza o estado de exceção e a biopolítica; Pinker, que aborda a evolução da violência ao longo da história; Marshall Rosenberg, que desenvolve os princípios da CNV; Carl Rogers, que enfatiza a importância da escuta empática; David Bohm, que propõe uma visão holística da comunicação; Jean-Marie Muller, que promove a não violência como princípio ético; Johan Galtung, que analisa os conflitos e suas formas de resolução; Paulo Freire, que defende uma educação libertadora; e Katz e Greiner, que introduzem o conceito de corpomídia, que permite considerar o corpo como um elemento central na construção das relações sociais.

A pesquisa também se fundamentou em Luc Boltanski, Marshall Rosenberg e outros. Com Boltanski, a pesquisadora tratou das dinâmicas sociais e das formas de violência simbólica presentes nas interações humanas, enquanto com Rosenberg, ela desenvolveu os conceitos fundamentais da Comunicação Não Violenta, baseados na empatia e na expressão autêntica de sentimentos e necessidades.

Os resultados desta pesquisa, conforme explicou Consorte (2020), revelaram que a aplicação dos princípios da Comunicação Não Violenta, embasados nas ideias de Boltanski e Rosenberg, efetivamente contribuiu para uma maior permeabilidade nas relações sociais, com a prática da empatia, da escuta ativa e da expressão autêntica de sentimentos e necessidades, com o que as pessoas são capazes de estabelecer vínculos mais significativos e empáticos, reduzindo conflitos e promovendo uma convivência mais harmoniosa e colaborativa.

Diante dos resultados obtidos, conforme Consorte (2020), a Comunicação Não Violenta é uma ferramenta poderosa para a construção de relações mais saudáveis e genuínas na sociedade contemporânea. Isto porque, ao cultivar a empatia, o respeito mútuo e a compaixão, a CNV oferece um caminho para superar as barreiras da comunicação e promover uma convivência mais pacífica e solidária entre as pessoas. Dessa forma, esta pesquisa contribui não apenas para o avanço teórico da comunicação, mas também para a promoção do bem-estar e da harmonia nas relações sociais.

Neste caso, a pesquisadora se valeu do termo Luc Boltanski para realizar a busca de pesquisas, assim como procedemos para essa última busca. Encontramos seis pesquisas que se valem de teorias de Boltanski, com foco no que ele denomina de “novo espírito” do capitalismo. Nesse aspecto, há algo inovador na nossa pesquisa, no que se refere à fundamentação teórica, por utilizarmos as ideias deste autor para refletir sobre a denúncia.

2.2 Em busca de uma síntese

Quadro 1 – Aspectos gerais das pesquisas que compõem o estado da questão

Violência contra a mulher	
Mídias	<p>website, redes sociais, plataforma</p> <p>Representação da mulher vítima de violência doméstica Acesso à informação relativa aos direitos da mulher Misoginia Representação da violência contra a mulher Processo de construção de plataformas sobre violência contra a mulher</p>
	<p>jornal</p> <p>Cobertura de feminicídio, de casos de opressão às mulheres e de crimes sexuais Violência contra mulheres jornalistas Violência contra mulheres negras na política</p>
	<p>cinema, TV</p> <p>Representação de mulheres negras</p>
Assessoria de imprensa	O papel das assessorias no combate à violência contra a mulher
Denúncia	
Pessoas envolvidas	Especificidades das pesquisas
Idosos	Abordagem de denúncias e notificações realizadas por meio de sites e aplicativos governamentais específicos
Funcionários públicos	Implementação de programa de proteção e incentivo ao denunciante para contribuir para a transparência, responsabilização e combate à corrupção.
Boltanski	
Teorias	Especificidades das pesquisas
O novo espírito do capitalismo	<p>Transformações das relações da produção e do trabalho Racionalidade capitalista pautada na flexibilidade, individualização e valorização do empreendedorismo Formas de resistência e conformidades das pessoas Relações sociais e culturais que permeiam os discursos sobre o corpo Relações que primam pela autossuperação e adaptação constante Comunicação não violenta Formas de violência simbólica presentes nas interações humanas</p>

Fonte: Elaborado pelo autor.

Observando o Quadro 1, podemos destacar que, no contexto deste estado da questão, não encontramos pesquisas recentes que abordem publicidade social sobre violência doméstica contra a mulher, com foco na denúncia. Não há pesquisas que se fundamentam na política da piedade e na questão da denúncia vistos na perspectiva de Boltanski.

A nossa expectativa é que com esta pesquisa possamos chamar a atenção para o potencial de produtos da publicidade, no caso a social, quanto aos seus efeitos, não se voltando para os receptores – que denominados intérpretes -, mas sim para a própria materialidade desses produtos, para a sua composição considerando-se os significados que engendram com as misturas de linguagens, verbal e visual, ou com a linguagem audiovisual.

Seguem reflexões sobre publicidade social, um dos pilares da nossa pesquisa.

3 O QUE É PUBLICIDADE SOCIAL, AFINAL?

Este capítulo, como sinaliza o título, tem como objetivo explicitar concepções sobre publicidade, bem como identificar a concepção de publicidade social adotada no contexto dessa pesquisa. Para tanto, a fundamentação teórica envolve Sant'Anna (2005), Sandmann (1995), Viganò (2011) e Kotler e Lee (2011), principalmente.

3.1 Sobre publicidade

A publicidade é uma técnica de comunicação de massa cuja principal finalidade “é fornecer informações, desenvolver atitudes e provocar ações benéficas para os anunciantes, geralmente para vender produtos ou serviços” (Sant'Anna, 2005, p. 72). No entanto, ao comunicar informações e ideias, a publicidade também constrói significados sociais. Ou seja, de acordo com Sant'Anna (2005), a linguagem da publicidade contribui para a representação de valores culturais, influenciando a percepção do público sobre o que é desejável, aceitável e aspiracional, a ponto de estabelecer padrões estéticos que contribuem para a construção de um sistema normativo para a sociedade. Assim, a publicidade vai para além do consumo e pode interferir nas práticas socioculturais.

McCraken (2003) afirma que a publicidade transfere significados ao fundir um bem de consumo a uma representação do mundo culturalmente constituído. Isto dá à publicidade maior relevância, e difere de perspectivas tradicionais que se assentam na concepção da publicidade simplesmente como uma ferramenta do marketing, ou como uma modalidade de comunicação que uma empresa pode estabelecer em direção ao seu público, ou como o discurso de uma marca que tem como propósito impulsionar o consumo.

Assim, considerando a afirmação acima, a publicidade traz à tona valores e crenças que permeiam a sociedade. No entanto, o intérprete ou o consumidor – da publicidade, no caso -, sabe o quanto ela constrói os melhores “mundos possíveis”, como diz Matellart (2000). E, nesse caso, como adverte Matellart (2000), mesmo assim, não há mais lugar para expressões como manipulação ou lavagem cerebral utilizadas nas críticas sobre a publicidade. A ruptura da concepção da publicidade como manipulação, de certo modo onipresente, se deu por insatisfação com teorias

de reprodução social que não davam conta do papel ativo dos usuários nos dispositivos sociais e culturais, o que se tornava latente em pesquisas empíricas realizadas em comunicação, principalmente. Ainda, conforme Mattelart (2000), por ser a publicidade um fato cultural, ela é singular e traduz uma forma de ser própria da cultura. O usuário contemporâneo move-se nos espaços publicitários como um jogador astuto que neles encontra elementos lúdicos.

Retomando Sant'Anna (2005), destacamos que, na sua perspectiva, a sociedade está em constante transformação, e sendo assim a produção publicitária deve se adaptar a essas mudanças. Nesse sentido, as campanhas publicitárias devem ser criativas e coerentes com tais transformações, para assim construir mensagens persuasivas e impactantes.

De fato, dizer que a publicidade persuade é plausível, no entanto, seria pertinente questionar em que sentido esta persuasão se efetiva, uma vez que os textos informativos, ou os reclames behavioristas, conforme Lipovetsky e Serroy (2011), ainda permeiam nosso cotidiano, mas de modo mais tímido, pois as mídias apresentam novas modalidades de produções, como as em que predominam as imagens, que podem ampliar o poder de sugestão da mensagem, por suscitar a imaginação, bem como envolvem crenças e valores pertinentes a diferentes contextos culturais.

A publicidade, de acordo com Lipovetsky e Serroy (2005), não tem mais o produto como foco, mas sim a construção de uma ambiência para a marca ou para o produto, em meio a um processo de estetização da comunicação, que pode valorizar um modo de vida ou incitar o imaginário. “Inovar, surpreender, divertir, fazer sonhar, comover, criar um mito, e isso pela utilização de efeitos especiais, de imagens sublimes, de jogos rítmicos e de montagem, de sinais de cumplicidade e de interpretações não literais” (Lipovetsky; Serroy, 2005, p. 96-97).

Sant'Anna (2005) considera que a publicidade pode ser vista como reflexo da sociedade, principalmente porque ela utiliza dados reais de pesquisa de mercado. No entanto, as especificidades do processo de produção da publicidade não garantem que ela seja de fato reflexo da sociedade, contudo, de certo modo, apresenta traços, indícios dessa sociedade.

Ainda seguindo Sant'Anna (2005), tomamos as suas reflexões sobre as diferenças entre publicidade e propaganda. De um lado, a propaganda tem como objetivo principal promover bens e serviços, como a propaganda mercantil, por exemplo,

que busca influenciar o comportamento do consumidor, estimulando a compra e a preferência por determinadas marcas. Assim, o foco da propaganda mercantil é impulsionar o sucesso econômico das empresas. Por outro lado, a publicidade também pode envolver objetivos mais amplos, incluindo causas sociais, políticas ou culturais. Para Sant'Anna (2005) esta seria a publicidade desinteressada, que busca influenciar as percepções e atitudes do público em relação a promoção de valores, ideais ou mudanças sociais, ou seja, ela vai além do escopo comercial.

A publicidade desinteressada, portanto, para Sant'Anna (2005), busca engajamento com questões sociais, políticas ou culturais, e não visa lucro comercial, mas sim busca inspirar ações em prol do bem comum, podendo ser utilizada para sensibilizar o público em relação a causas humanitárias e promover mudanças sociais. A publicidade desinteressada, na perspectiva de Sant'Anna (2005), pode se aproximar do que aqui pretendemos denominar de publicidade social.

Os termos publicidade e propaganda, conforme Sandman (1993), são compreendidos de formas distintas. O termo "propaganda" tem sua origem no latim, significa propagar ou espalhar, e foi incorporado oficialmente pela Igreja Católica Romana, quando da criação do *Congregatio de Propaganda Fide*, no século XII, congregação esta que tinha o propósito de propagar e fortalecer o catolicismo em regiões onde a influência da igreja estava em declínio. Na língua inglesa, propaganda se refere à propagação de ideias, especialmente políticas, podendo até ter uma conotação depreciativa, enquanto o termo *advertising* se refere à publicidade comercial. Em português, publicidade é usada para designar produções que têm como objetivo vender produtos e serviços, enquanto a propaganda abrange tanto a propagação de ideias como o objetivo abarcado pela publicidade.

Assim, nesse contexto, adotamos a terminologia publicidade social para acoplar as campanhas governamentais que envolvem questões sociais.

3.2 Sobre publicidade social

A publicidade social, segundo Viganò (2011), incorpora elementos estratégicos para criar conexões emocionais significativas e requer um intérprete, que pode se tornar não mais um consumidor, mas alguém imbuído de preocupações sociais. O objetivo dessa publicidade vai além da simples persuasão para abranger a sensibilização e o engajamento em questões que têm impacto na sociedade.

A publicidade social, conforme explica Viganò (2011, p. 26):

[...] utiliza as técnicas persuasivas com intuitos variados: para propor a um grande público modelos de comportamento, para modificar atitudes mentais ou para transmitir informações; mas sempre se dirigindo ao indivíduo não como consumidor, mas como cidadão, assumindo de tal maneira um papel não secundário de transmissão, difusão e fortalecimento de regras de conduta.

Com isso, visa inspirar ações e escolhas que promovam o bem-estar coletivo e o desenvolvimento da sociedade como um todo. Segundo Viganò (2011), a persuasão requerida para esta modalidade de publicidade implica a propagação de valores, enraizados na cultura e nas tradições, ou seja, implica no pressuposto da existência de uma base comum de crenças e princípios.

Viganò (2011) também considera que a publicidade é um reflexo da sociedade, bem como ressalta que ela pode também influenciar mudanças culturais, pois tanto pode antecipar como reforçar valores, o que contribuiu para a redefinição de um consenso social.

Nesse sentido, a publicidade não apenas adere a valores preexistentes, mas também pode contribuir para a evolução desses valores ao longo do tempo, influenciando e sendo influenciada pelas transformações sociais. na interação dinâmica entre as mensagens veiculadas e os valores arraigados na sociedade. Para ser eficaz, a publicidade deve não apenas compreender, mas também adaptar-se a esses valores, atuando como um espelho reflexivo da cultura enquanto, ao mesmo tempo, busca moldar atitudes e percepções. Essa interconexão entre a persuasão publicitária e os valores sociais é essencial para a compreensão completa do impacto e da influência desse meio de comunicação na construção de significados compartilhados e na formação de opiniões (Viganò, 2011, p. 28).

Sendo assim, a publicidade social tem um papel educativo, pois coloca em circulação aspectos sociais, éticos e ambientais da nossa sociedade. Crê ainda Viganò (2011) que tal publicidade contribui para a construção de comunidades informadas, engajadas e socialmente responsáveis.

Para compreender o real alcance de uma publicidade social, conforme adverte Viganò (2011), não basta explicitar como se dá a interação entre a linguagem da publicidade e a sociedade, ou seja, não é suficiente analisar como a linguagem reflete as nuances da sociedade ou como a sociedade molda o uso dessa linguagem, mas sim compreender como os elementos intrínsecos à sociedade se entrelaçam na construção de significados.

Cabe aqui destacar que ao envolvermos, na nossa pesquisa, a publicidade que de algum modo trata da violência doméstica contra a mulher, estamos considerando que elas podem ser classificadas como publicidade social. Elas visam, num sentido amplo, esclarecer como se dá a violência contra a mulher, primam por mostrar a dimensão dessa violência no Brasil, alertam as pessoas para as consequências dessa violência, reforçando a possibilidade de ocorrência de feminicídio, dão instruções para que sejam feitas denúncias, reforçam na sua composição – tanto com palavras como com imagens – a importância da denúncia, bem como explicam como podem se manifestar os diversos tipos de violência.

E ainda, ao considerar as ideias de Boltanski (1999), podemos classificar que essas mulheres, vítimas de violência doméstica, podem ser nomeadas desafortunadas. Os demais, inclusive os que podem vir a denunciar, os que se envolvem com esse sofrimento, mas a distância, são chamados de afortunados. No caso, a habilidade de construir narrativas significativas – envolvendo a violência contra a mulher – é crucial para envolver emocionalmente o público e inspirar ações, sendo que a essencial aqui, é a denúncia.

3.3 Imbricamentos com o marketing social

O marketing social, como estabelecem Kotler e Lee (2011), busca alcançar benefícios sociais, promovendo ações em favor do bem comum. Isto porque, o marketing, em linhas gerais, para Richers (1994), está associado às atividades sistemáticas de uma organização humana, e busca alcançar benefícios específicos por meio de trocas com o ambiente, trocas essas que podem envolver objetos tangíveis, como produtos e bens de consumo, assim como dinheiro, e intangíveis, como serviços e até mesmo ideias. E ainda, segundo Bastos, Costa e Vasconcelos (2017), o marketing se transformou e se ampliou, agregando relações de troca para proporcionar benefícios em larga escala, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade.

Mas há aproximações entre o marketing social e o comercial. O primeiro emprega princípios e técnicas do segundo, para assim criar, comunicar e fornecer valor, visando influenciar o comportamento do público-alvo. Há também a orientação para o cliente (público-alvo), a relevância da teoria das trocas, a realização de pesquisas e o desenvolvimento de estratégias de marketing em todas as etapas do processo, a segmentação de públicos e a avaliação de resultados com foco em aprimoramento. Nas palavras de Kotler e Lee (2011, p. 34):

Marketing social é uma disciplina de marketing por si só, que foi rotulada como tal desde o começo da década de 1970 e se refere principalmente aos esforços focados na influência dos comportamentos que melhoram os níveis de saúde, previnem ferimentos, protegem o meio ambiente, contribuem com as comunidades e, mais recentemente, incrementam o bem-estar econômico.

Nessa perspectiva, o termo social denota sua conexão com a sociedade e também reflete a natureza coletiva e inclusiva de seus objetivos, com a busca por comportamentos que beneficiem a coletividade e reafirmando sua natureza pró-ativa. Conforme esclarecem Kotler e Zaltman (1971) e Andreasen (1994; 2002), o marketing social é utilizado por organizações sem fins lucrativos, ou seja, é uma ferramenta estratégica empregada por entidades que não buscam ganhos financeiros, mas sim objetivos sociais específicos.

Assim, o marketing social transcende o âmbito do lucro monetário, direcionando seus esforços para a consecução de objetivos altruístas e a melhoria das condições sociais. A capacidade desta modalidade de marketing em mobilizar recursos, construir parcerias e influenciar a percepção do público é potencializada quando direcionada para a consecução de causas sociais, destacando seu papel vital em iniciativas humanitárias e na construção de um impacto positivo duradouro.

Pelo fato de que o marketing social busca promover ações de natureza coletiva, podendo influenciar o comportamento social e fomentar o bem-estar da sociedade, conforme Rezende *et al.* (2015), permite a sua associação as iniciativas governamentais voltadas para o benefício da coletividade. Com isso, destaca-se o papel transformador do marketing social, não apenas como um veículo de comunicação, mas como uma força motriz para a implementação de mudanças tangíveis que reverberam positivamente no tecido social.

No entanto, os profissionais dessa área não podem prometer um benefício direto ou retorno imediato pela adoção de um dado comportamento. Nesse sentido, faz-se necessário “um processo de planejamento sistemático, rigoroso e estratégico que seja inspirado por desejos, necessidades e preferências do público-alvo e que foque em benefícios reais, plausíveis e de curto prazo” (Kotler; Lee, 2011, p. 50).

O marketing social, predominantemente, é impulsionado por estratégias governamentais, visando promover ações com propósito social. Nesse contexto, sua aplicação está intrinsecamente ligada a entidades governamentais, órgãos governamentais e organizações sem fins lucrativos, como destacado por Kotler e Lee (2011) e Rezende et al. (2015). Sua função primordial consiste em atuar como um intermediador crucial entre o governo e a sociedade, tendo como objetivo identificar soluções para os desafios sociais apresentados, conforme enfatiza Hastings e Saren (2003).

Em síntese, o marketing social, quando integrado às estratégias governamentais, se transforma em um instrumento estratégico de mudança social, colaborando ativamente na identificação e implementação de soluções para os desafios da sociedade. Essa abordagem integrada, permeada por uma visão de longo prazo e adaptabilidade, reflete não apenas uma relação efetiva entre o governo e o marketing social, mas também um compromisso conjunto na construção de um futuro mais justo e equitativo.

Segundo Kotler e Lee (2011), de um lado, o Estado é um agente responsável pelos cuidados com o bem-estar social dos cidadãos, o que requer que este utilize estratégias para influenciar comportamentos que busquem o bem-estar social, no que o marketing social pode ser um excelente aliado. De outro, o Estado deve executar políticas sociais que visam não apenas suprir necessidades imediatas, mas também promover mudanças estruturais que levem a uma sociedade mais justa e equitativa, no que o marketing social também pode contribuir ao otimizar as intervenções governamentais, conectando efetivamente os objetivos do Estado com a realidade cotidiana dos cidadãos.

Kotler e Lee (2011) explicitam como o marketing social deve ser aplicado para gerar os efeitos almejados. O marketing social requer planejamento, que deve contemplar as dinâmicas sociais, culturais e econômicas que moldam o ambiente em que será aplicado; compreensão das características demográficas, psicográficas e comportamentais do público-alvo; definição do objeto proposto para a campanha, ou seja, a análise criteriosa dos problemas ou questões sociais que se busca abordar, bem como a escolha dos canais de comunicação mais adequados. Tais estratégias apostam no poder da mensagem e nas estratégias para alcançar o público-alvo, que é supostamente bem conhecido graças aos inúmeros instrumentos aplicados para identificá-lo.

Assim, para avaliarmos a eficácia de uma campanha há alguns aspectos, como os acima mencionados, que precisam ser cumpridos. Assim, a partir das ideias de Boltanski (1999), elaboramos um conjunto de orientações – ou estratégias - que podem contribuir para avaliarmos o alcance da publicidade social, o que poderemos constatar no capítulo das análises das peças de publicidade social selecionadas.

Em seguida, apresentamos reflexões sobre a violência e sobre a mulher na sociedade brasileira.

4 A VIOLÊNCIA E A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

Neste capítulo, apresentamos, inicialmente, reflexões sobre a violência no Brasil, na perspectiva de Chauí e, em seguida, estudos de Saffioti para as relações entre o capitalismo e a mulher, com foco no contexto brasileiro. O objetivo deste capítulo refletir sobre como a mulher pode ser vista como suscetível à violência, principalmente no contexto doméstico.

4.1 Sobre a violência, na perspectiva de Chauí

Em Chauí (2019) encontramos uma concepção de violência, argumentações sobre o mito da não violência na sociedade brasileira, aspectos da semântica da não violência engendrada pelos meios de comunicação de massa, bem como expressões da violência.

Seguindo o percurso da filósofa, na obra mencionada, apresentamos, inicialmente, uma síntese do significado de violência, visando compreender que a violência “possui não apenas dimensão física, mas também psíquica e simbólica” (Chauí, 2019, p. 35). Em seguida, ao contextualizar a violência na sociedade brasileira, apresentamos a historicidade da construção do mito da não violência nessa mesma sociedade, conforme Chauí (2019). Porém, para a construção desse mito é necessário apresentar formas de significação, de propagação, e é neste momento que mostramos o quanto os meios de comunicação valem-se de expressões que atenuam, silenciam, subvertem ou ocultam a violência. Na sequência, apresentamos a maneira como a violência se exprime, especialmente nas redes sociais. A internet, as redes sociais que poderiam se tornar elementos poderosos para produzir e disseminar informações, rompendo com o poderio das empresas privadas de comunicação, no Brasil, fazem um caminho contrário, pois como adverte Chauí (2019, p. 38), “a internet, as redes sociais têm um protagonismo nesse processo de construção da violência, pois formam-se grupos fechados que se retroalimentam e que tratam os demais não apenas como diferentes ou opositores, mas como ignorantes, monstruosos e que devem ser eliminados”.

Vejamos como a autora conceitua a violência.

4.1.1 Ética, política e violência

Chauí (2019), para explicar a complexidade da violência na sociedade brasileira, apresenta, inicialmente, reflexões sobre ética e política. A ética, segundo Chauí (2019, p. 29) é “o conjunto de noções (ou valores) que balizam o campo de uma ação que se considera ética”, sendo preceito considerar que a cultura é um campo de ação, de simbolização dos valores de uma sociedade. Nas palavras de Chauí (2019, p. 35).

[...] a ação ética é balizada pelas ideias de bom e mau, justo e injusto, virtude e vício, isto é, por valores cujo conteúdo pode variar de uma sociedade para outra ou na história de uma mesma sociedade, mas que propõem sempre uma diferença intrínseca entre condutas tendo como critério a definição do bem, do justo e do virtuoso.

A ética de uma sociedade é, portanto, o conjunto de regras, normas, valores, que são subjetivos, e norteadores do que é justo ou injusto, bem ou mal, validado historicamente em um diálogo constante entre os agentes envolvidos. Se há na sociedade, grupos dominantes, representados por personagens que possuem poder para exercer e disseminar seus valores, cria-se um ambiente propício para construção e permanência de uma cultura violenta.

Nesse sentido, a política como campo de batalha e de constituição de direitos dos cidadãos, tem um papel de legitimar ou não esses valores. Para tanto, usa a democracia, regime político que teve origem entre os gregos², como “meio da invenção do direito e da lei (isto é, a instituição dos tribunais) e da criação de instituições públicas de deliberação e decisão (isto é, as assembleias, na Grécia, e o senado, em Roma)” (Chauí, 2019, p. 31), que, por sua vez, dá início à constituição dos direitos civis.

2 Conforme Chauí (2019), esse surgimento só foi possível porque o poder político foi separado de três autoridades tradicionais que anteriormente definiam o exercício do poder: autoridade do poder privado ou econômico do chefe de família (em grego, o *despotês*), de cuja vontade dependiam a vida e a morte dos membros da família; a do chefe militar, senhor do exército e único a decidir sobre a guerra e a paz; e a do chefe religioso ou sumo sacerdote, único dotado de saber e por isso autorizado a realizar a mediação entre os humanos e os deuses. Essas três formas da autoridade, nos impérios antigos, estavam unificadas numa chefia única, a do rei. A política nasceu, portanto, quando a esfera privada da economia e da vontade pessoal do pai, a esfera da guerra e a esfera do sagrado ou do saber foram separadas e o poder político deixou de identificar-se com a figura do governante como pai, comandante e sacerdote, representante humano de poderes divinos transcendentes.

Os direitos são definidos pela ética, que por sua vez, é definida pelos valores livremente aceitos por uma sociedade por classes dominantes cujo interesse é se perpetuar no poder, logo, é natural que os direitos, a ética, e os valores contrários a essa ética enviesada sejam excluídos. Assim, o poder público, espaço político (ou público) que em tese deveriam representar, autorizar, assegurar direitos iguais de cidadania, de opiniões, defesa de interesses em conjunto com o povo por intermédio do voto, podendo pelo voto ser revogado, é apenas uma ideia, uma tese, nada mais. Nesse sentido, Chauí (2019, p. 34) acrescenta:

Que significam eleições? Muito mais do que a mera rotatividade de governos ou a alternância no poder, elas simbolizam o essencial da democracia, ou seja, que o poder não se identifica com os ocupantes, do governo, não lhes pertence, mas é sempre um lugar vazio que, periodicamente, os cidadãos preenchem com representantes, podendo revogar seus mandatos se não cumprirem o que lhes foi delegado para representar.

Porém, “no correr do século XIX, com os movimentos operários e socialistas, ressurgiram ideias práticas democráticas, que, gradativamente, foram apropriadas pela burguesia sob forma de liberalismo” (Chauí, 2019, p. 32). E, embora “no pensamento liberal a democracia apareça justificada como um ‘valor’ ou um ‘bem’, é encarada, de fato, pelo critério da eficácia, isto é, do ponto de vista do poder legislativo, um assunto que concerne aos representantes eleitos, entendidos como políticos profissionais” (Chauí, 2019, p. 32).

E a inversão de valores fica clara quando “a eficácia dos políticos profissionais e dos técnicos administrativos tem como objetivo evitar uma participação política que traria à cena pública os ‘extremistas’ e ‘radicais’” (Chauí, 2019, p. 33). A autora abre aspas para extremistas e radicais, metaforizando o povo que, por não ser ‘técnico’ deixa de ter representatividade, e desse modo, com a história e os fatos apresentam a democracia em conflito, se distanciando dos interesses do povo, e se aproximando de interesses individuais, carreiristas, burgueses, portanto, antidemocráticos.

Ao apresentar a violência, Chauí faz um prólogo conceituando etimologicamente a violência, dividindo-a em cinco aspectos:

etimologicamente a palavra violência é 1. tudo o que age usando a força para ir contra a natureza de algum ser (é desnaturar); 2. Todo ato de força contra a espontaneidade, a vontade e a liberdade de alguém (é coagir, constrianger, torturar, brutalizar); 3. todo ato de violação da natureza de alguém ou de alguma coisa valorizada positivamente por uma sociedade (é violar); 4. todo ato de transgressão contra aquelas coisas e ações que alguém ou uma sociedade definem como justas e como um direito (é espoliar ou a injustiça deliberada); 5. Conseqüentemente, violência é um ato de brutalidade, sevícia e abuso físico e/ou psíquico contra alguém e caracteriza relações intersubjetivas e sociais definidas pela opressão e pela intimidação, pelo medo e pelo terror (Chauí, 2019, p. 35-36).

Ainda, conforme Chauí (2018), podemos definir a violência como qualquer forma de ação, pensamento e sentimento que coisifica o outro, quando o outro não é visto como uma pessoa, mas como uma coisa que pode ser manipulada, ou seja, a violência é uma forma de relação social que envolve opressão, dominação e exclusão, e não está circunscrita à criminalidade e à delinquência.

Vale ressaltar que, conforme esclarece Chauí (2018), o neoliberalismo, no Brasil, defende também a privatização dos direitos sociais – direito à vida, ao trabalho, à educação –, como se fossem algo para comprar e vender no mercado, considerando-os como serviços. Assim, a educação, a saúde, a moradia, ou seja, todos os direitos sociais são privatizados, minando assim a base da democracia, uma vez que nela o estado deveria garantir tais direitos.

Chauí (2018), a partir de Harvey (2103) e Bernardo (2009), destaca os principais traços da forma industrial do capitalismo e a do capitalismo neoliberal, que são os seguintes: a) desativação do modelo industrial fordista; b) ativação do toyotismo, “como nova forma de organização e exploração do trabalho, passando a explorar além das capacidades físicas, as capacidades intelectuais dos trabalhadores (ou sua potência cognitiva)” (Chauí, 2019, p. 192); c) novo papel das ciências, “que deixam de ser conhecimentos autônomos guiados por uma lógica imanente ou própria e passam à condição de forças produtivas ou agentes diretos de acumulação de capital” (Chauí, 2019, p. 192); d) desemprego estrutural; e) articulação do poder de decisão do capital industrial e do capital financeiro, o foco do capitalismo; f) disputa dos estados periféricos pelos investimentos estrangeiros; g) transnacionalização da econômica, o que gera uma nova geopolítica, com agenciamento de espaços por meio de ocupação militar e instalação de corporações econômicas; h) criação do estado de bem-estar social, que rompeu com o laço que ligava o capital à força do trabalho; i) fragmentação e dispersão da produção, que segundo Chauí (2019, p. 196), “leva à

experiência social de descontinuidade espacial e temporal que, entretanto, e contrabalançada pela experiência do que Harvey (1992) designa como a compressão espaçotemporal, acarretada pelos novos meios tecnológicos”; j) instauração de um novo poder planetário de vigilância e de controle que, segundo Chauí (2019, p. 196), “suplanta os Estados nacionais e as particularidades sociais”, ou seja, neste caso trata-se do poder da web, sob a forma de internet e das multimídias, “que nenhum Estado nacional tem condições para, sozinho, implantar levando por isso à formação de consórcios empresariais regionais/globais (empresas de armamentos, empresas financeiras, operadoras de comunicação)” (Chauí, 2019, p. 196) e, por fim, 11) alargamento do espaço privado (mercado) em detrimento do espaço público,

a recusa de marcos regulatórios estatais ou da instância da lei e dos direitos, a ideia de soberania do mercado e da competição sem peias e sem tréguas, a percepção dos seres humanos como instrumentos descartáveis, a obtenção da maximização dos lucros a qualquer preço e os recursos tecnológicos “desregulados” e flexíveis” criam as condições para o exercício ilimitado da violência, transformando-o em terreno fértil para o crescimento do crime organizado transnacional, que opera numa clandestinidade perfeita, com capacidade para aterrorizar, paralisar e corromper o aparelho judiciário e político, infiltrando-se nos governos, nos parlamentos, nas administrações públicas e desfrutando de total impunidade (Chauí, 2019, p.196).

Assim, em geral, a violência está vinculada a desnaturar, coagir, constranger, torturar, brutalizar, violar, espoliar, injustiça deliberada, intimidação, abuso e terror, como elementos simbólicos, porém tácitos nas relações sociais, no cotidiano. No entanto, há ainda que se considerar o mito da não violência da sociedade brasileira, que permeia todas essas relações, do que tratamos a seguir.

4.1.2 O mito da não violência

Chauí (2019) explica que se construiu no Brasil um mito poderoso, o da não violência, que ocultou e se sobrepôs a muitos acontecimentos, mas que se desvelado, uma outra face da história da sociedade brasileira vem à tona. Destaca ainda, a filósofa, que a declaração da independência do Brasil está associada a um “brado retumbante”, “Independência ou morte!”, enquanto nas outras colônias das três Américas a luta contra o colonialismo se deu com revoluções sangrentas. Da mesma maneira, o “Viva a República” fez com que os brasileiros acreditassem que ficamos livres do poder imperial, sem conflitos, o que não é verdade, uma vez houve uma série de rebeliões, como a Inconfidência Mineira, Revolução Praieira, Palmares e as

revoltas dos escravos, Canudos, entre outras. Assim, como explica Chauí (2019, p. 37), a “história feita sem sangue’ opera como alicerce para construção mítica da sociedade brasileira como a boa sociedade, uma, indivisa, pacífica e ordeira”. Isto é validado por grandes obras brasileiras, sendo uma delas Casa-Grande e Senzala, de Gilberto Freyre. Chauí (2019, p. 37) esclarece:

[...] um bom exemplo se encontra no elogio da harmonia e estabilidade nacionais conseguidas graças ao patriarcalismo patrimonialista, feito por Gilberto Freyre, em Casa-Grande e Senzala. Ergue-se, assim, a imagem de um povo generoso, alegre, sensual, solidário, que desconhece o racismo, o machismo, a homofobia, que respeita as diferenças étnicas, religiosas e políticas, que vivem sem preconceitos porque não discrimina as pessoas por sua etnia nem por sua classe social nem por suas escolhas sexuais, religiosas ou profissionais.

A imagem que Gilberto Freyre construiu em sua obra afirma que o povo brasileiro é essencialmente não violento. Etimologicamente, a palavra grega *mythos*, significa uma “narrativa da origem do mundo e a de um grupo social” (Chauí, 2019, p. 37), que ganha status de mito após ser reiterada em outras estórias derivadas da “matriz da primeira narrativa a qual, porém, já é uma variante de outra narrativa cuja origem se perdeu no tempo” (Chauí, 2019, p. 37).

Como explica Chauí (2019), opondo-se ao patriarcalismo patrimonialista, Sergio Buarque de Holanda retoma a figura do “homem cordial”, proposta por Ribeiro Couto³, que estabelece relações sociais fundadas no espaço privado, o da intimidade, recusando rituais próprios do espaço público. Assim, mantendo marcas da sociedade colonial escravista, estabelece-se uma sociedade em que há predomínio do espaço privado sobre o espaço público, que ao manter a hierarquia familiar, torna-se também déspota (no sentido de que o pai tem o poder). Nestes aspectos, nas relações sociais, em geral, há sempre um superior que manda, e outro inferior, que obedece, ou ainda, o outro não é visto como sujeito tanto ética como politicamente, o que implica que não são reconhecidas suas subjetividades nem como alteridade nem como cidadão.

³ Segundo Bezerra (2011), Ribeiro Couto criou a teoria do “homem cordial”, que teve seu nome ligado a Sergio Buarque de Holanda, pelo fato de que este deu fundamento sociológico a tal teoria. Nascido em Santos, SP, Couto ficou conhecido como fundador do Penumbriismo – que não chegou a ser uma escola, mas, como ele mesmo definiu, “uma certa atitude reticente, vaga, imprecisa, nevoenta, no jeito de escrever versos” por volta dos anos 1920 a 1923 – e por ser o autor de *Cabocla* (1931), romance duas vezes adaptado para novela de televisão.

Isso flui pela sociedade, como esclarece Chauí (2019, p. 43):

O grande mito brasileiro ou nosso mito fundador, elaborado desde a época das grandes descobertas marítimas, é de que o Brasil é uma terra abençoada por Deus, destinada a um grande futuro, cadinho de todas as raças, generoso com seus e acolhedor dos estrangeiros. Essa narrativa da origem tem a função de assegurar que a sociedade brasileira conserve sua identidade originária sob as transformações históricas.

Com o transcorrer do tempo, a narrativa se interioriza por meio de uma imagem idealizada, que substitui a realidade existente, um mito, que no caso do Brasil é de um povo não violento. A questão natural que surge dessa constatação é: “como o mito da não violência brasileira pode persistir sob o impacto da violência real, cotidiana, conhecida de todos e que, nos últimos tempos, é também ampliada por sua divulgação e difusão pelos meios de comunicação de massa?” (Chauí, 2019, p. 38).

Neste sentido, Chauí (2019, p. 38) explica:

[...] é justamente por ser um mito, nos sentidos que demos a esse conceito, que a não violência pode ser mantida a despeito da realidade. Em outras palavras, o mito da não violência permanece porque, graças a ele, admite-se a existência factual da violência e pode-se, ao mesmo tempo, fabricar explicações para denegá-la no instante mesmo em que é admitida.

A resposta, portanto, está na forma como é interpretada, do sentido que se dá e do que não se dá à violência, pois como esclarece Chauí (2019, p. 41), em relação ao machismo, como exemplo, ele “é colocado como proteção à natural fragilidade feminina, proteção que inclui a ideia de que as mulheres precisam ser protegidas de si próprias, pois como todos sabem, o estupro é um ato feminino de provocação e sedução”. Neste exemplo, a ideia de proteção da mulher de si mesma, provém da ideia de ela ser responsável pela violação do seu próprio corpo, e a substituição do machismo pela ideia de proteção que permite o controle, submissão, manipulação de um para com o outro, portanto, outro ato violento.

O despotismo, conforme Chauí (2019), se espraia no autoritarismo social, que se caracteriza na sociedade brasileira, pelos seguintes aspectos: estrutura-se pelo modelo familiar da classe dominante, que envolve relações de mando e obediência e leva à indistinção entre o público e o privado; sendo que “nossa sociedade opera para impedir o trabalho dos conflitos e das contradições sociais, econômicas e políticas, enquanto tais, uma vez que conflitos e contradições negam a imagem mítica da boa sociedade indivisa, pacífica, ordeira e não violenta” (Chauí, 2019, p. 46); as

disputas por terras são resolvidas com embates violentos, com uso de armas e assassinatos; as grandes cidades tem sua população em “centro” e “periferia”, que distante do centro envolve bairros afastados com serviços básicos precários, e ainda, os negros são considerados inferiores e perigosos. Nas palavras de Chauí (2019, p. 48):

A violência está de tal modo interiorizada nos corações e mentes que a desigualdade salarial entre homens e mulheres, entre brancos e negros, a exploração do trabalho infantil e dos idosos são consideradas normais. A existência dos sem-terra, dos sem-teto, dos desempregados é atribuída à ignorância, à preguiça e a incompetência dos “miseráveis”. O extermínio das nações indígenas é visto como necessário para o progresso da civilização, que precisa eliminar os “bárbaros” e “atrasados”.

Postas características da sociedade envolvendo a violência, que nem sempre são claramente reveladas, vejamos como os meios de comunicação de massa contribuem para a continuidade do mito da não violência.

4.1.3 A semântica da não violência nos meios de comunicação de massa

Após a estruturação e aceitação do mito da não violência, ele precisa ser propagado, divulgado, promovido, de forma implícita, tácita, isto é, ele precisa continuar oculto. “Esse ocultamento é impressionante porque ocorre no próprio instante em que os meios de comunicação de massa expõem e exibem atos de violência” (Chauí, 2019, p. 38). A autora menciona imagens que circulam nas mídias, em geral, e que ocultam a violência real e desviam a responsabilidade das instituições sociais e políticas.

Essas imagens têm a função de oferecer uma imagem unificada da violência que seria como que núcleo delas. Chacina, massacre, vandalismo, guerra civil tácita, indistinção entre a polícia e crime e desordem pretendem ser o *lugar onde* a violência se situa e se realiza; fraqueza da sociedade civil e debilidade das instituições políticas são apresentadas como *impotentes para coibir* a violência, que, portanto, estaria localizada noutro lugar e não nas próprias instituições sociais e políticas. O conjunto dessas imagens indica a divisão entre dois grupos: de um lado, estão os grupos *portadores* da violência, e de outro, os grupos *impotentes* para combatê-la (Chauí, 2019, p. 39).

O vocabulário empregado sistematicamente pelos meios de comunicação de massa, ocultam, confundem e diluem atos violentos pela forma como são expressos. Neste sentido, Chauí (2019, p. 39) menciona que “fala-se em vandalismo para referir

a assaltos a lojas, mercados, supermercados e bancos, a depredações de edifícios públicos e ao quebra-quebra de ônibus e trens do transporte público”.

A imprensa brasileira, reforça a filósofa, utiliza expressões atenuantes, ou então, expressões complexas que confundem o leitor ou telespectador, criando uma realidade menos violenta do que de fato é. A cobertura das manifestações de 2014, mais especificamente uma publicação na Revista Valor Econômico, intitulada Vândalos em protestos são criminosos, reforçam as ideias na filósofa, pois a notícia inicia com expressões suavizadoras, porém, reproduzem, de propósito, a fala da presidenta.

A presidente Dilma Rousseff repudiou os atos de vandalismo praticados nas manifestações em todo o país e afirmou que o governo trabalha em um projeto de lei para coibir a violência nos protestos. "Defendo toda e qualquer manifestação democrática. Democratas são aqueles que exercem pacificamente seu direito à liberdade de questionar e propor mudanças, lutam por mais qualidade de vida e defendem com paixão suas ideias. Mas eu repudio completamente a violência em manifestações" (Valor, 2014).

A manipulação da notícia ocorre, quando o jornalista do veículo descreve os atos utilizando a expressão “vandalismo”, quando deveria ser tratado como ato criminoso, como violência contra a democracia, como nas palavras da própria presidenta. A manipulação da notícia pelos meios de comunicação, não é notícia, é difamação com fins políticos e econômicos, visto que nesse momento a grande imprensa já se inclinava para uma mudança de papéis no executivo, inclusive, imaginando ser vantajoso para esse órgão de imprensa, não para notícia em si.

Outro exemplo foi o episódio ocorrido em sessão da câmara dos deputados, envolvendo o então deputado Jair Bolsonaro e a deputada Maria do Rosário. Uma notícia veiculada no jornal Argentino *El País*, reproduz a fala de Bolsonaro: “Ela não merece (ser estuprada) porque ela é muito ruim, porque ela é muito feia, não faz meu gênero, jamais a estupraria. Eu não sou estuprador, mas, se fosse, não iria estuprar porque não merece”. (*El País*, 2014). O deputado, depois presidente do país no período 2019-2022, foi condenado pelas ofensas realizadas à deputada em 2003, porém, conforme resultados das eleições de 2018, ficou claro que existe uma quantidade considerável de homens e mulheres que foi apenas um ato accidental, o que reverbera o do mito não violência da sociedade brasileira, conforme elucida Chauí (2019, p. 39):

Distingue-se entre o essencial e o acidental, isto é, por essência, os brasileiros não são violentos e, portanto, a violência é acidental, um acontecimento efêmero, uma “onda” ou uma doença passageira, uma “epidemia” ou um “surto” localizado na superfície do um tempo e de um espaço definidos. É um episódio superável que deixa intacta nossa essência não violenta.

Na ocasião, a imprensa repercutiu a violência praticada pelo parlamentar, porém, mais uma vez, foi visto como um caso isolado. Em 2019, após um ano de mandato do presidente em exercício, a notícia de que a deputada ganhou a ação foi destaque na mídia nacional. Vejamos, em seguida, aspectos das expressões da violência.

4.1.4 Expressões da violência

Os meios de comunicação de massa contribuem para a propagação do mito da não violência da sociedade brasileira. Sobre a internet e as redes sociais, Chauí (2018) esclarece que elas operam para oprimir, para excluir, para demonizar, para produzir o ódio de maneira avassaladora e sistemática. Sendo assim, acrescenta a filósofa, não há comunicação efetiva – um processo dialógico que gera conhecimento, consciência –, pois espalham o ódio pela sociedade, o que mais uma vez valida que se trata de uma sociedade violenta, que foi capaz de transformar um elemento democratizador em opressor, gerador de violência.

Em relação à internet, Chauí (2018) esclarece que:

[...] como elemento de democratização da informação e da liberdade de expressão, sendo por tanto um elemento poderoso contra o poderio de meios de comunicação privados, que concentrava e manipulava a informação, é contraditório, desolador, ver que esse percurso democrático que ele deveria fazer, no Brasil, ela faz o caminho contrário, justamente por refletir opiniões enviesadas pelo espectro da violência endêmico em nossa sociedade.

Por outro lado, ela também se mostra potente para escancarar o machismo estrutural que reina no Brasil. A notícia “DJ Ivis escancarou o machismo estrutural nas redes sociais”, publicado pelo Jornal de Brasília, anuncia que os vídeos que mostram uma série de agressões cometidas pelo DJ Ivis contra a sua ex-mulher Pamella Holanda chocaram o Brasil. Consta ainda que:

As imagens amplamente divulgadas nas redes sociais foram gravadas por Pamella e mostram as agressões sendo cometidas em frente a filha do casal de apenas nove meses, da mãe da vítima e, até mesmo, do motorista do artista. DJ Ives foi preso na tarde desta quarta-feira (14), em Fortaleza (CE). Apesar das cenas de violência doméstica terem causado uma série de revoltas e cancelamento de Ivis nas redes sociais, o perfil que o artista mantinha no Instagram ganhou mais de 200 mil seguidores, apenas um dia após a divulgação das imagens (Jornal de Brasília, 2021).

Com certeza, o fato pode ser justificado por momentos de descontrole do agressor, ou ainda, que isto foi um incidente. Há sempre justificativas que amenizam a violência. Vejamos, por fim, o que tais reflexões podem agregar a pesquisas que, de algum modo, tratam da violência e das mídias.

4.1.5 A violência e o machismo em resumo

As ideias apresentadas nos levam a concluir que os elementos simbólicos que constroem a identidade cultural dos brasileiros, incluem a violência no cotidiano de suas vidas como algo natural, que não é perigoso, que não é nocivo, pois a ideia de um povo violento não combina com nossa natureza, tropical, acolhedora, a representada pelos meios de comunicação de forma sistemática em um logo período.

O machismo não é visto como violento, mas como algo diferente e tolerável. Esse lugar do diferente foi expresso no lugar da realidade, em livros, novelas, notícias, na publicidade, criando um mundo alternativo onde o homem brasileiro não ironiza, humilha, diminui, maltrata, grita com outra mulher, ao contrário, seu personagem é o defensor da donzela, o herói que vem salvá-la de sua própria fragilidade, ingenuidade em relação ao mundo.

Em sua contradição, o machismo no Brasil é validado para garantir a segurança da mulher contra ela mesma. Uma estória perfeita para validar abusos, crueldade e brutalidade praticados contra a mulher. No patropi⁴, “abençoado por Deus” e “bonito por natureza” são alegorias de uma ficção carnavalesca cultuada por uma multidão embriagada que abraça a violência imaginando abraçar a paz.

4 “Moro num país tropical, abençoado por Deus
E bonito por natureza (mas que beleza)
Em fevereiro (em fevereiro)
Tem carnaval (tem carnaval)” (Ben Jor, 1969).

4.2 A mulher na sociedade brasileira

Ao tratar da violência contra a mulher, na nossa pesquisa, não podemos deixar de olhar atentamente para a violência e para o machismo estruturais, no Brasil. Para este último, buscamos os estudos de Saffioti, que constam na obra *A mulher na sociedade de classes*, que foi escrita entre os anos de 1996 e 1997, num período de efervescência do feminismo nos Estados Unidos, na França, Itália, entre outros países, bem como marcado também por uma crise econômica.

Saffioti (1976) alerta para o fato de que as transformações dos movimentos feministas ocorridos nesses últimos anos – lembrando que a obra foi escrita em 1976 - foram abordadas em inúmeras obras. No entanto, opta por relançar a obra referida, em 2020, “com pequenos acréscimos e sem alterações estruturais, esperando que ele possa continuar a despertar, em homens e mulheres, interesse pelo estudo do tema ou, pelo menos, sensibilizar a observação de todos aqueles que presenciam a discriminação social contra a mulher” (Saffioti, 1976, p. 4). Enfatiza ainda, que as contribuições para a compreensão da realidade feminina, que constam na sua obra, que foi publicada em 1976, continuam sendo válidas, pois, no Brasil, há ainda questões relativas à mulher que não foram resolvidas, pois a nossa identidade patriarcal continua nublando os avanços nos direitos da mulher.

Neste sentido, ao apresentar as ideias de Saffioti, o nosso objetivo é evidenciar que o cumprimento de direitos postos às mulheres avança lentamente, no entanto, não atribuímos a esse movimento, de modo direto, a violência doméstica contra a mulher, que é dada por números que alcançam destaque no cenário mundial. Não abordamos pesquisas que tratam dessa relação.

Os estudos que aqui comentamos permitem compreender os “mecanismos típicos através dos quais o fator sexo opera nas sociedades de classes de modo a alijar da estrutura ocupacional grandes contingentes de elementos do sexo feminino” (Saffioti, 1976, p. 8). E ainda, nas palavras de Saffioti:

Visa, ainda, a desvendar as verdadeiras raízes deste alijamento justificado ou em termos de uma tradição, conforme à qual à mulher cabem os papéis domésticos ou, de maneira mais ampla, todos aqueles que podem ser desempenhados no lar, ou por teorias cujo conteúdo explicita pretensas deficiências do organismo e da personalidade femininos. Questiona-se, pois, a crença, presente quer na consciência afirmadora da ordem social competitiva, quer na consciência negadora dessa ordem, de que a mulher foi lançada no mundo econômico pelo capitalismo (1976, p. 8).

Para tanto, Saffioti (1976) explica que examinou papéis femininos em diferentes momentos do capitalismo, envolvendo países desenvolvidos e em desenvolvimento, ou como expressão utilizada na época, subdesenvolvidos. Essa diferenciação permitiu

[...] não apenas a retenção das determinações essenciais do sistema capitalista de produção sob as formas por elas assumidas nas diferentes atualizações históricas singulares desse sistema produtivo, como também porque permite a apreensão de certas invariâncias na elaboração social do fator sexo, enquanto critério estratificatório que exprime e nega uma situação de classe, nos países de 'capitalismo antigo' e certas outras constantes nos países hoje chamados subdesenvolvidos (Saffioti, 1976, p. 8).

Saffioti (1976) explica que o capitalismo opera, de um lado, enquanto mecanismo excludente e estratificatório da sociedade como um todo; de outro, como a defasagem brasileira poderia ser utilizada para diminuir o papel da mulher no sistema econômico da época. Com isso, foi possível destacar como são mantidos e se dissimulam os preconceitos contra a mulher, o que acarreta a sua marginalização na vida econômica. No Brasil, isso levou ao confinamento da mulher aos padrões domésticos de existência, tornando-a, como assim concebemos, ainda mais susceptíveis à violência, principalmente a doméstica.

Cabe destacar aqui que isso remonta ao Brasil-Colônia. Nas palavras de Almeida (1987, p. 55):

Uma família patriarcal rural, ou seja, assentada no tipo de produção que dominou a vida do Brasil-Colônia, caracterizado pela produção para a exportação, a devastação da terra e o trabalho escravo. Portanto, além de rural, uma família patriarcal escravista, na qual a escravidão avilta o trabalho manual e relativiza a vida humana. E além disso, uma família poligâmica, em cuja ética está inscrito que para o homem branco todas as relações sexuais ativas são possíveis e desejáveis, enquanto que às mulheres brancas estão reservadas a castidade, e depois à fidelidade.

Depois dessa breve introdução para os estudos de Saffioti, na referida obra, passamos a relatar tais estudos explicando, inicialmente, aspectos do capitalismo com foco em papéis da mulher nesse contexto, depois tratamos da sociedade de classes brasileira.

4.2.1 A mulher e o capitalismo

Saffioti (1976, p. 13) crítica o modelo econômico capitalista, pelo fato de que o modo de produção “eleva ao máximo a contradição presente em todas as formações econômico-sociais anteriores assentadas na apropriação privada dos meios de produção e dos produtos do trabalho humano”, promove a divisão de classes e separa o valor de uso do valor de troca dos produtos do trabalho. Saffioti (1976, p. 13) explica:

Enquanto o valor de troca não preside ao processo social da produção, isto é, enquanto a maioria dos artigos produzidos se destina a satisfazer diretamente às necessidades de seus produtores (o que ocorre nas sociedades pré-capitalistas), a dimensão quantitativa do produto do trabalho não interfere, decisivamente, nem no processo de trabalho nem na determinação da força de trabalho...O trabalhador não mais produz diretamente para seu consumo, mas produz artigos cuja existência independe de suas necessidades enquanto produtor singular. Nem qualitativa nem quantitativamente, o produto do trabalho do trabalhador representa os meios através dos quais o produtor imediato produz e reproduz sua força de trabalho.

Desse modo, como explica Saffioti (1976, p. 13), a dimensão econômica das relações sociais “não mais se oculta sob e na desigualdade de status jurídico dos homens (status de homem livre, de servo, de escravo). É como livres possuidores de sua força de trabalho que os homens participam do mercado”. No entanto, apesar de que a igualdade de *status* jurídico possa parecer um indicador suficiente para a igualdade social, como alerta Saffioti (1976, p. 13), essa liberdade que todos os homens gozam leva “à ilusão de que as realizações de cada um variam em razão direta de suas capacidades individuais”.

Nas palavras de Saffioti (1976, p. 15):

Fatores de ordem natural, tais como sexo e etnia, operam como válvulas de escape no sentido de um alívio simulado de tensões sociais geradas pelo modo capitalista de produção; no sentido, ainda, de desviar da estrutura de classes a atenção dos membros da sociedade, centrando-a nas características físicas que, involuntariamente, certas categorias sociais possuem.

E ainda, a explicação para que determinado contingente da população seja marginalizado das relações de produção em decorrência da raça ou sexo, “há que se buscar nas primeiras (relações de produção) a explicação da seleção de caracteres raciais e de sexo para operarem como marcas sociais que permitem hierarquizar,

segundo uma escala de valores, os membros de uma sociedade historicamente dada” (Saffioti, 1976, p. 16). Sendo assim, Saffioti (2020) destaca a perpetuação de uma tendência discriminatória do capitalismo enquanto o modo de produção continua apoiado na apropriação privada dos meios de produção.

Cabe, pois, indagar se à mulher, enquanto membro da categoria de sexo sempre dependente e submissa, o sistema em questão chegaria a oferecer plenas possibilidades de integração social. A determinação renovada da força de trabalho do produtor imediato como mercadoria constitui o melhor índice de sua integração na sociedade de classes. Eis por que será tomada aqui a atividade trabalho como fio condutor da análise do problema da mulher tal como ele se apresenta nas sociedades competitivas (Saffioti, 1976, p. 16).

Com isso, podem ser apresentadas, nos dizeres de Saffioti, na mesma obra, as seguintes questões: a) Por que a mulher não foi integrada no capitalismo da mesma forma? e b) Qual motivo, se o interesse dos donos do capital e do sistema capitalista não se importam com ‘quem’ é a mão-de-obra apta para lucrar em seu meio de produção, e sim, o ‘quanto’ esse sujeito pode aumentar a lucratividade da organização.

Para responder às questões, após tratar do trabalho feminino em diversos momentos da história, constata que a mulher, de modo geral, sempre esteve associada a uma posição familiar em que ela é submissa ao homem, Saffioti (1976, p. 17) explica:

Em todas as outras esferas, quer de trabalho, quer de vida ociosa, a mulher sempre foi considerada menor e incapaz, necessitando da tutela de um homem, marido ou não. A felicidade pessoal da mulher, tal como era então entendida, incluía necessariamente o casamento. Através dele é que se consolidava sua posição social e se garantia sua estabilidade ou prosperidade econômica.

Tal posição, construída no feudalismo e nas monarquias, foi ressignificado pelo poder cristianismo, sobretudo no ocidente, que definiu e continua definindo a mulher como a responsável pela organização familiar, como esteio da família, onde o homem é o provedor. A fragilidade da mulher demandava a proteção do homem, que assim obtinha “a colaboração no trabalho e o comportamento submisso que as sociedades de família patriarcal sempre entenderam ser dever da mulher desenvolver em relação ao chefe da família” (Saffioti, 1976, p. 17). Sobre a colaboração no trabalho, pode-se dizer que:

Sendo a família a unidade econômica por excelência nas sociedades pré-capitalistas, a atividade trabalho é também desempenhada pelas mulheres das camadas menos privilegiadas. Embora não se possa falar em independência econômica da mulher (esta é uma noção individualista que nasce com o capitalismo), pois o trabalho se desenvolvia no grupo familiar e para ele, o mundo econômico não era estranho à mulher. Não se trata de indagar aqui se o papel econômico da mulher lhe tirava posição social compensatória de sua submissão ao de decisões da família: o homem. Trata-se, isto sim, indagar-se, não obstante sua incapacidade decisória, a mulher encontrava via de integração nas sociedades pré-capitalistas (Saffioti, 1976, p. 17).

Essa integração não é favorecida com o aparecimento do capitalismo, pois segundo Saffioti (1976, p. 19):

[...] no processo de individualização inaugurado pelo modo de produção capitalista, a mulher contaria com uma desvantagem social de dupla dimensão: no nível superestrutural era tradicional uma subvalorização das capacidades femininas traduzidas em termos de mitos justificadores da supremacia masculina e, portanto, da ordem social que a gerara; no plano estrutural, à medida que se desenvolviam as forças produtivas, a mulher vinha sendo progressivamente marginalizada das funções produtivas, ou seja, periféricamente situada no sistema de produção.

No entanto, pelo fato de homens e mulheres serem seres complementares na produção e na reprodução da vida, tudo o que ocorre na convivência social afeta ambos. A lógica capitalista suplanta a questão do gênero, pois o que importa é o lucro, que depende da capacidade de produção do sujeito. Disso emerge a questão: qual seria o motivo de exclusão da mulher?

A mulher poderia ser excluída diante da necessidade de força bruta, o que não parece razoável uma vez que nas sociedades pré-capitalistas, as crianças e as mulheres eram utilizadas nas fábricas, por serem mão-de-obra barata. Mas, nas primeiras décadas do século XX, um conjunto de mitos e ritos contribuíram para destituir a mulher de sua condição produtiva, *status* que não existia nas sociedades medievais, nas quais a economia era basicamente de subsistência, mas que nas sociedades modernas ganharam força a partir de uma ideia patriarcal do núcleo familiar, que atribuiu à mulher a responsabilidade pelos afazeres domésticos. Esta posição, incomoda, quase serviçal da mulher, provocou transformações sociais pois situavam a mulher, “direta ou indiretamente, consciente ou inconscientemente, num plano inferior àquele em que está colocado o homem e que tentam explicar tal inferioridade em termos de uma evolução desarmônica da sociedade” (Saffioti, 1976, p. 34).

Isto faz com que a mulher seja vista como fêmea e reprodutora e exclua a função política, enquanto ser pensante. A família, enquanto esfera social primeira, afeta e resiste às mudanças, tal como esclarece Chauí (2019), que considera a sociedade brasileira fortemente hierarquizada, patriarcal onde um superior (homem de família) manda e um inferior (mulher e filhos) obedece. Assim, a raiz do problema do machismo estaria “nas condições precárias de funcionamento da instituição família nas sociedades de classes em decorrência de uma opressão que, tão somente do ponto de vista da aparência, atinge apenas a mulher” (Saffioti, 1976, p. 34). Assim, o casamento promove uma ideia de liberdade do pai capataz para um casamento onde ela entendeu que finalmente teria papel decisório, de liderança compartilhada, mas que ao final, percebe que a prisão mudou de endereço e de diretoria, pois passa a ser a “dona de casa”, a “doméstica” a serviço do marido.

A sociedade tem a violência como um mito e o machismo é a narrativa que se justifica quando “as ações dos homens e mulheres continuam a complementar-se, de modo que a mistificação dos seres femininos corresponde à mistificação dos seres masculinos” (Saffioti, 1976, p. 34). E assim, a visão na perspectiva do poder masculino continua definindo o destino das mulheres, o que implica em perguntar como criar um mundo justo para as mulheres se ele é construído por homens e para homens. O machismo, no Brasil, é o resultado de uma imagem alimentada por homens e mulheres conscientes ou não que provocam um discurso raso e pouco eficiente ao que se espera de um discurso transformador que privilegie a igualdade dos gêneros, no campo social, político e dos direitos humanos. A imagem da mulher na sociedade brasileira é constrangedora e desagradável, pois, “trata-se de situá-la como parte integrante dos mitos” (Saffioti, 1976, p. 34).

Vale lembrar que Chauí (2019, p. 38) explicou que os mitos se cristalizam “em crenças que são interiorizadas de tal maneira que não são percebidas como crenças e sim tidas não só como uma explicação da realidade, mas como a própria realidade”. Essa realidade se estrutura através de uma “tradição conforme a qual à mulher cabem os papéis domésticos ou, de maneira mais ampla, todos aqueles que podem ser desempenhados no lar, ou por teorias cujo conteúdo explicita pretensas deficiências do organismo e da personalidade femininos” (Saffioti, 1976, p. 39). Esta crença, portanto, como explica Saffioti (2020), se pauta nessas imagens que se con-

trapõem às imagens construídas para papéis de profissionais, de gestores, de administradores de empresas, que protagonizam o capitalismo, as quais se coadunam com a do marido, homem, provedor, o gestor financeiro do lar.

Após um estudo sobre as diferenças entre o capitalismo internacional e no Brasil, tanto em seu modelo e em seu momento, utiliza-se dessa comparação, como um método que permite entender com mais clareza a condição feminina por aqui, como explica Saffioti (1976, p. 45):

O recurso da comparação da condição da mulher em estruturas sociais de tipos diverso auxilia, contudo, a superar essa dificuldade, indicando até que ponto a inferiorização social da mulher decorre de uma necessidade estrutural do sistema capitalista de produção ou da mera persistência de uma tradição cultural, na qual a mulher representava um ser submisso, ou ainda, de uma redefinição dessa tradição, tendo-se em vista seu emprego racional como meio para a qual a consecução de fins como o confinamento, no lar, de uma mão de obra que o sistema produtivo não tem capacidade de absorver.

Após tais estudos, em classificações diferentes de capitalismo (avançados e subdesenvolvidos), notou-se um padrão internacional e nacional da condição da mulher, o que permitiu uma primeira e importante conclusão, apresentada aqui nas palavras de Saffioti (1976, p. 46):

[...] a discussão dos problemas da mulher, nas sociedades competitivas em geral, dos problemas estes sempre referidos empiricamente através do recurso aos dados fornecidos pelas nações capitalistas desenvolvidas, passa-se a discutir as mesmas questões no Brasil, país cuja economia não realizou ainda plenamente a etapa industrial, mas cujo fundamento se identifica com o das economias avançadas.

Ainda que o sistema capitalista possa ser “bastante maleável, permitindo e mesmo estimulando mudanças institucionais às quais se opunham à tradição e o estilo de vida, por exemplo, a família” (Saffioti, 1976, p. 61), sua lógica de produção gera conflitos e contradições, no entanto, a mulher, “membro da categoria de sexo sempre dependente e submissa”, poderia usufruir de plenas possibilidades de integração social” (Saffioti, 1976, p. 61). Mas, os objetivos econômicos burgueses seriam o “o fio condutor da análise do problema da mulher tal como ele se apresenta nas sociedades competitivas” (Saffioti, 1976, p. 61), ou seja, afinal seria ou não lucrativa a força feminina.

De modo geral, as mulheres eram desvalorizadas enquanto força de trabalho e excluídas de funções de maior prestígio. Vale lembrar ainda, que na primeira revolução industrial, a classe trabalhadora como um todo recebiam salários miseráveis, por exaustivas 14 horas de trabalho e condições mais do que precárias. Nesse contexto, a condição da mulher era ainda pior, pois a necessidade tornava-se uma oportunidade para industriais se aproveitarem da condição da mulher das camadas inferiores.

Com o poder econômico a seu favor, os industriais se aproveitavam das desvantagens sociais de que gozavam os elementos do sexo feminino, permitindo à sociedade capitalista em formação arrancar das mulheres o máximo de mais-valia absoluta através simultaneamente, da intensificação do trabalho, da extensão da jornada de trabalho e de salários mais baixos que os masculinos (Saffioti, 1976, p. 67).

Uma vez que o objetivo do industrial era a produção e o acúmulo de capital, ele não importava com a saúde, com o respeito aos direitos dos trabalhadores, que não existiam nesse momento histórico, o que “não afetou apenas as mulheres, cujo trabalho passou a ser assalariado, mas também o homem, cuja força de trabalho passou a ser vendida como mercadoria” (Saffioti, 1976, p. 68).

A análise não pode, pois, centrar-se apenas no trabalho feminino como a atividade-meio que permite a mulher obter os meios de subsistência de que necessita. Este constitui tão somente um aspecto da questão e, de nenhum modo, deplorável. Necessário se faz ultrapassá-lo, examinando o grau de exploração de que é alvo o trabalho feminino enquanto atividade exercida por um contingente humano subvalorizado sob vários aspectos (Saffioti, 1976, p. 68).

Na realidade, “trata-se, pois, de ver a questão de um segundo ângulo, ou seja, do ângulo da marginalização do trabalho feminino, o que vale dizer, da marginalização da própria mulher enquanto *socius*” (Saffioti, 1976, p. 68). O que marca a história da origem do capitalismo que “em outros termos, a maquinaria parecia, pois, propiciar enormemente o trabalho da mulher e da criança” (Saffioti, 1976, p. 69).

Com o capitalismo instaurado, a condição da mulher tornou-se outro problema, pois:

Como o sistema de produção não pode absorver toda força de trabalho potencial da sociedade de economia de mercado, libertar a mulher das funções que tradicionalmente vêm sendo desempenhadas por ela representa ampliar consideravelmente o número de pessoas disponíveis no mercado

de trabalho, o que, além de agravar sobretudo o problema do desemprego, expõe a estrutura social à observação e à crítica (Saffioti, 1976, p. 208).

Assim, a questão da mulher está vinculada ao modo como a sociedade capitalista se estruturou e para que o mesmo não venha à falência, é preciso definir papéis, ainda que contraditórios ao *modus operandis* do capitalismo, como no caso da mulher. Assim, a mulher está sujeita às

[...] contradições sociais próprias de um sistema que, ao mesmo tempo, tenta preservar-se através de uma seleção prévia dos elementos a serem lançados no processo de competição, mediando a satisfação dessa necessidade com a estrutura familiar, e por meio da garantia de consumo, mesmo que ao nível da subsistência, de todos os seus membros (Saffioti, 1976, p. 209).

Em seguida, tratamos de aspectos da sociedade de classes no Brasil.

4.2.2 A sociedade de classes brasileira

Para tratar da condição da mulher no Brasil, Saffioti (1976, p. 205) explicita como se deu o processo histórico econômico em uma sociedade que desde sua colonização baseou-se em “um sistema econômico feudal [...] uma economia colonial dependente, servindo aos interesses do florescente capitalismo mercantil europeu”.

A economia brasileira foi sempre determinada de fora, atendendo, assim, aos interesses de uma burguesia que, historicamente, foi primeiro portuguesa e holandesa, depois portuguesa e inglesa, em seguida apenas inglesa e, finalmente, norte-americana, francesa, inglesa, alemã, canadense etc., e sempre (a partir do momento em que há gerações brasileiras adultas) simultaneamente brasileira, mas que, em essência, constitui apenas uma burguesia internacional para cujas atividades econômicas inexistem fronteiras político-administrativas (Saffioti, 1976, p. 205).

Além disso, a utilização da força de trabalho escrava, no Brasil, foi determinante para obter vantagens competitivas em relação a outras nações com economias baseadas na agricultura. Explica ainda que:

[...] a própria constituição da economia colonial brasileira, voltada que era para ao mercado externo, levaria fortalecimento do patrimonialismo mais próximo do tipo patriarcal em detrimento de um patrimonialismo estamental, que oporia maiores obstáculos ao desenvolvimento das relações capitalistas de produção, já em formação (Saffioti, 1976, p. 252).

E essa sociedade colonial patriarcal criou uma sociedade de castas exóticas configurando papéis distintos à mulher branca e à mulher negra, de modo que ainda que brancas representassem a classe dominante, na casa grande, onde a servo-obe-diência ao pai era transferida ao marido com a função meramente de ter e cuidar dos filhos.

A mulher negra, por sua vez, na senzala, desempenhava seu papel nos meios de produção e também de escrava sexual dos senhores de engenho, causando inúmeros conflitos entre homens negros supostos pares românticos dessas mulheres que acaba dando sua vida ou as costas à chibata, em decorrência da violação de sua honra que, por sua vez, era também mera esquizofrenia, pois, “a valorização sexual da mulher negra levava, de uma parte a comportamentos antieconômicos por parte do senhor, tais como a venda e a tortura de negros com os quais aquele competia no terreno amoroso” (Saffioti, 1976, p. 238). E ainda, nesse contexto “não apenas homens brancos e negros se tornavam concorrentes na disputa das negras, mas também mulheres brancas e negras disputavam as atenções do homem branco” (Saffioti, 1976, p. 238), o que impunha perda a ambas, pois as negras eram objetos sexuais enquanto as brancas, eram esposas e mãe de filhos legítimos, o que denotava a discriminação da mulher independente de sua condição econômico-social.

Essas condições “proporcionadas pela existência de mulheres submissas e de condição social inferior assumiram importante papel no prolongamento e mesmo na eternização da espera, por parte da família do colono, de seu regresso à Europa”. (Saffioti, 1976, p. 240). Dadas a socialização da mulher branca para desempenho dos papéis de dona de casa e mãe de família legalmente constituída, necessária se fazia a existência de uma classe de mulheres com as quais os jovens brancos pudessem praticar as artes do amor antes do casamento.

Nesse contexto as mulheres brancas “apresentavam requisitos fundamentais para submeter-se, sem contestação, ao poder do patriarca, aliando à ignorância uma imensa imaturidade. Casava-se via de regra, tão jovens que aos 20 anos eram praticamente consideradas solteironas. Era normal que aos 15 anos a mulher já estivesse casada e com um filho, havendo muitas que se tornavam mães aos 13 anos (Saffioti, 1976, p. 241).

Somando a isso, Saffioti (1976, p. 241) explica que:

[...] raramente, as mulheres de camada dominante saíam à rua, só deixando a casa praticamente para irem à igreja, o que nunca faziam desacompanhadas. Tudo indica que a mulher branca da casa-grande, abafada pela rigidez da educação que recebia, pela falta de instrução e pelas sucessivas maternidades, se submetia à autoridade do pai ou do marido.

E ainda, como alerta Saffioti (1976, p. 248), devido à sua “imobilidade geográfica e seu universo sociocultural restrito, a mulher era, inegavelmente, mais conservadora do que o homem, representando, portanto, o elemento de estabilidade da sociedade” (Saffioti, 1976, p. 248). Embora esse fenômeno também tenha acontecido em outras partes do mundo, mesmo no início do século XIX, a mulher foi afastada das correntes de transformações sociais e políticas deliberadamente pelos homens em uma atitude hostil “à participação da mulher em toda e qualquer atividade que extravasasse os limites da família” (Saffioti, 1976, p. 249). No entanto, no transcorrer do século XX, “o ambiente da cidade propiciava mais contatos sociais nas festas, nas igrejas, nos teatros” (Saffioti, 1976, p. 251), mas, a mulher ainda não tinha acesso à instrução, a ela só “se acrescentava ao ideal de educação doméstica e cultivo da conversação, que permitiria à mulher ser agradável nas reuniões” (Saffioti, 1976, p. 251).

A urbanização, que se processo intensamente a partir da segunda metade do século XIX, e a industrialização, grandemente impulsionada nos anos 1930, foram processos de notáveis repercussões na organização da família [...] a vida feminina ganha novas dimensões não porque a mulher tivesse passado a desempenhar funções econômicas, mas em virtude de se terem alterado profundamente os seus papéis no mundo econômico. O trabalho das fábricas, nas lojas, nos escritórios rompeu o isolamento em que vivia grande parte das mulheres, alterando, pois, sua postura diante do mundo exterior (Saffioti, 1976, p. 255-256).

Todavia, essa sociedade, “como se faz ainda hoje, oferecia sérias resistências à instrução da mulher; resistências que se avolumam à medida que se sobe na escala de escolarização” (Saffioti, 1976, p. 257). Vale destacar que esse processo de deu de maneira diferente nas regiões do Brasil devido ao deslocamento da economia primeiro do interior para capitais dos Estados, depois, das regiões menos estruturadas economicamente às mais desenvolvidas, em um movimento que colocou o Estado de São Paulo e o Rio de Janeiro como os grandes centros econômicos e de ebulição das transformações culturais.

Assim, a condição da mulher que vivia no norte e nordeste do Brasil, por exemplo, sobretudo, continuaram repetindo uma cultura colonial (muitos filhos,

pouca instrução, pouquíssima ou nenhuma participação nas decisões políticas e domésticas), enquanto nos estados do sudeste, essencialmente São Paulo e Rio de Janeiro, ainda que insuficiente em se comparando ao que se deseja para a igualdade, nessas regiões a extensão da instrução a crescentes contingentes femininos trouxe novos horizontes culturais da mulher, com a redefinição de papéis para homens e mulheres. “Na verdade, de modo subjacente, o conservantismo determinava a continuidade e mesmo o fortalecimento de certos preconceitos, tais como os de raça ou de cor e de sexo” (Saffioti, 1976, p. 357).

Nos anos que seguem, nos grandes centros econômicos e em diferenciados setores da sociedade brasileira, formaram-se “hiatos entre as relações sociais efetivas e sua regulamentação jurídica, por mostrarem-se as primeiras incapazes de absorver a racionalidade (substantiva e funcional, porquanto visava à harmonia das relações sociais) de que estava prenhe a segunda” (Saffioti, 1976, p. 357).

Somando essa necessidade econômica, legal, à insatisfação justificada das mulheres, “o movimento feminista brasileiro induziu à elaboração de uma legislação não reclamada por extensas áreas da população feminina” (Saffioti, 1976, p. 357), e deflagrou manifestações, que têm seu marco vinculado a Bertha Lutz, que depois de se formar em Ciências pela Faculdade de Ciências da Universidade de Paris, em 1918, “transforma-se na primeira pregadora, através da imprensa e da tribuna, da emancipação da mulher” (Saffioti, 1976, p. 357). Em seguida, em conjunto com Olga de Paiva Meira, Bertha representa o Brasil no Conselho Internacional Feminino Internacional do trabalho, no qual são aprovados os seguintes princípios: “o de salário igual, sem distinção de sexo, para o mesmo trabalho; e a obrigação de cada Estado organizar um serviço de inspeção, incluindo mulheres, a fim de assegurar a aplicação de leis e regulamentos para a proteção dos trabalhadores” (Saffioti, 1976, p. 358).

Nesse mesmo período, após contato com a feminista estadunidense Carrie Chapman Catt, Bertha Lutz fundou a primeira sociedade feminista brasileira, embrião para instalação oficial da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino (FBPF), em 1922, no Rio de Janeiro cuja premissa se pautava nos seguintes itens:

1. promover a educação da mulher e elevar o nível da instrução feminina; 2. Proteger as mães e a infância; 3. obter garantias legislativas e práticas para o trabalho feminino; 4. Auxiliar as boas iniciativas da mulher e orientá-la na escolha de uma profissão; 5. Estimular o espírito de sociabilidade e de cooperação entre as mulheres e interessá-las pelas questões sociais e de alcance público; 6. Assegurar à mulher os direitos políticos que nossa Constituição lhe confere e prepará-la para o exercício inteligente desses direitos;

7. Estreitar os laços de amizade com os demais países americanos, a fim de garantir a manutenção perpétua da paz e da justiça do hemisfério ocidental (Saffioti, 1976, p. 359).

Na ocasião, em 1922, uma das conquistas da FBPF, “foi ter conseguido a entrada de meninas no Externato do Colégio Pedro II” (Saffioti, 1976, p. 360). E ainda, seguindo o espírito da época, se fazia necessária a luta organizada a favor do voto feminino, pois até os anos de 1920, o sufrágio feminino era tido como inconstitucional.

Porém, em 1927, Celina Guimarães foi a primeira eleitora brasileira, após passar a vigorar a Lei Estadual nº 660, de 25 de outubro daquele ano, que tornava o Rio Grande do Norte o primeiro estado a estabelecer a não distinção de sexo para o exercício do voto, o que repercutiu mundialmente, pois ela foi não só a primeira eleitora do Brasil como também da América Latina e de vários países do mundo, pois na França o voto feminino se tornou realidade em 1944 e, na Suíça, em 1971.

Essa vanguarda brasileira na política, no entanto, não se concretizou de forma uniforme e consistente. Em primeiro momento ficou restrito ao Estado do Rio Grande do Norte, se espalhando de forma lenta para as capitais, e posteriormente no interior do Brasil. Na atualidade, a participação da mulher na política, especificamente mulheres eleitas para vereadoras é menor que 20%, conforme dados do Tribunal Superior Eleitoral, de 2020.

Esse número já foi bem menor, demonstrando um crescimento, porém, “não levou, todavia, a participar significativamente da esfera política. Nada há a estranhar, entretanto, pois se trata de fenômeno corrente nas sociedades de classe” (Saffioti, 1976, p. 383). A importação prematura dos movimentos feministas no Brasil foi positiva, pois, permitiu “amadurecimento das ideias feministas e o avanço da mulher em determinadas áreas, como as do trabalho fora do lar, da educação, da participação da vida social em geral” (Saffioti, 1976, p. 383).

Mas, os avanços das ciências, principalmente das teorias freudianas, não contribuíram para a transformação dos papéis da mulher na sociedade, pois “as técnicas terapêuticas que Freud elaborou ofereciam amplas possibilidades de reajustamento

para a personalidade masculina; para a mulher, contudo, seu exílio seria limitado pelos defeitos anatômicos femininos”⁵ (Saffioti, 1976, p. 413).

Embora não seja justificativa,

[...] é preciso atentar para o contexto cultural em que se inseria Freud quando lançou seus primeiros fundamentos da teoria psicanalítica. A tradição acadêmica, ao mesmo tempo em que ratificava tácita e explicitamente os tabus sexuais, explicava as manifestações psíquicas e sociais do homem através das características biológicas. Nesse sentido, a psicanálise freudiana não fez senão conservar um ponto de vista que contava amplo apoio na forma de existência social que seus contemporâneos europeus haviam estabelecidos. Eis por que a condição da mulher não se altera com o nascimento da psicanálise freudiana, ao contrário, desta se nutriu a mística feminina em países onde as ideias de Freud tiveram maior penetração (Saffioti, 1976, p. 413-414).

Esse discurso elaborado por Freud, considerado o pai da psicanálise e da ciência do século XX, ganhou aval da ciência e da imprensa, o que deu novas roupagens e credibilidade à mística feminina, impondo novas barreiras às mulheres, de modo que, conforme Saffioti (1976, p. 414):

A mística feminina, elaborada com os requintes que as técnicas de comunicação de massa e ciência da propaganda permitem, constitui-se num adversário mais forte para a mulher moderna do que o foram os preconceitos para suas avós. Dentre outras razões, a força da mística deriva do fato de ser ela difundida por psicólogos, educadores e outros estudiosos das ciências do homem, tidos como os maiores inimigos dos preconceitos.

E por ser difundida pelos mesmos atores que lutavam pelos seus direitos, uma ideia, paradoxalmente suprimiu outra. Isto porque:

[...] pareceres das próprias ciências sociais se encarregaram de difundi-la e de conferir-lhe o prestígio de verdade científica incontestada. Aquilo que não passava de tentativas iniciais de explanação dos fenômenos psicológicos, sujeitas, portanto, a comprovações ou rejeições ulteriores, foi transformado pela elaboração social que sofreu na verdade eterna sobre o caráter feminino (Saffioti, 1976, p. 413).

Foi assim que o mito da passividade feminina ganhou aval científico, ou seja, ele foi “aureolado pelo seu pretense cunho científico” (Saffioti, 1976, p. 413). Por outro lado, essa ideia criou outra doença indefinível, que podemos chamar de outro

⁵ Assim, pois, com a descoberta da falta do pênis, a mulher fica desvalorizada para a menina tanto quanto para o menino, e talvez para o homem (Freud, p. 848 apud Saffioti, 2020, p. 406).

elemento do preconceito contra a mulher, para explicar sua insatisfação pela manutenção da ideia da condição da mulher como seres inativos que contribuía para confiná-las ao lar, sob a justificativa também de sua inferioridade, agora comprovada cientificamente.

Assim, “os mitos sobre a mulher, como os mitos sobre o negro, por diferentes que possam ser do ponto de vista de seus conteúdos e, principalmente, de suas legitimações, desempenham a mesma função essencial: visam eliminar possíveis competidores” (Saffioti, 1976, p. 415). E sendo assim, “a mística feminina constitui verdadeiro requisito funcional da sociedade de classes” (Saffioti, 1976, p. 415).

Vejamos a relação da mulher com o trabalho, sobre uma perspectiva geral, e depois um olhar para o contexto brasileiro.

4.3 A mulher e o trabalho

Para Lipovetsky (2007), as mulheres, considerando-se os papéis por elas desempenhados no transcorrer da história, podem ser classificadas em três tipos. A primeira mulher era dotada de potência maligna e misteriosa e era excluída de esferas prodigiosas; a segunda, por sua vez, recebeu o papel de mãe e educadora. A segunda mulher, segundo Lipovetsky (2007, p. 235):

[...] uma espécie de deusa, não eliminou as diferenças na hierarquia social dos gêneros: a mulher continua afastada da vida política, submissa ao marido, sem nenhum tipo de liberdade – nem econômica, nem intelectual. As decisões significativas ainda pertencem somente ao masculino, não sendo ela reconhecida como sujeito igual e autônomo. Essa segunda mulher ainda continua sendo alvo de menosprezo, agora sob outro prisma: a ela é dado o poder de formar os rapazes, civilizando os comportamentos, exercendo uma espécie de influência silenciosa sobre os acontecimentos da vida da época, donde podemos entender que a sua vulnerabilidade fica talvez, ainda mais frágil, pois agora é vista como a responsável pela boa ou má formação do indivíduo, através do seu papel de mãe e educadora.

A primeira e a segunda mulher, segundo Lipovetsky (2007), eram subordinadas ao homem e definidas em relação a ele. No entanto, no Ocidente, no século XX, também desponta a terceira mulher, a que pode ser pensada também na vida pública, com direito ao voto, a estudar, a inserir-se no mercado de trabalho e com a liberdade sexual pode decidir quanto a ser mãe ou não, ser solteira, ou se divorciar. Nos dias atuais, a terceira mulher, necessita desempenhar papéis modernos e tradi-

cionais, ou seja, ela ainda não se libertou das responsabilidades domésticas tradicionais. Com tais ideias é possível refletir sobre as expectativas das pessoas em relação à mulher, no que diz respeito aos papéis da primeira e da segunda mulher, que permeiam não só o imaginário das pessoas como também coabitam o nosso cotidiano. Isto pode gerar frustrações e aumentar as cobranças, gerando conflitos de diversas ordens, no âmbito familiar, principalmente.

No contexto brasileiro, a partir de Samara (2002), apresentamos aspectos do processo de constituição da família brasileira, do período colonial até a atualidade, que tomou como base recenseamentos da população, manuscritos e impressos, dos últimos 150 anos, de onde se depreende o papel da mulher. Enfatiza ainda a autora que, até décadas atrás, o que conhecíamos sobre este processo estava em parte vinculado ao modelo patriarcal, posto pela literatura, e que consta em Freyre (2006), *Casa Grande e Senzala*, obra escrita no início do século XX. No entanto, as pesquisas recentes mostram que as famílias extensas do tipo patriarcal não foram as predominantes, mais sim aquelas com estruturas mais simples e com menor número de integrantes. Isto não exclui a importância da obra de Freire, que deve ser reelaborada em pesquisas sobre a família brasileira, a partir de critérios que levem em conta temporalidade, etnias, grupos sociais, contextos econômicos regionais, razão de sexo e movimento da população.

Samara (2002) destaca que desde o Primeiro Censo Geral do Brasil, realizado durante o Império em 1872, até a contagem estatística realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 1996, delineia-se a tendência do aumento da população feminina em relação ao total de habitantes, e ainda, a expectativa de vida das brasileiras como superior à dos homens. Mas, conforme Samara (2002), as descrições de viajantes e memorialistas, que se reportaram aos séculos XVI, XVII e XVIII, predominava a população masculina, bem como ressalta que havia indícios de que o aumento de mulheres brancas iniciou no final do período colonial, com dados que mostravam a predominância do sexo feminino em áreas urbanas do Sudeste. Desde o período colonial, o que é importante enfatizar, a análise da formação da família no Brasil, demanda por um olhar a partir de contextos regionais.

Há que se considerar também as diferenças estatísticas regionais em um país de porte continental como o Brasil e a migração populacional, especialmente a masculina para áreas economicamente mais atrativas, fato que ocorreu inúmeras vezes ao longo dos cinco séculos da nossa História. E

isso, sem dúvida, nos remete à análise da família a partir de contextos regionais mais específicos e as diferenças existentes nos padrões encontrados nos engenhos do Nordeste no início da colonização, na economia mineradora do século XVIII e nas plantações de café durante o XIX. Somam-se a esse quadro as mudanças advindas da industrialização, do aumento da vida urbana e do fluxo imigratório que também incidem diretamente na estrutura das famílias (Samara, 2002, p. 30-31).

Em linhas gerais, seguem alguns padrões de família delineados nesse período, conforme Samara (2002). Quando a economia da Colônia dependia das plantações de cana localizadas na região nordeste do Brasil, isto no início dos séculos XVI e XVII, as famílias dos engenhos viviam em mansões assobradadas, cercadas de escravos e dependentes. Nelas, o poder de decisão era do marido, o protetor e provedor da mulher e dos filhos, e à esposa cabia o governo da casa e a assistência moral à família. A descoberta de minas de ouro, em torno de 1690, deslocou o eixo econômico para o sul, o que gerou uma vida urbana mais intensa. A sociedade que então se constituía mesclava pessoas de origens diversas, concubinatos e ilegitimidades, bem como com mulheres exercendo atividades econômicas fora do âmbito doméstico e mulheres solteiras com prole natural que chefiavam as suas famílias.

Ainda no século XVIII, em áreas mais pobres do Sul, a vida rural era mais modesta que a do Nordeste e os núcleos urbanos se desenvolviam, sendo que nestes pequenos negócios e serviços vinculados ao abastecimento traziam oportunidades de trabalho, que eram então ocupadas por mulheres, em espaços deixados pela migração masculina e pela falta de trabalho escravo. Assim, como explica Samara (2002, p. 34), “no meio urbano, os papéis informais, embora não oficialmente reconhecidos e pouco valorizados, integravam a vida cotidiana, servindo também para desmistificar, no sistema patriarcal brasileiro, o papel reservado aos sexos e à rígida divisão de tarefas e incumbências”.

Com a cultura do café, ao longo do século XIX, no Sul, em paralelo às transformações políticas propiciadas pela Independência (1822), abolição da escravatura (1888), e República (1889), especialmente na segunda metade do século XIX, abriram-se novas oportunidades de emprego na indústria nascente e na burocracia, e as mulheres vão ocupar uma fatia desse mercado.

A política desenvolvida pela elite cafeeira paulista, conforme explicam Samara e Matos (1993), que promoveu a imigração, em proporções superiores às possibilidades de emprego no campo, favoreceu o crescimento da população urbana, que

incorporou trabalhadores pobres, imigrantes ou não, que passou a exceder as necessidades do mercado, propiciando a emergência de formas múltiplas de trabalho domiciliar e temporário, alternativas importantes de emprego para as mulheres por permitir a combinação das atividades domésticas com o trabalho remunerado. Assim sendo, mesmo com a incorporação massiva das mulheres solteiras e jovens no universo fabril, o trabalho domiciliar permitia que as casadas contribuíssem para a renda familiar, sendo que essas mulheres não deixaram de desempenhar as funções básicas de mãe e de donas de casa para as quais tinham sido socializadas e educadas.

Samara (2002) enfatiza que, mesmo com a incorporação das mulheres ao trabalho fora do ambiente doméstico, o marido continuava, legalmente, com a designação de chefe de família. Como exemplo, a autora menciona o Código Civil de 1916, que reconhecia e legitimava a supremacia masculina, ao limitar o acesso feminino ao emprego e à propriedade, sendo que as mulheres casadas ainda eram, legalmente, incapacitadas e apenas na ausência do marido podiam assumir a liderança da família.

O aumento da participação feminina no mercado de trabalho formal é um processo que, ao longo do século XX vai se acentuando, mas há que se considerar sempre a inserção os setores informais e a importância do trabalho domiciliar que contribui para o orçamento familiar, mas que não aparece contabilizado. Esse fato reflete-se estatisticamente quando analisamos os dados gerais referentes às profissões nos censos brasileiros, onde a maioria do sexo feminino, por estar no mercado informal ou domiciliar, aparece sem profissão (Samara, 2002, p. 36).

E ainda, conforme explica Samara (2002), a atuação das mulheres no mercado de trabalho, durante o século XX, se caracterizou pela inserção de atividades que não apareciam nos séculos anteriores, como a prestação de serviços por médicas, advogadas, dentistas, empregadas públicas, entre outras, bem como por outras ocupações em diferentes ramos da indústria. Seguindo este panorama, Samara (2002) ressalta que a historiografia brasileira, a partir dos anos 70, passou a incorporar modelos familiares distintos do patriarcal, bem como considera uma maior flexibilidade desse modelo por regiões, grupos sociais e etnias.

A violência doméstica contra a mulher, no contexto brasileiro, mesmo com um maior número de mulheres inseridas no mercado de trabalho e contribuindo para prover a família, com modelos familiares mais flexíveis, ainda se faz presente, conforme dados já apresentados.

4.4 Os direitos das mulheres no Brasil

Apresentamos, de modo resumido, a partir de Cronologia dos Direitos das mulheres, apresentado pelo Instituto Patrícia Galvão, os avanços legislativos no Brasil em relação ao direito das mulheres. Com certeza, a implementação efetiva dos marcos legais vigentes no país se faz necessária para prevenir tragédias, transformando "mortes anunciadas" em vidas protegidas e respeitadas.

Iniciamos com o ano de 1984, com a Promulgação da Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (CEDAW), pelo Decreto nº 89.460, que reconhece a persistência das discriminações contra a mulher e a importância de garantir igualdade de direitos. Tais discriminações violam princípios fundamentais de igualdade e dignidade humana, impedindo a plena participação das mulheres na vida política, social, econômica e cultural, assim como seu desenvolvimento pessoal em benefício da sociedade. Preocupam-se especialmente com a situação das mulheres em condições de pobreza, que enfrentam acesso limitado a alimentos, saúde, educação, emprego e outras necessidades básicas.

Destacam ainda que participação igualitária das mulheres em todos os campos é essencial para o desenvolvimento completo de um país e para a promoção da paz global. Reconhecem a contribuição significativa das mulheres para o bem-estar da família e o desenvolvimento da sociedade, destacando a importância da maternidade e a responsabilidade compartilhada na educação dos filhos. Comprometem-se a modificar os papéis tradicionais de homens e mulheres na sociedade e na família, aplicando os princípios da Declaração sobre a Eliminação da Discriminação contra a Mulher e adotando medidas para suprimir todas as formas de discriminação contra as mulheres.

Em 1996, houve a Promulgação da Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher. O Decreto nº 1.973, de 1º de agosto de 1996, promulga a Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher, mais conhecida como Convenção de Belém do Pará, assinada em 1994. Essa legislação internacional representa um compromisso dos Estados Partes em combater todas as formas de violência contra mulheres, reconhecendo-as como uma grave violação dos direitos humanos fundamentais.

A Convenção destaca a necessidade de reconhecer e respeitar os direitos das mulheres em todos os aspectos da vida, tanto na esfera pública quanto na privada.

Ela aborda as diferentes formas de violência que as mulheres enfrentam, incluindo violência física, sexual e psicológica, seja no âmbito familiar, comunitário ou perpetrada pelo Estado.

Além disso, a Convenção estabelece uma série de medidas que os Estados Partes devem adotar para prevenir, punir e erradicar a violência contra a mulher. Isso inclui a implementação de políticas públicas específicas, a criação de legislação interna adequada e a promoção de programas educacionais para combater preconceitos de gênero e estereótipos que perpetuam a violência.

Outro aspecto importante é o reconhecimento da vulnerabilidade de certos grupos de mulheres, como as de raça, origem étnica, migrantes, refugiadas, gestantes, deficientes, menores, idosas ou em situação socioeconômica desfavorável. A Convenção destaca a importância de medidas especiais para proteger essas mulheres e garantir que elas tenham acesso à justiça e a serviços de apoio adequados.

No ano de 2003, houve um avanço significativo em relação à prevenção da violência contra a mulher, com a criação da notificação compulsória de casos de violência atendidos em serviços de saúde pela Lei nº 10.778/2003, que ampliou a abrangência da notificação e garantia de sigilo para proteger a privacidade das vítimas.

Esta legislação, regulamentada pelo Decreto nº 5.099, de 03/06/2004, instituiu os serviços de referência sentinela para recepção das notificações, criando uma estrutura específica para lidar com esses casos. Um dos principais diferenciais dessa lei em relação à legislação anterior é a abrangência da notificação compulsória. Enquanto a lei anterior apenas estabelecia a comunicação obrigatória à autoridade sanitária pelos profissionais de saúde em caso de atendimento de mulheres vítimas de violência, a Lei nº 10.778/2003 vai além, exigindo a notificação em todos os casos de violência contra a mulher, independentemente do tipo (física, sexual, psicológica) ou do contexto em que ocorreu (ambiente doméstico, intrafamiliar, comunitário ou perpetrada/tolerada pelo Estado).

Outro ponto importante é o aspecto sigiloso da notificação, conforme ressaltado no artigo 3º da lei. Isso significa que a identidade da vítima só pode ser revelada em situações excepcionais e com o prévio consentimento dela ou de seu responsável. Essa garantia de sigilo é fundamental para proteger a privacidade e a segurança da mulher, incentivando-a a buscar ajuda nos serviços de saúde sem receio de ex-

posição. Além disso, a notificação compulsória serve como uma ferramenta importante para o planejamento de políticas públicas de combate à violência contra a mulher. Ao coletar dados sobre onde, como e por quem a violência está sendo cometida, o Estado pode direcionar recursos e elaborar estratégias mais eficazes para prevenir e enfrentar esse problema. Essas informações são essenciais para entender a realidade brasileira da violência de gênero e desenvolver intervenções mais direcionadas e efetivas.

Em 2004, deu-se a ratificação do Protocolo de Palermo, fortalecendo a luta contra o tráfico de pessoas, especialmente mulheres e crianças, o qual reconhecia o tráfico de pessoas como grave violação dos direitos humanos e estabelecimento de medidas para prevenir, reprimir e punir esse crime.

A ratificação do Protocolo de Palermo pelo Brasil, por meio do Decreto nº 5.017, de 12/03/2004, marca um avanço significativo na luta internacional contra o tráfico de pessoas, especialmente de mulheres e crianças. Este instrumento legal, que faz parte da Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado Transnacional, que estabelece medidas específicas para prevenir, reprimir e punir o tráfico humano em todas as suas formas.

Uma das principais inovações trazidas pelo Protocolo de Palermo é o reconhecimento do tráfico de pessoas como uma violação grave dos direitos humanos e como uma forma moderna de escravidão. Ao abordar o tráfico de pessoas, o protocolo não apenas mostra o aspecto criminal, como destaca a importância de proteger e assistir as vítimas desse crime, especialmente mulheres e crianças, que são os grupos mais vulneráveis.

Além disso, propõe uma abordagem abrangente e integrada para tratar do tráfico de pessoas, pois considera que esse fenômeno envolve questões de criminalidade, de direitos humanos, migração, gênero e desenvolvimento. Isso significa que os países signatários, incluindo o Brasil, se comprometem não apenas a reprimir os traficantes, mas também a adotar medidas para prevenir o tráfico, proteger as vítimas e promover a cooperação internacional. A ratificação do Protocolo de Palermo pelo Brasil demonstra o compromisso do país em combater o tráfico de pessoas em todas as suas formas e em colaborar com a comunidade internacional nesse esforço. Ao promulgar esse protocolo, o Brasil fortalece suas leis e políticas para enfrentar um crime que viola os direitos humanos e explora a vulnerabilidade de milhares de pessoas, especialmente mulheres e crianças.

Em 2006, foi promulgada a Lei Maria da Penha, que se tornou um instrumento fundamental no enfrentamento à violência doméstica e familiar contra a mulher, propiciando o estabelecimento de políticas públicas integradas, criação de juizados especializados e medidas protetivas de urgência.

Essa lei, que aborda a violência contra a mulher de modo interdisciplinar, teve sua origem calcada em amplo movimento social e foi respaldada por tratados internacionais dos quais o Brasil é signatário, como a Convenção de Belém do Pará e a Convenção da ONU sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher. A partir de uma ampla articulação entre diferentes órgãos e setores da administração pública, como o Poder Judiciário, Ministério Público, Defensoria Pública, segurança pública, assistência social, saúde, educação, trabalho e habitação, a lei estabeleceu políticas públicas integradas para prevenir, punir e erradicar a violência doméstica e familiar.

A Lei Maria da Penha prevê a promoção de estudos e pesquisas com perspectiva de gênero, campanhas educativas, capacitação de profissionais, inclusão nos currículos escolares de conteúdos sobre respeito à dignidade da pessoa humana com perspectiva de gênero, entre outras medidas. Já na proteção à mulher, a lei institui medidas protetivas de urgência, garantindo assistência jurídica, acesso a abrigos e serviços especializados, e proibindo a entrega de intimação ou notificação ao agressor pela vítima.

Além disso, a Lei Maria da Penha altera a estrutura judicial, determinando a criação de juizados especializados e estabelecendo a competência exclusiva desses juizados para julgar os crimes de violência doméstica e familiar contra a mulher. Esses juizados contam com equipes multidisciplinares compostas por psicólogos e assistentes sociais, garantindo um atendimento humanizado e especializado às vítimas.

Em relação à punição do agressor, a lei proíbe a aplicação de penas pecuniárias e demais institutos despenalizadores previstos em legislações anteriores, assegurando que os crimes de violência contra a mulher sejam tratados com a devida seriedade e gravidade. E ainda, a lei cria mecanismos específicos de responsabilização e educação dos agressores, visando a sua reabilitação e a prevenção de novas violências.

A Lei considera crime a violência doméstica e familiar contra a mulher e deixa de tratar a violência sofrida como algo de pequeno valor; define violência doméstica

e familiar contra a mulher e estabelece suas formas: a violência física, psicológica, sexual, patrimonial e moral, que podem ser praticadas juntas ou individualmente; cria mecanismos de proteção à mulher vítima de violência doméstica e familiar, com a possibilidade de concessão de medidas protetivas de urgência e encaminhamento para serviços de acolhimento, atendimento, acompanhamento e abrigamento, se necessário; determina que a violência doméstica e familiar contra a mulher é uma responsabilidade do Estado brasileiro e não uma mera questão familiar; garante a aplicação da Lei Maria da Penha em relações homoafetivas entre mulheres; proíbe a aplicação de penas pecuniárias (pagamento de multas ou cestas básicas) aos crimes cometidos contra as mulheres, e demais institutos despenalizadores da Lei 9.099/95; incentiva a criação de serviços especializados de atendimento às mulheres, que integram a Rede de Atendimento à Mulher: delegacias Lei Maria da Penha 12 especializadas de atendimento à mulher, centros especializados da mulher em situação de violência, defensorias especializadas na defesa da Mulher, promotorias especializadas ou núcleos de gênero do Ministério Público, juizados especializados de violência contra a mulher, serviços de abrigamento e serviços de saúde especializados; prevê a prisão do agressor em três hipóteses: em flagrante, preventivamente e por condenação transitada em julgado; determina que, nos crimes que exigem a representação da vítima, como ameaça, a vítima somente pode renunciar à denúncia perante o juiz, em audiência marcada para esse fim e por solicitação da mulher; cria mecanismos específicos de responsabilização e educação dos agressores, com possibilidade de o juiz decretar o comparecimento obrigatório dos condenados; altera a estrutura judicial e prevê a criação de juizados com competência para julgar os crimes e ações cíveis relacionadas à violência doméstica e determina como obrigatória a assistência jurídica às mulheres vítimas de crimes de violência doméstica e familiar.

Como resultado da Lei Maria da Penha, observa-se uma sistematização das políticas públicas direcionadas às mulheres vítimas de violência doméstica e familiar, demonstrando o compromisso do Estado brasileiro em enfrentar esse problema de forma integral e eficaz. Com uma abordagem que combina prevenção, proteção, punição e reabilitação, a lei busca garantir os direitos das mulheres e promover uma sociedade mais justa e igualitária.

Em 2009, houve também mudanças no Código Penal brasileiro que fortaleceram a proteção das vítimas de crimes sexuais e aumentam as penalidades para os

agressores. Essas mudanças incluíram a ampliação das penas para estupro, introdução do crime de violação sexual mediante fraude, instituição do crime de assédio sexual, proteção específica para vulneráveis, como menores de 14 anos, e inclusão de novos crimes na Lei de Crimes Hediondos.

Além disso, estabeleceu-se ação penal pública incondicionada para casos envolvendo menores de 18 anos ou pessoas vulneráveis e aumento de pena em situações específicas, como gravidez resultante do crime ou transmissão de doença sexualmente transmissível. Essas medidas representaram um avanço significativo na proteção das vítimas e na punição dos agressores.

Em 2010, o Decreto nº 7.393 regulamentou o funcionamento do serviço, Ligue 180 - Central de Atendimento à Mulher, criado pela Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República (SPM-PR), em 2005. Essa central telefônica gratuita oferece orientações e possibilita denúncias de discriminação e violência de gênero, atendendo em todo o território nacional, todos os dias da semana, 24 horas por dia.

O serviço foi estabelecido pela Lei nº 10.714, de 13/08/2003, e desde se expandiu e se aprimorou alcançando a prestação integral pela SPM-PR, a partir de abril de 2006. O decreto estabeleceu normas para o funcionamento da central, garantindo seu atendimento ininterrupto e definindo sua abrangência e acessibilidade para todos os brasileiros, independentemente do tipo de terminal telefônico utilizado.

Em 2013, o atendimento obrigatório e integral às vítimas de violência sexual foi estabelecido pela Lei nº 12.845, bem como as diretrizes para o atendimento às vítimas de violência sexual pelos profissionais de segurança pública e da rede de atendimento do Sistema Único de Saúde (SUS) que constam no Decreto nº 7.958. Neste decreto, define-se se violência sexual como qualquer atividade sexual não consentida, bem como estabeleceu-se que os hospitais são obrigados a oferecer atendimento emergencial, completo e multidisciplinar às vítimas, com o objetivo de controlar e tratar os danos físicos e psicológicos decorrentes da violência sexual, além de encaminhá-las, se necessário, para os serviços de assistência social.

O atendimento imediato, obrigatório em todos os hospitais do SUS, inclui diagnóstico e tratamento de lesões físicas, apoio médico, psicológico e social, facilitação do registro da ocorrência, profilaxia da gravidez e de Doenças Sexualmente Transmissíveis (DSTs), coleta de material para exame do Vírus da Imunodeficiência

Humana (HIV) e fornecimento de informações sobre direitos legais e serviços disponíveis, tudo de forma gratuita.

O Decreto nº 7.958, de 13 de março de 2013, estabeleceu diretrizes para o atendimento às vítimas de violência sexual pelos profissionais de segurança pública e da rede de atendimento do SUS. Com isso, visa garantir um atendimento humanizado e qualificado, respeitando a dignidade e os direitos das vítimas. Entre as diretrizes, destacamos o acolhimento em serviços de referência, o atendimento humanizado, a privacidade durante o atendimento, a oferta de informações prévias à vítima sobre os procedimentos, a identificação e orientação às vítimas sobre os serviços disponíveis, o transporte até os serviços de referência, e a capacitação dos profissionais para um atendimento adequado.

O decreto determina também os procedimentos que devem ser acatados pelos profissionais da rede do SUS, como o preenchimento de prontuário, a coleta de vestígios para perícia, a assistência farmacêutica e multiprofissional, entre outros. Nesse caso, é da competência do Ministério da Justiça apoiar a criação de ambientes humanizados, capacitar peritos e profissionais de saúde e segurança pública, e ao Ministério da Saúde cabe apoiar a estruturação do atendimento e capacitar os profissionais de saúde.

Em 2015, houve um avanço significativo em relação à violência de gênero, uma vez que o feminicídio passou a ser considerado um crime hediondo, bem como houve um avanço nas políticas de prevenção e combate à violência contra a mulher.

O Projeto de Lei nº 8305/2014, transformado na Lei Ordinária de nº 13.104/2015, tipificou e qualificou o feminicídio no Brasil. O feminicídio, definido como o homicídio de mulheres em decorrência de violência doméstica ou em contexto de discriminação, foi considerado crime hediondo, inserido no rol dos crimes mais graves, como o estupro e o genocídio.

Ao incluir o feminicídio no Código Penal, o Brasil adotou uma medida alinhada com recomendações internacionais, seguindo orientações da Comissão sobre a Situação da Mulher (CSW) da Organização das Nações Unidas (ONU). Essa tipificação específica foi essencial para tirar o problema da invisibilidade e dimensionar a gravidade da violência contra as mulheres. Além disso, representou um avanço no aprimoramento das políticas públicas de prevenção e combate a esse tipo de crime.

A legislação também estabeleceu parâmetros claros para definir a violência doméstica, incorporando conceitos da Lei Maria da Penha, e reconheceu o feminicídio como um crime motivado pela condição de sexo feminino, envolvendo menosprezo e discriminação contra a mulher. Essa abordagem abrangeu um amplo espectro de violências, desde agressões verbais até formas extremas de violência física e sexual.

Esses avanços não seriam possíveis sem a luta de mulheres de diferentes áreas e movimentos sociais tanto na elaboração como para a aprovação dessas leis. No entanto, os dados mostram que a violência contra as mulheres, no Brasil, se mantém em níveis elevados, como destacamos nas reflexões sobre este problema na Introdução.

Sendo assim, as mídias e, em particular, a publicidade social, que é o que contemplamos nessa pesquisa, poderia contribuir para informar as pessoas, em geral, sobre a gravidade deste problema como também construir estratégias de produção e de circulação que venham a amenizar este problema.

Para tanto, buscamos as ideias de Boltanski (1999) que permite compreender como lidamos com questões que envolvem o sofrimento do outro visto a distância. Assim, poderemos avaliar como uma pessoa que, de modo direto, não está envolvida num acontecimento que gera dor e sofrimento às mulheres, principalmente, pode contribuir para amenizá-los.

5 A POLÍTICA DA PIEDADE E A DENÚNCIA

Para tratar da questão da denúncia, que compõe a pergunta dessa pesquisa e envolve a violência doméstica contra a mulher, buscamos as ideias de Boltanski e a apresentamos, neste capítulo, acompanhando o percurso do autor na obra *Distant Suffering*, de 1999. Inicialmente, apresentamos aspectos da política da piedade; em seguida, tratamos dos discursos sobre o sofrimento e, por fim, as crises da piedade. O objetivo deste capítulo é apresentar as ideias do autor e delas extrair, de algum modo, estratégias para análise de peças de publicidade social envolvendo a violência doméstica contra a mulher, para assim verificar o quanto tais campanhas podem incitar a denúncia.

5.1 As raízes do desenvolvimento de ideias de Boltanski

Boltanski, na sua obra *Distant Suffering*, de 1999, explica que o aumento da quantidade de Organizações Não Governamentais (ONGs)⁶ envolvendo ações humanitárias, ao redor do mundo, no período em que escreveu esta obra, chamou a sua atenção. Boltanski (1999), parte do pressuposto de que este aumento se deu devido a duas tensões reinantes nas sociedades ocidentais, sendo que a primeira delas se reporta à relação entre o universalismo abstrato e o estreito comunitarismo, ou seja, o debate entre os que promovem a ação humanitária e que defendem a solidariedade global contra particularismos, e os que são contra este tipo de ação e a consideram hipócrita ou ingênua por deixar de lado interesses e laços históricos. Para dirimir esta tensão, Boltanski (1999) propõe uma solução alternativa, que poderia pairar entre o universalismo e o humanitarismo, e que se consolidaria se fosse colocada em evidência a conexão entre causas distantes e tradições, sensibilidades e interesses dos que apoiam essas causas.

⁶ Conforme Tachizawa (2004), as ONGs são entidades privadas, sem fins lucrativos, que tem como objetivo acrescentar ou mesmo melhorar algo em uma determinada sociedade, e são compostas por pessoas privadas que possuem interesse público, com intuito de melhoria em algum setor da sociedade, o qual é merecedor de uma atenção especial do poder público. Segundo Dias (2003), a denominação de Organização Não Governamental – ONG - foi formulado em 1940, pela Organização das Nações Unidas – ONU-, para designar entidades da sociedade que atuavam em projetos humanitários ou de interesse público, sendo que a expansão dessas organizações ocorreu nas décadas de 1960 e 1970, na América Latina, onde se constatou a importância dessas organizações na luta contra Estado, na construção de políticas públicas e na implementação de mudanças da sociedade.

A segunda tensão, conforme esclarece Boltanski (1999), reside no que se denomina cultura da autenticidade, que não pode se reduzir nem ao hiper-individualismo e nem a um relativismo frágil, o que requer que cada um delineie objetivos que transcendam o *self*, ou seja, tal cultura deve oscilar entre a autorrealização egoística e o comprometimento a causas humanitárias.

Mas, conforme menciona Boltanski (1999), para tornar claras essas tensões, foi preciso esclarecer o debate sobre o humanitarismo, a partir das discussões sobre piedade na política dos séculos XVIII e XIX, para assim entender os argumentos daqueles que defendem o altruísmo humanitário e daqueles que o negam, a partir do que Hannah Arendt chama de política da piedade. No ensaio Sobre a Revolução, em A Questão Social, Hannah Arendt, segundo Boltanski (1999), compara as revoluções americana e francesa, e destaca que a Revolução Francesa negligenciou a questão da liberdade e da capacidade do governo de garanti-la. Com isso, desenvolveu uma política da piedade, que já estava sendo engendrada desde meados do século XVIII, especialmente nas teorias de Rousseau.

Resumidamente, conforme Boltanski (1999), Arendt caracterizou tal política, estabelecendo uma distinção entre os que sofrem e os que não sofrem, com ênfase no espetáculo do sofrimento, ou seja, explicando que a política da piedade não privilegia a ação, mas a observação dos desafortunados por aqueles que não compartilham de seu sofrimento, que não o experienciam diretamente e que, portanto, podem ser considerados afortunados.

Como anunciamos, vamos aqui acompanhar o percurso de Boltanski (1999), iniciando com aspectos da política da piedade.

5.2 Políticas da piedade

Para Boltanski (1999), política da piedade não é o mesmo que política de justiça. A partir do modelo de *citê*, delineado por Santo Agostinho, em A cidade de Deus, Boltanski (1999) explica que a ação, na política de justiça, é realizada pelos governantes e a justiça vem como meritocracia, sendo que nela o juiz resolve disputas para instaurar ou restaurar uma harmonia que seja justa.

Sendo assim, segundo Boltanski (1999), a política da justiça baseia-se numa teoria que busca uma compreensão mútua do que é justo. E ainda, essa política de justiça deve resolver disputas trazendo a convenção de equivalência para um teste, onde se revela a grandeza. “É porque suas reivindicações são confrontadas com a

realidade que a ordem trazida à luz pelo teste [...] pode ser qualificado como justo” (Boltanski, 1999, p. 4). Isso significa que se alguém é pequeno, não importa que seja afortunado ou desafortunado. “Eles têm o que merecem qualquer que seja o estado de sua sorte” (Boltanski, 1999, p. 4).

A política da piedade, para Boltanski (1999), baseia-se na distinção entre afortunado e desafortunado, isto é, boa fortuna e má fortuna são condições que definem grupos separados. “As políticas da piedade observam os desafortunados em massa, mesmo que seja “[...] necessário destacar infortúnios particulares da massa a fim de inspirar piedade” (Boltanski, 1999, p. 4). Nela, não importa se a miséria de um desafortunado é justificada ou não, ou ainda, pode ser que em algumas situações, especialmente aquelas em que o desafortunado é vítima, esta política comprometa-se com a justiça, mas apenas para dar uma resposta negativa.

Para enfatizar a diferença entre política da justiça e política da piedade, Boltanski (1999) explica que quando constatamos que grande parte de um país está em situação de extrema pobreza, não nos cabe perguntar, na perspectiva da política da piedade, se eles merecem ou não viver tal infortúnio. Esta pergunta é meramente retórica, uma vez que não é passível de teste. Na política da piedade, a urgência da ação para colocar fim ao sofrimento sempre vem à frente de considerações como a justiça, e é “[...] é apenas em um mundo em que o sofrimento foi banido que a justiça pode fazer valer seus direitos” (Boltanski, 1999, p. 5).

Os termos compaixão e piedade também carecem de ser visitados. Para Boltanski (1999), compaixão e piedade são categorias próximas e desiguais quanto ao mérito, pois, por exemplo, afortunados e desafortunados podem viver no mesmo país, como aquele em que grande parte da população vive em níveis de extrema pobreza, sem que mantenham algum tipo de contato, nem mesmo visual. Explica ainda que essas pessoas podem não ter contato umas com as outras, como se uma espécie de cegueira pairasse no ar, a ponto de os afortunados não conseguirem formar uma ideia sobre o sofrimento alheio. Mas, é possível também que esses afortunados demonstrem compaixão pelos desafortunados sem que haja uma política para isso.

Aqui, Boltanski (1999), baseando-se em Arendt, enfatiza que a compaixão é direcionada a indivíduos particulares, a sofrimentos particulares. Ela não é eloquente, não envolve emoção e não propicia a generalização. Deste modo, segundo Boltanski (1999), a compaixão é o oposto da piedade, que se generaliza a fim de

ganhar distância. E generalizando torna-se eloquente, reconhecendo-se como emoção e sentimento.

Ainda fundamentando-se em Arendt, Boltanski (1999) complementa que a generalização se faz necessária na política, que requer distanciamento. Em termos teológicos, segundo Boltanski (1999), com a Comunhão dos Santos há a eliminação da distância quando indivíduos batizados compartilham necessidades e sofrimentos e, oposto a isso, há fraternidades de penitentes, que possuem deveres religiosos, mas também responsabilidade na manutenção de hospitais e serviços funerários para os indigentes e vítimas de execução. Assim, “o declínio dessas fraternidades em torno dos anos 1770 [...] foi relacionado à secularização da filantropia e, em particular, com as municipalidades que assumiram maior responsabilidade pela assistência pública” (Boltanski, 1999, p. 7).

Logo, a passagem de uma ação motivada por aspectos religiosos para uma ação que busca a generalização do sofrimento explicaria o distanciamento. “De fato, a distância é uma dimensão fundamental de uma política que tem a tarefa específica de unificação, que sobrepuja a dispersão estabelecendo ‘instituições duráveis’ necessárias para estabelecer equivalência entre espacialidade e temporalidade de situações locais” (Boltanski, 1999, p. 7).

Deste modo, podemos dizer que a política implica em ações não locais, particulares e não impregnadas de compaixão. Contribui para entendermos o distanciamento, as reflexões de Boltanski (1999), envolvendo a fábula O bom samaritano⁷. A fábula, conforme explica Boltanski (1999), narra que três peregrinos que viajavam de Jerusalém a Jericó encontram, um após o outro, um desafortunado, vítima de um assalto que o deixou também debilitado fisicamente, quase morto. Os dois primeiros peregrinos, de diferentes grandezas, não deram atenção ao homem, enquanto o terceiro para e ajuda, curando as feridas, alimentando e dando abrigo ao homem, ou

⁷ “29 Mas, querendo se mostrar justo, o homem perguntou a Jesus: ‘Quem é realmente o meu próximo?’. Em resposta, Jesus disse: ‘Um homem descia de Jerusalém para Jericó e caiu nas mãos de assaltantes, que lhe arrancaram tudo, o espancaram e foram embora, deixando-o quase morto. 31 Por coincidência, um sacerdote descia por aquela estrada, mas, quando o viu, passou para o lado oposto. 32 Do mesmo modo, um levita, quando chegou ao lugar e o viu, passou para o lado oposto. 33 Mas certo samaritano, viajando pela estrada, o encontrou e, ao vê-lo, teve pena. 34 De modo que se aproximou dele e enfaixou seus ferimentos, derramando neles azeite e vinho. Então o pôs no seu próprio animal, o levou a uma hospedaria e cuidou dele. 35 No dia seguinte, tirou dois denários, deu-os ao hospedeiro e disse: ‘Cuide bem dele e, tudo o que você gastar além disso, eu lhe pagarei quando voltar’. 36 Qual desses três você acha que mostrou ser o próximo do homem que caiu nas mãos dos assaltantes?’. 37 Ele respondeu: ‘Aquele que agiu misericordiosamente com ele’” (Lc 10, 17).

seja, ele pratica caridade.

O comportamento do terceiro peregrino, o samaritano, é caracterizado pela praticabilidade, que demanda sacrifício, mas não é nada heroico ou impossível. A caridade, segundo Boltanski (1999), é a característica central da compaixão e depende de relações particulares/individuais entre indivíduos particulares. Trata-se de ações com dimensões realistas tanto por ter foco numa determinada situação como por ser orientada para aliviar o sofrimento em sua praticabilidade e efetividade. O comprometimento do último peregrino vem da observação, da presença na cena, que permite ver o outro em sofrimento, e a ajuda possível está ao alcance das suas mãos. É interessante enfatizar que, para Boltanski (1999, p. 8), a situação não envolve discurso e a manifestação de sentimento em relação ao outro, ou seja, a piedade de ver o outro em sofrimento leva à caridade, que é uma “disposição objetiva de aliviar o sofrimento do outro ‘que incorpora o sentimento que incita o ato da piedade.’”

Ao apresentar esta fábula e comentá-la, Boltanski (1999), de certo modo, valoriza a dimensão da visão e do alcance das mãos, ou da proximidade, que implica no conhecimento do sofrimento e na ação de ajudar, o que abre uma nova possibilidade, para além da política da piedade e da compaixão, que se dá com o envolvimento presencial, próximo, com a situação que gera sofrimento. Uma terceira opção, para além do ato da compaixão e de uma política da piedade, é o vínculo

Nesse contexto, cabe ressaltar a importância do vínculo comunitário. Essa nova possibilidade que se apresenta, segundo Boltanski (1999), se constitui com o vínculo pré-existente entre o desafortunado e o indivíduo ciente de seu infortúnio, que pode ser de parentesco, relações de honra, entre outras. Aqui, a ação de ajudar envolve o *status* tanto de quem está em sofrimento quanto o do agressor, que é uma atitude moral não regida por exigência. Assim, um inimigo pode não receber nenhum tipo de ajuda ou pode não haver pressa em eliminar a distância entre ambos.

Boltanski (1999), retomando a fábula O bom samaritano, comenta que os peregrinos são de *status* diferentes e aquele que sofre não tem, na verdade, nenhum *status*. Um deles é um sacerdote, outro um levita (dedicado ao serviço do templo, com atribuições acessórias ao culto, menos importantes do que as que cabiam aos sacerdotes) e o outro, um samaritano (não judeu).

Essa ausência de *status* “[...] torna possível uma posição em relação ao sofrimento que não implica nenhuma obrigação convencional, habitual ou contratual.”

(Boltanski, 1999, p. 10), o que faz da caridade uma ação paradoxal, pois ela não é regida por nenhuma convenção apriorística. A compaixão que permeia essa situação “não se reduz nem à universalidade da lei, nem a um comunitarismo restrito.” (Boltanski, 1999, p. 10)

Agora, a compaixão da figura comunitária envolve o comprometimento que leva em conta a qualificação de quem sofre, ou seja, existem “convenções pré-existentes que estabelecem o pré-comprometimento que apenas precisa ser atualizado quando necessário” (Boltanski, 1999, p. 11). Mas isto pode ser um problema na perspectiva da política da piedade, como explica Boltanski (1999), uma vez que ela não pode envolver situações locais.

A política da piedade requer o estabelecimento de equivalências para alcançar uma generalidade, equivalências essas que se baseiam em técnicas estatísticas. E ainda, segundo o autor, indicadores econômicos podem servir de medidas de equivalência, mas não servem para inspirar piedade. Para tanto, conforme adverte Boltanski (1999), é necessário despertá-la por meio da imagem de corpos em sofrimento, ou ainda, para se tornar política, faz-se necessário abranger a pluralidade das situações dos desafortunados, que devem ser reunidos tanto por sua singularidade quanto pelo que há de comum entre eles, sendo que os desafortunados não podem ser representados como amigos ou inimigos, para não envolver a figura comunitária, e devem ser singularizadas, mas não subqualificadas, de modo que cada desafortunado traga em si a imagem de multidões de substitutos. Boltanski (1999, p. 12) então anuncia a sua hipótese:

[...] o espetáculo do sofrimento, incongruente quando visto a distância por quem não sofre, e o mal-estar que esse espetáculo infalivelmente provoca [...] não é uma consequência técnica dos modernos meios de comunicação, mesmo que o poder e a expansão da mídia tenham trazido miséria para a intimidade de famílias afortunadas com eficiência sem precedentes. Da mesma forma, os problemas colocados ao espectador [...] surgem ao mesmo tempo quando a piedade é introduzida na política.

Sendo assim, como adverte Boltanski (1999, p. 13), a distância é fundamental na política da piedade, “porque se esses desafortunados desejam misturar-se com aqueles que não sofrem, desejam viver nas mesmas condições, eles deixam de ser desafortunados e passam a ser o que H. Arendt chamava de ‘os enfurecidos’”.

Contudo, o fato de o desafortunado não estar presente não implica a isenção

do espectador, segundo Boltanski (1999), porque a piedade demanda obrigação moral, o que podemos confirmar quando na fábula do bom samaritano, por exemplo, a ação de caridade é boa, mas quem a praticou não se sentiu obrigado a isso e nem existe uma sanção implícita caso não fosse praticada.

Com isso, Boltanski (1999) se questiona sobre a possibilidade de tornar obrigatória a assistência a alguém, ação esta que deve se propagar. O problema está na ação e na propagação dessa, cuja solução estaria em duas formas: o pagamento e a fala. Segundo Boltanski (1999), essas ações envolvem uma cadeia de intermediários entre os afortunados e os desafortunados. Quando se fala em pagamento, há interligação de sistemas bancários e instituições que possibilitam que os recursos cheguem às mãos dos necessitados, e no caso da fala, há os interlocutores que precisam cuidar não só da transmissão das mensagens como também da mobilização da esfera pública, para engajar instituições políticas. “Para aceitar a reivindicação de que o discurso é seriamente efetivo, isto é, um discurso que [...] pode ser causalmente conectado às ações dos outros e cujo efeito é sentido a distância [...] precisamos do apoio de uma complicada construção política da *citê*” (Boltanski, 1999, p. 18).

Há vantagens e desvantagens tanto no pagamento quanto na fala. A ação de pagar é de fácil entendimento e faz com que o sacrifício da ajuda seja claro e calculável, no entanto, isso implica em uma equivalência entre o doador (afortunado) e o receptor (desafortunado), pois o envio do dinheiro corresponde ao apagamento do sofrimento do desafortunado, memória que seria fundamental para a existência e expressão da piedade. Nessas ações, o comprometimento é escondido pelas transações comerciais, quem doa é acusado de tentar se livrar da culpa, ou seja, a “ligação estabelecida entre doador e o desafortunado é mínima e abstrata” (Boltanski, 1999, p. 18) e, sendo assim, não se constitui uma política da piedade, pois não há formação de grupos.

A fala ou o discurso, por sua vez, conforme explica Boltanski (1999), por sua natureza comunicativa – envolve falar com o outro e expressar-se publicamente – permite a formação de grupos por meio de petições, o que os destacam da coletividade, seara propícia para a política da piedade se desenvolver. A desvantagem é que a fala parece se destacar da ação e carece de esclarecimentos para revelar seu valor simbólico, seu sacrifício. No entanto, de modo geral, como destaca Boltanski

(1999), nos regimes democráticos o discurso parece mais distante da ideia de sacrifício, pois as pessoas têm mais liberdade para se expressar, diferentemente de regimes de opressão.

5.3 Sobre a denúncia

A denúncia envolve indignação, identificação do opressor e acusação. Boltanski (1999) explica que a denúncia é uma estratégia, que pode ser utilizada por quem está distante do sofredor e não pode empreender nenhuma ação para amenizar ou dirimir o sofrimento. Mas esta indignação pode gerar um comprometimento do afortunado e levá-lo a uma ação, que pode ser violenta e verbal e sob a forma de acusação que, via de regra, pode ser direcionada ao opressor e não diretamente ao desafortunado.

Este espectador indignado, conforme Boltanski (1999), busca identificar o opressor. Aqui, para melhor compreender tal questão, tomamos a foto mencionado pelo autor (Figura 2).

Figura 2 – Reprodução da foto realizada por Eddie Adams, de 1968



Fonte: Rincón (2017).

O fotógrafo norte-americano Eddie Adams, em 1º de fevereiro de 1968, estava em Saigon, no Vietnã, a serviço da Associated Press para cobrir a guerra que se

desenrolava no país, quando flagrou esse evento (Figura 2). Esta foto provocou indignação e de acordo com relatos, o general – o opressor – passou por situações difíceis devido a propagação dessa imagem pelas mídias. Ele era o opressor, no caso, enquanto o desafortunado – o sofredor – foi praticamente esquecido.

Consta em Rincón (2017), que esse fotógrafo estava na cidade para acompanhar os desdobramentos da Ofensiva do Tet, uma série de ataques liderados pelo Exército do Povo do Vietnã e pela Frente Nacional para a Libertação do Vietnã contra forças norte-americanas e sul-vietnamitas. Enquanto registrava a tensão, se deparou com o General Nguyen Ngoc Loan, que também era chefe da polícia nacional vietnamita, ao lado de um homem algemado, sujeito de aparência frágil e corpo franzino, Nguyen Van Lém, membro da Frente Nacional para a Libertação do Vietnã e comandante de um grupo que teria sido responsável pelo assassinato de dezenas de pessoas naquele dia, incluindo os familiares de vários oficiais de polícia. E ainda, como esclarece Rincón (2017), a execução foi legal. A foto recebeu um Prêmio Pulitzer no ano seguinte, mas, segundo o próprio fotógrafo, na realidade, as vidas de duas pessoas foram destruídas: a do guerrilheiro e a do chefe de polícia. Este último, como menciona Rincón (2017), alguns meses depois, foi gravemente ferido e teve uma das pernas amputadas. No entanto, a intensa propagação da imagem, por esse efeito da busca por identificar o opressor e não o sofredor, o general tornou-se um vilão e, ao final da guerra, não foi recebido para tratamento médico em um hospital na Austrália. Foi levado então para os Estados Unidos, mas não foi bem recebido e inclusive circulou uma campanha pedindo a sua deportação.

Ainda em relação a um espectador indignado, Boltanski (1999) explica que o seu comprometimento só será válido quando se ele for desinteressado, ou seja, ele não pode ter nenhum tipo de interesse em prejudicar o opressor. Como exemplo, o autor menciona que a revelação de uma relação secreta entre o desafortunado e a pessoa que toma seu lado ou quando se descobre a existência de um *status* comum entre ambos (eles são judeus, ou comunistas, ou homossexuais), pode haver o descrédito público. E ainda, o mesmo se dá para a situação entre espectador e desafortunado, conforme explica Boltanski (1999, p. 59):

Pois se o espectador abriga um prejuízo favorável ao desafortunado, ele simpatizará naturalmente com seu ressentimento e aceitará sem exame próprio o candidato para o lugar do opressor proposto pelo desafortunado. Nós já sugerimos que esta cláusula de 'desinteresse' na posição original é necessária para o comprometimento ter peso próprio e a fim de claramente distinguir a tomada de lados em uma causa de solidariedade comum.

Como exemplo, Boltanski (1999) menciona uma situação em que alguém que toma o lado de um compatriota incomodado por um estrangeiro, em que pode haver uma visão comprometida por serem compatriotas, e pelo fato de o desafortunado estar incomodado com o estrangeiro. Aqui a posição do espectador não é neutra e se constitui como uma "indignação contagiosa" (Boltanski, 1999, p. 59). Há também indignação compartilhada, ou uma indignação unânime, como na ascensão do fascismo, quando as comunidades se unem ao acusar e perseguir vítimas escolhidas entre estrangeiros e marginais.

Para ilustrar a relação entre indignação e acusação, Boltanski (1999) menciona o estudo de Elisabeth Claverie, sobre o caso La Barre, que foi a última execução por blasfêmia ocorrido na França, em 1766. Tal caso, além do julgamento realizado segundo a tradição judicial do antigo regime, que preconizava que quando um crime é descoberto e quase imediatamente é identificado um culpado, que é acusado, ele deve ser condenado e executado, houve um segundo julgamento sem legitimidade jurídica, mas que teve o envolvimento de Voltaire no esclarecimento da opinião pública a respeito do ocorrido. Esse segundo julgamento, conforme explica Boltanski (1999), promoveu uma mudança de posição entre o desafortunado e o opressor, pois o acusado havia sido vítima de uma intriga perpetrada por um indivíduo para eliminá-lo.

Boltanski (1999) elenca as características da primeira forma de julgamento em que diversas vozes que compartilham do sentimento de ofensa e que é alimentada por rumores, que assim instaura um sentimento único e generalizado que homogeneíza tudo e que leva à condenação e à punição, em que a indignação unânime é direcionada ao culpado.

Como o desafortunado que deve ser resgatado, o denunciante aparece, portanto, como um homem só oposto à coletividade. E se ele faz uma acusação é apenas, diz ele, para separar um desafortunado isolado que foi feito bode expiatório da multidão. A violência da acusação é, assim, atenuada e justificada (Boltanski, 1999, p. 61).

Até o presente momento, conforme Boltanski (1999), o tópico da denúncia manteve uma conotação política, que no século XIX, foi assegurada em defesa dos oprimidos e particularmente dos trabalhadores empobrecidos, ou seja, a pobreza da classe trabalhadora assume frequentemente a forma de um caso imenso e grandioso. No entanto, o trabalho de acusação e identificação do opressor, segundo Boltanski (1999, p. 62), “enfrenta diferentes graus de dificuldade que vão contra diferentes recursos dependendo da duração da cadeia causal que necessita ser estabelecida entre o desafortunado e os agentes que causam este sofrimento.”

Aqui, Boltanski (1999) enfatiza a dificuldade de identificação de uma cadeia causal que conecta o sofrimento do desafortunado ao opressor e, nessas situações, a denúncia se vale da teoria do poder. A classe trabalhadora, munida do ferramental marxista, por exemplo, diferencia seu sofrimento, resultante de causas políticas e sociais, do sofrimento relacionado à condição humana. Com teorias de Bourdieu, pode-se recorrer à alienação genérica da alienação específica. Boltanski (1999) explica então que a alienação genérica seria apolítica e designada às instituições privadas para serem cuidadas, como famílias e instituições de caridade, enquanto a alienação específica seria política *per se*, uma vez que resulta da exploração da classe dominada pela classe dominante.

O desvio da denúncia acontece porque a mobilização coletiva pressupõe que a separação dessas modalidades de alienação é internalizada por todos que são dominados, e que evitando a aceitação da sua condição como um destino inevitável, encontram um motivo para a ação na esperança de haver mudança. Isto implica, como enfatiza o autor, em individualizar o opressor, como um chefe, um policial, ou uma pessoa coletiva, como uma classe social, sistema ou estrutura. Nesses casos específicos, a denúncia se constitui em uma mediação necessária para a ação e uma ação que ocorre no longo prazo e que pressupõe o apagamento das emoções.

Resumidamente, conforme as ideias de Boltanski (1999), então, a linha que separa os dois tipos de alienação não é fixa e faz parte da denúncia encolher o campo da alienação genérica a fim de mostrar que ela é específica quando inserida numa estrutura de dominação e exploração. O que acontece então é que há um aumento da quantidade de desafortunados e a diversidade do seu sofrimento (que pode não ser reconhecido como sofrimento por aqueles que o suportam, ou, como dito, pode ser inconsciente) que, ao remover sua proeminência particular, corre o risco de borrar a fronteira entre sofrimento genérico e específico.

Retomando, em relação à denúncia, o discurso do espectador indignado deve voltar-se ao opressor, ou seja, a indignação se apresenta em decorrência do sofrimento do desafortunado, mas a raiva é direcionada ao opressor que, por sua vez, pode se defender da acusação recebida, o que o coloca no lugar do desafortunado. “Em um tópico de denúncia, então, a declaração é inserida numa estrutura de controvérsia” (Boltanski, 1999, p. 64). Logo, as palavras precisam ser discutíveis e debatíveis e não mais injuriosas ou agressivas. “A violência da acusação deve ser justificada com provas” (Boltanski, 1999, p. 65). Assim sendo, deve-se buscar a verdade e não se deve deter no emocional, deve-se separar a emoção subjetiva e as causas objetivas, e ainda, “[...] o espectador deve evitar a descrição de seus estados interiores quando deparado com o infortúnio do outro a fim de fornecer provas da realidade do sofrimento e, acima de tudo, bons motivos para a acusação” (Boltanski, 1999, p. 65).

Para ser aceitável, segundo Boltanski (1999), acusação deve apoiar-se nas coisas objetivas, na imparcialidade, e ser desprovida de interesses, ou seja, a denúncia passa da indignação para iniciar a investigação. A retórica da investigação, portanto, implica o apagamento do orador e combina a indignação, a meticulosidade, aspectos emocionais e factuais.

Boltanski (1999) menciona dois tipos de sofrimento: o ordinário e o evitável. O primeiro é aquele que faz parte da vida, como a morte devido à idade; o outro é o evitável, como a morte prematura de crianças. Explica que para este último é mais difícil estabelecer uma conexão causal imediata entre os desafortunados e os agentes causadores, o que requer que se adote o princípio de equivalência, “[...] que torna possível uma generalização de maior nível que permite reunir duas condições aparentemente distantes” (Boltanski, 1999, p. 67). Se se estabelece a convenção única da equivalência, então as pessoas podem ser julgadas pela mesma realidade.

Há críticas à denúncia pela possível fragilidade de ligação à ação. Para alguns, conforme menciona Boltanski (1999), a denúncia, em seu aspecto verbal, é uma inação, pois falar não é o mesmo que agir, enquanto para outros, a fala é uma forma de ação. Outra crítica refere-se ao fato de quem faz a denúncia não arca com custos em uma ação. Nesse caso, há dois aspectos em jogo, o sacrifício e a efetividade do discurso. De certo modo, a denúncia que envolve algum sacrifício ou risco é mais legítima, principalmente se ela for feita por alguém que vive num regime de opressão.

Nesse sentido, Boltanski (1999) pergunta até que ponto devemos ir para nos identificar com os desafortunados, e ao dar como exemplo a pobreza dos moradores das favelas do Rio, que convivem lado a lado com moradores de apartamentos luxuosos, o que ao ser exposto nas mídias pode gerar indignação devido aos aspectos contrastantes do modo de vida dos seus habitantes, se pergunta se nesse caso quem faz a denúncia precisa morar na favela. Mas, no caso, se o denunciante for desafortunado, ele poderá ser acusado de apenas defender seu interesse e, caso seja estabelecido um distanciamento, ele poderá ser acusado de falsidade.

Para Boltanski (1999), é possível fazer uma denúncia com base na indignação mostrando que a conexão do denunciante com o sofrimento, é imparcial. Mas, ainda assim, não há como negar a complexidade da denúncia, ideia que pode ser reforçada diante de algumas das críticas apresentadas, o que se agrava com a “[...] extensão das redes, da duração das conexões e da multiplicação das mediações” (Boltanski, 1999, p. 73). Há algumas formas de driblar tais críticas, como a dessingularização, que consiste na substituição da figura de indivíduos por entidades, como sistemas ou estruturas, o que facilita sua conexão com as políticas da piedade. No entanto, ao mesmo tempo, a singularidade é importante para despertar o sentimento da piedade, o que requer que se busque a lógica da representação, com exemplificação, com a representação política de uma coletividade por um indivíduo.

Nesse caso, há duas fontes: a antropologia da divisão ou a responsabilização coletiva. Em relação à antropologia da divisão, quando os indivíduos se tornam agentes servindo ao sistema,

[...] ao pensar que estão realizando seus próprios fins. Elas devem, portanto, ser divididas – a mão direita sem saber o que a esquerda está fazendo – por meios de um dispositivo interno que pode assumir diferentes formas: o inconsciente, a má fé. [...] Os apoiadores da estrutura não são pessoalmente responsáveis pelas entidades das quais são adereços. Uma das principais vantagens da transição de pessoas para sistemas é precisamente a redução do peso da acusação sobre as pessoas (Boltanski, 1999, p.75).

Com isso, corre-se o risco de, ao invés de provocar indignação e, consequentemente, uma denúncia, gerar apenas resignação.

Na responsabilização coletiva todos são igualmente responsáveis em razão de sua participação no sistema, logo, não há em quem recair essa responsabilidade. No entanto, para que isso não ocorra, é necessário permitir que indivíduos se esqui-

vem do sistema e assim se constituiriam dos tipos de agentes, os totalmente responsáveis e os não responsáveis. Portanto, seria necessário “[...] implantar mecanismos na interioridade dos indivíduos que os permitam superar a má fé por meio do conhecimento e consciência” (Boltanski, 1999, p. 75), o que poderia levar a uma responsabilização passiva - alguns agentes mantêm os olhos fechados; outros os mantêm abertos -, ou ativa, quando alguns agentes percebem que fazem parte de uma cadeia causal e que são parte de um sistema opressivo.

Veamos a questão da denúncia com foco no espectador, aquele para quem a proposta de comprometimento é feita. Boltanski (1999) lembra que tal proposta acopla informações sobre o sofrimento dos desafortunados, que ela é organizada pela combinação de informações, declarações e imagens que assumem uma configuração linguística que busca o engajamento do espectador a ponto de este comprometer-se com a causa. Boltanski (1999) defende que o público não é passivo diante das imagens apresentadas pelas mídias e coloca em ação suas habilidades críticas. Explica que o espectador é capaz de se distanciar do espetáculo e conjeturar sobre as intenções que estão além das apresentadas, ou seja, ele tem habilidade crítica para desmascarar a manipulação à qual tenta submeter o espectador. Porém, isso acaba se tornando um problema, pois a possibilidade de avaliar as intenções do outro existente numa comunicação face a face inexistente quando há uma distância entre ambos e que é, além disso, intermediada por um apresentador, num produto televisivo, por exemplo. Não existe certeza sobre a autenticidade daquilo sobre o qual se está falando. E enquanto essa autenticidade pode ser questionável também na comunicação face a face, mas de forma latente, na comunicação a distância, ela é manifesta, já que o doador é incapaz de avaliar o impacto de doação a quem a recebe, assim como também não existe certeza sobre a intenção da sua doação.

Assim, conforme afirma Boltanski (1999), é fundamental, portanto, estabelecer as condições para que haja confiança, e estudos mostram que ela é efeito de presença, mas, de modo geral, há uma desconfiança crescente pelo modo como o sofrimento é representado na mídia também porque houve um aumento na própria quantidade de representações desse sofrimento.

Em relação ao impacto de representações do sofrimento, Boltanski (1999) busca vincular estados emocionais a processos cognitivos, valendo-se do estudo de Boruah, na obra *Fiction and Emotion*. Para este autor, conforme explica Boltanski (1999), as emoções são formadas por crenças avaliativas, que se sustentam na imaginação, e por crenças existenciais, enquanto as emoções envolvem desejos e intenções comprometidas com a ação, ou seja, comprometidas com a mudança de uma situação. A raiva, por sua vez, se firma pela crença em uma injustiça, o que suscita o desejo de punir o culpado. No caso das ficções, as crenças existenciais que estão ausentes são substituídas pela imaginação com a qual são combinadas crenças avaliativas e, assim, tanto no caso de ficção como de realidade, a retenção das mesmas crenças avaliativas conta para a continuidade entre emoções reais e ficcionais.

Então, se algo nos desperta para a ação, para querer mudar uma situação, é porque o entendimento é de que aquilo é, de fato, real. Com isso, outras questões precisam ser aclaradas, tais como a existência de desafortunados; quem são eles de fato; quem são os opressores e como identificá-los sem nos enganarmos, e como saber quem são os verdadeiros benfeitores e quem são os hipócritas.

Em seguida, Boltanski (1999) menciona quatro incertezas que pode provocar desvios da emoção, que estão relacionadas às crenças avaliativas, às existências, ao desejo e às ações comprometidas com a ação. Essas incertezas advêm da hipótese de que:

[...] a emoção encenada pela mídia ocupa uma posição instável entre a emoção real e a emoção ficcional. Está ligada a emoções reais na medida em que o sofrimento dos desafortunados colocado à vista é dado como real [...], cuja autenticidade é capaz de ser o assunto de um argumento. É precisamente na medida em que o sofrimento relatado é real que a emoção do espectador deve igualmente ter as características de uma emoção real para que ela seja moralmente aceitável (Boltanski, 1999, p. 152 - 153).

Mas, como o espectador está distante dos desafortunados, logo, a impossibilidade de agir pode transformar a emoção real em emoção ficcional, e para evitar tal desvio, é preciso manter uma orientação para a ação.

Retomando as incertezas, a primeira delas reporta-se ao conflito de crenças. Boltanski (1999) explica que há desafortunados e sofrimento em excesso e delimitação de espaços nas mídias, logo, nem todos podem ser representados. Então, “dentro do reino da luta política, o conflito de crenças que suporta a piedade corresponde,

assim, a um conflito a respeito da identificação dos desafortunados cuja causa é julgada politicamente valiosa” (Boltanski, 1999, p. 155). Assim, cabe perguntar qual sofrimento ou quais desafortunados representar e qual ou quais merecem atenção da política da piedade.

A segunda incerteza envolve as crenças existenciais, pois embora não haja dúvida sobre a existência de desafortunados, opressores e benfeitores, há dúvidas sobre o papel que eles ocupam, sobre o fato de que o opressor pode também ser, de alguma forma, vítima, e ainda, o benfeitor pode ter interesses escusos. Assim, para reduzir tal incerteza é necessário, nas palavras de Boltanski (1999, p. 160):

[...] fixar sistemas de acusação construindo cadeias estáveis de modo que os lugares de uma situação particular possam ser preenchidos conectando diferentes atores a entidades maiores, pessoas coletivas, Estado, classes, grupos étnicos etc, cuja determinação inclua a atribuição a uma posição no sistema de lugares e sua estabilização (Boltanski, 1999, p. 160).

A terceira incerteza envolve a opacidade do desejo, o que faz com que seja difícil avaliar quão autêntico é o desejo altruísta e desinteressado de ajudar alguém e que é manifestado no discurso sob a forma de emoção. “A revelação de um motivo escondido para incendiar os espectadores da televisão a verem o sofrimento na tela, por exemplo, é um tema recorrente da crítica da mídia, especialmente da crítica frequentemente feita por jornalistas” (Boltanski, 1999, p. 170). A crítica a esse sensacionalismo não é uma característica dos dias atuais, pois, segundo Boltanski (1999), ela é feita desde o final do século XIX, e se intensificou com a popularização da psicanálise na mídia. “Antes de mais nada, o desejo é tornado o motivo de toda emoção e toda ação pretensamente altruísta e, então, por meio de uma retórica de suspeita, por trás de todo desejo altruísta haveria desejos egoístas não revelados” (Boltanski, 1999, p. 171).

A quarta incerteza reporta-se à vaidade das intenções de agir. Aqui, para alcançar a seara da comunicação, Boltanski (1999, p. 172) destaca, de modo resumido, o seu percurso, destacando que “a orientação para a ação que tem a intenção de colocar um fim ao sofrimento dos desafortunados, ou ao menos de aliviá-lo, é uma das principais condições que precisam ser cumpridas para justificar a contemplação do sofrimento a distância e torná-la aceitável”.

Em seguida, Boltanski (1999, p. 172 -173) destaca que:

[...] quando é impossível agir diretamente, o espectador distante deve confiar nos poderes efetivos do discurso público. Na situação isolada da leitura, audição ou visão da mídia endereçada a todos apenas em sua dispersão, ele deve, ao menos, se colocar disponível como alguém que dará exibição pública à sua emoção e que a passará em palavras a outra pessoa. Mas para que tal disposição constitua um comprometimento com a ação e, assim, seja reconhecida como contendo uma intenção para agir, ele deve acreditar razoavelmente que suas palavras serão efetivas, o que quer dizer que elas serão capazes de agir na realidade para transformá-la. Agora sua própria crença pressupõe uma clara distinção entre o mundo real, no qual a ação é implantada, e o mundo da representação, que provê a informação necessária sobre a realidade para guiar a ação.

Para tornar clara essa ideia, Boltanski (1999) dá como exemplo a assimetria entre governantes e governados, quanto à possibilidade de agir na realidade política do mundo. Tal possibilidade é privilégio dos primeiros, pois os governados embora possam fazer com que suas vozes sejam ouvidas, ou seja, possam usar o discurso para reivindicar, há entre eles uma grande distância. “Eles têm algum controle sobre a realidade mediada pelo poder que exercem sobre as decisões daqueles que os governam pela representação. Quanto mais distante a realidade para a qual se dirige a ação, mais forte é a insistência na efetividade dessas mediações.” (Boltanski, 1999, p. 173). E ainda, conforme ressalta Boltanski (1999), a incerteza sobre o *status* da representação, que pode ser considerada objetiva ou tendenciosa, real ou ficcional, factual ou construída, sempre reduz a possibilidade de engajamento do espectador.

Para Boltanski (1999), a ação humanitária sofreu denúncias que recaiam principalmente sobre os seus integrantes, principalmente por atrair a atenção do público por meio da mídia. Ele dá como exemplo o caso de Bernard Kouchner, criador das organizações Médicos sem Fronteiras e Médicos do Mundo, que foi muito criticado por suas duas inovações. A primeira diz respeito ao largo uso da mídia para mostrar populações em sofrimento; a segunda foi a união entre a ação humanitária e intervenções políticas que dariam às organizações o direito de realizar intervenções humanitárias, com a anuência da Organização das Nações Unidas em países com emergências nesse sentido, o que esbarra na questão da soberania.

Para Boltanski (1999), Kouchner procurou distanciar-se de qualquer forma de exotismo estético, bem como de outras formas de denúncia que prevaleceram na década de 1970, como a piedade sentimental e sentimentos de bondade, estabelecendo uma ponte entre a caridade cristã e a prática política inspirada pela esquerda.

Para comentar esse caso, Boltanski (1999) retoma a distinção entre piedade e justiça, enfatizando que a justiça sempre envolve acusações e age em retrospectiva, isto é, age sobre ações já realizadas. “Por outro lado, quando posta em prática fora da instituição judicial, a lógica da justiça envolve um julgamento no qual os adversários se confrontam apresentando argumentos e provas. [...] Porém a ação humanitária não é um procedimento adversário” (Boltanski, 1999, p. 182).

Para Boltanski (1999), a questão da relação entre a ação e a representação a distância do sofrimento pela mídia é a mais relevante e, para o humanitarismo, a ação é fundamental e por isso opõe-se à política da denúncia por ser meramente verbal e por sua incapacidade de mudar a realidade. Assim, o que justifica o movimento humanitário é sua presença local que garante a efetividade de suas ações.

Por fim, analisemos, seguindo as ideias de Boltanski (1999), a ação da mídia. Diante do que foi exposto sobre a ação humanitária, podemos dizer que, na perspectiva desse autor, se a ação ficar restrita aos movimentos humanitários, então aos espectadores cabe a observação passiva. Mas, no caso, de não se manterem passivos, de se indignarem diante de uma situação, como eles podem agir? Considerando-se que “a justificação do espectador do sofrimento a distância reside em ter uma orientação para a ação” (Boltanski, 1999, p. 183), então, se a orientação for ilusória, o que diferencia o espetáculo do sofrimento de outras representações ficcionais? Aqui então reside a crítica a Bernard Kouchner, inclusive de outras organizações humanitárias, sobre a necessidade de mediatizar e de criar publicidade sobre crises humanitárias.

Boltanski (1999) explica que, segundo Kouchner, a gravação das imagens pode ajudar a proteger as populações, uma vez que elas colocam em circulação - internacionalmente - os regimes que as oprime. Assim, os governos no mundo poderiam adotar políticas contra esses regimes. No entanto, isto gera uma outra questão: mas, então não seria melhor expor a situação apenas aos governantes dos países? A resposta estaria no fato de que a exibição para o grande público pode ajudar a pressionar os governos de seus países a adotar medidas contra os tais regimes opressores, o que dá um novo estatuto aos espectadores, considerando-os ativos e potencialmente capazes de desencadear ações para transformar situações.

Por fim, vejamos algumas sugestões de Boltanski (1999) para a efetividade do discurso para suscitar a piedade. São cinco aspectos. O primeiro reporta-se à intencionalidade, ou seja, o discurso deve empregar expressões que traduzam uma

intenção; o segundo implica na utilização da expressividade corporal; o terceiro deve levar em conta, em alguma medida, o sacrifício envolvido na ação posta em prática; o quarto, o discurso deve contar com a presença do outro, e por fim, selar um compromisso.

Para Boltanski (1999), identificar o que torna um discurso efetivo ajuda a entender a crítica do uso da mídia para fins de ação humanitária, uma vez que nessa há ausência de mediações práticas entre atores do movimento humanitário e pessoas comuns cujo relacionamento com a ação acontece através da mídia e diferença entre propriedades sociais daqueles que dispensam ajuda e daqueles que a aceitam, principalmente quando a ação acontece em lugares distantes.

A percepção sobre a alteridade entre aqueles que doam e aqueles que recebem a doação é acentuada quando os primeiros moram em países democráticos ricos e os demais nos países pobres. “A redução dessa alteridade, portanto, aparece na vanguarda das pressões sobre a formação de uma faixa de comprometimentos a meia distância entre o ponto de intervenção e a emoção distante. Isso não é extrínseco à questão do sucesso ou falha da ação coletiva.” (Boltanski, 1999, p. 189). E ainda, a efetividade envolve um ponto de vista menos instrumental, pois a constituição de um grupo em torno de uma causa é a principal ação da demonstração, principalmente quanto este grupo é reconhecido pelas autoridades. Com isso, conclui que “Políticas da piedade e políticas da justiça são, assim, inseparavelmente baseadas na demanda por justiça social que buscavam reunir dois princípios republicanos de igualdade – o fundamento dos direitos do cidadão – e fraternidade – que se referem aos direitos humanos” (Boltanski, 1999, p. 189).

Boltanski (1999) questiona os críticos dos movimentos que creem ser necessário estabelecer uma separação entre o humanitário e o político e enfatiza que a lógica do seu modo de justificação pode ser o fato de que existe espaço para uma política do presente, orientada para o sofrimento presente e para as vítimas presentes, isto porque o presente tem o privilégio de ser real. Assim, pode se beneficiar os vivos, e essas políticas coexistem com formas políticas orientadas para o passado, que tentam resgatar a memória do sofrimento de vítimas do passado e com as formas políticas do futuro que tratam de vítimas do futuro.

Em seguida, para concluir, apresentamos algumas possíveis estratégias para elaboração e análise da produção publicitária vinculadas a situações que envolvam sofrimento a distância e sejam efetivas para instaurar uma política da piedade, ou ainda, para gerar indignação e incitar a denúncia. As peças publicitárias, na sua composição, devem primar por:

- a) apresentar dados gerais e objetivos sobre os desafortunados;
- b) abranger a pluralidade das situações dos desafortunados, que devem ser reunidos tanto por sua singularidade quanto pelo que há de comum entre eles;
- c) apresentar imagem de corpos em sofrimento;
- d) não envolver figuras comunitárias e sim figuras singularizadas, sem cair em subqualificações, ou seja, talvez se distanciando de estereótipos;
- e) deve ficar claro o sofrimento ou os riscos que o denunciante pode enfrentar;
- f) suscitar emoções e
- g) não colocar o foco em pessoas como responsáveis pela constituição de uma comunidade de apoiadores.

Essas estratégias ora elencadas serão aplicadas para análise das peças publicitárias da amostra, que constam no quarto capítulo.

6 A PUBLICIDADE E A DENÚNCIA DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA CONTRA A MULHER

Neste capítulo, objetivamos explicitar se as peças publicitárias que envolvem a violência doméstica contra a mulher têm potencial para suscitar a piedade em pessoas vistas como afortunadas, as não vítimas de violência doméstica. As desafortunadas, no caso, são as mulheres vítimas de violência doméstica. Apresentamos uma breve descrição de cada uma das peças e, em seguida, conduzimos a análise buscando verificar se atendem os quesitos que destacamos das teorias de Boltanski (1999).

6.1 Análise de “Quando uma mulher perde a voz, todas perdem” (2019)

A campanha de enfrentamento à violência contra mulher, de 2019, com o título “Quando uma mulher perde a voz, todas perdem”, foi veiculada na TV, rádio e internet, e assemelha-se a um videoclipe para a música “Amor que dói”, interpretada pelas cantoras Simone e Simaria. Tal peça foi lançada no Dia Internacional da Mulher e realizada por incentivo do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH). Segundo dados que constam no site, a central de denúncia “180” recebeu, em 2019, 46 mil e 510 denúncias de violações contra a mulher, número que representou um aumento em 10,93% em relação a 2018.

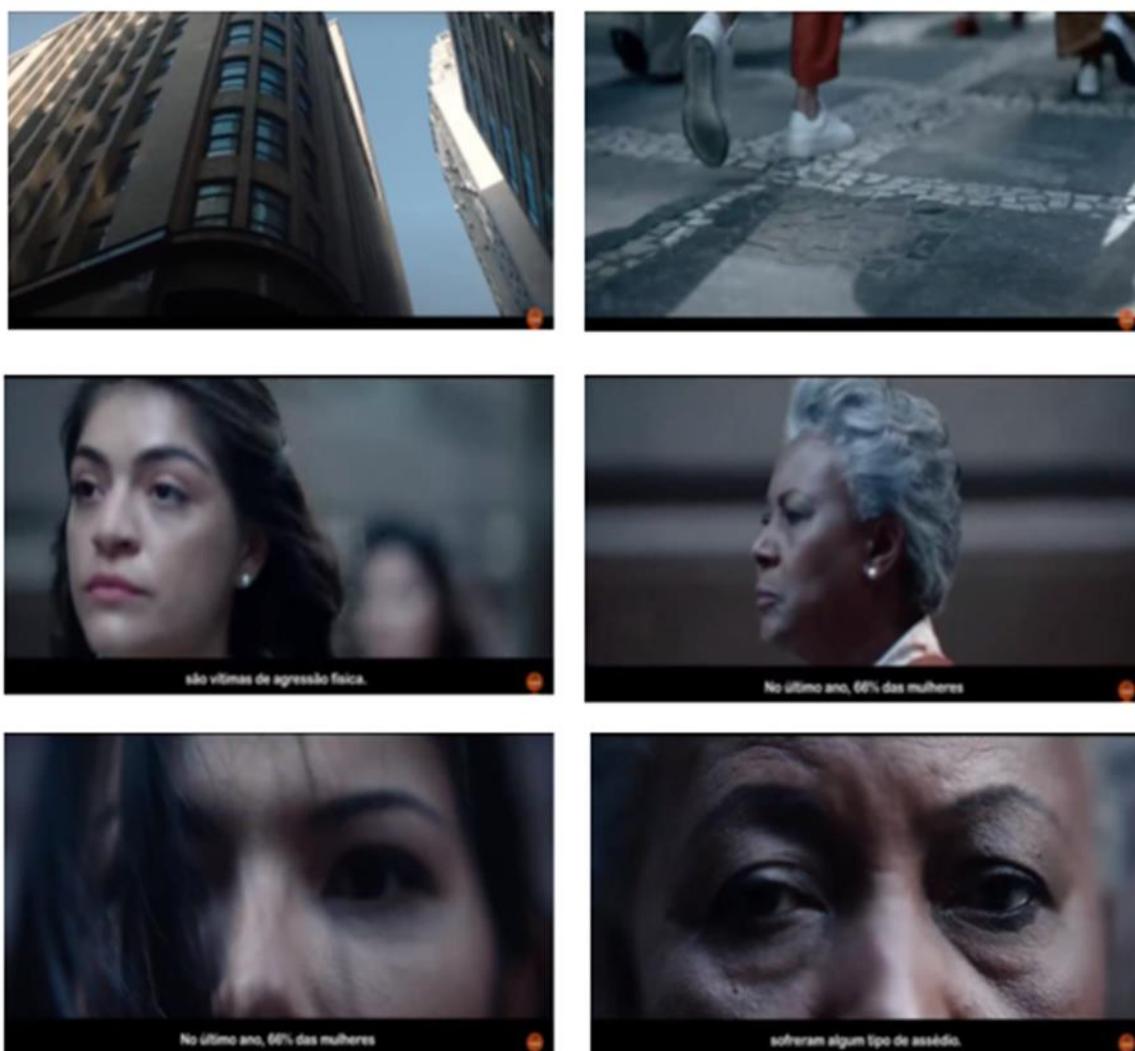
Seguindo a proposta de Aumont e Marie (2013) para análise fílmica, aqui adaptadas para peças audiovisuais, como mencionamos na Introdução, tomamos o vídeo de 3 minutos e 7 segundos de duração, em três subsequências, sem danos à sua sequência lógica. A primeira parte denominamos Contextualização, com 18 segundos de duração; a segunda parte, “Amor que dói”, com 2 minutos e 36 segundos, corresponde ao tempo de duração da música de mesmo título; e a terceira, com duração de 13 segundos, que denominamos Denúncia, retoma informações sobre como efetivar a denúncia e a exibição de logos das instituições responsáveis pela campanha.

As três partes serão analisadas com as estratégias derivadas das reflexões de Boltanski (1999), apresentadas no capítulo dois. Conforme as ideias de Boltanski (1999), uma produção publicitária, deve primar por: a) apresentar dados gerais e

objetivos sobre os desafortunados; b) abranger a pluralidade das situações dos desafortunados, que devem ser reunidos tanto por sua singularidade quanto pelo que há de comum entre eles; c) apresentar imagem de corpos em sofrimento; d) não envolver figuras comunitárias e sim figuras singularizadas, sem cair em subqualificações, ou seja, talvez se distanciando de estereótipos; e) deixar claro o sofrimento ou os riscos que o denunciante pode enfrentar; f) suscitar emoções e g) não colocar o foco em pessoas como responsáveis pela constituição de uma comunidade de apoiadores.

As cenas de Contextualização (Figura 3) se reportam ao cotidiano de uma grande cidade, com tomadas em planos médios que mostram mulheres pedestres.

Figura 3 – Contextualização



Fonte: Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019).

As cenas com mulheres em plano médio são intercaladas com as tomadas em primeiro plano, que nos aproximam de mulheres singulares, por meio de rostos com expressões de sofrimento. Enquanto o olhar do espectador se envolve com os rostos de mulheres, a tela exhibe dados sobre a violência contra a mulher, que a voz em *off* repete: “A cada hora, 536 mulheres são vítimas de agressão física. No último ano, 66% das mulheres sofreram algum tipo de assédio.”

A peça publicitária mostra aspectos gerais e objetivos relativos à violência contra a mulher, o que vai ao encontro de uma das estratégias de análise que mencionadas, as derivadas das reflexões sobre a política da piedade de Boltanski (1999): a apresentação de dados gerais e objetivos – estatísticos -, sobre os desafortunados. Os dados aqui se reportam às mulheres que sofrem com os diversos tipos de violência doméstica. E ainda, a pluralidade de situações dos desafortunados é contemplada pela diversidade de mulheres que compõe a peça, pelo que podemos constatar pelas cenas que compõem a Figura 3 e a Figura 4.

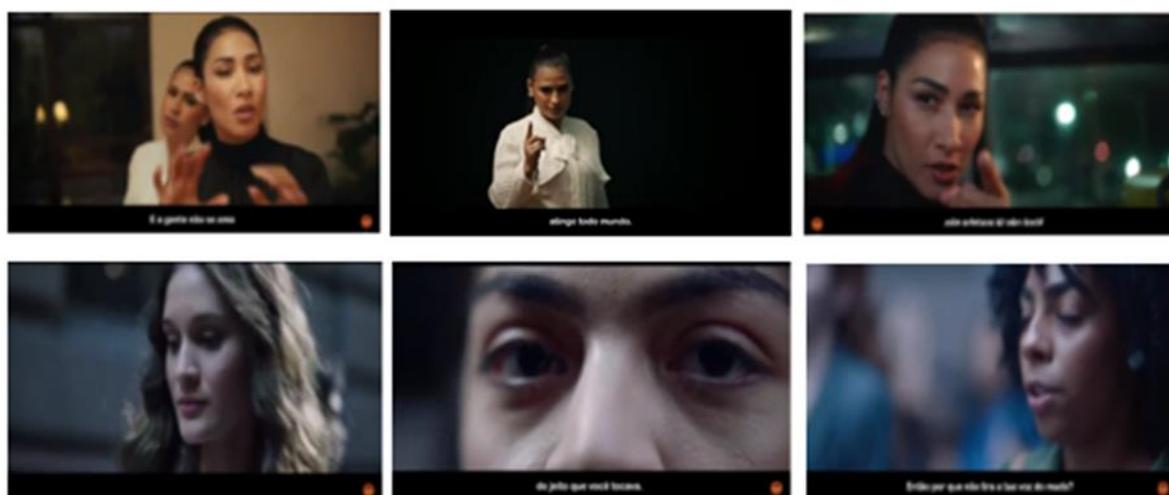
A peça em análise também pode suscitar emoções, uma vez que há vários aspectos da composição vinculados à linguagem audiovisual que contribuem para isto. O primeiro deles envolve o uso de primeiros planos com rostos de mulheres, planos que constroem intimidade com o espectador e permitem que o seu olhar adentre os olhos dessas desafortunadas. Para Eisenstein, nos dizeres de Deleuze (2009, p. 137), o primeiro plano ou plano em destaque “não era apenas um tipo de imagem entre outras, mas antes dava uma leitura afetiva de todo o filme”, o que faz desse plano um componente de todas as outras imagens e assim permite que a emoção suscitada perdure.

Outro aspecto que possibilita ao espectador a contemplação é o predomínio da cor azul nas cenas, que contribui para gerar emoções, pois os objetos nela envolvidos diluem seus contornos, se desmancham, ou seja, aumentam o poder de sugestão em detrimento da constatação. Conforme explicam Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 107), o azul “é a mais profunda das cores: nele o olhar mergulha sem encontrar qualquer obstáculo, perdendo-se até o infinito, como diante de uma perpétua fuga de cor”. E ainda, quando “aplicada a um objeto, a cor azul suaviza as formas, abrindo-as e desfazendo-as”. [...] “É o caminho do infinito, onde o real se transforma em imaginário” (Chevalier; Gheerbrant, 2008, p. 107).

A presença de sombras e cores esmaecidas e imagens desfocadas constroem uma ambiência sombria e permeada de tristeza. Apresentada essa ambiência,

a canção “Amor que dói”, flui sem rupturas, já que se trata de uma canção de sofrência. Para trazer as especificidades desse estilo musical, recorremos a Brasiense e Seixas (2020), que esclarecem que o amor sempre esteve presente nas canções populares brasileiras e, de modo particular, o amor triste, aquele que se esvai ou que não se concretiza. Encontramos o mote de sofrimento de amor em basicamente todos os gêneros da música popular brasileira, como nas canções de axé, samba, bossa-nova, forró e rock, e agora, o sertanejo atual abraçou a sofrência, termo que faz a junção entre sofrimento e carência. Vejamos outros aspectos que permeiam a próxima parte Amor que dói.

Figura 4 – Amor que dói



Fonte: Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019).

Há cenas (Figura 4) com as cantoras – em geral, em plano médio ou em primeiro plano – que mostram os seus gestos firmes e enfáticos – principalmente usando as mãos - em consonância com as máximas que compõem a letra da música “Amor que dói”, como: “Eu não calo a minha voz/Vou gritar por todas nós/Eu não calo a minha voz/Não” (Letras, 2023). Na mesma letra, há um jogo entre o particular e o geral, que faz com que o espectador ou o intérprete se reporte a uma mulher em particular e a todas as desafortunadas, como em: “Eu não calo a minha voz/Se for preciso vou gritar por todas nós/Eu vou deixar meu coração falar/Saber que eu me amo e não vou me calar/Se atinge uma/Atinge todo mundo/Machuca uma/Machuca todo mundo/Você não tá sozinha não” (Letras, 2023).

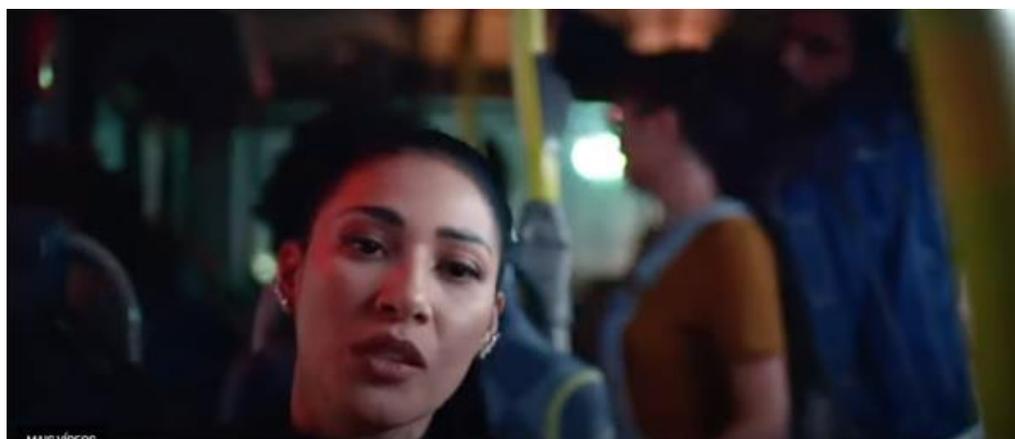
Assim, faz-se referência a todas as mulheres desafortunadas que sofrem violência, sem deixar de apresentar mulheres singulares e diferentes, em primeiro plano, exibindo rostos em sofrimento, que se alternam com cenas das cantoras. Neste aspecto, duas entre as estratégias mencionadas são contempladas, como a de envolver figuras singularizadas com as de mulheres, de modo geral. Outra estratégia, a de apresentar corpos em sofrimento também é abordada, mas de modo sutil, por meio de rostos das desafortunadas e de situações que envolvem a violência – com a presença da figura masculina -, simplesmente sugerindo a violência ou mostrando possíveis opressores (Figura 5, Figura 6 e Figura 7), que também compõem as cenas dessa segunda sequência, denominada Amor que dói.

Figura 5 – O homem em cena 1



Fonte: Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019).

Figura 6 – O homem em cena 2



Fonte: Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019).

Figura 7 – O homem em cena 3



Fonte: Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019).

As cenas mostram possíveis opressores e sugerem momentos em que mulheres sofrem assédio, como na cena em que aparece um casal discutindo, o que se pode inferir pelos gestos do homem e da mulher (Figura 5); nas que mostram lugares em que mulheres são vítimas de assédio, como o transporte público (Figura 6) e a rua (Figura 7). Lembramos que o assédio pode ser configurado como condutas abusivas que envolvem gestos, atos, palavras faladas ou escritas que podem trazer danos à personalidade, à dignidade ou à integridade física ou psíquica de uma pessoa. A peça em foco vai ao encontro de outra estratégia que contribui para que a presença da piedade se estabeleça nos corpos em sofrimento, mas de modo sutil, sem embates ou choques.

As cantoras, Simone e Simaria, se mostram como desafortunadas, ou como vítimas que não mais se calam diante da violência contra a mulher, bem como se mostram acolhedoras para com as demais desafortunadas, e incitam à ação – de não se calar -, logo, uma entre as estratégias mencionadas, a de não colocar o foco em pessoas como responsáveis pela constituição de uma comunidade de pessoas que apoiam as desafortunadas, não é cumprida. E ainda, nesta sequência, as emoções são suscitadas pela própria música e pela composição das cenas, que não exibem violência propriamente dita, não provocam choques com corpos em sofrimento e mantêm o mesmo jogo de cores nas cenas, tal como as exibidas na primeira sequência.

Outro jogo de cores, branco/preto, é posto com as roupas das cantoras (Figura 8).

Figura 8 – Preto e branco



Fonte: Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019).

Ambas colocam o pescoço em destaque, quer seja pela gola a ele atada, ou pela camisa com laço, que é atado no transcórre da canção. Lembramos que, segundo Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 715), o pescoço é “lugar de eleição do corpo humano, que seja ele sinal de vida, da alma, ou da beleza”; enquanto o laço, pode simbolizar, conforme Chevalier e Gheerbrant (2008), a obrigação não mais imposta pelo poder, mas desejada pelas partes diferentes que se sentem ligadas entre si”. No caso, quando a cantora aparece fazendo o laço, podemos inferir que ela se declara livre, o que compartilha com todas as mulheres, e capaz de não se calar diante da violência sofrida.

Esse jogo reverbera as dicotomias paz/violência, vida/morte, isto pelos simbolismos vinculados a essas cores, jogo que terá a vida como vitoriosa se a mulher não se calar, o que se conclui pela máxima apresentada com a frase final da música “Não se cale” (Figura 9). Lembramos que, conforme Farina *et al.* (2011), a cor branca pode ser associada, afetivamente, à paz, pureza, inocência, harmonia e, a cor preta, à morte, tristeza e melancolia. O mesmo jogo tem continuidade com a próxima cena (Figura 7), em que as palavras com letras em branco – Não se cale – se destacam

na tela na cor preta. E ainda, conforme Pastoureau (2011), no processo de construção social da cor preta, embora o *design* incorpore o preto sóbrio, elegante, alegre, luminoso, funcional, por muitos séculos e também no contexto atual, a cor preta ainda é associada à morte.

Figura 9 – “Não se cale”



Fonte: Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019).

Por fim, em relação à terceira parte, que denominamos Denúncia, a cena (Figura 10), em que a porta que se abre está com o número 180, na segunda sequência, incitam à ação de não se calar, pois uma mulher desafortunada é apresentada como aquela que pode se apiedar da sua situação e a de todas as outras mulheres e agir para reverter tal situação. Essa possibilidade é reforçada pela especificidade dessa canção de sofrência. Para Brasiliense e Seixas (2020), cantar a sofrência é colocar em movimento uma experiência alteritária, em que a pessoa transforma a dor em sofrimento e compartilha essa experiência em busca de acolhimento do outro, bem como exibe a superação do sofrimento, mostra a vitória da pessoa resiliente que não se deixa abater diante dos fracassos da vida. Como em uma catarse pública, segundo Brasiliense e Seixas (2020, p. 33), “o indivíduo ‘sofrente’ canta em busca de libertar-se do sofrimento tendo o outro como alguém que compreende e compartilha do mesmo sentimento, mas também como uma testemunha do seu triunfo, fazendo desse processo um meio de encontrar felicidade”. Nesse sentido, essa ambiência construída pela música incita as desafortunadas a assim proceder, superar a dor e

o sofrimento ao não se calar.

Figura 10 – 180 para não se calar



Fonte: Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019).

A máxima “Denuncie” é aqui substituída por “Não se cale”. E, de forma não tão contundente, em silêncio, no final, a cena exhibe a palavra “Denuncie” e o pedido “Ligue 180” (Figura 11).

Figura 11 – Denuncie



Fonte: Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019).

A utilização do modo verbal imperativo pela publicidade, implica, como explica Sandman (1993), na intenção do produtor de orientar a audiência a realizar ações específicas, como adquirir um produto, participar de uma promoção ou considerar uma determinada perspectiva e, no caso, denunciar. A imperatividade do verbo não

apenas indica uma solicitação, mas também imprime um caráter incisivo e assertivo à mensagem, visando captar a atenção do público-alvo de maneira impactante. Sandman (1993) esclarece ainda que o modo imperativo molda a interpretação e influencia as decisões de um interlocutor, indo além da transmissão da mensagem e engajando o público de forma participativa e envolvente.

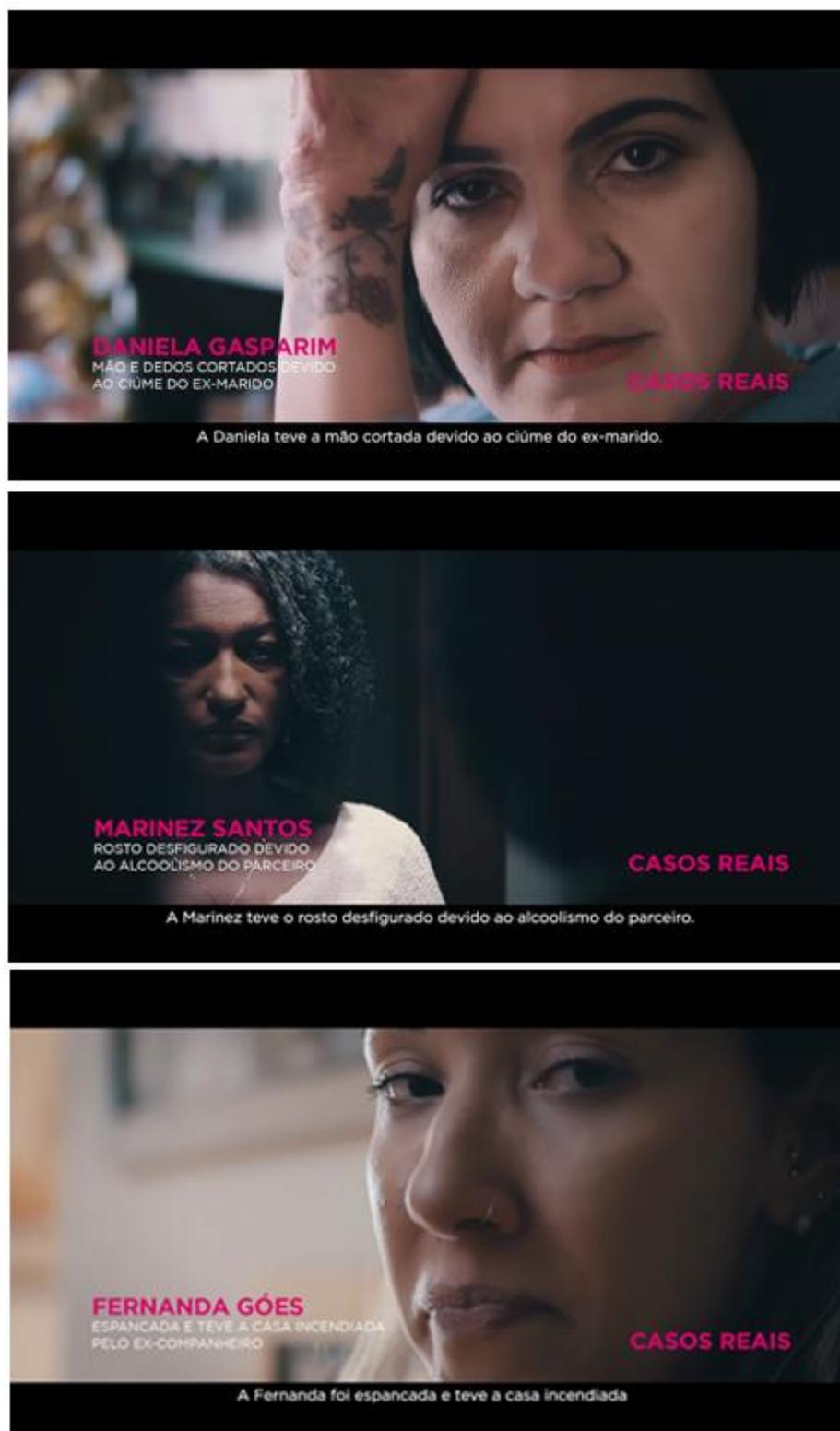
Enfim, podemos considerar, ao rever a análise aqui realizada que a maior parte das estratégias apontadas por Boltanski (1999) permeiam a peça Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019), o que nos leva a inferir que ela pode suscitar o comprometimento das mulheres em geral, no sentido de assumir o papel de denunciante. Assim, as desafortunadas podem – elas próprias – levar adiante uma ação para transformar uma situação estabelecida.

6.2 Análise de um vídeo da Campanha do Governo de São Paulo de combate ao feminicídio

A Campanha do Governo de São Paulo de combate ao feminicídio divulga a ampliação de delegacias especializadas no atendimento da mulher vítima de violência doméstica e do aplicativo SOS Mulher. Esta campanha foi desenvolvida pela Lew'Lara\TBWA, em junho 2019, com coordenação da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo e, em certa medida, destaca as ações do Poder Público no combate ao feminicídio e à violência doméstica, principalmente com o lançamento do aplicativo SOS Mulher. O material foi veiculado durante 15 dias em TVs e portais, com versões para rádios, revistas e para o Metrô paulista. O site da campanha reúne informações sobre a iniciativa e os endereços das Delegacias de Defesa da Mulher 24 horas no Estado.

O vídeo que será analisado, lançado em umas das três etapas da campanha, tem trinta segundos de duração. A primeira parte, que denominamos Vítimas de violência doméstica, tem treze segundos de duração, com cenas acopladas na Figura 12, que mostra três mulheres – identificadas – vítimas de violência. A segunda parte, que chamamos de Outras vítimas, com cenas que compõem a Figura 13, com duração de um segundo, apresentam mulheres diferentes e vítimas de violência. Por fim, na terceira parte (Figura 14), com o título A divulgação governamental, reúne cenas que apresentam autoridades, o aplicativo, o Disque Denúncia 180, a máxima da campanha que toma a tela preta – Feminicídio. Repudie. Denuncie. – e, por fim, “São Paulo. Governo de São Paulo. Estado de respeito.”, com 16 segundos de duração.

Figura 12 – Vítimas de violência



Fonte: Campanha do Governo de São Paulo de combate ao feminicídio (2019).

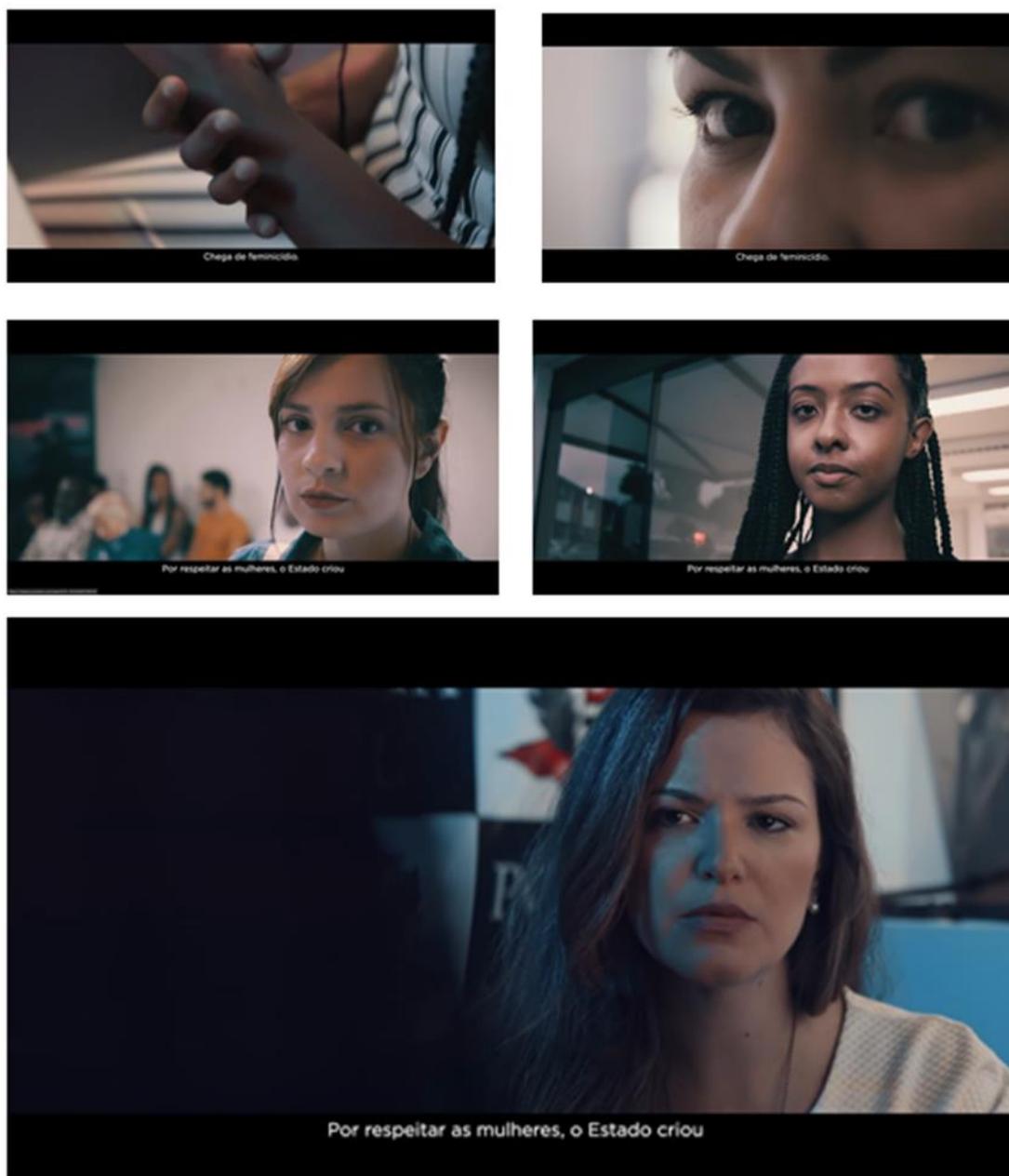
A primeira parte exhibe os rostos de três mulheres vítimas de violência doméstica. Enquanto os rostos dessas mulheres, em primeiríssimo plano, tomam a tela, uma a uma, tanto a voz *in off* quanto por meio de texto, em letras brancas, na tela, o intérprete é informado sobre quem é a vítima e que tipo de violência ela sofreu. Na parte direita e inferior da tela, em letras cor-de-rosa, vem o termo “CASOS REAIS”. Nesse caso, de um lado, podemos dizer que esses detalhes chamam a atenção do intérprete, forçam a constatação, o que nos leva a conjeturar que a peça investe na ideia de que o intérprete deve crer que a violência doméstica contra a mulher é real. De outro, pelos primeiríssimos planos, em que rostos e mãos se rostificam, e assim aproximam o intérprete do personagem, gerando intimidade e suscitando, possivelmente, emoções.

Deleuze (2018), ao tratar da linguagem cinematográfica e sua relação com o pensamento, vincula o rosto ao primeiro plano. E ainda, se atentarmos para as operações do rosto imbricadas no primeiro plano, na perspectiva de Deleuze (2018), mesmo que a coisa rostificada, no caso, o rosto, pertença a uma única personagem, ela propicia uma experiência estética em que as faces aparecem em ordem múltipla. Ou seja, nesse caso, cada rosto, nos reporta a muitas vítimas ou a muitas situações de sofrimento. Para Deleuze e Guatarri (1996), o rosto não é puramente individual, ou seja, ele pode ser compreendido na superação de uma certa associação com um indivíduo simplesmente isolado, mas sim supera o limite de expressão da singularidade de alguém e atravessa cadeias instáveis de sua própria constituição.

Sendo assim, em relação aos quesitos extraídos de Boltanski (1999) e já aplicados na análise das outras peças, consideramos que as cenas que compõem esta primeira parte suscitam emoções. No entanto, não apresentam dados gerais sobre a violência contra a mulher, mas exibem mulheres singulares, o que se amplia, na segunda parte, a mais breve, mas que apresenta, ainda em primeiríssimos planos, rostos e mão de mulheres (Figura 13).

As mãos que se apoiam e os olhares tristes, desconfiados, das mulheres diferentes quanto à idade e à cor da pele, principalmente, podem garantir a continuidade do envolvimento do intérprete para com o sofrimento das mulheres, o que pode gerar piedade e talvez incitar à denúncia.

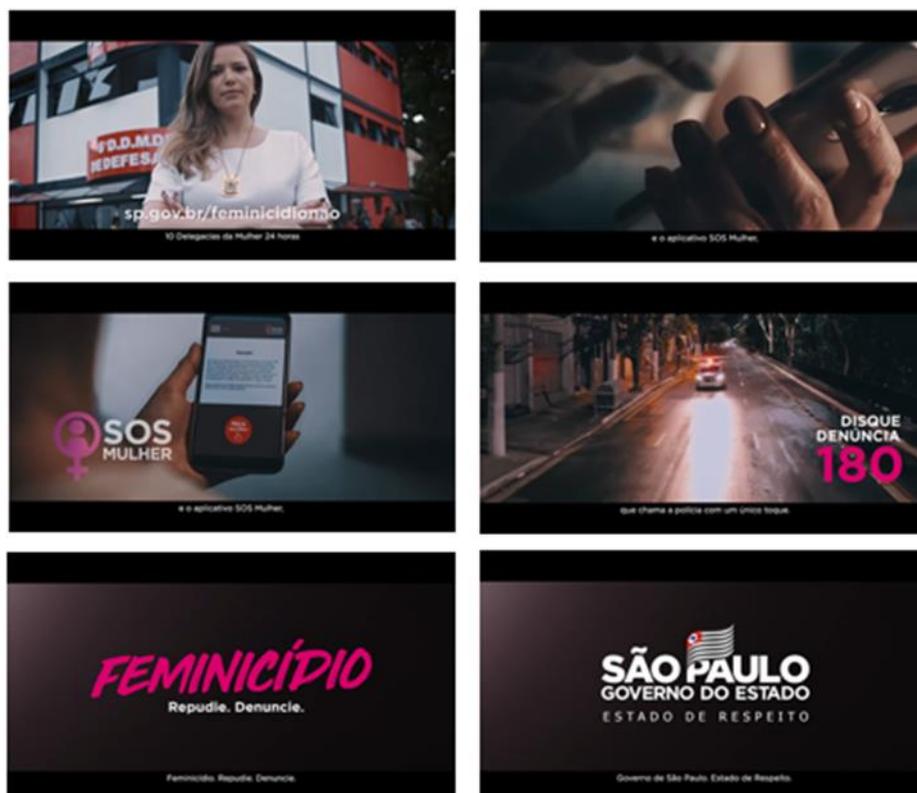
Figura 13 – Outras vítimas



Fonte: Campanha do Governo de São Paulo de combate ao feminicídio (2019).

Para contribuir que a denúncia se efetive, na terceira parte (Figura 14), entre as ações empreendidas pelo governo do referido estado, a máxima “Feminicídio. Repudie. Denuncie” toma conta da tela preta. A tela preta, que com seus simbolismos anuncia a morte, como já explicitamos nas outras análises realizadas, mostra como isto se dará. Ela virá com o FEMINICÍDIO, que compõe a cena, com uma tipografia estridente, desorganizada, como algo que vai contra a ordem e a paz, e em cor-de-rosa, o que torna a mulher presente.

Figura 14 – A divulgação da ação governamental



Fonte: Campanha do Governo de São Paulo de combate ao feminicídio (2019).

Conforme Heller (2017), o cor-de-rosa possui, em linhas gerais, um aspecto doce, delicado, de temperatura agradável, pois oriundo da mistura do vermelho com branco, com características opostas. Assim, é “a força contra a fraqueza, a atividade contra a passividade, o fogo contra o gelo. O rosa é o meio-termo ideal entre os extremos: um poder brando, uma energia não frenética” (Heller, 2017, p. 215). Há ainda o símbolo do feminino, em uma das cenas, também em cor-de-rosa, junto ao nome do aplicativo - SOS Mulher -, assim como o número do telefone Disque Denúncia – 180 -, na cena seguinte, ambas exibidas na Figura 14.

A ação de repudiar aqui consiste num chamamento que nem sempre contribui para gerar a piedade, uma vez que ela implica em rejeitar, manifestar recusa, certamente, ação contrária ao ato de acolher, aceitar. Ao invés de proferir repudia à violência – não que ela não seja necessária -, mas no contexto da publicidade, para gerar piedade, e no sentido proposto por Boltanski, talvez esta palavra não seja a mais adequada.

6.3 Denuncie a violência doméstica. Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil (2020)

Vamos analisar, inicialmente, a campanha produzida pelo governo federal, por meio do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, intitulada “Denuncie a violência doméstica. Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil”, e lançada em maio de 2020. Conforme Verdélio (2020), o governo federal lançou a Campanha de Conscientização e Enfrentamento à Violência Doméstica, e nessa ocasião, a então Ministra desse Ministério, Damare Alves, enfatizou que esse tipo de violência cresceu no período da pandemia da Covid-19, devido às medidas de isolamento social adotadas. A campanha aborda a violência contra mulheres, idosos, pessoas com deficiência, crianças e adolescentes.

Seguindo a proposta de análise, adaptada de Aumont e Marie (2013) para análise fílmica, apresentamos, inicialmente, a descrição da peça publicitária. Um adolescente conversa com o vizinho por meio de uma chamada de vídeo, e enquanto fala, segura cartazes que trazem mensagens que contradizem sua fala (Figura 15).

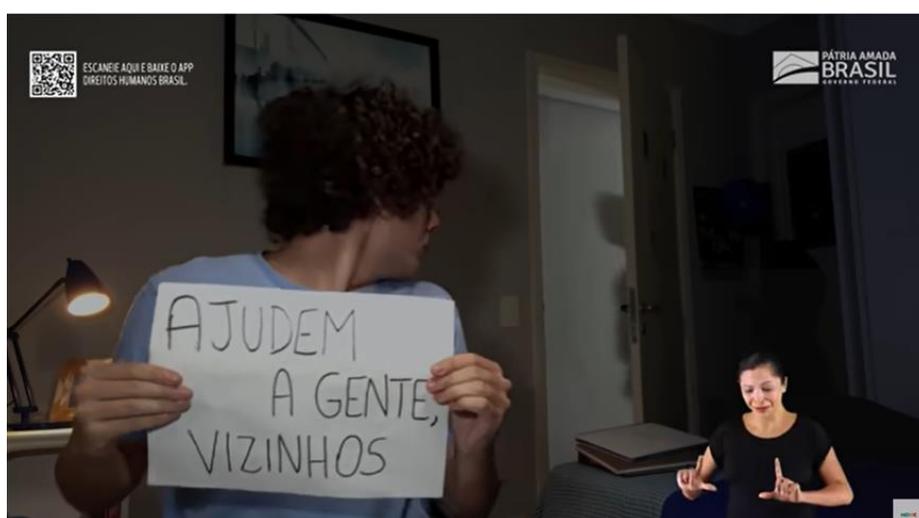
Figura 15 – Denúncia de violência doméstica



Fonte: Denuncie a violência doméstica... (2020).

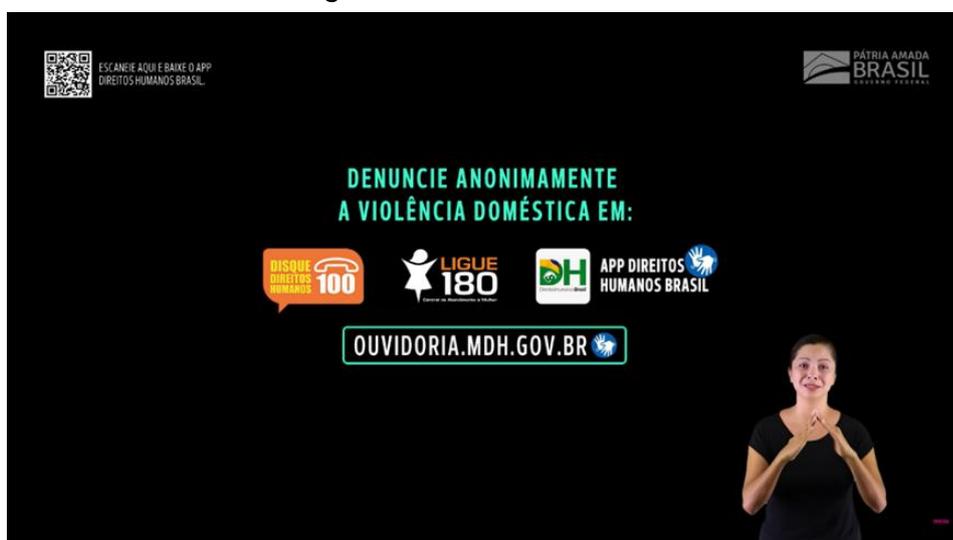
Essa situação permanece até praticamente o final, quando é possível ouvir passos e ver uma sombra próxima à porta, que lembra a figura de um homem, quando então o adolescente se volta para ela (Figura 16). O vídeo termina nesse momento com a seguinte mensagem do Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos: “Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil. Denuncie anonimamente a violência doméstica em: 100 – Disque Direitos Humanos; 180 – Central de Atendimento à Mulher; APP – Direitos Humanos Brasil; ouvidoria.mdh.gov.br” (Figura 17).

Figura 16 – O agressor à vista



Fonte: Denuncie a violência doméstica... (2020).

Figura 17 – Denuncie



Fonte: Denuncie a violência doméstica... (2020).

As cenas exibem o interior de uma residência. Os objetos visíveis – uma luminária sobre uma bancada, parte de uma cama – mostram possivelmente o quarto do adolescente, vítima e denunciante. O adolescente conversa com possíveis vizinhos e também manda um recado por escrito, exibido em folhas de papel que fazem o papel de um cartaz. Em conversa amigável com vizinhos, diz: “Oi, vizinhos. Como vocês estão na quarentena? A gente quer que isso tudo termine logo, para poder sair e ficar perto de vocês.” Outra, escrita à mão, com letras maiúsculas, postas em folhas brancas, é a denúncia propriamente dita, bem como um pedido de ajuda, que é um convite para que os vizinhos denunciem. “NÃO POSSO FALAR ALTO. ESTAMOS SENDO MACHUCADOS. AJUDEM A GENTE, VIZINHOS.”

As três cenas recortadas não rompem a sequência lógica da peça publicitária como um todo, seguindo assim as estratégias dadas por Aumont e Marie (2013). Vamos tomá-las como guias para as análises, que aplicam as estratégias derivadas das reflexões de Boltanski (1999), como as mencionadas na análise da peça publicitária anterior.

Todas as tomadas da peça, em plano médio, tais como as Figuras 15 e 16, se dão no mesmo recinto, com o protagonista praticamente imóvel. O movimento é percebido com a troca das folhas – com o texto da denúncia-, e com o movimento de cabeça do menino, que gira quando percebe uma sombra transitando próxima à porta entreaberta do recinto. A ausência de movimento – neste contexto diante do espectador - gera sensações vinculadas à inércia, e contribui para que o espectador permaneça imóvel diante da cena, aguardando o próximo “cartaz”, na expectativa, de que ninguém possa ouvir. A expectativa do denunciante e do espectador passam a ser as mesmas, o que é reforçado pela proximidade entre o protagonista e o espectador posta pelo plano médio. A sombra, que se insinua, próxima à porta entreaberta, gera temor, apreensão. As cores cinza e azul provocam sensações vinculadas ao temor e à leveza. Assim, os aspectos qualitativos geram efeitos vinculados à estaticidade, temor e apreensão, mas em meio à leveza. A peça pode suscitar emoções vinculadas a esses aspectos qualitativos, o que vai ao encontro de uma das estratégias de análise, a de provocar emoções, uma entre as derivadas das ideias de Boltanski (1999).

Lembramos que a cor cinza, conforme mencionam Chevalier e Gheerbrant (2008), composta de preto e branco, na simbologia cristã, designa a ressurreição dos mortos, e tal cor, enquanto cor da bruma, causa impressão de tristeza, melancolia,

enfado. A cor azul, por sua vez, está associada à tranquilidade, e é a mais imaterial das cores, sendo que nela “o olhar mergulha sem encontrar qualquer obstáculo, perdendo-se até o infinito” (Chevalier; Gheerbrant, 2008, p. 107). Sendo assim, tais cores, por seus simbolismos, contribuem para instaurar uma atmosfera de contemplação que se mescla à melancolia, à tristeza. A sombra, que pode ser vista pela porta entreaberta, conforme Chevalier e Gheerbrant (2008), é a imagem das coisas fugidias, irrealis e mutantes. Neste sentido, a sombra do opressor, integrante da família, possivelmente, uma figura masculina, mescla afeto e agressão às relações familiares, instaurando uma ambiência permeada por ambiguidades. Ambiguidade presente também na ação do protagonista, que conversa amigavelmente com os vizinhos e ao mesmo tempo denuncia e clama pela continuidade da denúncia, com a possível ajuda dos vizinhos. A sombra, por ser algo que se opõe à luz, conforme explicam Chevalier e Gheerbrant (2008), pode provocar temor, medo. Assim, novamente há ambiguidade, pois a ambiência pode gerar tranquilidade e temor.

Deste modo, a peça publicitária pode suscitar emoções, uma das estratégias mencionadas. Outra estratégia, a de apresentar corpos em sofrimento, também é contemplada pela peça, tanto pelas expressões corporais do adolescente, que apresenta com um corpo tenso – estático - e gestos bruscos (move a cabeça repentinamente), e pela sombra que se apresenta adentrando o recinto, que lembra uma figura masculina, a do opressor, possivelmente. A peça também não envolve figuras comunitárias, mas sim uma figura singularizada que representa as pessoas de uma família, afirma que está no lugar da família, ao mostrar a página com a frase: “ESTAMOS SENDO MACHUCADOS”, que se impõe até pela tipografia. Embora não contemple diversos tipos de família, ou seja, o espectador pode se reportar a um tipo específico de família, mesmo assim uma grande quantidade de pessoas pode se sentir representada.

A peça publicitária também não apresenta dados gerais sobre os desafortunados, não abrange a pluralidade das situações desses desafortunados e não mostra os riscos que os denunciantes poderão enfrentar. Ao tratar da denúncia, a peça rompe com o movimento, o ritmo das imagens e pode causar estranhamento, devido ao modo como o pedido de denúncia é realizado no final (Figura 17). O plano de fundo na cor preta, devido aos seus simbolismos, que reforça uma ambiência de passividade e morte, conforme indicam Chevalier e Gheerbrant (2008), ao invés de

sinalizar para alguma ação que pudesse ser realizada pelos possíveis outros denunciadores (os vizinhos) e que amenizasse o sofrimento.

A peça publicitária envolve violência doméstica que não se manifesta explicitamente, mas é relatada por uma vítima, e ainda, os elementos audiovisuais amenizam a ambiência de embates, pois o sofrimento se manifesta por expressões corporais, pelo ambiente estático e triste e por uma sombra, que gera temor. O importante aqui também é que a figura do opressor não é nítida, o que leva o espectador a concentrar a sua raiva e possível indignação na situação dos desafortunados e não na figura do agressor.

Os embates podem contribuir para levar o espectador, ou o possível denunciante, a se afastar, a refutar qualquer tipo de envolvimento. A política da piedade implica em gerar ações decorrentes da indignação diante de desafortunados que estão distantes, ou seja, quando o sofrimento é visto a distância. Logo, para que o problema denunciado pelo adolescente seja acolhido, a composição da peça deveria, de modo geral, apresentar aspectos gerais dos desafortunados, o que não o fez; no entanto, não coloca embates em movimento e não há excesso de singularização e de imagens que exponham o sofrimento, mas apenas o sugerem. Nesse caso, a peça não alcança todas os quesitos colhidos nas teorias de Boltanski (1999), o que nos leva a concluir que ela pode talvez não suscitar a piedade na proporção adequada para levar o espectador a denunciar.

6.4 Análise da campanha Sinal vermelho contra a violência doméstica (2020)

A campanha denominada Sinal vermelho contra a violência doméstica (2020), foi realizada pela Secretaria Nacional de Políticas para as Mulheres (SNPM), o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH), o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e a Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB). A ação foi voltada para as redes de farmácias de todo o país e teve como objetivo combater a violência doméstica e familiar contra a mulher por meio da denúncia.

Como consta no site do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), a campanha foi realizada no período da pandemia da COVID-19, que foi assim caracterizada pela Organização Mundial da Saúde, em 11 de março de 2020. A campanha visava reduzir os casos de violência contra a mulher neste período, pois os números de denúncias de violência doméstica aumentaram significativamente neste período do isolamento social: os índices de feminicídio cresceram 22,2% em 2020 em comparação

com os meses de março e abril de 2019. Para impedir essa evolução, o Conselho Nacional de Justiça se uniu à Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB) e lançaram, em junho de 2020, a campanha Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica.

A criação da campanha foi o primeiro resultado prático do grupo de trabalho criado pelo CNJ para elaborar estudos e ações emergenciais voltados a ajudar as vítimas de violência doméstica durante a fase do isolamento social. O grupo foi criado pela Portaria n. 70/2020, após a confirmação do aumento dos casos registrados contra a mulher durante a quarentena, determinada em todo o mundo como forma de evitar a transmissão do novo coronavírus. A campanha buscou incitar a denúncia, por parte da mulher, a vítima, usando um sinal em forma de “X”, desenhado na palma da mão. As vítimas puderam contar com o apoio de cerca de 15 mil farmácias, prefeituras, órgãos do Judiciário e agências do Banco do Brasil em todo o país. Nesses locais, atendentes, ao verem o sinal, imediatamente acionavam as autoridades policiais.

Constavam também no mesmo site os procedimentos necessários para que a ação se efetivasse. O sinal “X”, marcado na mão da mulher ou num pedaço de papel, na cor vermelha, permite ao atendente da farmácia, ou de um banco, reconhecer que aquela mulher foi vítima de violência doméstica. A partir disso, o atendente pode acionar a Polícia Militar. Os atendentes, por sua vez, recebem uma cartilha e tutorial visual com orientações de como proceder diante deste tipo de pedido de ajuda, bem como deixa claro que não será chamado à delegacia para servir de testemunha.

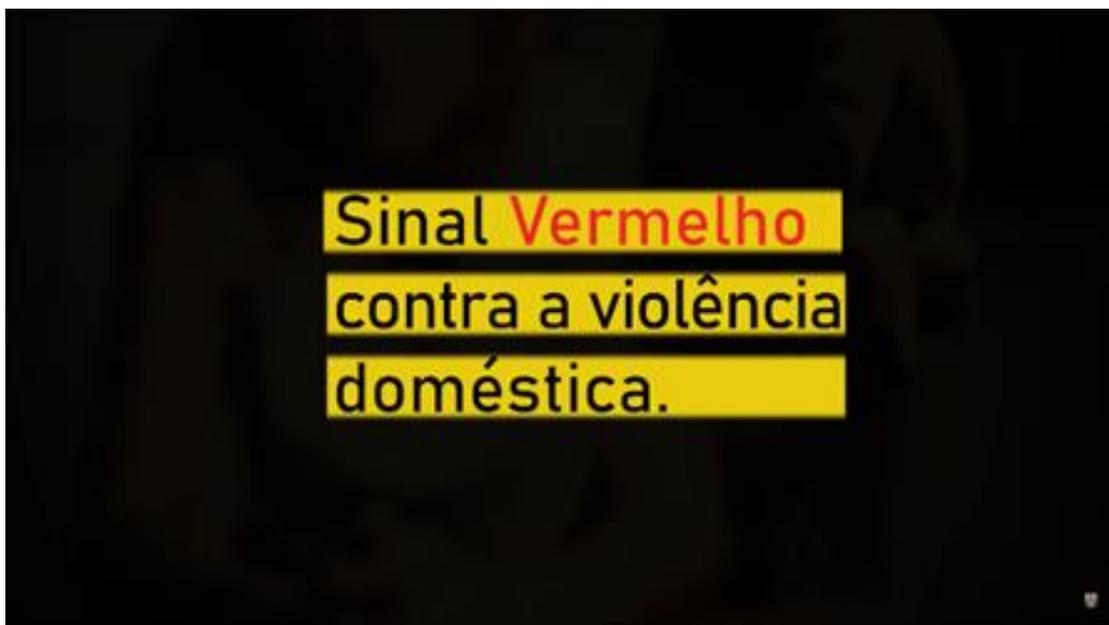
Assim que a mulher mostrar o “X”, o atendente, de forma reservada, usando os meios à sua disposição, deve registrar o nome, o telefone e o endereço da suposta vítima, e ligar para o 190 para acionar a Polícia Militar. Em seguida, se possível, pode conduzir a vítima a um espaço reservado, para aguardar a chegada da polícia. Se a vítima disser que não quer a polícia naquele momento, o atendente deve acatar a decisão. Assim que o agressor e a vítima deixarem o estabelecimento, o atendente pode transmitir as informações pelo telefone 190. Recomenda-se sigilo e discrição tanto para a segurança de todos os envolvidos como para o sucesso da operação.

A peça será apresentada em três partes: a primeira, denominada Preliminares, mostra os personagens, um casal, entrando em uma farmácia (Figura 19); a segunda, exibe cenas da mulher que retira o batom vermelho da bolsa e faz uma

marca em “X” na palma de uma das mãos e, num momento de distração, do companhia, a mulher exhibe as mãos para a atendente do caixa da farmácia (Figura 20) e, por fim, na terceira parte, que chamamos de Efetivação da denúncia, vem a mobilização para prestar ajuda à mulher, a atendente que disca faz a chamada, a mobilização na delegacia e a chegada dos policiais ao local (Figura 21). Acrescentamos para análise, a cena inicial (Figura 18) – com o título da campanha – e, por fim, ao final, que retoma o título (Figura 22).

A peça inicia com três barras amarelas invadindo a tela e sobre elas o título: Sinal Vermelho (na primeira), contra a violência (na segunda) e doméstica (na terceira) (Figura 18).

Figura 18 – Sinal Vermelho contra a violência doméstica



Fonte: Sinal vermelho contra a violência doméstica (2020).

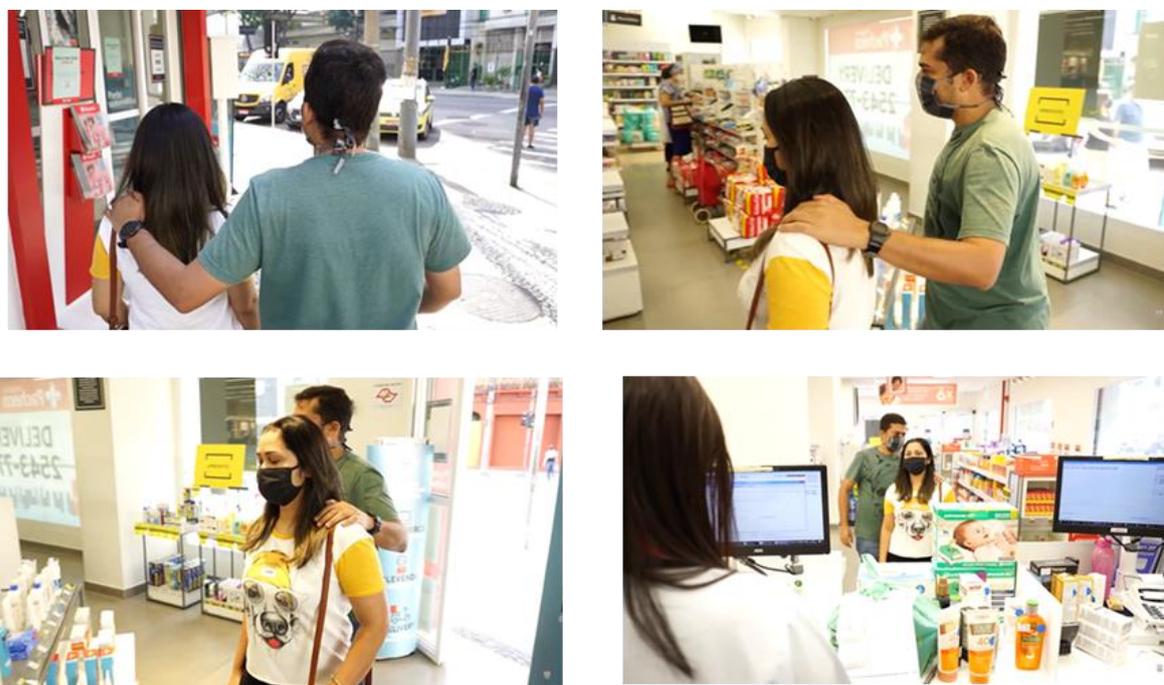
A cena inicial constrói um jogo de cores, que chama atenção, pois perigo, sangue e morte se fazem presentes como os simbolismos das cores amarela, vermelha e preta. A cor amarela, segundo Chevalier e Gheerbrant (2008), é intensa, violenta, aguda até alcançar a estridência; a cor vermelha, para Farina *et al.* (2011), é materialmente associada ao sangue, e também, afetivamente, à violência, à ira. Comparando com as convenções para os sinais de trânsito, o vermelho – presente na cor da palavra vermelho - indica que não é possível avançar. E ainda, conforme Farina *et al.* (2011), O vermelho acentua a forma e é uma cor que se impõe pelo

impacto visual e emocional; portanto, é fácil de ser recordada. Para Harvey (2003), a cor preta adquiriu muitos significados, mas prevalecem os associados à escuridão, à noite e à morte. Há espaço ainda para o preto enquanto praga, sofrimento, infortúnio, doença, feitiçaria, poluição e pecado, bem como para os significados vinculados à germinação, desejo noturno, amor fecundo e sensual.

Após anunciada a máxima – Sinal Vermelho contra a violência doméstica - a peça mostra como isso é possível. Assim, na primeira parte, com cenas de um homem e uma mulher adentrando uma farmácia, com sons regulares e fortes, sem palavras, e com tomadas em meio primeiro plano, a peça sugere que a mulher pode ter sido vítima de violência doméstica (Figura 19).

Segue a segunda parte, na qual a mulher faz a marca na palma da mão e mostra para a atendente (Figura 20). Aqui, predominam as cenas em planos detalhes, depois em primeiro plano e em meio primeiro plano. Os planos detalhes permitem que o intérprete observe atentamente como proceder e aproxima-o da situação de sofrimento da mulher, com detalhes dos momentos em que a vítima faz a denúncia.

Figura 19 – Preliminares



Fonte: Sinal vermelho contra a violência doméstica (2020).

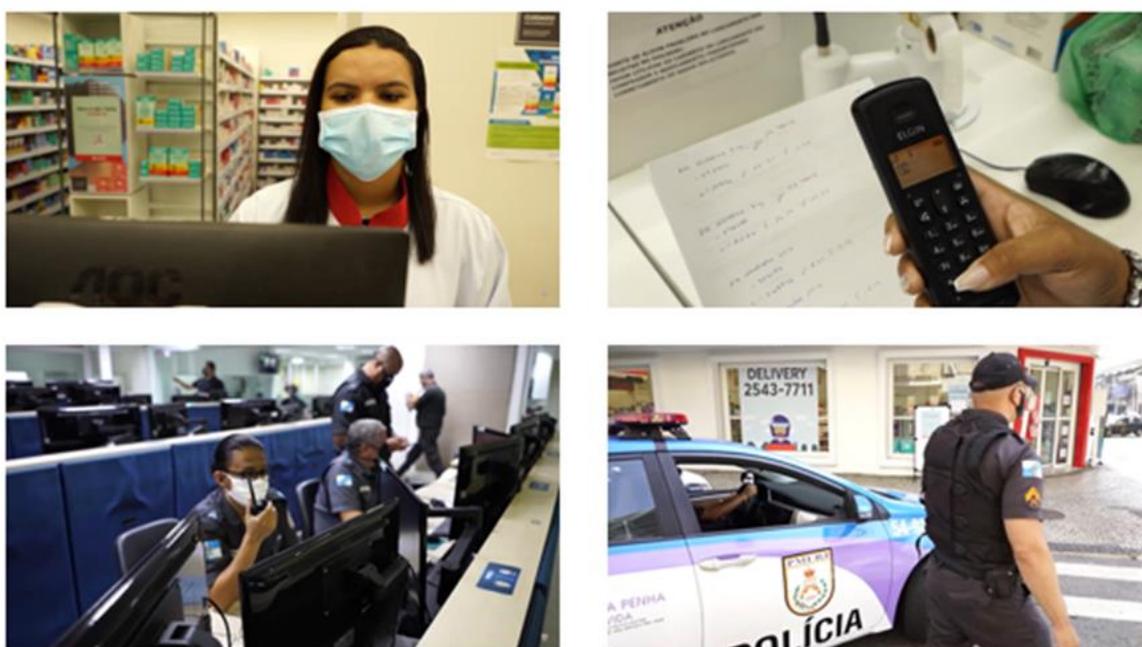
Figura 20 – A denúncia



Fonte: Sinal Vermelho contra a violência doméstica (2020).

Em seguida, na terceira parte, a atendente – também se faz denunciante – ao comunicar o ocorrido pelo telefone 190 (Figura 21).

Figura 21 – Efetivação da denúncia



Fonte: Sinal Vermelho contra a violência doméstica (2020).

Aqui prevalecem os planos detalhes e primeiros planos, que enfatizam as ações conjugadas da atendente na farmácia e também na sede da Polícia Militar, enquanto a chegada dos policiais compõe cenas mostradas em plano médio e plano americano. As falas das atendentes enfatizam o número do telefone “Disque denúncia”: 190 (que aparece em plano detalhe no visor do telefone celular) e a denominação da operação: Sinal Vermelho. A máxima finaliza a peça (Figura 22), em uma cena externa como plano de fundo, com o policial chegando à farmácia e, por fim, a tela, no final, apresenta os nomes dos patrocinadores.

Figura 22 – Sinal Vermelho contra a violência



Fonte: Sinal Vermelho contra a violência doméstica (2020).

Nesta peça, prevalece o aspecto educativo à medida que mostra como uma vítima de violência doméstica e a atendente do estabelecimento conveniado devem proceder, para que juntas, possam efetivar a denúncia. Aqui, a vítima (a desafortunada) em parceria com a atendente (afortunada, possivelmente) que numa ação conjunta efetivam a denúncia.

Entre os quesitos sugeridos por Boltanski (1999) e adotados aqui para análise das peças, chamou nossa atenção o fato de que, entre os procedimentos sugeridos na cartilha para os estabelecimentos parceiros, há uma preocupação com o atendente, o que não ocorreu em outras produções. A preocupação não envolve os riscos que o denunciante pode correr, e sim para o aviso de que não precisará ser testemunha, ou seja, busca-se amenizar o envolvimento do atendente nos passos posteriores à denúncia, como a realização de boletim de ocorrência e pedido de medida protetiva. E, nesse caso, a denúncia não envolve a piedade, pois o denunciante participa de um pacto, um contrato entre o governo e as redes de farmácia.

6.5 Análise de Campanha de Enfrentamento à Violência Contra a Mulher (2021)

A peça, da Campanha de Enfrentamento à Violência Contra a Mulher (2021), exhibe cenas com dois casais, depois cenas com outras duas mulheres sendo acolhidas no ambiente familiar e também no trabalho, e, no final, a tela exhibe o selo do Ligue 180, um QR code, o site www.gov.br/acolha e o logo do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, com a máxima sendo proferida: Fique atento aos sinais. Escute. Acolha. Denuncie”.

Seguindo a proposta de Aumont e Marie (2013) para análise fílmica, aqui adaptadas para peças audiovisuais, apresentamos o vídeo de 30 segundos, em três partes. A primeira, que denominamos Escuta (Figura 23), com os quinze segundos iniciais, é composta por cenas que colocam em movimento dois casais, um convivendo em harmonia, com troca de sorrisos e carícias; outro, em discussão.

Figura 23 – Escuta

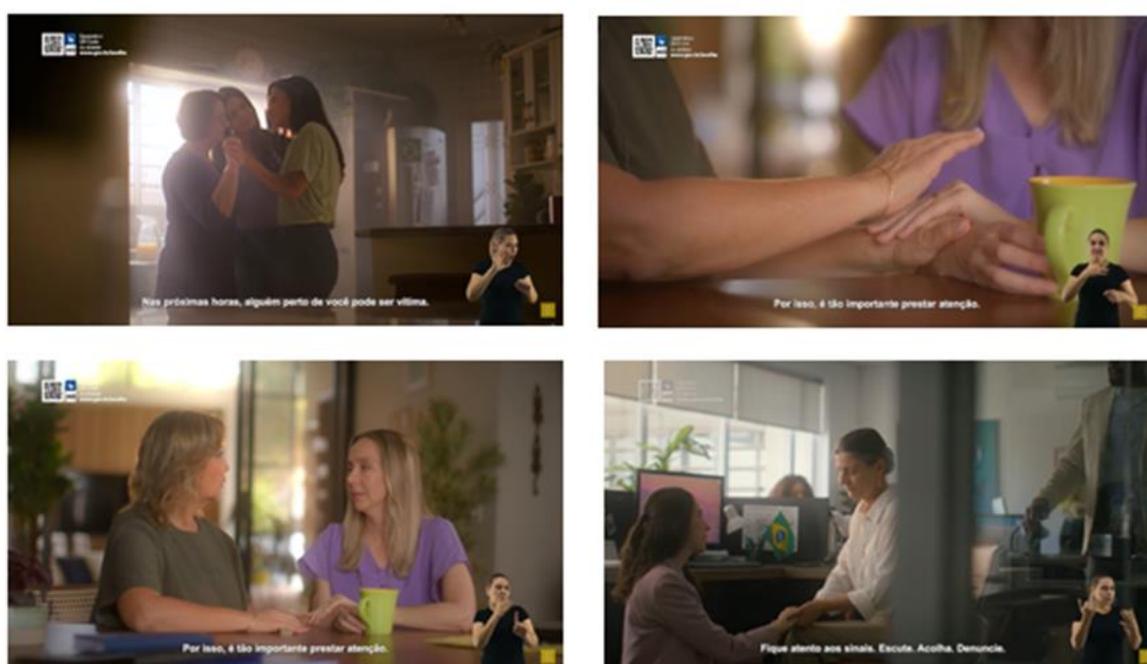


Fonte: Painel elaborado pelo pesquisador a partir da decupagem.

A segunda parte, que chamamos de Acolhida (Figura 24), com dez segundos, mostra três mulheres diferentes, possíveis vítimas de violência, sendo acolhidas no ambiente familiar e do trabalho. Por fim, os cinco segundos finais exibem a tela final,

que chamamos de Denúncia (Figura 25), onde estão visíveis os promotores da campanha, o telefone do disque denúncia e o apelo para que a violência contra a mulher seja denunciada.

Figura 24 – Acolhida



Fonte: Painel elaborado pelo pesquisador a partir da decupagem.

Figura 25 – Denúncia



Fonte: elaborada pelo pesquisador a partir da decupagem.

A peça publicitária mostra aspectos gerais e objetivos sobre a violência doméstica contra a mulher, o que vai ao encontro de uma das estratégias de análise mencionadas, as derivadas das reflexões sobre a política da piedade de Boltanski (1999), que adaptamos para a publicidade. É a estratégia de apresentar dados gerais e objetivos – estatísticos -, sobre as desafortunadas, mulheres vítimas de violência doméstica, no caso. No transcorrer da primeira parte (Figura 23), os dados são anunciados por uma voz *in off*, feminina, bem como aparecem, em letras brancas, na tela: “A cada minuto, oito mulheres são vítimas de agressão no país. De cada dez mulheres, três foram ameaçadas de morte pelo parceiro atual ou pelo ex. A cada sete horas, um feminicídio acontece”. Na tela, aparece também a fonte desses dados. Isso se dá enquanto as cenas com os dois casais estabelecem um movimento entre harmonia e conflito.

Na segunda parte (Figura 24), as cenas apresentam mulheres diferentes, vítimas, possivelmente, que recebem apoio de outras mulheres tanto no âmbito familiar como no do trabalho. Com isso, pelo menos parcialmente, a peça atende outro quesito anunciado por Boltanski (1999), para suscitar piedade e levar à denúncia, o de buscar dar conta da pluralidade de situações das desafortunadas, que aqui rompem com a ideia do senso comum também de que somente mulheres em situações sociais e econômicas precárias, bem como as mulheres de pele preta, são as vítimas, o que não ocorre nas situações apresentadas.

Os corpos em sofrimento, outro quesito importante, estão visíveis, mas não por meio da constatação, o que poderia provocar repudia e afastamento, ou seja, o intérprete poderia não se envolver com a situação em que há sofrimento, ou ainda, poderia gerar indignação contra o agressor. Eles se tornam visíveis sutilmente. Primeiro, o casal em discussão aparece sem destaque – tanto sonora quanto visualmente - e, gradativamente, vai ganhando visibilidade, nos dois aspectos, no transcorrer das cenas que compõem na primeira parte. São as posturas corporais, com os corpos que se inclinam, cabeças que se movem incessantemente, mãos que se movimentam em diversas direções, e dedos que apontam, que indicam uma situação conflituosa, bem como o som das vozes, que ganham corpo na cena, e são alteradas, apressadas.

Na segunda parte, a violência também é sugerida por meio de cenas em que as mulheres aparecem cabisbaixas, postura corporal que pode ser vista como sinal

de que foram submetidas, possivelmente, a uma situação de humilhação. Para reforçar esta possibilidade, a voz *in off* e as palavras, apresentadas com letras brancas, explicam que: “Violência contra mulher é crime. Nas próximas horas, alguém perto de você pode ser vítima. Por isso é tão importante prestar atenção”. Trata-se de uma fala indicativa, que tenta impelir o intérprete à ação.

Quanto a outra estratégia, a de suscitar emoções, consideramos que ela envolve o uso da composição das cenas, principalmente com os jogos de cores e o movimento da câmera. As cenas iniciais, sendo que uma parte delas está exibida na Figura 23, estabelecem um jogo de cores – com o azul e o amarelo – enquanto a câmera deixa de focar o casal que aparecia em primeiro plano e vai gradativamente dando espaço e voz ao segundo casal, em situação conflituosa. A câmera se vale de meio primeiro plano e de plano aberto, quando o objeto está distante – no caso, o casal discutindo -, o que faz com que ele ocupe parte do cenário, gerando o efeito de ambientação. Esse jogo de inverter a posição dos casais, gradativamente, é acompanhado pela mudança da cor azul para a amarela, o que pode levar o intérprete a associar, afetivamente, segundo Farina *et al.* (2011), os momentos vivenciados, inicialmente, à paz, harmonia, tranquilidade, amizade, amor e fidelidade; enquanto os finais, quando a cor amarela se expande pela tela, ao ciúme, ao egoísmo. Por outro lado, enquanto a cor azul suaviza as formas e constitui um convite à divagação, o amarelo é estridente, quente, pois pode ser associada, materialmente, à luz do sol.

Na segunda parte, os ambientes são claros, luminosos e coloridos, e convidam o intérprete a adentrar as cenas. Esse convite é enfatizado pelo movimento da câmera que gera aproximação, pois há um jogo com cenas em primeiro plano e plano americano, bem como de um plano detalhe, com foco nas mãos das personagens. Lembramos que a mão, conforme esclarecem Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 592), é símbolo de ação, e “é como uma síntese, exclusivamente humana, do masculino e do feminino; ela é passiva naquilo que contém; ativa no que segura.” E ainda, no caso, pode ser vista como acolhimento ao outro, uma vez que “colocar as mãos nas mãos de outra pessoa é entregar a própria liberdade, ou melhor, desistir dela, confiando-a à outra pessoa, é abandonar a própria força” (Chevalier e Gheerbrant, 2008, p. 592).

Das cenas iluminadas emerge outra cor, violeta, que, segundo Chevalier e Gheerbrant (2008), é a cor da temperança, da lucidez, do equilíbrio entre os sentidos

e o espírito, entre a paixão e a inteligência, o amor e a sabedoria, o que contribui para a construção de uma ambiência de tranquilidade, de equilíbrio. A cor branca, presente na roupa de outra personagem, contribui para agregar paz e estabilidade, pois, afetivamente, conforme Farina *et al.* (2011), esta cor pode ser associada à ordem, simplicidade, paz, harmonia e estabilidade.

Há ainda, um objeto – amarelo esverdeado - que se destaca em cenas que compõem a segunda parte da peça publicitária, o que reforça, pela cor, as emoções ou as qualidades de sentimento vinculadas à cor amarela. De certo modo, a inquietação gerada nas cenas iniciais precisa perdurar para assim contribuir para incitar a piedade no intérprete.

Com isso, consideramos que a peça contribui para suscitar emoções. Por fim, não há esclarecimentos sobre o sofrimento ou os riscos que o denunciante pode enfrentar, só o destaque para que seja feita a denúncia, tanto que nas cenas iniciais – na primeira parte – há um apelo sutil para que as pessoas ouçam, prestem atenção aos ruídos, envolvendo pessoas muito próximas. Acontecimentos envolvendo a violência contra a mulher podem ser visíveis no nosso cotidiano. Precisamos tomar uma posição de escuta. E ainda, as personagens são mulheres comuns, figuras singularizadas, e não pertencem a comunidades específicas.

A partir da análise podemos enfatizar que essa produção publicitária pode suscitar a piedade e possivelmente contribuir para que haja mais denúncias, uma vez que a produção apresentou dados gerais e objetivos sobre as desafortunadas; mostrou uma situação conflituosa e exibiu pessoas diferentes que, possivelmente, passaram por situações similares; apresentou imagens de corpos em sofrimento; não envolveu figuras comunitárias e sim figuras singularizadas; deixamos claro que gera emoções e não coloca o foco em pessoas como responsáveis pela constituição de uma comunidade de apoiadores. Não atende o item relativo às explicações sobre o sofrimento ou os riscos que um denunciante poderia enfrentar.

6.6 Análise de Violência contra a mulher: sua evolução leva ao feminicídio. Observe os sinais. Denuncie. (2022)

A peça denominada Violência contra a mulher: sua evolução leva ao feminicídio. Observe os sinais. Denuncie. (2022) foi patrocinada pelo Ministério da Cidadania, Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos e Governo Federal - Pátria Amada Brasil.

Seguindo os procedimentos adotados na análise das outras peças, agrupamos as cenas em duas partes. Na primeira, denominada A evolução das manifestações da violência (Figura 26), com treze segundos de duração, as cenas envolvem o ambiente doméstico. A câmera se aproxima de uma mesa onde a família se prepara para sentar-se à mesa para um almoço ou jantar. Primeiro vemos uma mulher, uma menina e um homem sentados a mesa. O homem repreende a mulher com agressões verbais. Neste momento, vemos o *lettering*: "Agressores buscam dificultar o contato social de suas vítimas". A mulher se levanta e vai para o quarto. O homem a segue. Ao entrar no quarto, ouvimos o barulho da porta que foi fechada com força, e enquanto contemplamos a parede do corredor repleta de fotos da família, em especial, do casal, ouvimos gritos da mulher, enquanto exibe o *lettering*: "70% das vítimas de feminicídio não buscaram a rede de atendimento antes de morrer".

Acompanham as cenas, com a voz *in off* e em letras brancas na tela, a seguinte explicação: "A violência psicológica causa dano emocional e tira a capacidade de decidir. Pode começar com gritos e depois evoluir para agressões físicas podendo levar à morte".

A segunda parte, que chamamos de A denúncia (Figura 27), com 17 segundos de duração mostra a mulher sentada na beira da cama e segurando o braço. Sua expressão facial sinaliza que está com dor. Na tela, o *lettering*: "180 - Central de Atendimento à Mulher/190 - Emergências". A câmera segue para o apartamento vizinho, onde um homem (o vizinho) ouve a briga e pega o telefone para denunciar. Ele disca 190 em seu celular. A última cena exibe: #ViolênciaDomésticaDenuncie #16DiasDeAtivismo, as marcas: Disque 190, e Ligue 180. Abaixo das marcas e o comando "Saiba mais e conheça a Rede de Atendimento à mulher em situação de violência em gov.br/mdh. E ainda, com a voz *in off* e em letras brancas na tela, segue o apelo à denúncia: "Se você é vítima ou sabe de alguma situação de violência, não se cale. Disque 180 para Central de atendimento à mulher ou 190 para emergências. Violência contra a mulher: sua evolução leva ao feminicídio. Observe os sinais. Denuncie".

Vejamos agora, seguindo os itens advindos das ideias de Boltanski (1999), se a peça pode gerar piedade e assim, possivelmente, contribuir para que uma pessoa diante de uma situação de violência efetue a denúncia.

A peça, na primeira parte (Figura 26), não apresenta dados gerais sobre as desafortunadas – mulheres vítimas de violência doméstica -, no entanto, descreve a

evolução de um tipo de violência, a violência psicológica, bem como explica que “70% das vítimas de feminicídio não buscaram a rede de atendimento antes de morrer”. Esta máxima busca sensibilizar o intérprete para o fato de que a denúncia pode evitar o feminicídio. Como explicamos ela não abarca as desafortunadas, de modo geral, mas apenas as mulheres vítimas de violência psicológica. Sendo assim, não atende de modo satisfatório, os dois primeiros itens, o de exibir dados gerais e objetivos sobre os desafortunados e o de contemplar situações em que as desafortunadas são agrupadas tanto por sua singularidade quanto pelo que há de comum entre elas.

Mas, por não envolver figuras comunitárias, mas figuras singularizadas, que não podem ser qualificadas como estereótipos, a peça vai ao encontro de atender, satisfatoriamente, outro quesito que destacamos nas análises. A peça exhibe corpos em sofrimento, isto sinalizado tanto pela expressão facial da vítima, as posturas (corpos reclinados e mãos que acariciam partes do corpo) quanto pelos sons (os gritos da vítima). Deste modo, com isso sugere a violência, o que pode suscitar maior envolvimento do espectador.

E ainda, a peça suscita emoções também pela composição das cenas, nos seus jogos de cores e formas. As cenas estabelecem um jogo com as cores construindo uma ambiência que conjuga retração e expansão, por envolver a cor azul e a amarela, respectivamente, bem como gera embate, pois o contraste envolve cores primárias. Essas dualidades são reforçadas pelos sons e gestos dos personagens. A voz alterada do homem e os gritos da mulher geram tensão. Deste modo, o intérprete pode não se sentir confortável ao acompanhar as cenas, no movimento imposto pela câmera. Aqui fica a possibilidade de o intérprete se afastar, para eliminar o desconforto que as cenas geraram. Sendo assim, o quesito de suscitar emoções não é atendido de modo satisfatório.

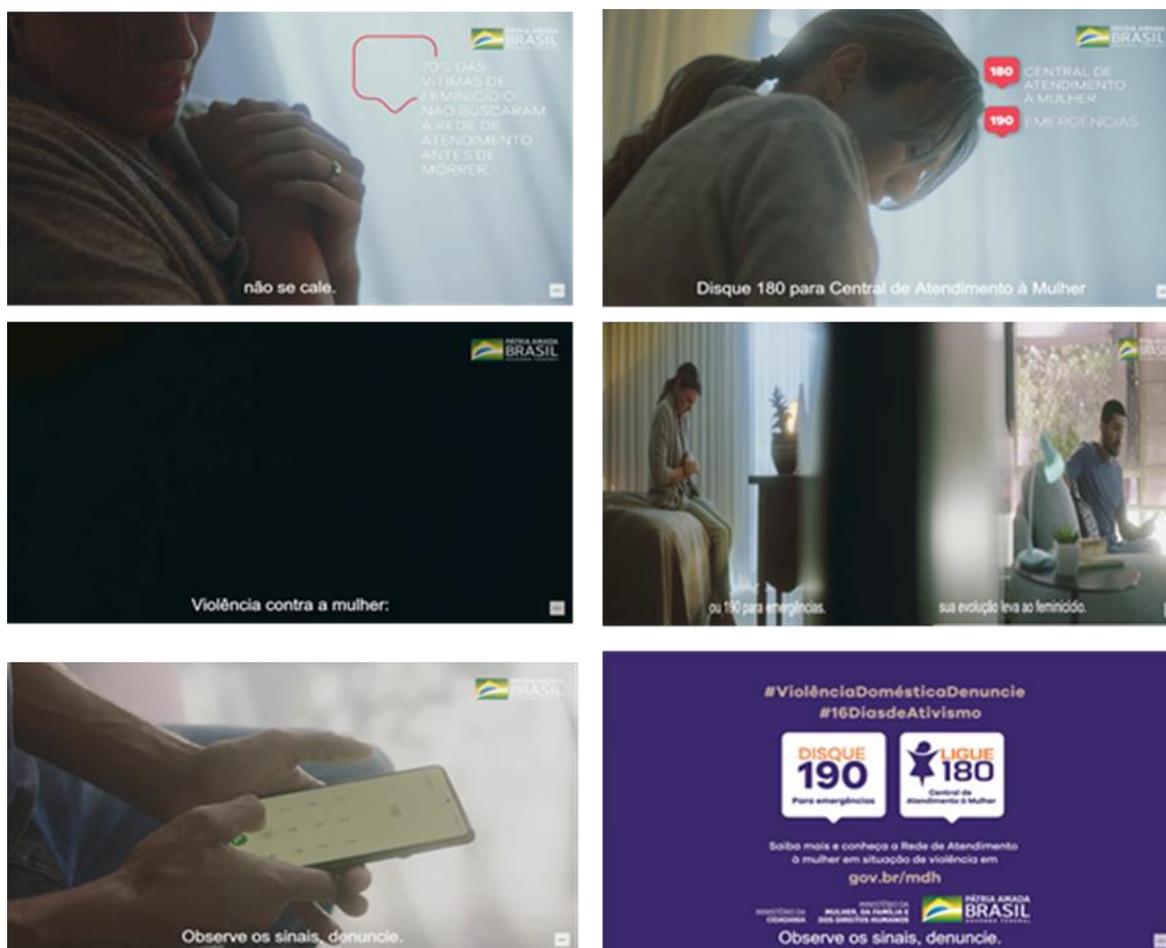
Há outro aspecto que pode gerar ambiguidade. Os porta-retratos com fotografias que registram momentos felizes do casal aparecem em meio a sons estridentes – que podem levar o intérprete a associá-los a socos e portas batendo -, e gritos de mulher. Lembramos que a fotografia é um signo indicial, que aponta para o real, bem como é registro do que passou, o que reforça a vida feliz do casal no passado

Figura 26 – A evolução das manifestações de violência



Fonte: Violência contra a mulher: sua evolução leva ao feminicídio... (2022).

Figura 27 – A denúncia em foco



Fonte: Violência contra a mulher: sua evolução leva ao feminicídio... (2022).

Quanto ao efeito dessa modalidade de representação, como enfatiza Santaella (2001, p. 231), pelo fato de que a representação visual e o objeto formam um par, ou um duplo, o que não depende de interpretação, cabe ao intérprete “apenas constatá-la como uma realidade já existente. Como imagem indexical, ela mostra seu objeto, aponta para ele como algo singular e existente na realidade física, micro ou macroestrutural.” E ainda, por ser fotografia trata-se de um registro físico, o que se deve à concepção quase unânime entre os estudiosos da fotografia, sobre a aderência do referente (objeto) na fotografia, pois tal aderência está vinculada a recursos físicos e químicos. Neste caso, a possibilidade de gerar emoções é afetada por esta oposição, a convicção de uma vida feliz no passado e os conflitos postos em cena.

Há uma cena em que a tela se mostra na cor preta. Trata-se de um intervalo

entre a violência manifesta e a ação do vizinho. Este intervalo corresponde ao anúncio de uma consequência nefasta – a morte da vítima – que é evitada graças a ação que em que a tela compartilha com a mulher em sofrimento, quando o vizinho toma a iniciativa de discar para 190 e fazer a denúncia. Retomamos o que já mencionamos em análises anteriores sobre os significados da cor preta. Embora a cor preta possa ser associada à sofisticação e requinte, graças aos seus usos no design e na moda, em certa medida, como adverte Harvey (2003), esta cor, ainda é associada à escuridão, à noite e à morte, e afetivamente, pode ser associada, como destaca Farina *et al.* (2011), à desgraça, dor, temor, opressão e angústia. Assim, a tela preta é um elemento que silencia – faz uma pausa para os embates – mas pode impregnar a ambiência, sorrateiramente, com apreensão, angústia, temor.

Também não há explicações sobre os possíveis riscos que poderão vir para o denunciante. No entanto, a peça publicitária coloca o vizinho – ou os vizinhos – como responsáveis por efetivar a denúncia, ou seja, responsáveis pela formação de uma comunidade de apoiadores.

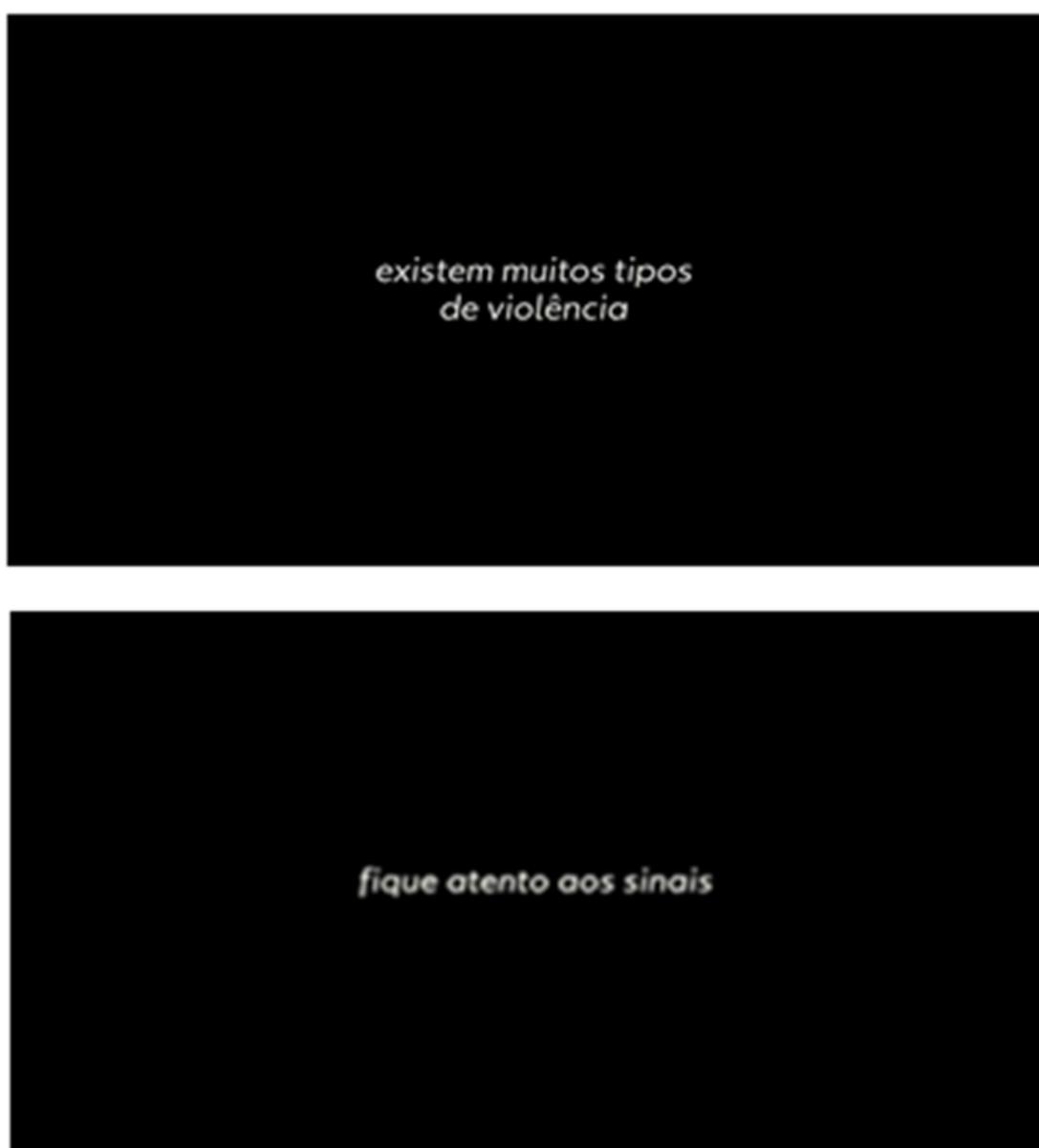
Por fim, a peça, em linhas gerais, apesar de não atender de modo satisfatório todos os quesitos, pode gerar indignação, lembrando que destacamos o movimento da câmera que leva o espectador/intérprete a acompanhar a violência contra a mulher que pode se expandir por ser ela sugerida. Boltanski (1999) explica que uma denúncia pode ser feita com base na indignação, quando a conexão do denunciante com o sofrimento é imparcial. Assim, os indignados podem se colocar no lugar do vizinho e, com isso, levar muitos vizinhos a denunciar.

Mas, mesmo assim, isto não permite a extensão das redes, a duração de conexões e a multiplicação de mediações, problemas que podem ser superados com a substituição da figura de indivíduos por entidades, como sistemas ou estruturas, o que facilitaria a conexão com a política da piedade. No entanto, ao mesmo tempo, reforça Boltanski (1999), a singularidade é necessária para gerar o sentimento da piedade, o que demanda que se cumpra a lógica da representação, com a representação política de uma coletividade por um indivíduo. De certo modo, a peça analisada anteriormente (seção 5. 5), pode suscitar piedade por envolver generalizações e, nesse caso, abarcar denunciante para além da comunidade dos vizinhos, ou seja, pode construir conexões mais amplas.

6.7 Violência contra a mulher (2023)

A publicidade social que trata de três tipos de violência contra a mulher, realizada em parceria com a TV Globo, GNT e ONU Mulheres, com trinta segundos de duração, foi dividida em três partes: a primeira (Figura 28), com uma sequência de duas telas pretas, com três segundos de duração, anuncia que há muitos tipos de violência e que o espectador deve ficar atento aos sinais. A máxima aparece na segunda tela: “fique atento aos sinais”.

Figura 28 – As telas pretas



Fonte: Violência contra a mulher (2023).

A segunda parte (Figura 29), com vinte e três segundos de duração, apresenta três mulheres – protagonistas e atrizes da TV Globo – explicando como se manifestam três tipos de violência: a moral, a psicológica e a física.

Figura 29 – Três tipos de violência



Fonte: Violência contra a mulher (2023).

A peça publicitária não apresenta dados sobre a violência contra a mulher no Brasil, o que implica que a primeira estratégia, entre as que derivamos das ideias de Boltanski (1999), não se cumpre. Há uma recomendação para o espectador/intérprete ficar atento aos sinais, no primeiro momento; no segundo, por meio das falas de três atrizes da TV Globo – as protagonistas – apresentam três tipos de violência: moral, psicológica e física. E, por fim, no terceiro momento (Figura 30), a cor preta invade a tela que recebe com letras brancas, minúsculas e arredondadas, novamente, a recomendação: “fique atento aos sinais” e, em letras maiúsculas, na cor

branca, o imperativo: “DENUNCIE”.

Figura 30 – As telas pretas retornam...



Fonte: Violência contra a mulher (2023).

A peça em questão também não abarca a pluralidade de situações dos desafortunados, que devem ser reunidos tanto por sua singularidade quanto pelo que há de comum entre eles; bem como não apresenta imagem de corpos em sofrimento, e ainda, não envolve figuras comunitárias ou figuras singularizadas. Não há também nenhuma explicação para riscos, caso o espectador/intérprete opte por denunciar e também coloca o foco em pessoas como responsáveis pela constituição de uma comunidade de apoiadores, ou de denunciantes. No caso, as atrizes seriam as responsáveis por tentar formar tal comunidade.

Resta ver o potencial desta peça para suscitar emoções. Há várias estratégias na composição das cenas que merecem destaque. Os momentos iniciais podem causar apreensão e estranheza, devido, principalmente, aos simbolismos atados à cor preta. A cor é um construto da sociedade, pois conforme Pastoureau (2011, p. 15), é ela “que lhe confere definições e significações, que constrói seus códigos e seus valores, que organiza suas práticas e determina suas implicações”. Pastoureau (2011) esclarece que a cor preta volta a ser dominante e enquanto sinônimo de modernidade, é sóbria, elegante, alegre, luminosa, funcional. Na moda, traduz requinte e elegância. No entanto, ela ainda é associada à morte, à escuridão, à melancolia. Assim, a cor preta aliada ao alerta – fique atento aos sinais - contribui para criar uma ambiência de tensão. E ainda, essa tensão passa a ser vinculada à violência. Os significados da palavra violência, em qualquer contexto, sempre estão vinculados a dor, sofrimento, medo, indignação, ao mal. E se contarmos ainda as experiências do espectador/interprete envolvendo a violência, de fato, as cenas iniciais podem criar um espaço silencioso e que gera apreensão.

A geração de emoções, na segunda parte, pode se dar com o movimento de plano médio para primeiro plano, com as três atrizes, que tem os rostos rostificados. Deleuze (2009, p. 151), ao tratar dos efeitos de imagens cinematográficas, explica que o primeiro plano gera afeção, e esta não existe independentemente de qualquer coisa que a exprima, embora se distinga completamente dela. Aquilo que a exprime é um rosto ou um equivalente de rosto (um objeto rostificado). No caso, são os próprios rostos das atrizes que se rostificam. Os rostos, em primeiro plano, aproximam o espectador da cena, que pode espalhar seu olhar pelo rosto e simplesmente ouvir – nesse silêncio – o que é cada tipo de violência e como ela se manifesta. Neste sentido, os rostos levam o espectador/intérprete a simplesmente ouvir enquanto o seu olhar se perde, embalado pela afeção que esses rostos provocam.

Sendo assim, o quesito sobre ter o potencial de suscitar emoções é cumprido. Então, entre os sete mencionados, apenas o que envolve a geração de emoções é contemplado. Podemos assim dizer, que o potencial dessa peça de suscitar piedade é frágil. No entanto, ela cumpre um papel pedagógico que pode contribuir para que o espectador/intérprete, diante de outras peças relativas a mesma causa, possa vir a se apiedar de mulheres desafortunadas, por possivelmente levá-lo a ressignificar suas crenças e concepções sobre violência, no caso.

6.8 Considerações gerais envolvendo os resultados da análise de peças de publicidade social da amostra

No Quadro 2, exibimos as estratégias que foram contempladas em cada uma das peças analisadas. Os números de 1 a 7, da primeira linha do quadro, correspondem às estratégias, que estão explícitas na legenda. Na primeira coluna, elencamos as denominações das peças publicitárias.

Quadro 2 – A análise das peças em resumo

Título e ano / Estratégias	1	2	3	4	5	6	7
Quando uma mulher perde a voz, todas perdem (2019)	x	x	x	x		x	
Campanha do Governo de São Paulo de combate ao feminicídio (2019)		x		x		x	
Denuncie a violência doméstica. Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil (2020)			x			x	
Sinal vermelho contra a violência doméstica (2020)					x		

Campanha de enfrentamento à violência contra a mulher (2021)	x	x	x	x		x	
Análise de violência contra a mulher: sua evolução leva ao feminicídio. Observe os sinais. Denuncie. (2022)			x	x		x	x
7 Violência contra a mulher (2023)						x	

Legenda

- 1 Apresenta dados gerais e objetivos sobre os desafortunados;
- 2 Apresenta uma pluralidade das situações dos desafortunados, reunidos tanto por sua singularidade quanto pelo que há de comum entre eles;
- 3 Mostra imagem de corpos em sofrimento;
- 4 Apresenta figuras singularizadas, sem cair em subqualificações;
- 5 Explicita de modo claro o sofrimento ou os riscos que o denunciante pode enfrentar;
- 6 Suscita emoções e
- 7 Não coloca o foco em pessoas como responsáveis pela constituição de uma comunidade de apoiadores.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Observando o Quadro 2, podemos ressaltar que apenas três peças, entre as sete que compõem a amostra, atendem quatro ou mais entre as sete estratégias mencionadas. Deste modo, para o âmbito desta amostra, cerca de 43% delas tem uma composição satisfatória em relação a contemplar as estratégias, ou seja, nem todos geram a piedade e podem assim contribuir que a denúncia seja realizada.

Assim, caso pesquisas futuras caminhem ao encontro de validar estas estratégias aqui elencadas, o que pode ser levado adiante por outros pesquisadores da área, de fato, podemos afirmar que esses resultados podem se constituir num bom indício de que a publicidade social poderá ser mais robusta em relação ao potencial de instigar a denúncia.

Agora, seguimos para as Considerações Finais.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema da nossa pesquisa é a publicidade social envolvendo a violência contra as mulheres. Ao tomar a publicidade social sobre a violência doméstica, o nosso foco foi a efetividade da denúncia nas produções brasileiras, efetividade essa limitada ao alcance das estratégias utilizadas para análise elaboradas a partir de ideias de Boltanski. Considerando que a violência doméstica envolvendo as mulheres, no Brasil, atinge números que se destacam no cenário mundial, torna-se prioridade para a comunidade dos publicitários, voltar-se para os efeitos dessa publicidade social.

Aqui, indo ao encontro dessa ação que se mostra necessária, a denúncia emerge com a política da piedade proposta por Boltanski. Considerando-se que o pensamento de Boltanski está na seara de uma sociologia pragmática, na contramão da sociologia bordieuana, na qual os agentes são conduzidos pelos significados instituídos, nela então as pessoas podem agir e redimensionar tais significados, o que pode ser feito no caso de agir diante do sofrimento do outro mesmo que este esteja distante. Boltanski nos mostra como levar o espectador, o afortunado – aquele que está distante do sofrimento do outro (o desafortunado) – a agir. Vale destacar que desde Weber há um chamamento para a relevância dos significados das ações, bem como nas ações.

Em Arendt (2018) encontramos explicações sobre os significados do termo “ação”, que consideramos adequado aqui mencionar. Arendt (2018) menciona a distinção nas línguas grega e latina para o verbo ‘agir’. Nessas línguas, há dois termos para duas etapas da ação. O verbo grego *archein* e o latino *agere* se reportam ao momento inicial da ação, que implica que uma pessoa possa decidir por si mesma, como uma atividade iniciada por uma só pessoa; enquanto o verbo grego *prattein* e o latino *gerere* indicam uma segunda etapa na qual outros se associavam ao iniciador na realização da ação, implicando a participação plural. Com isso, Arendt (2018, p. 234) explica que “é como se toda ação estivesse dividida em duas partes: o começo, feito por uma só pessoa, e a realização, à qual muitos se associam para ‘conduzir’, ‘acabar’, levar a cabo o empreendimento”.

De modo geral, como explica Boltanski, as relações entre o público e o privado e entre o estatuto político dos vínculos sociais e as condições psicológicas das pessoas são marcadas, no contexto atual, pelo distanciamento. Neste sentido, também

a violência doméstica contra a mulher poderia ser pensada a partir de dois grupos: a dos espectadores, ou pessoas que não são vítimas de violência doméstica (afortunados) e as mulheres vítimas de violência doméstica (desafortunados). Lembremos que os termos afortunados e desafortunados se reportam à possibilidade de se manter distante do sofrimento e de estar em sofrimento, respectivamente.

Mesmo se considerarmos que no Brasil, a partir das ideias de Chauí, a violência é estrutural, e a trajetória das mulheres no Brasil é marcada por dificuldades frente ao patriarcalismo, como relata Safiotti, isto não as colocam no patamar de desafortunadas. Este cenário descrito talvez possa mostrar o quanto as mulheres são suscetíveis à violência, uma vez que nem sempre, principalmente, na sociedade brasileira, elas não tiveram voz. Mas, isto não torna as mulheres brasileiras desafortunadas. Não é nesta perspectiva que se classifica em afortunados e desafortunados. São desafortunadas, as mulheres brasileiras vítimas da violência doméstica. O cenário construído na tese, de certo modo, contribui para chamar a atenção para a suscetibilidade das mulheres brasileiras.

Consideramos importante ressaltar que tomamos a perspectiva de Chauí, em relação à violência, no entanto, podemos fazer ressalvas em relação à compreensão do papel das mídias no cotidiano das pessoas. Consideramos que os espectadores/intérpretes de produtos midiáticos são, em certa medida emancipados, a ponto de resignificar significados instituídos e construir novos significados considerando também a própria materialidade desses produtos. Assim, aspectos da linguagem visual, no caso, são tidas como geradoras de significados. Ou seja, todos os elementos da linguagem visual geram significados e estes não vêm à tona porque um intérprete particular atribui significados, pois os mesmos estão nela impregnados. Isto implica num certo recuo da visão antropocêntrica, quando é necessário que algum sujeito atribua significados às coisas para que tais significados existam.

Assim, uma cena em que predomina a cor azul move os sentidos do intérprete de modo diferente do caso de predominar a cor vermelha. A cor azul tem propriedades físicas que geram efeitos; podem ser associadas a coisas do mundo, a objetos do nosso cotidiano, o que também provoca efeitos no intérprete e, por fim, essa cor também agrega significados compartilhados em culturas diversas, agrega simbolismos, o que também gera efeitos. Estes estão impregnados na cor, independentemente de um intérprete atribuir significados a tais elementos. Faz-se necessário para tanto educar o olhar para apreender os significados embrenhados na materialidade

dos produtos midiáticos, no caso, e despir-se de crenças que fazem do intérprete um sujeito passivo. Aqui, enfatizamos o poder da linguagem visual como construtora de significados, que não são absolutos ou fixos em relação a um objeto, mas se transformam no tempo, no espaço, gerando contextos diferenciados.

E ainda, em geral, como enfatiza Maffesoli (2006), as imagens publicitárias não mais são vistas como portadoras de uma mensagem ideológica única e alienante, mas sim como um produto midiático que busca suas fontes em algumas figuras arquetípicas, bem como se dirige a pessoas que se reconhecem em tal ou tal maneira de representar, de imaginar, os produtos, os bens, os serviços, as maneiras de ser, que os constituem como grupos, ou seja, há nela um poder agregador. Neste sentido, poderia agregar os afortunados também e por que não, os desafortunados.

Assim, a nossa tese se firma em quatro ramos. O primeiro é o que trata da publicidade social; o segundo, a questão da violência na sociedade brasileira; o terceiro, o que envolve as ideias de Boltanski – ressaltando a política da piedade e a denúncia-, e que gera a partir dessas, estratégias que permitem avaliar o potencial de peças da publicidade social e, por fim, o quarto, que desenvolve um exercício de análise de peças que envolvem a violência contra a mulher.

Reforçamos que, em nenhum momento, o nosso objetivo foi buscar respostas sobre o porquê da violência doméstica contra a mulher, e ainda mais, porquê, no Brasil, as estatísticas mostram resultados alarmantes quando comparamos com outros países. Mas, no desenvolvimento desta tese, mostramos que há pesquisas que conjecturam que isto se dá justamente porque a violência no nosso país é estrutural a ponto de ser vista como natural. As pesquisas, que constam no estado da questão, reforçam a ideia de que as mídias, de modo geral, tendem a reforçar esse aspecto, como em Lima (2022), Caldeira (2022) e Almeida (2022), entre outros.

Sendo assim, as mídias, e de modo específico, a publicidade social, deve primar pela sensibilização das pessoas em relação a uma causa, a um problema social, envolvendo o sofrimento a distância, a ponto de suscitar uma ação que amenize ou contribua para a resolução desse problema, que possa dirimir ou amenizar o sofrimento. No caso, por envolver a violência doméstica contra a mulher, a publicidade social, ainda que a denúncia não venha a provocar a diminuição da violência, ela poderá – no transcorrer do tempo – sensibilizar as pessoas em relação a este problema, que é real, e talvez aumentar a quantidade de denúncias e amenizar o sofrimento evitando consequências graves e até mesmo evitando a morte da vítima. É

nisto que investimos na tese.

A teia argumentativa exposta na tese contribuiu para concluir que a hipótese deve ser preterida, uma vez que entre as sete peças publicitárias da amostra que selecionamos, com peças dos anos de 2019, 2020, 2021, 2022 e 2023, três delas atenderam satisfatoriamente às estratégias elencadas; duas atenderam 4 estratégias e uma atendeu a seis, conforme pode-se observar no Quadro 2.

Não criamos uma medida, mas elaboramos algumas estratégias que podem sinalizar se a publicidade social pode suscitar a piedade, pois como destaca Boltanski, a piedade se faz necessária à política, e ela depende de se mostrar dados gerais que permitem a compreensão, por parte do intérprete, da gravidade do problema, bem como promover o distanciamento, que também é necessário para que o efeito não seja somente o da indignação e se voltar contra o agressor. Do percurso vieram as sete estratégias para análise de peças de publicidade social que permitem averiguar se as mesmas podem ou não incitar a denúncia, o que constitui a originalidade desta tese.

São estratégias, portanto, que podem contribuir para a produção de produtos midiáticos que, de modo geral, envolvam o sofrimento a distância. Concluímos com o convite para que novas pesquisas sejam realizadas e que possam vir ao encontro ou não da confirmação dessa nossa conjectura.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Silvana Lemos de. **Jornalistas mulheres sob ameaça**: riscos para o exercício da profissão no Rio de Janeiro. 2022. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

ARAGON, Camila Bezerra. **Quem “nós” aceitamos?** Racismo em narrativas de reconhecimento na publicidade: um estudo de recepção da campanha #weaccept da Airbnb em espaços digitais. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://tede2.espm.br/bitstream/tede/388/2/CAMILA%20BEZERRA%20ARAGON.pdf>. Acesso em: 24 maio 2024.

ARAÚJO, Aryanne de Oliveira. **The Handmaid’s Tale e a emergência de uma situação comunicacional**. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2022. Disponível em: https://www.repositorio.ufop.br/bitstream/123456789/14886/1/DISSERTA%c3%87%c3%83O_Handmaid%27sTaleEmerg%c3%aancia.pdf. Acesso em: 23 maio 2024.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **A análise do filme**. Lisboa: Armand Colin, 2013.

BACEGA, Débora Regina. **Através da TAG e o que Alice encontrou por lá**: memória, comunicação e consumo em um clube de livros. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://tede2.espm.br/bitstream/tede/390/2/DEBORA%20REGINA%20BACEGA.pdf>. Acesso em: 23 maio 2024.

BARCELOS, Daniela Biondo. **Comunicação e gestão da mudança nas organizações**: uma análise das indicações da literatura empresarial. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2021/02/DANIELA-BIONDO-BARCELOS.pdf>. Acesso em: 23 maio 2024.

BOLTANSKI, Luc. **Distant suffering**. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent. **A justificação**: sobre as economias da grandeza. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2020.

CALDEIRA, Barbara Lopes. **"Queimem as bruxas!"**: relatos em torno de feminicídios e o jornalismo como fogueira simbólica que incendeia mulheres mortas. 2022. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

CHAUÍ, Marilena. **Sobre a violência**. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.

CHEVALIER, Jean, GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de símbolos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA (Brasil). Campanha sinal vermelho. Brasília: CNJ, 2020. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/violencia-contr-a-mulher/campanha-sinal-vermelho/>. Acesso em: 22 maio 2024.

CONSORTE, Pedro Leme. **Como você está?** Princípios da comunicação não-violenta permeabilizando relações. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/23224/4/Pe-dro%20Leme%20Consorte.pdf>. Acesso em: 23 maio 2024.

COSTA, Patricia Prates. **Grafiás da vida entre o dano e a cura:** o reconhecimento da violência e as potências do dizer-se nas mídias sociais. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/47751/1/DIS-SERTAC%cc%a7A%cc%83O_GRAFIAS_DA_VIDA_ENTRE_O_DANO_E_A_CURA_PATRICIA_PRATES_COSTA_2022_PPGCOM.pdf. Acesso em: 23 maio 2024.

DELEUZE, G. **A imagem-movimento.** São Paulo: Editora 34, 2018.

DELEUZE, G; GUATTARI, F. **Ano zero—rostidade.** Mil platôs capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996. v. 3

DELEUZE, Gilles. **A imagem-movimento Cinema 1.** Lisboa: Assírio & Alvim, 2009.

DENUNCIE a violência doméstica. Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil. Brasília: Ministério da Mulher, da Família, dos Direitos Humanos e da Cidadania, 15 maio 2020. 1 vídeo (0:30 seg.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=R6jA2vxGOU4&t=30s>. Acesso em: 13 jan. 2021.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo no Brasil.** São Paulo: Atlas, 2003.

EVANGELHO Segundo S. Lucas. *In*: BÍBLIA. Português. **Bíblia sagrada.** Tradução de King James Fiel 1611. Disponível em: <https://bkjfiel.com.br/lucas-10/>. Acesso em: 17 jan. 2023.

FARINA, Modesto *et al.* **Psicodrama das cores na comunicação.** São Paulo: Atlas, 2011.

FRANCO, Márcia Villar. **A violência contra o idoso e o direito à saúde:** uma abordagem das denúncias e notificações. 2020. Dissertação (Mestrado em Direito da Saúde: Dimensões Individuais e Coletivas) – Universidade Santa Cecília, Santos, 2020.

FREIRE, Gylberto. **Casa grande e senzala.** São Paulo: Global Editora, 2006.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores:** como as cores afetam a razão e as emoções. São Paulo: Gustavo Gili, 2017. 2017.

INSTITUTO PATRÍCIA GALVÃO. Cronologia dos direitos das mulheres. Disponível em: <https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/feminicidio/cronologia-dos-direitos-das-mulheres/>. Acesso em: 14 maio 2024.

KOTLER, Philip; LEE, Nancy R. **Marketing social**: influenciando comportamentos para o bem. Porto Alegre: Bookman, 2011.

LIMA, Fabiana Vieira. **Estudos para implementar um programa de proteção e incentivos ao denunciante no Brasil**. Uma análise sob a ótica do servidor público. 2020. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/184c0adc-3f8c-4010-a5b9-ab8d51f867d7/content>. Acesso em: 24 maio 2024.

LIMA, Jhayne Geovana Santos. **Sentidos e significados da representação da mulher vítima de violência doméstica no Centro-Oeste em comentários de notícias do Facebook durante a pandemia**. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2022. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/teseserver/api/core/bitstreams/30e90dcc-a41c-4d8f-b81c-e012766b4711/content>. Acesso em: 23 maio 2024.

LIMA, Thamires Rosa Costa. **Escrever a mulher negra na política**: um percurso tocaninense. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Fundação Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2022.

LINS, Beatriz A. **Violência contra mulheres**: os dados falam a verdade? Folha de S. Paulo (uol.com.br), 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/papo-de-resposta/2023/08/quando-o-assunto-e-violencia-contra-mulheres-os-dados-falam-a-verdade.shtml>. Acesso em: 12 set. 2023.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOPES, Amanda Rezende. **Mulheres, Política e Misoginia**: o ódio on-line como instrumento de poder. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: https://www.pos.eco.ufrj.br/site/teses_dissertacoes_interna.php?dissertacao=23. Acesso em: 23 maio 2024.

LOPES, Yara Karolinne Sousa. **O enquadramento jornalístico das matérias de violência contra a mulher e o trabalho das jornalistas da Gazeta ES**. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) – Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2021.

LOVATO, Sabina Ribeiro. **Fábrica do corpo neoliberal**: ditos e não ditos dos discursos midiáticos sobre beleza e saúde. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://tede2.espm.br/bitstream/tede/396/2/SABINA%20RIBEIRO%20LOVATO.pdf>. Acesso em: 23 maio 2024.

MEDINA, Alessandra Pinto Ribeiro. **FEMINI**: Jornalismo Guiado por Dados na construção de uma plataforma sobre Violência Contra Mulher em São Luís. 2022. Dissertação (Mestrado Profissional em Comunicação) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2022. Disponível em: <https://tede.ufma.br/jspui/bitstream/tede/4423/2/AlessandraMedina.pdf>. Acesso em: 23 maio 2024.

PANZIERA, Tathiane Espindola. **Quando as Marias falam**: influência das assessorias de imprensa na temática da violência contra mulheres. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2021. Disponível em: https://repositorio.ufms.br/bitstream/123456789/4245/1/Tathiane%20Panzi- era_Quando%20as%20Marias%20Falam_INFLU%c3%8aNANCIA%20DAS%20ASSESSORIAS%20DE%20IM- PRENSA%20NA%20TEM%c3%81TICA%20DA%20VIOL%c3%8aNANCIA%20CON- TRA%20MULHERES.pdf. Acesso em: 23 maio 2024.

PASTOUREAU, Michel. **Preto**: história de uma cor. São Paulo: Senac, 2011.

QUANDO uma mulher perde a voz, todas perdem. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6JDaygqls3k>. Acesso em: 15 jan. 2021.

REZENDE, L. B. O. *et al.* Doação de órgãos no Brasil: uma análise das Campanhas Governamentais sob a perspectiva do marketing social. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 361- 372, 2015.

REZENDE, Sarah Hiratsuka. **Entre corações e mentes**: contradição e deslizamentos de sentido no funcionamento discursivo da educação empreendedora. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/bitstream/handle/1884/64687/R%20-%20D%20-%20SARAH%20HIRATSUKA%20RE- ZENDE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 maio 2024.

RICHERS, R. **O que é marketing**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

RINCÓN, Maria Lucia. **Execução em Saigon**: conheça a história por trás desta dramática fotografia. 2017. Disponível em: <https://www.megacurioso.com.br/fotografia/102606-execucao-em-saigon-conheca-a-historia-por-tras-desta-dramatica-fotografia.htm>. Acesso em: 03 out. 2023.

ROSA, Larissa Flávia Monteiro Silva. **Da manutenção à ruptura do silêncio**: a cobertura jornalística da Rede Globo sobre os estupros cometidos pelo médium “João de Deus”. 2021. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-18082021-095447/publico/LarissaFlaviaMonteiroSilvaRosaOriginal.pdf>. Acesso em: 23 maio 2024.

ROZA, Sandra Rita de Cássia. **Beyoncé sob uma lente interseccional**: uma análise das representações de mulheres negras em Lemonade, Homecoming e Black is King. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2022. Disponível em: https://www.repositorio.ufop.br/jspui/bitstream/123456789/15165/1/DISSERTA%c3%87%c3%83O_Beyonc%c3%a9LenteInterseccional.pdf. Acesso em: 23 maio 2024.

SAFFIOTI, Heleieth. **A mulher na sociedade de classes**: mito e realidade. São Paulo: Expressão Popular, 1976.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, patriarcado, violência**. São Paulo: Expressão Popular, 2015.

SAMARA, Eni de Mesquita. O que mudou na família brasileira? (da colônia à atualidade). **Psicologia**, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 27-48, 2002. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/psicousp/article/view/53500/57500>. Acesso em: 18 maio 2024.

SAMARA, Eni de Mesquita; MATOS, Maria Izilda S. de. Manos femeninas: trabajo e resistencia de las mujeres brasileñas. In: PERROT, Michelle; DUBY, Georges (orgs.). **Historia de las mujeres: el siglo XX**. Madrid: Taurus, 1993. p. 709-718.

SANDMANN, Antônio J. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Contexto, 2005.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SANTOS, Jadeanny Arruda Silva dos. **Narrativas da (re)existência: um estudo sobre a violência de gênero contra jornalistas nas redações de Natal (RN)**. 2022. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/48421/1/Narrativasreexistenciaestudo_Santos_2022.pdf. Acesso em: 23 maio 2024.

SILVA, Raquel Dornelas da Costa. **Dos crimes sexuais aos crimes patriarcais: narrativas de violência contra a mulher no Jornal do Brasil e no Estado de S. Paulo – 1910 a 2010**. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://www.bdtd.uerj.br:8443/handle/1/16672>. Acesso em: 23 maio 2024.

SILVA, Sávia Moura da. **Ser mulher no jornalismo paraense: violência de gênero e relações de poder no ambiente profissional**. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufpa.br/jspui/bitstream/2011/16236/1/Dissertacao_SerMulherJornalismo.pdf. Acesso em: 23 maio 2024.

SOUZA, Paula Falcão de. **Direito das mulheres: panorama sobre o acesso à informação nos sites dos governos estaduais brasileiros**. 2022. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

TACHIZAWA, Takeshy. **Organizações não governamentais e terceiro setor: criação de ONGs e estratégias de atuação**. São Paulo: Atlas, 2004.

VERDÉLIO, Andreia. Governo lança campanha e pede atenção aos casos de violência doméstica. **Agência Brasil**, Brasília, 2020. Disponível em: <https://agencia-brasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2020-05/governo-lanca-campanha-e-pede-atencao-aos-casos-de-violencia>. Acesso em: 15 set. 2023.

VIGANÒ, Dario E. A publicidade social: reflexões sociosemióticas. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 22, p. 26 - 42, jan./jun. 2011. Disponível em: <http://revis-taalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/Artigo2%20Dario%20Edoardo%20Vigano%20-%20pp26-42.pdf>. Acesso em: 22 maio 2024.

WILBERT, Malena. **Quando uma de nós morre**: o feminicídio no portal G1 no contexto da pandemia de Covid-19. 2022. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em: <https://tede.ufsc.br/teses/PJOR0186-D.pdf>. Acesso em: 23 maio 2024.