



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v.21, n.1, p.113-134, jan.-jun. 2026

Publicidade social e a denúncia de violência contra a mulher: estratégias de análise advindas de Boltanski

Publicidad social y efectividad de la denuncia de la violencia contra la mujer: estrategias de análisis desde Boltanski

Social advertising and the effectiveness of reporting violence against women: analysis strategies derived from Boltanski omen: analysis strategies derived from Boltanski

Maria Ogécia **DRIGO**

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura e do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade de Sorocaba (UNISO)

E-mail: maria.drigo@yahoo.com.br

Alex Sandro Benetti **DIAS**

Docente no Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (CEUNSP) e na Universidade Paulista (UNIP)

E-mail: alex.dias@ceuunsp.edu.br

Enviado em: 24 ago. 2025

Aceito em: 16 fev. 2026

RESUMO

Este artigo tem como objetivos explicitar as estratégias de análise que advêm das ideias de Boltanski, com foco na política da piedade, e mostrar o potencial de tais estratégias para avaliar como uma produção de publicidade social sobre a violência doméstica contra a mulher pode incitar a denúncia. Para tanto, apresentamos teorias de Boltanski, anunciamos as estratégias de análise delas derivadas e, por fim, apresentamos a análise da peça "Quando uma mulher perde a voz, todas perdem". A relevância deste artigo está na apresentação de subsídios tanto para produção como para análise de publicidade social, que envolve sofrimento a distância.

Palavras-chave: *Publicidade social; violência doméstica contra a mulher; política da piedade.*

RESUMEN

El objetivo de este artículo es explicar las estrategias de análisis que se desprenden de las ideas de Boltanski, centrándose en la política de la piedad, y mostrar el potencial de dichas estrategias para evaluar cómo una producción de publicidad social sobre la violencia doméstica contra la mujer puede incitar a la denuncia. Para este fin, presentamos las teorías de Boltanski, anunciamos las estrategias de análisis derivadas de ellas y, por último, presentamos el análisis de la obra "Cuando una mujer pierde la voz, todas la pierden". La relevancia de este artículo consiste en la presentación de subsidios tanto para la producción como para el análisis de la publicidad social, que implica sufrimiento a distancia.

Palabras clave: *Publicidad social; violencia doméstica contra la mujer; política de la piedad.*

ABSTRACT

This article aims to explain the analysis strategies derived from Boltanski's ideas, focusing on the politics of pity, and to show the potential of such strategies to assess how social advertising about domestic violence against women can encourage reporting. To this end, we present Boltanski's theories, announce the analysis strategies derived from them, and finally present an analysis of the play "When a woman loses her voice, they all lose theirs." The relevance of this article lies in the presentation of subsidies for both the production and analysis of social advertising, which involves suffering at a distance.

Keywords: *Social advertising; domestic violence against women; politics of pity.*

Introdução

Este artigo apresenta resultados de pesquisa que tem como tema a publicidade social a respeito da violência doméstica contra a mulher, que foi 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?

A publicidade social, de acordo com Pinho (1990), envolve campanhas voltadas para as causas sociais: desemprego, adoção do menor, desidratação, tóxicos, entre outros, bem como procuram aumentar a aceitação de uma ideia ou prática social em um grupo-alvo. A violência contra a mulher é uma causa social que a publicidade social contempla.

Conforme Chauí (2017), a violência pode ser defendida 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. Na perspectiva etimológica, para Chauí (2017, p. 35-36):

[...] 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, constranger, 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. Consequentemente, 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.

Assim, em geral, a violência está vinculada a desnaturar, coagir, constranger, torturar, brutalizar, violar, espoliar, intimidar, abusar, como elementos simbólicos, porém tácitos nas relações sociais, no cotidiano.

De acordo com a Agência Senado (2024), a 10ª. Pesquisa Nacional de Violência contra a Mulher, cujos dados foram divulgados em 2024, foi realizada pelo Instituto DataSenado, em parceria com o Observatório da Mulher contra a Violência (OMV), e envolveu entrevistas com 21,7 mil mulheres com 16 anos ou mais, em amostra representativa da opinião da população feminina brasileira. Os dados mostraram que Rio de Janeiro, Rondônia e Amazonas são os estados com maiores índices de mulheres que declaram ter sofrido violência doméstica ou familiar provocada por homem. De acordo com a pesquisa, a percepção de que a violência doméstica aumentou nos últimos 12 meses é majoritária em

todo o país (74%), com algumas variações nas unidades federativas, sendo que o maior percentual de mulheres que afirmam que a violência doméstica aumentou está no Distrito Federal (84%), e o menor, no Rio Grande do Sul (62%). Esses dados tornam evidentes que, no Brasil, a violência doméstica contra a mulher requer um olhar cuidadoso.

E ainda, nos últimos anos, segundo Lins (2023), as mídias divulgam dados alarmantes sobre a violência contra mulheres, o que mostra a dimensão deste problema social, no entanto, não dá para afirmar se o número de casos de violência aumenta ou se as mulheres, em geral, estão mais propensas a denunciar. Sendo assim, esse artigo é relevante por, em última instância, fornecer subsídios para que a produção em publicidade social, que envolve a violência doméstica contra a mulher, possa vir a ser eficiente em relação ao aumento da denúncia.

Nesse contexto, para o âmbito deste artigo, os objetivos são explicitar as estratégias de análise que advêm das ideias de Boltanski, com foco na política da piedade, e mostrar o potencial de tais estratégias para avaliar como uma produção de publicidade social sobre a violência doméstica contra a mulher pode incitar a denúncia. Sendo assim, apresentamos, inicialmente, teorias de Boltanski, com foco na política da piedade; anunciamos as estratégias de análise delas derivadas e, por fim, apresentamos a análise da peça de publicidade social "Quando uma mulher perde a voz, todas perdem" (2019), que compõe 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. A análise envolveu também a reconstrução da peça em sequências, seguindo a proposta de Aumont e Marie (2013), para análise fílmica, e adaptadas para as peças publicitárias.

Vejam, em seguida, aspectos das ideias de Boltanski.

As estratégias que derivam das ideias de Boltanski

A denúncia de violência contra a mulher, pelo menos no que se refere à publicidade social, caminha no sentido de interpelar toda a sociedade. E, nesse aspecto, 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. Nela, 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. Nesse sentido, 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.

Mesmo se considerarmos que, no Brasil, a partir das ideias de Chauí (2017), a violência é estrutural, e a trajetória das mulheres no Brasil é marcada por dificuldades frente ao patriarcalismo, como relata Safiotti (2015), 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, no contexto deste artigo, as mulheres brasileiras vítimas da violência doméstica.

Conforme Duarte (1996), a figura do espectador como a do sujeito que observa sem participar, se institucionalizou no século XVIII, a partir da possibilidade conceitual e prática de tudo ver no mundo social, mas sem ser visto, o que constitui 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.

Segundo Boltanski e Thévenot (2020), o conflito e o consenso são 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 *cité*¹ doméstica. Em outra *cité*, a cívica, segundo os mesmos autores, o que conta é o interesse 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 emprendermos 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 *cité* 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 *cité* cívica, como quando a igualdade pode guiar as relações na família.

Importa-nos, no contexto deste artigo, a relação entre a política da piedade e a denúncia. Boltanski, na sua obra *Distant Suffering*, de 1999, explica que o aumento da quantidade de Organizações Não Governamentais (ONGs) 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 ingênuo por deixar de lado interesses e

¹ As utopias que guiam os quadros de referência do bem comum são utopias realizadas, como a *pólis* grega na inspiração aristotélica. Essas utopias realizadas, que são as *cités*, consideradas chave na vida moderna, são apresentadas por Boltanski e Thevenot (2020). Os autores preconizam seis *cités*: 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 *cités*, conforme 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.

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.

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 delinhe 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.

A política da piedade, proposta 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 uma política de justiça. Nela, espectadores e sofrendores 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 sofrendores 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 *cité* 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 sofridor. 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 peças de publicidade social, que são as seguintes: 1) apresentar dados gerais e objetivos sobre os desafortunados; 2) abranger a pluralidade das situações dos desafortunados, que devem ser reunidos tanto por sua singularidade quanto pelo que há de comum entre eles; 3) apresentar imagem de corpos em sofrimento; 4) não envolver figuras comunitárias e sim figuras singularizadas, sem cair em subqualificações, ou seja, talvez se distanciando de estereótipos; 5) deixar claro o sofrimento ou os riscos que o denunciante pode enfrentar; 6) suscitar emoções e 7) não colocar o foco em pessoas como responsáveis pela constituição de uma comunidade de apoiadores.

Embora a pesquisa envolva a violência doméstica contra a mulher, o foco está na eficácia da publicidade social para suscitar a denúncia. E, para o âmbito deste artigo, apresentamos a análise da peça publicitária "Quando uma mulher perde a voz, todas perdem" (2019), veiculada em TV, rádio e internet com o clipe da música "Amor que dói", com as cantoras Simone & Simaria.

Vejamos o quanto efetiva pode ser tal campanha para suscitar a denúncia.

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

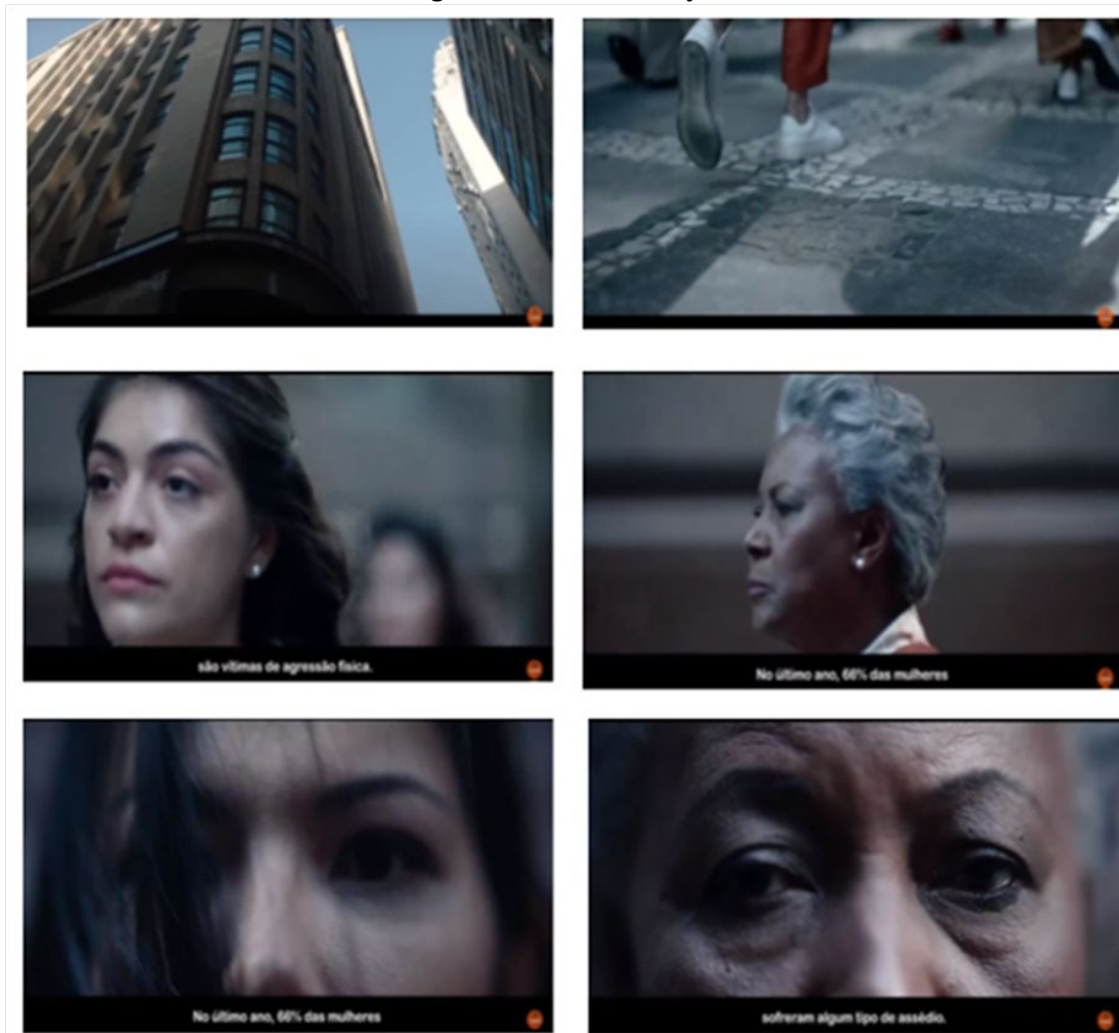
A campanha de enfrentamento à violência contra mulher, de 2019, intitulada “Quando uma mulher perde a voz, todas perdem”, foi veiculada na TV, rádio e internet, e assemelha-se a um videoclipe para a música "Amor que dói", interpretada pelas cantoras Simone e Simaria. Tal peça foi lançada no Dia Internacional 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, tomamos o vídeo de 3 minutos e 7 segundos de duração, em três subseqüências, sem danos à sua seqüência 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).

As cenas de Contextualização (Figura 1) mostra mulheres caminhando por uma cidade, com tomadas em planos médios que mostram mulheres pedestres.

Figura 1: Contextualização.



Fonte: Quando [...] (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 (rostificados), a tela exibe 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

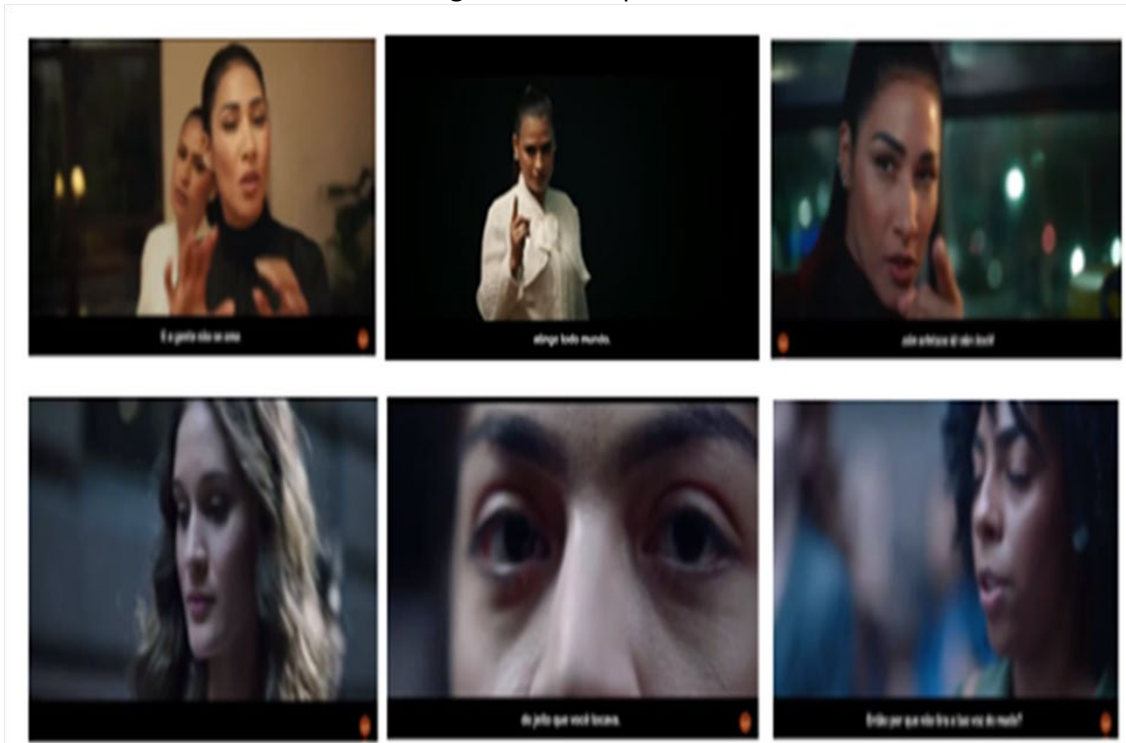
de situações dos desafortunados é contemplada pela diversidade de mulheres que compõe a peça, pelo que podemos constatar pelas cenas que compõem a Figura 1 e a Figura 2.

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, recorreremos a Brasiliense 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 2: Amor que dói.



Fonte: Quando [...] (2019).

Há cenas (Figura 2) 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 3, Figura 4 e Figura 5), que também compõem as cenas dessa segunda sequência, denominada Amor que dói.

Figura 3: O homem em cena 1.



Fonte: Quando [...] (2019).

Figura 4: O homem em cena 2.



Fonte: Quando [...] (2019).

Figura 5: O homem em cena 3.

Fonte: Quando [...] (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 3); nas que mostram lugares em que mulheres são vítimas de assédio, como o transporte público (Figura 4) e na rua (Figura 5). 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 6).

Figura 6: Preto e branco.



Fonte: Quando [...] (2019).

Ambas colocam o pescoço em destaque, quer seja pela gola a ele atada, ou pela camisa com laço, que é feito no transcórper 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 7). 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 7: “Não se cale”.



Fonte: Quando [...] (2019).

Por fim, em relação à terceira parte, que denominamos Denúncia, a cena (Figura 8), 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 8: 180 para não se calar.



Fonte: Quando [...] (2019).

A máxima “Denuncie” é aqui substituída por “Não se cale”. E, de forma não tão contundente, em silêncio, no final, a cena exibe a palavra “Denuncie” e o pedido “Ligue 180” (Figura 9).

Figura 9: Denuncie.



Fonte: Quando [...] (2019).

A utilização do modo verbal imperativo pela publicidade, implica, como explica Sandman (2005), 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 (2005) 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.

Considerações finais

Ao tomar a publicidade social sobre a violência doméstica, o nosso foco foi a efetividade da denúncia, 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.

Considerando-se que o pensamento de Boltanski está na seara de uma sociologia pragmática, na contramão da sociologia bordieusiana, 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, portanto, algumas estratégias que podem levar o espectador, o afortunado – aquele que está distante do sofrimento do outro (o desafortunado) – a agir.

Não criamos uma medida, mas organizamos algumas estratégias que podem sinalizar se a publicidade social pode suscitar a piedade, pois 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.

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

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

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.

BRASILIENSE, Danielle; SEIXAS, Leonardo. Sofrência em tempos de felicidade: música sertaneja e os signos da contemporaneidade. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 21, n. 45, 2020.

CHAUÍ, Marilena. **Sobre a violência**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

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

AGÊNCIA SENADO. DataSenado divulga pesquisa de violência contra a mulher nos estados e no DF, 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/02/28/datasenado-divulga-pesquisa-de-violencia-contr-a-mulher-nos-estados-e-no-df>. Acesso em: 12 dez. 2024.

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

DUARTE, Luiz Fernando D. Distanciamento, reflexividade e interiorização da pessoa no ocidente. **Mana – Estudos de Antropologia Social**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, 1996. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/HrMqK6tvX6gQCgrdzfjxX3w/?lang=pt>. Acesso em: 13 jan. 2024.

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

LINS, Beatriz A. Violência contra mulheres: os dados falam a verdade? **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 18 ago. 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.

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

PINHO, José B. **Propaganda institucional**: usos e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo: Summus, 1990.

QUANDO uma mulher perde a voz, todas perdem. [S.l.: s.n.], 2019. 1 vídeo (3:07 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6JDaygqls3k>. Acesso em: 15 jan. 2021.

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

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

BIOGRAFIA DOS AUTORES

MARIA OGÉCIA DRIGO

Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), com estágio pós-doutoral pela *Universität Kassel* e pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura e docente do Programa de Pós-Graduação em Educação na Universidade de Sorocaba (UNISO)

E-mail: maria.drigo@yahoo.com.br

ALEX SANDRO BENETTI DIAS

Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba (UNISO). Docente no Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (CEUNSP) e na Universidade Paulista (UNIP)

E-mail: alex.dias@ceuunsp.edu.br