

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Phillipp Dias Gripp

**O LUGAR DE FALA NA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA
CONTRA O SEXISMO: AMBIVALÊNCIA DISCURSIVA E POLÍTICA**

Santa Maria, RS
2020

Phillipp Dias Gripp

**O LUGAR DE FALA NA COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA CONTRA O SEXISMO:
AMBIVALÊNCIA DISCURSIVA E POLÍTICA**

Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Orientadora: Dra. Ada Cristina Machado Silveira

Santa Maria, RS
2020

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001

Gripp, Phillipp Dias

O lugar de fala na comunicação midiática contra o sexismo: ambivalência discursiva e política / Phillipp Dias Gripp.- 2020.

229 p.; 30 cm

Orientadora: Ada Cristina Machado Silveira
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2020

1. Lugar de fala 2. Relações de poder 3. Discurso 4. Identidades 5. Gênero I. Silveira, Ada Cristina Machado II. Título.

Sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFSM. Dados fornecidos pelo autor(a). Sob supervisão da Direção da Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central. Bibliotecária responsável Paula Schoenfeldt Patta CRB 10/1728.

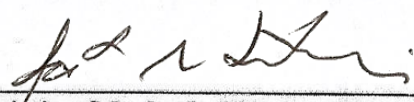
Declaro, PHILLIPP DIAS GRIPP, para os devidos fins e sob as penas da lei, que a pesquisa constante neste trabalho de conclusão de curso (Tese) foi por mim elaborada e que as informações necessárias objeto de consulta em literatura e outras fontes estão devidamente referenciadas. Declaro, ainda, que este trabalho ou parte dele não foi apresentado anteriormente para obtenção de qualquer outro grau acadêmico, estando ciente de que a inveracidade da presente declaração poderá resultar na anulação da titulação pela Universidade, entre outras consequências legais.

Phillipp Dias Gripp

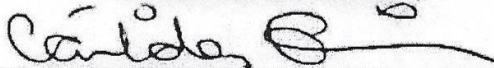
**O LUGAR DE FALA NA COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA CONTRA O SEXISMO:
AMBIVALÊNCIA DISCURSIVA E POLÍTICA**

Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação.

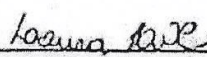
Aprovado em 30 de março de 2020:



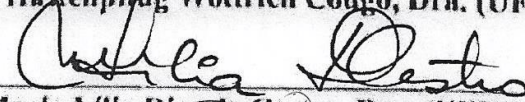
Ada Cristina Machado Silveira, Dra. (UFSM)
(Presidenta/Orientadora)



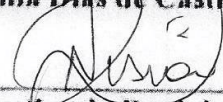
Cárilda Emerim, Dra. (UFSC)



Laura Hastenpflug Wottrich Cougo, Dra. (UFRGS)



Maria Lilla Dias de Castro, Dra. (UFSM)



Nísia Martins do Rosário, Dra. (UFRGS)

Santa Maria, RS
2020

DEDICATÓRIA

Ao Pai Luiz das Matas,
um professor de outros tempos que me ensina a ser mais humano

AGRADECIMENTOS

Uma tese! Foram quatro anos de “estudo fino” e profundo sobre aquilo que observo todos os dias enquanto compartilho meu tempo com as pessoas a quem aqui agradeço. Gracias, caríssimas/os, por terem se colocado em meu lugar e por estenderem a mão quando preciso.

À força da sagrada, benevolente, justa, humilde e empática espiritualidade! À Rainha da Floresta e ao Mestre Irineu, que me mostraram um caminho de flores e que me deram forças para seguir quando pensei em esmorecer. Aos bons guias da Umbanda de luz que acompanham minha jornada terrena. Às noites de belo luar e plêiades à vista! À integridade daquelas/es que defendem a Terra, pois também defendem a vida e a humanidade. Por me ajudarem a lembrar quem sou, pela riqueza e amor universais proporcionados pela Nação Tutumbaiê e por toda irmandade que dela é filha. Especialmente, ao abuelo e maestro de saberes ancestrais, Apolo Quetzal, por abrir as portas de seu coração e de sua casa! A todos/as vocês, que tanto me deram apoio: Baliza da Nova Terra, Rainha da Fortuna, Taira Tupã, Princesa da Graça, Mãe das Águas, Som do Coração, Doce Oxum, Guerreira da Rainha da Floresta, Apolo Kokopelli, Vencedora da Luz, Servo da Luz, Brilho de Oxum, Condor Blanco de la Paz, Lobo da Paz, Loba Dourada, Corvo Negro, Força do Mar, Cabocla de Logunã, Guerreiro de São Jorge, Cristal Estrela, Pomba de Juramidam, Sol Branco, Flecha Certeira, Clara Flor do Dia, Clara Flor da Manhã, Sol Lua Estrela, Guardião do Fogo Sagrado, Urso Branco, Guardião da Sagrada Família, Cabocla Juçara, Águia da Cura, Jaguar Dourado, Estrela do Amor, Guardião de Juramidam, Urso Panda, Arco da Jurema e Mãe Dourada de Oxum.

À minha amável avó, Luzia (em memória), que fez sua viagem durante a escrita desta tese. Sem o seu apoio incondicional eu não teria alcançado! Saiba: você foi a primeira pessoa para quem eu disse que faria a tese e hoje sei que sorrimos em conjunto ao vê-la escrita.

À minha corajosa mãe, que encara os desafios de frente e que não desiste de continuar vendo beleza na vida. Não temamos o caminho! Seguiremos unidos! A felicidade nos espera!

Ao pássaro que encanta meu coração com sua voz, sorriso e olhar afáveis, por sempre me acordar com carinho e por ter realmente me apoiado neste trabalho tão árduo que é a escrita de uma tese. Você foi uma baliza, um poeta, um amor! Muchas gracias, Tom, por caminhar ao meu lado, por segurar minha mão, por acreditar em mim e por cantar comigo.

À Beatriz, pelo bonito reencontro, por falar a verdade, pela escuta e por estar ao meu lado. Isto é o que chamo de laço de amizade. À Monique, pela confiança, por acreditar em mim, pela companhia diária e por sempre ter um mate quentinho e aconchegante à mão. O 303 vive!

Às tias Maurília e Marlene, pelo apoio e sustentação, por não me deixarem sozinho e por se importarem.

À queridíssima orientadora Ada, pela grande oportunidade concedida, pelos seus olhos atentos, franqueza e aceitação. Por ser uma mulher inspiradora. Por exercer seu lugar de fala com sabedoria, por também ouvir e por acolher os objetivos da tese comigo. Também ao Grupo de Pesquisa Comunicação, Identidades e Fronteiras e tantas pessoas que me ensinaram em nossos encontros no HiperMídia, em especial à Isabel, Clarissa, Aline, Camila, Maurício, Emanuely, Vanessa, Gabriela, Magnos, Ulysses e Helyna.

Muitas outras amigas e amigos estiveram comigo em alguns momentos nos últimos quatro anos e permitem que eu diga: “¡Gracias a la vida, que me ha dado tanto!”. Vocês sempre foram e continuam sendo tão especiais: Marlon, Fernanda, Tamara, Tabita e Damaris, Joseline, Dieison, Dani, Gabi, Vera, Gabriel, Jéssica, GD e VDB quero muito mais tempo com vocês!

Às geniais mulheres que aceitaram avaliar esta reflexão, tanto pela contribuição na etapa de qualificação, como na defesa final, membras efetivas e suplentes, pela leitura atenta e por auxiliarem em seu aprimoramento: Cárilda, Laura, Marcia, Maria Lília, Nísia, Sandra e Carlise.

Às/aos mestras/es que fazem o POSCOM da UFSM ser um espaço acolhedor e de tantos aprendizados, por terem me proporcionado uma riqueza tão desprezada pelo atual governo autoritário: o conhecimento (gratuito e de excelência).

Àquelas/es que na CAPES acreditam que é necessário e possível subsidiar os saberes científicos, pelo apoio financeiro fundamental à pesquisa. Como canta um poeta que gosto: “Os livros e as flores vão vencer”.

A tese está aí, amores! E ela defende: em conjunto somos mais fortes. Nossa aliança pode alcançar um mundo de paz, amor e liberdade.

Primeiro levaram os negros
Mas não me importei com isso
Eu não era negro
Em seguida levaram alguns operários
Mas não me importei com isso
Eu também não era operário
Depois prenderam os miseráveis
Mas não me importei com isso
Porque eu não sou miserável
Depois agarraram uns desempregados
Mas como tenho meu emprego
Também não me importei
Agora estão me levando
Mas já é tarde.
Como eu não me importei com ninguém
Ninguém se importa comigo

É preciso agir, Bertolt Brecht (1898-1956)

Principalmente, o pensamento feminista ensina a todos nós como amar a justiça e a liberdade de maneira a nutrir e afirmar a vida. Claramente, precisamos de novas estratégias, novas teorias, diretrizes que nos mostrarão como criar um mundo em que a masculinidade feminista prospere.

O feminismo é para todo mundo, bell hooks

RESUMO

O LUGAR DE FALA NA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA CONTRA O SEXISMO: AMBIVALÊNCIA DISCURSIVA E POLÍTICA

AUTOR: Phillipp Dias Gripp
ORIENTADORA: Ada Cristina Machado Silveira

Esta tese defende a concepção de que um sujeito pode assumir lugares de fala por si-mesmo e/ou em conjunto a outrem, ao se posicionar socialmente em situações de comunicação, a partir de suas adscrições identitárias e no âmbito de práticas semiótico-discursivas predeterminadas. Investiga-se o discurso midiático promocional contra o sexismo da campanha *ElesPorElas/HeForShe*, desenvolvida pela ONU Mulheres e televisionada pelo canal GNT, ao analisar como os sujeitos são convocados a exercer um lugar de fala com outro/a. A proposta é orientada pela justificativa de aprofundar o debate sobre a noção dos lugares de fala nos estudos da Comunicação. Orienta-se, ainda, pelo reconhecimento de como um sujeito é convocado a assumir um lugar de fala com outro/a na produção discursiva sobre a campanha. Tem-se como material empírico as produções audiovisuais veiculadas pelo GNT desde a adesão da campanha pelo canal, além de outros textos audiovisuais que contextualizam a *ElesPorElas*. Parte-se de um quadro teórico que visa abranger a noção dos lugares de fala através da articulação entre os conceitos de discurso e identidade no cenário das relações de poder e vinculá-la ao âmbito relacional da comunicação. Compreende-se, então, os lugares de fala como estratégias de enunciação que relacionam a fala do sujeito à identidade por ele assumida. O debate é problematizado ao evidenciar a situação de um sujeito falar em conjunto a outro/a através do movimento de alteridade. A argumentação ressalta que a noção de lugares de fala comporta uma ambivalência: a discursivo-pós-estruturalista e a político-representacional. Ademais, apresenta-se uma contextualização sobre os estudos de gênero que visa destacar o feminismo visionário como um movimento político amoroso e oposto à perspectiva de ódio aos homens. O desenvolvimento metodológico se alicerça em uma estruturação da semiótica discursiva com a qual se examina o material empírico a partir das relações que os textos contraem com o seu contexto (nível paratextual); com outros textos que os precedem ou sucedem (nível intertextual sintagmático); e internamente com os planos de conteúdo e expressão (nível intratextual). A análise paratextual de contextualização sócio-histórica e enunciativa se dividiu em duas dimensões: 1) a ampla, que reconheceu a campanha *ElesPorElas/HeForShe* como direcionada à luta contra o sexismo, pela igualdade de gêneros e orientada pelo objetivo de convidar os homens a se posicionarem favoravelmente à causa; e 2) a restrita, que apresentou a história e a configuração sociocultural do canal televisivo GNT. A intertextualidade destacou informações sobre a produção dos textos audiovisuais promocionais difundidos pelo GNT. Pela via da intratextualidade, realizou-se os exames do plano de expressão e de conteúdo das peças. Constatou-se a viabilidade de um sujeito ser convocado e assumir lugares de fala com outros/as em situações de comunicação visibilizadas pelo canal GNT através do reconhecimento de suas adscrições identitárias, do exercício da alteridade e vinculando-se à propriedade discursivo-pós-estruturalista.

Palavras-chave: Lugar de fala. Relações de poder. Discurso. Identidades. Gênero. Canal GNT. *ElesPorElas*.

RESUMEN

EL LUGAR DE HABLA EN LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA CONTRA EL SEXISMO: AMBIVALENCIA DISCURSIVA Y POLÍTICA

AUTOR: Phillipp Dias Gripp
ORIENTADORA: Ada Cristina Machado Silveira

Esta tesis defiende la concepción de que un sujeto puede asumir lugares de habla por sí mismo y/o junto con otros, posicionándose socialmente en situaciones de comunicación, desde sus adscripciones de identidad y en el alcance de prácticas semiótico-discursivas predeterminadas. Se investiga el discurso promocional mediático contra el sexismo de la campaña *ÉlPorElla/HeForShe*, desarrollado por ONU Mujeres y televisado por el canal GNT, para analizar cómo se invita a los sujetos a ejercer un lugar de habla con otro. La propuesta se guía por la justificación de profundizar el debate acerca de la noción de lugares de habla en los estudios de Comunicación. También se guía por el reconocimiento de cómo se invita a un sujeto a asumir un lugar de habla con otro en la producción discursiva sobre la campaña. El material empírico es compuesto por las producciones audiovisuales transmitidas por GNT desde que el canal se unió a la campaña, además de otros textos audiovisuales que contextualizan *ÉlPorElla*. Se parte de un marco teórico que pretende abarcar la noción de lugares de habla a través de la articulación entre los conceptos de discurso e identidad en el escenario de las relaciones de poder, además de vincularlo con el alcance relacional de la comunicación. Luego, los lugares de habla se entienden como estrategias de enunciación que relacionan el discurso del sujeto con la identidad que asume. El debate se problematiza al mostrar la situación de un sujeto que habla junto con otro a través del movimiento de alteridad. El argumento teórico enfatiza que la noción de lugares de habla tiene una ambivalencia: lo discursivo-postestructuralista y lo político-representativo. Además, presenta una contextualización acerca de los estudios de género que tiene como objetivo destacar el feminismo visionario como un movimiento político amoroso y contrario a la perspectiva del odio a los hombres. El desarrollo metodológico está basado en una estructuración de semiótica discursiva con la que se examina el material empírico a partir de las relaciones que los textos contraen con su contexto (nivel paratextual); con otros textos que los preceden o siguen (nivel intertextual sintagmático); e internamente con los planes de contenido y expresión (nivel intratextual). El análisis paratextual de la contextualización sócio-histórica y enunciativa se divide en dos dimensiones: 1) la amplia, que reconoce la campaña *ÉlPorElla/HeForShe* como dirigida a la lucha contra el sexismo y por la igualdad de género y guiada por el objetivo de invitar a los hombres a posicionarse favorablemente a la causa y 2) el restringido, que se refiere a la historia y la configuración sociocultural del canal de televisión GNT. La intertextualidad destaca informaciones acerca de la producción de textos audiovisuales promocionales transmitidos por GNT. Mientras eso, a través de la intratextualidad se llevan a cabo los exámenes del plan de expresión y contenido de las piezas. Es posible verificar la viabilidad de que un sujeto sea invitado y asuma lugares de habla con otros en situaciones de comunicación que el canal GNT hace visibles a través del reconocimiento de sus identificaciones de identidad, el ejercicio de la alteridad y la vinculación con la propiedad discursivo-postestructuralista.

Palabras-clave: Lugar de habla. Relación de poder. Discurso. Identidad. Género. Canal GNT. *ÉlPorElla*.

ABSTRACT

THE PLACES OF SPEECH IN MEDIA COMMUNICATION AGAINST SEXISM: DISCURSIVE AND POLITICAL AMBIVALENCE

AUTHOR: Phillipp Dias Gripp
ADVISOR: Ada Cristina Machado Silveira

This thesis defends the conception that a subject can assume places of speech by himself and/or together with others, positioning himself socially in situations of communication, from his identity adscriptions and within the scope of predetermined semiotic-discursive practices. The promotional media discourse against sexism of the HeForShe campaign, developed by UN Women and televised by the GNT channel, is investigated in order to analyze how subjects are invited to exercise a place of speech with another. The proposal is guided by the justification of deepening the debate on the notion of places of speech in studies of Communication. It is also guided by the recognition of how a subject is invited to assume a place of speech with another in the discursive production about the campaign. The empirical material is the audiovisual productions broadcast by GNT since the campaign joined the channel, in addition to other audiovisual texts that contextualize HeForShe. It starts with a theoretical framework that aims to encompass the notion of places of speech through the articulation between the concepts of discourse and identity in the scenario of power relations and link it to the relational scope of communication. Then, places of speech are understood as enunciation strategies that relate the subject's discourse to the assumed identity. The debate is problematized by showing the situation of a subject talking together with another through the alterity movement. The theoretical argument emphasizes that the notion of places of speech has an ambivalence: the discursive-post-structuralist and the political-representational. Furthermore, it presents a contextualization about gender studies that aims to highlight visionary feminism as a loving political movement and opposed to the perspective of hatred towards men. The methodological development is based on a structuring of discursive semiotics to examine the empirical material from the relationships that the texts contract with their context (paratextual level); with other texts that precede or follow them (syntagmatic intertextual level); and internally with the content and expression plans (intratextual level). The paratextual analysis of socio-historical and enunciative contextualization is divided into two dimensions: 1) the broad one, which recognizes the HeForShe campaign as directed to the fight against sexism and gender equality and guided by the objective of inviting men to position themselves favorably to the cause; and 2) the restricted one, which refers to the history and socio-cultural configuration of the GNT television channel. Intertextuality highlights information about the production of promotional audiovisual texts broadcast by GNT. Meanwhile, through the intratextuality are carried out the analysis of the expression plan and content of the pieces. It is possible to verify the viability of a subject being invited and assuming places of speech with others in situations of communication made visible by the GNT channel through the recognition of their identity adscriptions, through the alterity movement and being linked to the discursive-post-structuralist property.

Keywords: Place of speech. Power relations. Discourse. Identities. Genre. GNT channel. HeForShe.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Ocorrências por área da noção “lugar(es) de fala” em teses e dissertações no Brasil	21
Figura 2 – A situação de comunicação e seus sujeitos	42
Figura 3 – A situação de comunicação, seus sujeitos e o uso dos lugares de fala	45
Figura 4 – Aba especial “Eles Por Elas” no site do canal GNT	107
Figura 5 – Marca da campanha ElesPorElas/ <i>HeForShe</i>	113
Figura 6 – Aba principal do site da campanha ElesPorElas na internet em 2015	114
Figura 7 – Fragmento da aba principal do site da ElesPorElas em 2015 com frase de apoio à campanha por Ban Ki-moon	115
Figura 8 – Trechos do enunciado de Emma Watson para o lançamento da <i>HeForShe</i>	117
Figura 9 – Alcance da campanha ElesPorElas em conversações, assinaturas e eventos	125
Figura 10 – Marcas do GNT lançadas em 1991, 1996 e 2003	129
Figura 11 – Vinheta de identificação	131
Figura 12 – Marca do GNT lançada em 2011	133
Figura 13 – Gráfico sobre a distribuição percentual em categorias temáticas de programas do canal GNT em 2016	140
Figura 14 – Gráfico sobre a distribuição percentual em categorias temáticas de programas do canal GNT em 2019	141
Figura 15 – Trechos do Convite de Astrid Fontenelle e Rodrigo Hilbert (Peça 01)	152
Figura 16 – Trechos do Convite de Bela Gil e Marcelo Tas (Peça 02)	156
Figura 17 – Trechos do audiovisual “Frases de ódio vs. frases empoderadas” (Peça 03)	160
Figura 18 – Trechos do audiovisual “Fala de Camila Pitanga” (Peça 04)	166
Figura 19 – Trechos do audiovisual “Fala de Preta Gil” (Peça 05)	169
Figura 20 – Trechos do audiovisual “Fala de Sheron Menezes” (Peça 06)	173
Figura 21 – Trechos do audiovisual “Fala de Léa T.” (Peça 07)	176
Figura 22 – Trechos do audiovisual “Fala de Anselmo Vasconcelos” (Peça 08)	180

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Resumo possível dos níveis de análise	103
Quadro 2 – Resumo dos níveis pertinentes à análise	105
Quadro 3 – Características das peças que compõem o <i>corpus</i> empírico	107
Quadro 4 – Análise intratextual da Peça 01	154
Quadro 5 – Análise intratextual da Peça 02	158
Quadro 6 – Análise intratextual da Peça 03	163
Quadro 7 – Análise intratextual da Peça 04	168
Quadro 8 – Análise intratextual da Peça 05	171
Quadro 9 – Análise intratextual da Peça 06	175
Quadro 10 – Análise intratextual da Peça 07	178
Quadro 11 – Análise intratextual da Peça 08	182

LISTA DE APÊNDICES

APÊNDICE A – Lista dos trabalhos encontrados no estado da arte que embasam a noção “lugar de fala”	214
APÊNDICE B – Entrevista sobre a campanha “ElesPorElas”	215
APÊNDICE C – Detalhamento dos programas veiculados canal televisivo GNT por categorias em 2016	219
APÊNDICE D – Detalhamento dos programas veiculados canal televisivo GNT por categorias em 2019	220

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A – Lista de links para acesso aos textos audiovisuais analisados	221
ANEXO B – Peça visual da ElesPorElas – Camila Pitanga	222
ANEXO C – Peça visual da ElesPorElas – Preta Gil	223
ANEXO D – Peça visual da ElesPorElas – Sheron Menezzes	224
ANEXO E – Peça visual da ElesPorElas – Anselmo Vasconcelos	225
ANEXO F – Peça visual da ElesPorElas – Bruno Gagliasso	226
ANEXO G – Peça visual da ElesPorElas – Érico Brás	227
ANEXO H – Peça visual da ElesPorElas – Marcelo D2	228
ANEXO I – Peça visual da ElesPorElas – Mateus Solano	229

SUMÁRIO

O LUGAR DE ONDE FALO: APONTAMENTOS INTRODUTÓRIOS	17
1. LUGARES DE FALA DISCURSIVOS E POLÍTICOS: RECONHECIMENTO DA IMPORTÂNCIA COMUNICACIONAL DO OBJETO DE CONHECIMENTO ..	26
1.1 LUGARES DE FALA: UM DEBATE CONCEITUAL DIRECIONADO À COMUNICAÇÃO	27
1.2 ASPECTOS COMUNICACIONAIS DOS LUGARES DE FALA	37
1.3 PROBLEMATIZAÇÃO DOS LUGARES DE FALA DISCURSIVOS E POLÍTICOS: PODE UM SUJEITO FALAR SOBRE A LUTA DE OUTRO/A?	47
2. VIRADAS SUBVERSIVAS NAS LUTAS CONTRA O SEXISMO: ENTRE FEMINISMOS E MASCULINIDADES	62
2.1 “ONDAS DO FEMINISMO”: UMA VERSÃO HEGEMÔNICA DA HISTÓRIA	63
2.2 APROXIMANDO-SE DO FEMINISMO E DOS ESTUDOS DE GÊNERO: UM DEBATE CONTRA O SEXISMO E NÃO CONTRA OS HOMENS	69
3. SEMIÓTICA DISCURSIVA: UMA ORIENTAÇÃO METODOLÓGICA PARA ANALISAR EFEITOS DE SENTIDO TELEVISUAIS	91
3.1 BASES TEÓRICAS E CONCEITUAIS DA SEMIÓTICA DISCURSIVA	92
3.2 DELIMITAÇÕES METODOLÓGICAS E DOS NÍVEIS DE PERTINÊNCIA PARA ANÁLISE DE PEÇAS PROMOCIONAIS	99
4. EVIDÊNCIAS PARATEXTUAIS DE CONTEXTUALIZAÇÕES SÓCIO-HISTÓRICAS E ENUNCIATIVAS: A CAMPANHA ELESPORELAS/HEFORSHE E O CANAL TELEVISIVO GNT	111
4.1 ANÁLISE PARATEXTUAL AMPLA: CAMPANHA ELESPORELAS/HEFORSHE	112
4.1.1 Contextualização histórica e da identidade visual	112
4.1.2 Protagonismo feminino e convite à cooperação masculina	118
4.1.3 Desenvolvimento, implementação e alcance da campanha	122
4.2 ANÁLISE PARATEXTUAL RESTRITA: CANAL GNT, UM LUGAR DE VISIBILIDADE DA LUTA CONTRA O SEXISMO?	126
4.2.1 Contextualização histórica, reconfigurações do público-alvo e da identidade visual	127
4.2.2 Evolução da programação	134
4.2.3 Incorporação da campanha ElesPorElas	145
5. INFORMAÇÕES INTERTEXTUAIS E EVIDÊNCIAS INTRATEXTUAIS: EFEITOS DE SENTIDO POSSIBILITADOS PELOS TEXTOS AUDIOVISUAIS PROMOCIONAIS DO GNT SOBRE A ELESPORELAS/HEFORSHE	149
5.1 ROMPIMENTO COM REGULAÇÕES DE GÊNERO: 1ª REGULARIDADE E INFORMAÇÕES INTERTEXTUAIS	150
5.1.1 Análise intratextual da Peça 01	151
5.1.2 Análise intratextual da Peça 02	155
5.2 CONFRONTO AO DISCURSO SEXISTA: 2ª REGULARIDADE E INFORMAÇÕES INTERTEXTUAIS	159
5.2.1 Análise intratextual da Peça 03	160
5.3 LUGARES DE FALA CONTRA O SEXISMO: 3ª REGULARIDADE E INFORMAÇÕES INTERTEXTUAIS	164
5.3.1 Análise intratextual da Peça 04	165
5.3.2 Análise intratextual da Peça 05	169
5.3.3 Análise intratextual da Peça 06	172
5.3.4 Análise intratextual da Peça 07	176

5.3.5 Análise intratextual da Peça 08	179
6. INTERPRETAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS	184
6.1 APONTAMENTOS SOBRE O ROMPIMENTO COM REGULACOES DE GÊNERO	184
6.2 APONTAMENTOS SOBRE O CONFRONTO AO DISCURSO SEXISTA	188
6.3 APONTAMENTOS SOBRE OS LUGARES DE FALA CONTRA O SEXISMO	191
6.4 CAMPANHA ELESPORELAS/HEFORSHE: UM LUGAR DE FALA DISCURSIVO- PÓS-ESTRUTURALISTA VISIBILIZADO PELO CANAL TELEVISIVO GNT	194
CONSIDERAÇÕES	202
REFERÊNCIAS	206
APÊNDICES	214
ANEXOS	221

O LUGAR DE ONDE FALO: APONTAMENTOS INTRODUTÓRIOS

“Você vai falar sobre feminismo na sua tese? Mas você é homem, não pode!”, “Você deveria deixar esse tema para uma mulher debater”, “Você não tem propriedade para falar sobre sexismo, porque nunca passou pelas experiências que nós, mulheres, passamos”, “Você não pode falar sobre isso, porque este não é seu lugar de fala”, “Este seu objeto empírico é ridículo! Como assim ‘eles por elas’? Deveria ser ‘elas por elas’. Vocês, homens, não sabem o que nós, mulheres, passamos; sempre nos oprimiram e agora ainda querem protagonismo nas nossas lutas!”, “Nós não precisamos da ajuda de vocês”. Estas foram frases que ouvi ao conversar com algumas mulheres sobre a temática desta tese. Mulheres que demonstraram força e coragem para enfrentar um homem que conheciam pouco, ao considerar que o Fórum Brasileiro de Segurança Pública projetou, através de pesquisa encomendada ao Instituto Datafolha (FBSP, 2017), que em 2016 cerca de 4,4 milhões de mulheres brasileiras foram vítimas de algum tipo de agressão física e 12 milhões sofreram ofensa verbal. Com dados tão alarmantes, é preciso bravura, no mínimo, para contrariar um sujeito que presumidamente pode ser um agressor em potencial simplesmente por ser homem.

Por outro lado, outras tantas mulheres, que conheciam melhor os meus percursos, incentivaram: “Finalmente homens estão se conscientizando e falando sobre feminismo”, “Não tem como alcançarmos algumas conquistas necessárias se vocês, homens, também não se educarem e falarem sobre igualdade de gênero e contra o sexismo”, “Vocês precisam mesmo apoiar essa luta e ajudar a desconstruir o machismo, principalmente em homens que não ouvem as mulheres”, “Como alcançaríamos a igualdade de gênero de fato se vocês não se pautassem também por essa luta contra o sexismo?”, “Vocês são nossos companheiros na luta contra o sexismo, não estão apenas nos ajudando. Na verdade, é um dever de todas e todos nós, não importa o gênero”. Desde o início e durante o doutorado, sempre foi notável, entre as pessoas com quem eu conversava, uma dualidade consensual sobre as temáticas que envolvem esta tese e a aprovação da fala de um homem que escreveria sobre sexismo. Tal dualidade instigou ainda mais o desenvolvimento desta pesquisa que discute e problematiza a noção dos lugares de fala no contexto dos estudos de Comunicação.

Diante dessa contextualização, você poderia me questionar: “qual a relevância, no entanto, de apresentar experiências de cunho pessoal para o desenvolvimento de uma tese de doutorado, que deveria ser imparcial?”. Minha resposta se apropria da arguição presente nesta própria tese. Demonstro coerência à defesa de que é importante levar em conta os lugares de onde falam os sujeitos nas situações comunicacionais.

Importa, aqui, salientar que desenvolver este texto, por vezes, em primeira pessoa do singular é também uma via pela qual demonstro o lugar de onde falo e me posiciono. Esta opção linguageira não se refere a uma tentativa de invisibilizar a relevância da orientação sempre presente no processo de doutoramento. Tampouco demonstra parcialidade científica, pois recupero a noção de objetividade situada de Donna Haraway (1995, p. 21), tornando-me, de acordo com ela, responsável pelo que aprendi a ver durante o processo de pesquisa e que é exposto nesta escrita. Esta opção permite, outrossim, que eu me posicione por meio de minhas identificações para falar sobre a luta política contra o sexismo, a qual pode ser considerada por alguns/mas leitores/as como “condicionada apenas à identidade das mulheres”. Ao considerar que sou um homem cisgênero homossexual, que começou a ler academicamente sobre feminismo a partir do ingresso no doutorado, demonstro aqui o meu saber localizado (HARAWAY, 1995) e o que aprendi a ver através das lentes teóricas adotadas nesta pesquisa sobre lugares de fala e feminismo visionário.

A opção linguageira presente na introdução, apresentações dos capítulos e considerações finais da escrita torna possível uma aproximação entre nós – interlocutores deste texto. Procuo auxiliar, com isso, o reconhecimento à/ao leitora/o das minhas sujeições identitárias e como elas resultam nas significações e coerências sobre o que defendo nesta tese: a concepção de que um sujeito pode assumir lugares de fala por si-mesmo e/ou em conjunto a outrem, ao se posicionar socialmente em situações de comunicação, a partir de suas adscrições identitárias e no âmbito de práticas semiótico-discursivas predeterminadas e visibilizadas pelas mídias. Desse modo, busco vincular a noção a uma lógica comunicacional que relaciona a produção enunciativa à adscrição identitária de quem articula uma fala posicionando-se em um lugar social por si-mesmo ou em conjunto a outros/as.

Vale apontar, para introduzir a temática, que a noção dos lugares de fala ganhou grande repercussão na atualidade, principalmente em discussões de redes sociais na internet, como indica Djamila Ribeiro (2017, p. 56): “Acredito que muitas pessoas ligadas a movimentos sociais, em discussões nas redes sociais, já devem ter ouvido a seguinte frase ‘fique quieto, esse não é seu lugar de fala’, ou já deve ter lido textos criticando a teoria sem base alguma com o único intuito de criar polêmica vazia”. Assim, demonstra-se como o debate conceitual acerca da noção é atravessado por um esvaziamento, o qual gera diversas críticas, dúvidas e polêmicas sobre os lugares de fala, como aponta Ribeiro (2017).

No que se refere aos debates contemporâneos sobre os lugares de fala, um fenômeno empírico chamou atenção e passou a constituir a pesquisa: a situação em que um sujeito é convocado a falar e agir em conjunto nas lutas político-identitárias de outro/a, ou seja, quando

um sujeito é chamado a posicionar-se em um lugar de fala *com* outro/a, em favor de adscrições identitárias atribuídas a outrem e não a si-mesmo. Este cenário fica evidente em uma grande diversidade de casos empíricos, mas optei, nesta tese, pela análise semiótico-discursiva da campanha contra o sexismo *ElesPorElas/HeForShe*, desenvolvida pela ONU Mulheres e lançada em setembro de 2014.¹

A *ElesPorElas* é definida como uma campanha/movimento que visa implicar aos homens certa agência nas lutas contra as desigualdades de gêneros e, sobretudo, pelos direitos das mulheres, encorajando-os a levantarem suas vozes e a agirem em favor da igualdade e contra o sexismo (ONU MULHERES, 2015b). Consta-se que no discurso de lançamento da campanha *HeForShe*, em Nova York, a atriz britânica e embaixadora da Boa Vontade da ONU Mulheres, Emma Watson (2014), atenta que para acabar com a desigualdade de gênero é necessário o envolvimento de todos e, para tanto, o movimento quer encorajar cada vez mais homens e meninos a participarem dessa mudança. Ela estende as problemáticas de gênero aos homens, pois acredita que para realizar uma mudança significativa e global contra o sexismo é necessário que eles também participem das conversas sobre feminismo. Por fim, convida-os à luta e pede que reflitam: “Se não eu, quem? Se não agora, quando?”.

No Brasil, o canal televisivo fechado para assinantes GNT aderiu à campanha em junho de 2015. O canal se define como voltado ao público feminino, entretanto, a temática da luta pela igualdade de gênero e contra o sexismo não era uma pauta geralmente debatida pela emissora GNT até 2013, como é possível se ponderar a partir do levantamento histórico sobre o canal realizado por Fabíola Machado (2013). Diante desse cenário, acredita-se que o GNT passa a dar ênfase ao debate sobre as lutas feministas a partir da aderência à campanha.

A *ElesPorElas/HeForShe* destaca o debate sobre lugares de fala quando convida homens para falarem e assumirem uma posição a favor da igualdade de gênero e contra o sexismo, lutas

¹ Outros casos empíricos que evidenciam o convite para assumir um lugar de fala com o outro podem ser notados, por exemplo: 1) nas frases difundidas pela campanha “Rio sem preconceito”, um programa de Direitos Civis e Humanos, desenvolvido pela Coordenadoria Especial da Diversidade Sexual da prefeitura do Rio de Janeiro, criado em 2011 (os dizeres apontam posicionamentos como: “você não precisa ser mulher para lutar contra o machismo”, “você não precisa ser negro para lutar contra o racismo”, “você não precisa ser gay para lutar contra a homofobia”, entre outros); 2) a participação do ator Gregório Duvivier em uma reportagem produzida pela revista TPM em 2014, em conjunto ao lançamento da campanha “#Precisamos falar sobre aborto” (quando Gregório participou da campanha e deu declarações a favor da causa, sua intenção foi interpretada por algumas mulheres como um roubo ao protagonismo delas no movimento feminista, enquanto outras defenderam suas manifestações como sendo uma aliança às mulheres); 3) mais recentemente, em 2020, o discurso do ator Joaquin Phoenix, ao receber o prêmio de Melhor Ator na cerimônia do Oscar, destacou que as lutas contra o racismo, desigualdade de gênero, pelos direitos dos LGBT, de indígenas e dos animais devem ter apoio de todas as pessoas; 4) A atriz Alessandra Negrini, em 2020, usou adereços indígenas durante o desfile em um bloco de carnaval com o objetivo de visibilizar a causa indígena e foi acusada de apropriação cultural por algumas pessoas e defendida por outras.

principal e historicamente lideradas por e para as mulheres. Essa conjuntura situacional de um sujeito ser convocado a assumir um lugar de fala em conjunto a outro nos processos comunicacionais designa o tema deste trabalho, que ainda se apoia na análise semiótico-discursiva de produtos audiovisuais promocionais veiculados nos intervalos comerciais do canal GNT e assinados pela campanha.

Esta tese, então, é orientada pelo problema: “como os sujeitos são convocados a exercer um lugar de fala com outra/o no discurso midiático promocional contra o sexismo da campanha *ElesPorElas/HeForShe*, veiculado pelo canal televisivo GNT?”. Pela via desse questionamento, o objetivo geral da pesquisa se definiu na proposição de: “investigar o discurso midiático audiovisual e promocional contra o sexismo da campanha *ElesPorElas/HeForShe*, difundido pela emissora televisiva GNT, visando analisar como os sujeitos são convocados a exercer um lugar de fala com outro/a”.

Para tanto, os objetivos específicos foram delimitados em: 1) circunscrever a noção “lugar de fala” em um quadro teórico relacionado às situações comunicacionais; 2) examinar a campanha de luta contra o sexismo e pela igualdade de gênero *ElesPorElas/HeForShe* através de sua contextualização sócio-histórica; 3) delinear uma contextualização sócio-histórica também do canal televisivo GNT até o momento de inserção da campanha; 4) identificar as dimensões discursivas e expressivas pelas quais a estratégia enunciativa dos lugares de fala é acionada por mulheres e homens nos textos audiovisuais promocionais difundidos pelo GNT sobre a campanha *ElesPorElas*; 6) analisar como o discurso da campanha se apropria da estratégia enunciativa dos lugares de fala e do debate feminista.

Saliento, no que se refere à reflexão teórica e metodológica sobre os lugares de fala, que não se pode afirmar que a noção tenha emergido recentemente, mesmo que sejam atuais os casos empíricos de discussões em redes sociais digitais sobre o tema e o movimento *ElesPorElas*. Considero que enquadrar os discursos de sujeitos em interação a partir das respectivas posições identitárias que ocupam na sociedade pode até parecer, em uma apreciação superficial, tarefa rotineira aos estudos de Comunicação orientados pelos vieses discursivo e de recepção. Acredito que esta ação se difundiu, especialmente, graças a investigações alinhadas a vertentes Pós-Estruturalista, dos Estudos Culturais e dos Estudos Feministas.

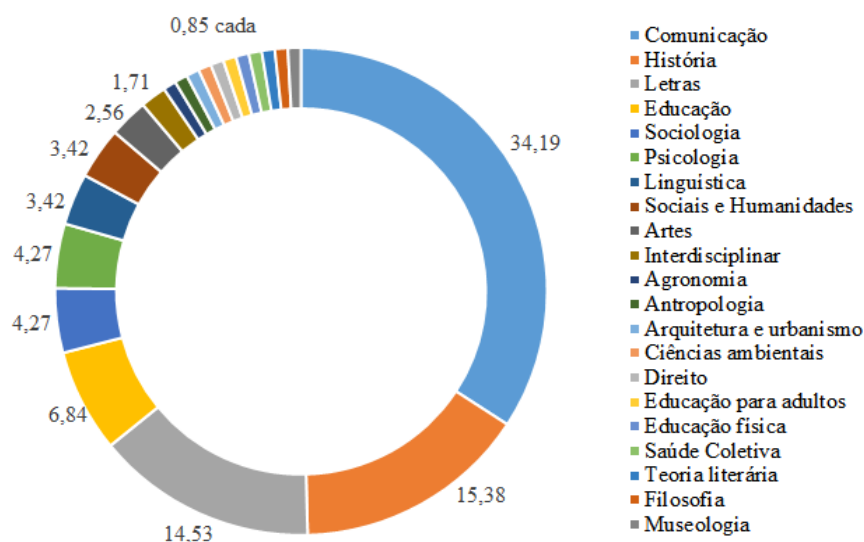
Porém, o primeiro estímulo que me levou à elaboração da proposta desta pesquisa, entre os anos de 2014 e 2015, foi a assimilação empírica de que pouco havia se estudado a noção dos lugares de fala na Comunicação. Atento ao uso da noção em textos do campo comunicacional, percebi que não havia se desenvolvido uma reflexão teórica que suprisse com o esvaziamento conceitual sobre a mesma, o que também foi notado por Ribeiro (2017) de modo geral. Pude

observar especificamente que o esvaziamento sobre a noção tornou a sua apropriação uma técnica, por vezes, mecânica e acrítica também nos estudos comunicacionais.

Para confirmar se essa carência procedia, considerando demonstrá-la e compreender de que maneira os estudos de Comunicação se utilizam da noção lugares de fala, durante o desenvolvimento da investigação realizei uma pesquisa bibliográfica para delimitar o estado da arte das teses e dissertações brasileiras que usam a noção. Visei realizar um diagnóstico que desse embasamento para indicar a relevância da noção para os estudos comunicacionais.

O levantamento foi feito a partir de um método descritivo de natureza quantitativa e qualitativa. Realizei em março de 2017 buscas pela palavra-chave “lugar de fala” e a variação no plural “lugares de fala” para verificar as ocorrências no Banco de Teses e Dissertações da CAPES. As buscas indicaram um total de 117 teses e dissertações (87 com palavra-chave “lugar de fala” e outras 30 com a variação “lugares de fala”) entre todas as áreas de pesquisa disponíveis no repositório. Para delimitar a análise qualitativa, selecionei apenas os textos referentes aos estudos de Comunicação, o que resultou em 40 trabalhos. Pôde-se constatar que os trabalhos da Comunicação se destacam com 34,1% do total das teses e dissertações encontradas na busca. Seguem-se os estudos da História (15,3%), Letras (14,5%), Educação (6,8%), entre outros, conforme pode ser consultado na Figura 1, a seguir:

Figura 1 – Ocorrências por área da noção “lugar(es) de fala” em teses e dissertações no Brasil



Fonte: Elaboração do autor.

Dos 40 trabalhos da Comunicação 13 são teses e 27 dissertações. Desse conjunto, selecionei 15 para a realização da análise qualitativa, pois são os que se atêm propriamente à

temática dos lugares de fala – os demais textos apenas utilizam o termo como apoio para construções frasais aleatórias. Uma lista com as especificidades dos trabalhos analisados qualitativamente está disponível no apêndice A desta tese.

Antes de atentar às ponderações sobre os 15 trabalhos analisados, é oportuno salientar que 25 trabalhos, dos 40 encontrados, apenas citam o termo “lugar(es) de fala”. A utilização terminológica, nestes casos, corresponde a uma expressão de senso comum, uma convenção social ou recurso retórico, pois é usada sem a apropriação de reflexões epistemológicas que embasem a noção. Percebe-se, então, que o uso do termo é recorrente na Comunicação, mas não leva em conta um embasamento necessário para sua apropriação fundamentada.

Tal ponderação conduz a avaliar a relevância de problematizar a noção de lugar de fala e sua afinidade com os estudos comunicacionais, já que 34,1% dos trabalhos que citam o termo estão circunscritos ao campo da Comunicação (mais que o dobro da quantidade dos encontrados na História, que está na segunda posição), mas poucos se propõem a discuti-lo e desenvolvê-lo. Por vezes, a expressão “lugar(es) de fala” é tão somente utilizada em construções frasais que visam enfatizar um sentido de autoridade que um sujeito ou grupo impõe a outro, ou para indicar como os enunciados de uma pessoa advém de um contexto previamente estabelecido.

No que se refere aos demais trabalhos, é importante apontar que salta à vista, sobretudo, a percepção de que a noção “lugar(es) de fala”, quando embasada, é tratada por diferentes perspectivas teórico-metodológicas de modo inseparável à instância midiática. Geralmente ela é utilizada para indicar o local, em uma mídia, destinado para dar voz a um determinado público, ou a maneira como e a justificativa pela qual a fala de uma fonte é enquadrada em determinado lugar na mídia.

Um exemplo disso é a tese de Márcia Amaral (2004), na qual se analisa o jornal Diário Gaúcho para apreender o local atribuído à fala dos leitores. Ela investiga o lugar de fala do leitor na mídia e evidencia que os jornais populares e de referência concedem diferentes espaços às falas de suas fontes e leitores. Um trabalho publicado por Amaral (2005), que é oriundo de sua tese, inclusive fundamenta um tratamento generalizado, por parte de Ribeiro (2017, p. 57), sobre como a Comunicação se serve da noção: “Nesse sentido dado pela comunicação, o conceito serviria para analisar que o lugar de fala da imprensa popular seria diferente do lugar de fala do que eles chamam de jornais de referência”.

Encontra-se certa regularidade nesta variedade de trabalhos, tendo em vista a referência tomada em comum de José Luiz Braga (2000). O entendimento acerca do lugar de fala adotado pelo autor estratifica a noção numa abordagem técnica para o estudo de produtos culturais. Ele indicaria observar o enunciado com vistas a encontrar o lugar em que é enquadrada a fala do

sujeito, ou para descobrir o lugar ideológico em que o sujeito “é posto a falar” na mídia. Para o autor, o lugar de fala objetiva evitar um “deslocamento do objeto” em relação ao aporte teórico. Por esta via, busca-se apreender o enquadramento que um produto cultural atribui às falas dos sujeitos ao situá-las em um lugar; ou salientar como as representações midiáticas constroem lugares de fala dos sujeitos na perspectiva de um imaginário social.

Conforme a percepção lograda sobre o encadeamento de estudos encontrados no levantamento, a inquietação que motiva esta pesquisa em domínio comunicacional se dá no discernimento de que o uso dos lugares de fala em tais trabalhos está sempre relacionado e/ou é promovido automaticamente pela mídia. Sob tal ângulo, as análises permitem depreender uma assimilação que evidencia a potência dos produtos midiáticos de atribuir lugares de fala aos sujeitos, de definir os lugares onde determinados sujeitos têm competências para falar ou, de outro modo, procuram desvendar qual posição ideológica o sujeito e a mídia ocupam através da análise de suas propriedades expressivas. A atitude viciosa aí apontada decorre do esvaziamento de um debate conceitual que suscite críticas, dúvidas e polêmicas sobre a noção em apreço. Ela corrobora, igualmente, a concepção instrumental vigente no entendimento dos processos midiáticos como decorrentes meramente da ação das mídias comerciais.

Busco abordar a noção de lugares de fala, então, através de uma via pela qual se objetiva enxergá-la à luz do panorama comunicacional, mas sem deixá-la dependente do âmbito midiático. Respalda-se, de acordo com Vera França (2002, p. 42), que os objetos de conhecimento da Comunicação não devem ser elencados de maneira precipitada apenas como os meios de comunicação de massa. O objeto de estudo comunicacional é, por outra via, assimilado pela forma de identificá-lo, de falar dele ou de construí-lo conceitualmente. Por isso, proponho uma abordagem teórica que sustente a noção dos lugares de fala e que atente ao viés relacional da comunicação e não apenas à apropriação das falas dos sujeitos pela esfera midiática. Esta proposição se torna importante para a análise do objeto empírico desta tese (mesmo que se contemple uma análise de produtos midiáticos) ao considerar que se examina o discurso de sujeitos que escolheram aderir à campanha de luta contra o sexismo. Assim, reconhece-se que a mídia não foi a responsável por enquadrar o lugar de fala dos sujeitos como favoráveis a tal luta, mas sim eles/as próprios/as.

A conjuntura observada sobre o uso da noção lugares de fala na Comunicação justifica o desenvolvimento desta pesquisa e demonstra como o debate ainda precisa ser aprofundado. A noção será acolhida através de um esquema teórico que visa considerá-la a partir das relações entre os sujeitos, antes de enfatizar a tendência midiática, distinguindo-se de grande parte das investigações desenvolvidas na Comunicação, o que também justifica o desenvolvimento da

pesquisa. Ademais, vale constar que proponho um alinhamento teórico da tese aos estudos sobre identidade, vinculando-me à linha de pesquisa Mídias e Identidades Contemporâneas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria e do grupo de pesquisa Comunicação, Identidades e Fronteiras, liderado pela Dra. Ada Cristina Machado Silveira (orientadora deste trabalho).

Diante disso, convido à apreciação dos próximos seis capítulos que apresentam as seguintes argumentações:

O primeiro visa fundamentar e problematizar a noção “lugares de fala”. Para tanto, inicialmente me embaso no pensamento de Michel Foucault (1979; 2008; 2013) para considerar o discurso como um conjunto de enunciados que pertencem a uma mesma formação e que constituem os sujeitos por meio de práticas discursivas. Tais práticas, de acordo com o autor, estabelecem-se nas sociedades engendradas por relações de poder que são produtivas e não limitantes. Articulo, então, o conceito de identidade atrelado aos processos de identificação e diferença (HALL, 2000) e alinho-me ao entendimento de que a identidade é multiplamente construída por meio dos discursos e das posições assumidas pelos sujeitos em performatividade (BUTLER, 2017; HALL, 2000; SILVA, 2000). Embaso, assim, o lugar de fala como uma estratégia enunciativa que relaciona a fala do sujeito à identidade por ele assumida. Na segunda seção, procuro acionar uma fundamentação comunicacional que permite viabilizar o encadeamento entre os lugares de fala e o aspecto relacional da comunicação (CHARAUDEAU, 2008; FRANÇA, 2008; QUÉRÉ, 1991). Na terceira seção, problematizo o lugar de fala através da reflexão sobre a possibilidade de um sujeito falar junto a outro (e não pelo outro) sobre uma luta minoritária que, em princípio, parece não corresponder às suas adscrições identitárias imediatas (ALCOFF, 1991; RIBEIRO, 2017; SPIVAK, 2010; TIBURI, 2018). Considero, ainda, o movimento de alteridade (RICOEUR, 1991) como uma via pela qual seria admissível assumir uma fala em conjunto a outrem. Tal problematização permite-me constatar que a noção de lugar de fala comporta uma ambivalência: a discursiva e a política.

Associo-me à discussão sobre gênero no segundo capítulo e apresento uma arguição sobre feminismo que o reconhece como um movimento de luta contra o sexismo e pela igualdade entre os gêneros. Na primeira seção aponto um viés crítico sobre a história hegemônica contada acerca do feminismo, através de sua divisão em “ondas” (CONNELL, 2016; CONNELL, PEARSE, 2015; hooks, 2018; PEDRO, 2011; 2012; SPIVAK, 2010). Na segunda seção apresento uma aproximação teórica ao feminismo visionário (hooks, 1984; 2018) interseccionado por raça, classe e sexualidade (BRAH, 2006; LUGONES, 2014; PEDRO, 2005), ao conceito de gênero (BUTLER, 2017; CONNELL, PEARSE, 2015; PEDRO,

2005; SCOTT, 1995) e às masculinidades (CONNELL, 2016) para assumir o feminismo como um movimento amoroso e oposto à perspectiva de ódio aos homens.²

No terceiro capítulo destaco o aporte metodológico que adotado para analisar o material empírico. Apresento uma fundamentação teórica e conceitual sobre a semiótica discursiva (SAUSSURE, 2008; HJELMSLEV, 1975; BAKHTIN, 1988; 2011; GREIMAS, 1979; 2014) para indicar o encadeamento que conduz à proposta metodológica de Elizabeth Duarte e Maria Lília de Castro (2014a; 2014b). A proposição metodológica enfatiza a análise de textos audiovisuais, apoiando-se em três níveis de análise: 1) o paratextual, que se refere ao contexto comunicativo e enunciativo que permeiam a produção do texto; 2) o intertextual, responsável pelas relações que o texto analisado contrai com outros textos; e 3) o intratextual, que se encarrega da configuração estrutural do texto por meio da relação entre expressão e conteúdo (DUARTE; CASTRO, 2014a; 2014b). Por fim, especifico o material empírico como os textos audiovisuais sobre a campanha *ElesPorElas/HeForShe*, veiculados pelo canal televisivo GNT e disponibilizados em seu site desde que o canal aderiu à campanha. Indico que tais textos se atêm ao gênero promocional (CASTRO, 2009; 2013; 2015). Ademais, delimito as análises paratextual de contextualização sócio-histórica, intertextual sintagmática e a intratextual como os níveis de pertinência adotados para o desenvolvimento desta tese.

O quarto capítulo refere-se às análises paratextuais, conforme Duarte e Castro (2014a; 2014b). Na primeira seção, em nível paratextual amplo, descrevo a campanha da ONU Mulheres *ElesPorElas/HeForShe* como uma campanha voltada à luta contra o sexismo e pela igualdade de gênero que convida os homens a se posicionarem favoravelmente à causa. A segunda seção apresenta a análise paratextual restrita do canal GNT em que desenvolvo uma contextualização referente à história e à configuração sociocultural da empresa midiática.

O quinto capítulo apresenta as análises intertextuais e intratextuais das peças audiovisuais promocionais sobre a campanha *ElesPorElas* veiculadas pelo canal televisivo GNT desde 2015. Na intertextualidade destaco informações sobre a produção dos audiovisuais promocionais e pela via da intratextualidade realizo os exames do plano de expressão e de conteúdo das peças. Posteriormente, o sexto capítulo é composto por uma interpretação e avaliação dos resultados obtidos com as análises, associando-os às abordagens teóricas.

² Às/Aos leitoras/es que não conhecem a trajetória intelectual de Gloria Jean Watkins (conhecida como bell hooks), faz-se importante constar que o pseudônimo com o qual ela assina suas obras é inspirado no nome de sua avó materna, Bell Blair Hooks, e é uma forma que a autora encontrou para homenagear o legado de mulheres fortes. A grafia em letras minúsculas é proposital e se refere a um manifesto contra convenções linguísticas e acadêmicas, visando dar ênfase ao conteúdo de sua obra e não a sua pessoa. Sobre isto, a própria hooks justifica quando questionada: “o mais importante em meus livros é a substância e não quem sou eu”. Por aceitar a argumentação da autora, este texto faz referência às suas obras com seu nome e sobrenome escritos sempre em letras minúsculas.

CAPÍTULO I

LUGARES DE FALA DISCURSIVOS E POLÍTICOS: RECONHECIMENTO DA IMPORTÂNCIA COMUNICACIONAL DO OBJETO DE CONHECIMENTO

A primeira vez em que notei a existência de um esvaziamento no debate conceitual sobre a expressão “lugar de fala” foi quando ainda cursava a graduação em jornalismo. Usei a noção na escrita do meu trabalho de conclusão de curso, em 2014, e minha orientadora me instigou: “O que exatamente você quer dizer com esta expressão? É preciso embasá-la se você quer utilizá-la”. A situação, que me causou receio devido à possibilidade de incorrer num erro, levou-me a procurar um embasamento científico sobre os lugares de fala, mas devido à dificuldade para encontrá-lo optei por alterar a escrita e excluir o termo. Isso me impeliu a um tipo de vigilância sobre a noção, o que me fez estar atento às vezes em que ele aparecia nas minhas leituras. Durante o mestrado em Comunicação, comecei a me dar conta de que a maioria dos trabalhos acadêmicos do campo usava a noção dos lugares de fala de maneira imprecisa, sem uma devida articulação teórica. Ainda percebi sua emergência excessiva em debates de redes sociais digitais, que geralmente tinham como tópico central as lutas político-identitárias de grupos minoritários. Afinal, o que constitui o termo “lugar de fala”? Qual seria sua importância para os estudos de Comunicação?

Este capítulo, então, reflete inquietações epistemológicas que busco compreender desde o mestrado, pois visa abranger teoricamente a noção dos “lugares de fala” a partir da articulação às relações de poder, aos conceitos de discurso e de identidade e aos estudos da Comunicação. Para tanto, apoio-me na abordagem pós-estruturalista com enfoque nas relações de poder e na articulação dos conceitos de discurso e identidade (BUTLER, 2017; FOUCAULT, 1979; 2008; 2013; HALL, 2000; SILVA, 2000). Embaso, assim, o lugar de fala como uma estratégia enunciativa que relaciona a fala do sujeito à identidade por ele assumida. Ademais, associo a noção à comunicação (CHARAUDEAU, 2008; FRANÇA, 2008; QUÉRÉ, 1991) com o objetivo de articulá-la ao âmbito relacional e dispensá-la de uma obrigatória associação mecânica ao âmbito midiático. Busco, então, problematizar os lugares de fala através da reflexão sobre a possibilidade de um sujeito falar em conjunto a outro (e não pelo outro) sobre uma luta minoritária que, em princípio, não corresponde a suas adscrições identitárias (ALCOFF, 1991; RIBEIRO, 2017; RICOEUR, 1991; SPIVAK, 2010; TIBURI, 2018), com o objetivo de esclarecer o quadro empírico desta tese.

1.1 LUGARES DE FALA: UM DEBATE CONCEITUAL DIRECIONADO À COMUNICAÇÃO

A presente seção seguirá uma dupla linha de argumentação e desdobramento teórico. Por um lado, visa-se contemplar e refletir sobre aspectos pós-estruturalistas ao avaliar ponderações sobre relações de poder e discurso (BUTLER, 2017; FOUCAULT, 1979; 2008; 2013). Por outro, atenta-se à reflexão sobre as concepções de identidade (BUTLER, 2017; HALL, 2000; SILVA, 2000). Esta discussão é realizada com o objetivo de abarcar conceitualmente a noção de lugares de fala. Isto porque, como já destacado, esta tese procura defender a concepção de que um sujeito pode assumir lugares de fala por si-mesmo e/ou em conjunto a outrem, ao se posicionar socialmente em situações de comunicação, a partir de suas adscrições identitárias e no âmbito de práticas semiótico-discursivas predeterminadas.

É interessante lembrar que a noção “lugar de fala” ganhou uma grande repercussão e popularidade nos últimos anos, principalmente nas redes sociais digitais, devido seu uso por parte das militâncias de movimentos sociais, por exemplo. Djamila Ribeiro (2017) explica que percebeu a recorrência do uso da expressão nas redes, o que a motivou a intervir no debate sobre a noção. Quando procura responder ao questionamento que intitula sua publicação “O que é lugar de fala?”, a partir do cenário de reflexões do feminismo negro, ela aponta que não existe uma determinação epistemológica sobre a noção. A autora considera que a origem do conceito é imprecisa, mas acredita que seu surgimento se deu entre a tradição de estudos sobre *feminist standpoint* (ponto de vista feminista), sobre diversidade, a teoria racial crítica e o pensamento descolonial. Dessa maneira:

As reflexões e trabalhos gerados nessas perspectivas, conseqüentemente, foram sendo moldados no seio dos movimentos sociais, muito marcadamente no debate virtual, como forma de ferramenta política e com o intuito de se colocar contra uma autorização discursiva. Porém, é extremamente possível pensa-lo a partir de certas referências que vem questionando quem pode falar (RIBEIRO, 2017, p. 58).

Quando Ribeiro (2017) assume o uso da noção “lugar de fala” como ferramenta política que visa romper a ordenação estabelecida socialmente de que apenas poderiam falar aquelas pessoas que tivessem prévia autoridade para tal, embasando a tomada de autorização discursiva para si, percebe-se a importância de também associá-la a uma teorização sobre as relações de poder. Nessa conjuntura, propõe-se um alinhamento desta tese ao pensamento pós-estruturalista foucaultiano, tendo em vista a correlação entre discurso e poder feita pelo autor e os objetivos que orientam este trabalho. Ribeiro (2017, p. 58), apesar de indicar a possibilidade de trabalhar

a temática por meio das obras de Michel Foucault, por outra via, desenvolve sua argumentação principalmente através de um referencial feminista. Apesar dessa orientação diferente, a reflexão argumentativa de Ribeiro (2017) demonstra conformidades à maneira como a noção é tratada nesta tese, como será visto adiante.

Destaca-se, então, que o embasamento teórico sobre discurso e relações de poder adotado nesta pesquisa decorre principalmente da obra de Foucault (1979; 2008; 2013). Encara-se, com isso, o discurso como a demarcação de um conjunto de enunciados que pertencem a uma mesma formação, vinculada a uma estrutura histórico-social específica. Não se deve, por essa via, entender o discurso como sinônimo de um texto individualmente, mas como tal conjunto de enunciados plausíveis de serem agrupados em uma mesma formação por obedecerem a uma ordem de regularidade, a qual é atribuidora da particularidade de existência ao próprio discurso e constituinte dos sujeitos por meio de práticas discursivas. Essas práticas se materializam na sociedade e nas relações, sendo impostas, mantidas e podendo ser observadas na exterioridade da produção enunciativa, como nas instituições e suas ordenações, nos modos de comportamento dos sujeitos, nos regimes de verdade estabelecidos e nas sistemáticas pedagógicas.

Por tal via, ao analisar as práticas discursivas ou não-discursivas, pode-se verificar como as sociedades estão organizadas através de intrínsecas relações de poder, que, por vezes, evidenciam as posições sociais ocupadas pelos sujeitos e conduzem a estados de dominação entre eles. Em diferentes momentos do desenvolvimento de sua vertente teórico-metodológica, Foucault já demonstrou como isso pode ser percebido em diversas esferas sociais, como no sistema penitenciário (FOUCAULT, 1999), no exercício da sexualidade (FOUCAULT, 1988), nas organizações jurídicas (FOUCAULT, 2014).

É importante salientar que Foucault (1979) compreende que as relações de poder não devem ser vistas em um aspecto essencialmente nocivo, ao contrário dos estados de dominação, que são prejudiciais. “De modo geral, eu diria que o interdito, a recusa, a proibição, longe de serem as formas essenciais do poder, são apenas seus limites, as formas frustradas ou extremas. As relações de poder são, antes de tudo, produtivas” (FOUCAULT, 1979, p. 236). É nesse contexto limitante, como forma frustrada e extrema, que se incorporam os estados de dominação, vistos por Foucault (1979) como estratégias sociais consolidadas por um longo período histórico, que paralisam as relações de poder e impossibilitam o exercício da liberdade, como através da restrição de direitos aos sujeitos. Tais estados de dominação podem ser percebidos em vários âmbitos sociais, como nas relações de gênero e sexualidade, ao submeter mulheres e LGBTQI+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgênero,

Queer, Intersexo e outras possíveis orientações sexuais), por exemplo, a condições discriminatórias e subalternas.

As relações de poder se estabelecem, por outro lado, para Foucault (1979), ao ponderar que os sujeitos não possuam ou detenham o poder, apenas o exerçam, pois ele se configura indispensavelmente vinculado às relações. Logo, constata-se que não se pode ter o poder para si, pois não seria possível desempenhá-lo de maneira isolada, individualmente; é preciso que as relações sejam, antes de tudo, viabilizadas. Tampouco se acredita que tais relações de poder objetivam alcançar um fim ou interditar sujeitos, pois isso poderia suspender as oportunidades de relações. As relações de poder visam, outrossim, oportunizar a produção de estratégias, alinhadas a formações discursivas específicas, pelas quais as forças sejam tensionadas e se atue em favor de uma causa. O viés teórico pós-estruturalista cunhado por Foucault (1979; 2013) jamais orientaria ao questionamento “a quem pertence este poder?”; mas sim “o exercício do poder nesta relação permite reconhecer qual discurso?”. Isto por que:

Quero dizer que em uma sociedade como a nossa, mas no fundo em qualquer sociedade, existem relações de poder múltiplas que atravessam, caracterizam e constituem o corpo social e que estas relações de poder não podem se dissociar, se estabelecer nem funcionar sem uma produção, uma acumulação, uma circulação e um funcionamento do discurso (FOUCAULT, 1979, p. 179).

Assimila-se, então, que a importância dada à discursividade no pensamento foucaultiano se estabelece devido às relações de poder manterem uma interdependência quanto à produção, acumulação, circulação e funcionamento dos discursos. É através do exame dos discursos que se torna possível observar o atravessamento e as características das relações de poder na sociedade. Então, visa-se considerar a noção dos lugares de fala por meio de um embasamento no discurso, o qual se fundamenta indissociavelmente ao exercício das relações de poder.

Encadeada pela vertente discursiva foucaultiana, a noção de lugares de fala, de acordo com Eni Orlandi (2009), é um fator que interfere diretamente nas condições de produção discursiva, sendo o lugar de onde fala o sujeito constitutivo do que ele diz, especificamente nos processos comunicacionais: “Como nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na ‘comunicação’” (ORLANDI, 2009, p. 39-40).

Segundo a abordagem sustentada por Orlandi (2009), assimila-se que os discursos passam a ser observados atentando especialmente às posições que os sujeitos ocupam na sociedade. Isto porque se compreende, por meio do ponto de vista foucaultiano, o qual também embasa a teorização de Orlandi (2009), que os discursos constituem as práticas dos sujeitos em

sociedade através das produções enunciativas e do atravessamento das relações de poder e não o contrário.

Essa orientação é justificada, tendo em vista os sujeitos adquirirem direitos de dizer condicionados e obedientes a ordens do discurso, alinhadas à autorização que se tem para falar e mediante o contexto em que está inserido, como indica Foucault (2013). É importante atentar que não se encontra, nas investigações sobre discurso e relações de poder desenvolvidas pelo próprio Foucault (1979; 2008; 2013), uma conceituação ou referência específica à noção “lugar de fala”, mas é admissível constatar que sua reflexão abre caminhos para esse desdobramento teórico, como será discorrido a seguir.

Foucault (2013) demonstra a existência do que ele acredita ser alguns procedimentos externos e internos ao próprio discurso que controlam, selecionam, organizam e redistribuem a produção discursiva na sociedade. Ele levanta três procedimentos externos que atingem o discurso: 1) a interdição, ou a palavra proibida, que demonstra que os sujeitos não têm direito de falar sobre qualquer coisa em qualquer conjuntura, seja pelo tabu sobre o tema em pauta, pelo ritual requerido na circunstância, ou pelo direito privilegiado ou exclusivo de quem fala; 2) a segregação da loucura, que rejeita e anula a palavra do louco, visto como irracional; e 3) a vontade de verdade, principalmente relacionada ao âmbito científico, que define o que é verdadeiro e o que é falso.

No que se refere aos procedimentos internos, Foucault (2013) aponta três recursos que geralmente são entendidos como viabilizadores de criação, mas também podem ser vistos como princípios de coerção: 1) o comentário, que diz respeito à atualização de um enunciado primeiro que já foi dito, mas que não pode se desvencilhar da repetição do texto ao qual se refere; 2) o autor, que coloca suas marcas identitárias no que é dito e atribui suas significações e coerências pela via de sua própria particularidade, mas sem poder produzir um discurso originário ao ter em conta o primeiro princípio; e 3) a disciplina, que se constitui na possibilidade de formular proposições verdadeiras por meio das regras limitantes da cientificidade, repelindo para fora de suas fronteiras quaisquer outras formas de saber.

Tais procedimentos internos e externos ao discurso, que visam controlar sua produção, demonstram como a discursividade está inerente às relações de poder e justifica a centralidade atribuída ao discurso na perspectiva foucaultiana. A análise de Foucault (2013) leva a constatar que o desejo pela libertação desses sistemas de controle e limitação sobre os discursos circunscreve-se na compreensão de que a qualidade de veracidade atribuída à enunciação não deveria ser atribuída meramente a quem tivesse o direito predeterminado pelas ordenações sociais de dizê-lo, mas ao próprio enunciado, congruente à formação discursiva da qual faz

parte. De maneira geral, é relevante concordar que “[...] o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo porque, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar” (FOUCAULT, 2013, p. 10). Assim, a discussão não se encerra na percepção de quem pode ou não falar, mas gera, a partir disso, a reivindicação da luta pela própria expressão do discurso.

Na condição de uma luta social pelo discurso, pela problematização sobre quem pode e quem não pode falar de acordo com práticas discursivas vigentes nas sociedades, pela reivindicação de poder falar e ser ouvido, principalmente contra os estados de dominação, no cenário das relações de poder, estimula-se uma teorização dos lugares de fala. Concebe-se, então, a noção como uma estratégia enunciativa que auxilia na resistência a tais opressões nas ordens do discurso e permite gerar certa viabilidade para que sujeitos subalternos possam falar e serem ouvidos nas interações sociais. Ao constatar que as relações de poder não objetivam alcançar interditos e proibições, como observado em tais procedimentos que regulam o discurso, mas, por outro lado, pretendem oportunizar o tensionamento das forças, sempre alinhadas a formações discursivas, o tópico dos lugares de fala pode ser considerado uma estratégia de enunciação que permite aos sujeitos levantarem suas vozes atribuindo relevância aos seus respectivos contextos identitários.

A discussão sobre identidade, nessa conjuntura, é extensa, principalmente entre estudiosos/as que encontram um alicerce epistemológico ou tecem algumas alianças com a corrente pós-estruturalista, inspirados/as em reflexões foucaultianas, por exemplo. Por meio do desenvolvimento desse debate, pode-se perceber a emergência e coexistência de diversas vertentes teóricas preocupadas com distintas abordagens sobre a temática identitária. Embora existam coerências e desacordos entre essas diversas concepções, é inegável que o debate sobre identidade é intelectualmente produtivo.

Interessa apontar que a importância da reflexão sobre identidade, neste trabalho, constitui-se como uma abordagem para entender de que maneira o uso social de diversas características simbólicas, a exemplo de gênero, sexualidade, raça, profissão, crença e nacionalidade contribuem para que as pessoas sejam socialmente classificadas através do estabelecimento de identificações e diferenças entre elas e em consonância a produções discursivas. Acredita-se que, com isso, seja permitido que os sujeitos assumam lugares de fala diversos nos processos de comunicação. Por isso, objetiva-se compreender como a definição das identidades, aliada à consequente percepção das diferenças e da produção discursiva, ajuda na constituição política de grupos minoritários e de seus movimentos na luta pela conquista de direitos historicamente negados.

Para tanto, discorre-se sobre o conceito de identidade por meio das proposições de Stuart Hall (2000), que percebe a necessidade de desconstruí-lo e superá-lo dialeticamente, mas sem substituí-lo por outra noção, ao demonstrar para quem ele ainda é necessário. O autor, então, apropria-se dos processos de identificação e diferença como intrinsecamente ligados (um operando por meio do outro para sustentar o conceito de identidade), tendo em vista que a produção discursiva que inclui o sujeito a um conjunto com o qual ele se identifica também o exclui automaticamente de outros tantos através da diferença.

Assume-se, assim, o uso do conceito de identidade em uma abordagem estratégica e posicional, sendo contrário ao entendimento semântico iluminista que se tinha em sua origem. Ou seja, deve-se considerar que as identidades, em tal modalidade, não são mais vistas como estáticas, fixas ou unificadas; que elas são, por outro lado, cada vez mais fragmentadas e fraturadas, construídas discursivamente e por meio da assimilação das diferenças entre as posições assumidas socialmente. Nas palavras de Hall (2000, p. 108), as identidades não são, jamais, “singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicos. As identidades estão sujeitas a uma historicização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação”.

Ora, se a percepção da diferença entre os sujeitos é um requisito para a compreensão das identidades, isto se dá porque esse processo permite distinguir os sujeitos, os quais são adscritos por uma gama de características simbólicas que os dispõe como diferentes. A diferenciação permite que os sujeitos assumam posições sociais determinadas durante suas produções enunciativas, em meio aos processos comunicacionais, tendo em vista as respectivas particularidades que podem dar ou negar certo respaldo para se expressarem sobre os assuntos tratados. Esse encadeamento torna possível admitir a existência da estratégia enunciativa dos lugares de fala nas relações de poder pela via das posições identitárias assumidas pelos sujeitos.

Consta-se que Hall (2000) atribui importância ao discurso na construção das identidades ao esclarecer que elas são formadas sempre no interior e não fora das práticas discursivas, já que são estas práticas as responsáveis pela própria constituição dos sujeitos e não o contrário. Ao relacionar as identidades à diferença e aos discursos, Hall (2000) também demonstra a necessidade de implicar as relações com o “outro” na discussão. Por isso, o autor explica que as identidades corroboram a construção de jogos de poder na sociedade, pois elas possibilitam exclusões através das posições sociais dos sujeitos nas produções discursivas:

Utilizo o termo “identidade” para significar o ponto de encontro, o ponto de sutura, entre, por um lado, os discursos e as práticas que tentam nos “interpelar”, nos falar ou convocar para que assumamos nossos lugares como os sujeitos sociais de discursos

particulares e, por outro lado, os processos que produzem subjetividades, que nos constroem como sujeitos aos quais se pode “falar” (HALL, 2000, p. 111-112).

Hall (2000) apresenta consonância com o pensamento foucaultiano ao associar o conceito de identidade às práticas discursivas. Ele destaca que não se deve mais assimilar a identidade de maneira essencialista e iluminista, como detalhado por ele em outra publicação (HALL, 2006), mas como uma vinculação temporária aos lugares sociais que podem ser ocupados pelos sujeitos. Hall (2000, p. 112) destaca que “As identidades são, pois, pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós”. Conjectura-se, então, que as enunciações dos sujeitos podem ser observadas a partir das posições identitárias que eles ocupam e assumem temporariamente em sociedade e que são construídas através das práticas discursivas. Admite-se, por isso, que ao falar, o sujeito se vincula temporariamente a uma posição social, que ele exerce um lugar de fala.

A vinculação do conceito de identidade aos processos de identificação e diferença também é feita por Tomaz Tadeu da Silva (2000), ao destacar que eles ordenam as identidades em torno de categorizações normatizadas pela via de oposições binárias (masculino/feminino, branco/negro, heterossexual/homossexual). O autor explica que existem pelo menos dois movimentos para pensar a identidade: aquele que a vê de maneira fixa e o que tende a subvertê-la e problematizá-la. “Questionar a identidade e a diferença como relações de poder significa problematizar os binarismos em torno dos quais elas se organizam” (SILVA, 2000, p. 83). Desse modo, não se visa rejeitar a noção de identidade, mas contestar, através dela, as normalizações sociais que esse tema ilumina.

O debate sobre identidade adquire coerência, nesse cenário, de acordo com Silva (2000), ao presumir uma articulação à representação. Porém, se a representação da identidade for operada de maneira simplesmente descritiva (por meio da ideia de representar adequada e inteiramente aquilo que já está dado), pode-se reproduzir o equívoco de novamente fixar as identidades. O autor encontra no conceito de performatividade, desenvolvido por Judith Butler, uma maneira de contornar esse problema. Segundo Silva (2000, p. 92) “O conceito de performatividade desloca a ênfase na identidade como descrição, como aquilo que é - uma ênfase que é, de certa forma, mantida pelo conceito de representação – para a ideia de ‘tornar-se’, para uma concepção da identidade como movimento e transformação”.

É válido, a partir disso, contextualizar que as ponderações de Butler (2000; 2017) estão principalmente implicadas na contestação de quais corpos têm importância, quais corpos “pesam”, no âmbito social, atentando especialmente às discussões sobre gênero e sexualidade na esfera da heteronormatividade (na qual as orientações sexuais diferentes da heterossexual

são marginalizadas). Além disso, as reflexões da autora também estão baseadas na contestação sobre a forma binária pela qual o gênero é tratado (homem/mulher, masculino/feminino) e visam subverter o conceito de identidade pela via da problematização sobre o que é “ser mulher” e da sua representação. Sara Salih (2015) observa que a discussão sobre identidade sempre foi central na obra butleriana:

Em maior ou menor grau, todos os seus livros levantam questões sobre a formação da identidade e da subjetividade, descrevendo os processos pelos quais nos tornamos sujeitos ao assumir as identidades sexuadas/‘generificadas’/racializadas que são construídas para nós (e, em certa medida, por nós) no interior das estruturas de poder existentes (SALIH, 2015, p. 10).

O processo de tornar-se sujeito introduz as reflexões de Butler (2017), sobretudo na problemática referente à categoria de mulheres como sujeitos políticos, pois se tem a ideia de que é possível alcançar visibilidade e legitimidade principalmente através da representação social, com destaque às articulações feitas pela teoria feminista. A autora aponta que essa prática representacional também acentua uma função normativa da linguagem, que avalia ser capaz de representar sujeitos completa e adequadamente. Por essa via, Butler (2017) refuta a própria noção identitária do que é ser mulher em âmbito político-representacional, pois não se deve compreendê-la de maneira estável ou permanente. A estabilidade ou permanência viabilizariam uma ideia de representação integral do gênero (e de outras categorias identitárias de modo geral, como também já foi apontado), afinal, seria apenas através de uma fixidez das identidades que seria possível representa-las em suas totalidades.

A abordagem dada ao conceito de representação, atrela-o à percepção fixa da identidade e, por outra via, as articulações teóricas de Butler (2017) e de Hall (2000), pelas quais se reflete sobre a subversão das identidades, evidenciam a prerrogativa de que elas são instáveis, multiplamente construídas no interior das práticas discursivas e não fora delas, sujeitas à historicização e estão em constante processo de mudanças. Desse modo, o sujeito nunca está realmente pronto para ser representado completamente; o sujeito nunca “é”, nunca está dado, ou finalizado, mas está condicionado a um processo de “tornar-se”. Butler (2017) demonstra como as identidades, com atenção especialmente às categorias de sexo, gênero e sexualidade, são determinadas pelo discurso e não produzidas e finalizadas pelo sujeito. Destaca-se, então, que são os discursos que constituem o processo de tornar-se sujeito e não o contrário.

Como, então, um sujeito poderia assumir uma identidade em suas sociabilidades sem fixá-la através da abordagem dada à representação? Preocupada com a maneira pela qual o sujeito poderia assumi-la sem estar inteiramente aprisionado a uma concepção que o pré-define

e o obriga a reproduzir as normas sociais já postas, Butler (2000; 2017) desenvolve o conceito de performatividade. Adota-se a noção como uma via pela qual o sujeito tem certa potência para assumir uma identidade sem tão simplesmente reproduzir de modo mecânico as ordenações das normas sociais construídas nas estruturas de poder existentes e percebidas nas práticas discursivas, mas também sem desvinculá-lo dos discursos que o constituem como sujeito histórico e localizado. A performatividade, conforme Butler (2000, p. 167):

[...] não é, assim, um “ato” singular, pois ela é sempre uma reiteração de uma norma ou conjunto de normas. E na medida em que ela adquire o status de ato no presente, ela oculta ou dissimula as convenções das quais ela é uma repetição. Além disso, esse ato não é primariamente teatral; de fato, sua aparente teatralidade é produzida na medida em que sua historicidade permanece dissimulada (e, inversamente, sua teatralidade ganha uma certa inevitabilidade, dada a impossibilidade de uma plena revelação de sua historicidade).

Por esse ângulo, Butler (2000) demonstra que a performatividade possibilita ao sujeito performar a identidade, especialmente a de gênero, através das normas existentes no interior das estruturas de poder pela via citacional. Vale constar que a via citacional se refere ao caráter repetitivo daquilo que está historicamente arraigado nas sociedades, nas práticas discursivas. Um exemplo do que seria a via citacional para Butler (2000) é o aspecto hegemônico e normativo da designação cisgênero (cis) aos sujeitos. O sujeito cis é aquele que se identifica com o seu gênero de nascença, ou seja, o oposto binário de (trans)sexual. Demonstra-se a via citacional através do sujeito cis ao constatar que este se alinha a uma prática discursiva que condiz ao padrão historicamente observado na sociedade de identificação e normatização das pessoas com seus respectivos gêneros de nascença.

A performatividade, então, de acordo com a autora, deve organizar tais normas de maneira diferente, como, por exemplo, através do exercício de uma paródia, como é o caso da performance que uma *drag queen* pode fazer ao ter como referência as normatizações existentes sobre a adscrição identitária da mulher. Vale constar que se usa o termo “adscrição identitária” para aludir ao registro de uma identificação social efetivada pelo sujeito a partir das características com as quais se associa ou identifica no outro/a nas relações sociais, ressaltando assim uma sujeição temporária (e não mais fixa) àquela posição identitária.

Diante desses apontamentos, consta-se que para responder seu questionamento inicial, afinal, “quem precisa da identidade?”, Hall (2000) também é guiado pelo pensamento de Butler, com o qual demonstra encontrar um viés plausível. Ele explica que “[...] todas as identidades funcionam por meio da exclusão, por meio da construção discursiva de um exterior constitutivo e da produção de sujeitos abjetos e marginalizados, aparentemente fora do campo do simbólico,

do representável” (HALL, 2000, p. 129). Assim, pode-se constatar que, ao situar a concepção identitária em uma abordagem de jogos de poder, Hall (2000) sustenta que as identidades, assumidas de modo político temporariamente através da performatividade, servem aos grupos de minorias sociais que ainda precisam lutar para garantia de direitos em sociedade.

Porém, o que caracterizaria um grupo como minoritário? Considera-se a articulação sobre minoria feita por Muniz Sodré (2005), que tem como base o âmbito político da democracia. Ele diferencia a minoria quantitativa (em que se utiliza o argumento que na democracia predomina a vontade da maioria) e qualitativamente (em que se compreende que é na democracia que as minorias podem ser ouvidas). Sendo assim, o autor explica que minoria é uma voz qualitativa no processo democrático; um grupo articulado identitariamente (negros, homossexuais, indígenas, mulheres etc.) para lutar por mudanças diante as instâncias do Estado e conquistarem direitos sociais até então rejeitados; um lugar de transformação e passagem.

Sodré (2005) argumenta que o conceito de minoria, entendido como um lugar onde os sujeitos podem se posicionar pela via identitária, deve ser acatado topologicamente como um campo de fluxos, de pontos de força, onde há polarização de diferenças e identificações.

Lugar “minoritário” é um topos polarizador de turbulências, conflitos, fermentação social. O conceito de minoria é o de um lugar onde se animam os fluxos de transformação de uma identidade ou de uma relação de poder. Implica uma tomada de posição grupal no interior de uma dinâmica conflitual. Por isso, pode-se afirmar que o negro no Brasil é mais um lugar do que o indivíduo definido pura e simplesmente pela cor da pele. Minoria não é, portanto, uma fusão gregária mobilizadora, como a massa ou a multidão ou ainda um grupo, mas principalmente um dispositivo simbólico com uma intencionalidade ético-política dentro da luta contra-hegemônica (SODRÉ, 2005, p. 1).

O autor segue ainda elenca quatro características que definem uma minoria: 1) vulnerabilidade jurídico-social, quando o coletivo não é institucionalizado por regras jurídico-sociais vigentes, podendo ser encarado como vulnerável perante a legitimidade institucional e políticas públicas; 2) identidade *in statu nascendi*, em que a identificação social de uma minoria dependente de uma formação sempre em recomeço, que é reinventada em diferentes contextos estatais; 3) luta contra-hegemônica, que em princípio tem o objetivo de reduzir o poder hegemônico sem tomá-lo através do uso de armas de fogo, mas por meio de outras ações, como a repercussão midiática; e 4) estratégias discursivas, que torna os principais recursos de luta práticas como passeatas, manifestos, publicações em revistas, jornais, programas de televisão, campanhas pela internet, entre outros.

É de acordo com essa abordagem adotada por Sodré (2005) que se observa as lutas pela igualdade de gênero e contra o sexismo como minoritárias, as quais são principalmente

desenvolvidas pelas e para as mulheres através dos movimentos feministas. Tais movimentos e lutas não se ordenam através de regras jurídico-sociais para adquirir legitimidade; precisam se reinventar através de um olhar autocrítico e dependendo da nacionalidade em que se desenvolve (a luta feminista brasileira tem pautas próprias e distintas em relação à mesma luta no Marrocos, por exemplo); e sua luta contra-hegemônica historicamente se desenvolve por meio de ações que têm como estratégia a produção discursiva, como em passeatas, gestos simbólicos, produção intelectual, manifestações públicas e campanhas sociais com repercussões midiáticas.

O encadeamento teórico realizado até aqui encaminha ao entendimento de que no processo de comunicação, seja ele interseccionado por aparatos tecnológicos ou não, os sujeitos assumem posições ao falar através de suas respectivas adscrições identitárias assumidas temporariamente através de uma performatividade. Logo, quando um sujeito se expressa acerca de um tema, a partir de uma de suas posições temporárias no mundo, ele próprio assume um lugar de fala. Quando o sujeito adota um lugar de fala, ao mesmo tempo ele está assumindo discursivamente uma identidade temporária, filiando-se a um coletivo, mostrando sua posição através de um discurso – que é comunicado, enunciado, falado. Por isso, pondera-se que os lugares de fala são estratégias enunciativas que atribuem à identidade a tomada de uma forma comunicativa nas relações sociais.

1.2 ASPECTOS COMUNICACIONAIS DOS LUGARES DE FALA

Ao evidenciar a importância comunicativa dos lugares de fala, depara-se com a necessidade embasar teoricamente os processos de comunicação e demonstrar, ademais, como se pode afastar a noção da automaticidade corriqueira de aliá-la diretamente aos meios de comunicação de massa nos estudos comunicacionais (situação constatada anteriormente na maioria das teses e dissertações brasileiras observadas no levantamento de estado da arte). Visa-se demonstrar como o lugar de fala pode ser fértil para a produção comunicacional se também pensada no âmbito relacional, ou seja, anteriormente à produção midiática. Nessa direção, observa-se a noção dos lugares de fala especificamente sob a ótica dos estudos comunicacionais, o que se difere da ênfase aos estudos de mídia. Ou seja, visa-se observar a noção através da importância dada a abordagens sociais que procuram compreender como as pessoas constroem o mundo por meio das relações umas com as outras.

Vale lembrar que o problema que envolve esta tese se relaciona à produção discursiva da campanha *ElesPorElas/HeForShe* no canal televisivo GNT, ao objetivar a análise de como um sujeito pode ser chamado a exercer um lugar de fala com outro/a. Desse modo, ressalta-se

que o objetivo desta seção não se orienta por desconsiderar a importância das mídias como objetos empíricos da Comunicação, mas por salientar que a lógica dos lugares de fala obedece a uma ordem discursiva e comunicacional anterior ao contexto tão somente midiático. Percebe-se que os produtos da mídia, por sua vez, apropriam-se dessas falas localizadas socialmente, formatando-as de acordo com seus interesses editoriais.

A percepção de que as mídias não devem ser vistas como os únicos e exclusivos objetos empíricos e de conhecimento do campo da comunicação já foi tema de diversas discussões epistemológicas na área. No tangenciamento dessa problemática, Vera França (2002) reflete sobre as dificuldades para sistematizar a comunicação por conta da natureza complexa de seu objeto de conhecimento e do atravessamento de conflitos entre a teoria e a prática. Disso decorre, para ela, uma diversidade empírica difícil de abarcar, aliada à constante mutação dos processos comunicacionais mediados por aparatos tecnológicos, além de uma grande variedade de conceitos e aportes teóricos, motivados por diferentes filiações científicas. Tudo isso contribui para também se entender a comunicação como uma área fragmentada, com uma tradição ainda não estabelecida e, assim, situada em um espaço interdisciplinar.

Ao se aliar às ponderações de França (2002), constata-se que a comunicação deve ser vista como um processo social de troca simbólica entre os sujeitos para produção e compartilhamento de sentidos. Pela via de sua problematização epistemológica, no entanto, é preciso insistir, de antemão, na definição de seu objeto. Convicta, a autora se antecipa ao sustentar que não se deve adotar simplesmente os meios de comunicação de massa como os únicos ou principais objetos de conhecimento da área:

Ora, é óbvio que os homens sempre se comunicaram, que os primeiros agrupamentos humanos, aquilo que podemos intuir como o embrião da vida social, apenas se constituíram sobre a base das trocas simbólicas, da expressividade dos homens. É óbvio que a comunicação – processo social básico de produção e partilhamento do sentido através da materialização de formas simbólicas – existiu desde sempre na história dos homens, e não foi inventada pela imprensa, pela tv, pela internet. A modernidade não descobriu a comunicação – apenas a problematizou e complexificou seu desenvolvimento, promovendo o surgimento de múltiplas formas e modulações na sua realização (FRANÇA, 2002, p. 41).

Nessa direção, a comunicação, que já existia como processo social antes da invenção dos aparatos tecnológicos que a medeiam, não poderia, na qualidade de campo científico em desenvolvimento epistemológico, vender-se à imprudência simplificadora de concentrar o estabelecimento de seus objetos de conhecimento tão-somente em tais meios de massa. Se assim fosse, as próprias análises de comunicação face a face e etnográficas, por exemplo, não poderiam fazer parte do contingente de estudos do campo. Não se quer afirmar, com isso, que

tais aparatos midiáticos não devem ser vistos como importantes opções empíricas para as análises comunicacionais. Porém, se procurassem abstrair os objetos de conhecimento da Comunicação definindo-os apenas como tais meios de massa, os/as cientistas do campo não olhariam para eles com um enfoque diferente das diversas outras áreas científicas que os utilizam empiricamente; não elaborariam uma especificidade que particularizasse o modo de olhar para o objeto.

Ademais, ao entender a comunicação também como uma forma de conhecer e conceber os diversos processos comunicativos, França (2002) apreende que os objetos de conhecimento do campo científico da Comunicação “[...] não são os objetos ‘comunicativos’ do mundo, mas uma forma de identifica-los, de falar deles – ou de construí-los conceitualmente” (FRANÇA, 2002, p. 42). Ou seja, os meios de comunicação de massa não devem precipitadamente ser distinguidos como os objetos de conhecimento deste campo de estudos; em contrapartida, esta categorização é atribuída à importância essencialmente comunicativa dada ao objeto. Em outras palavras:

[...] quando se pergunta pelo objeto da comunicação, não nos referimos a objetos disponíveis no mundo, mas àqueles que a comunicação, enquanto conceito, constrói, aponta, deixa ver. Essa é a natureza de um objeto de conhecimento, a partir de suas ferramentas e do seu “estoque cognitivo” disponível (o conhecimento com o qual se conta para poder conhecer mais) (FRANÇA, 2002, p. 42).

Desse modo, os objetos de conhecimento admissíveis aos estudos da Comunicação são aqueles que podem ser vistos peculiarmente através das lentes interdisciplinares do próprio campo científico. Aqueles que podem ser identificados ou construídos conceitualmente por uma importância comunicacional. É, então, baseado na forma como se identificará e falará sobre um objeto, a sua construção conceitual, que a ele será garantido a competência ao campo comunicativo. Sob esta abordagem é que se debruça à necessidade de iluminar o aspecto fundamentalmente comunicacional da noção “lugar de fala”, visando legitimá-la como objeto de conhecimento deste campo de estudos.

Por essa via, constata-se que a articulação teórica necessária para embasar os aspectos comunicacionais dos lugares de fala necessita de um ponto de vista que entenda a comunicação de maneira dialógica e não como uma mera transmissão de informações. Esta é a preocupação de Louis Quéré (1991) ao sugerir seu modelo praxiológico em contraposição ao “modelo epistemológico”, até então em vigência, o qual se instaura na ordem de transmissão de informações através de um caráter monológico, como previa o modelo matemático da comunicação de Shannon e Weaver. O modelo matemático não se importava com a prática

relacional entre os sujeitos e com o mundo à sua volta, observava o processo comunicacional de maneira linear e funcionalista, preocupado principalmente com a transmissão de informações entre um emissor protagonista e um receptor. Quéré (1991), como também explica França (2003), analisa que a comunicação teria propriedade unicamente transmissiva e instrumentalizada para o “modelo epistemológico”, já que sua prática era entendida como alinhada a um transporte da informação com representações preestabelecidas sobre o mundo. Por outro lado, o “modelo praxiológico” percebe que a comunicação exerce a atividade de constituir e organizar o mundo.

Quéré (1991) explica que o sujeito do “modelo epistemológico” seria monológico, pois não prezaria pela relação com o outro, objetivaria apenas produzir informações a partir de representações preconcebidas das sociedades; já o sujeito do “modelo praxiológico” é dialógico e constitui-se necessariamente na relação com o outro. França (2003) explica que o “sujeito epistemológico” fala *para* o outro e o “sujeito praxiológico” fala *com* outro. Quéré (1991) ainda compreende que a linguagem, para o “modelo epistemológico”, serve simplesmente para representar adequada e integralmente o mundo que já está predefinido; enquanto que para o “modelo praxiológico”, a linguagem é observada como uma expressão subjetiva própria do sujeito que a utiliza, pois se entende que as definições sobre mundo ao seu redor não estão predeterminadas, o que possibilita que os sujeitos assumam papéis constituidores das relações.

Ao se aliar ao ponto de vista de Quéré (1991), sustentado também por França (2003), verifica-se que o modelo praxiológico desconstrói o tratamento linear e transmissivo da comunicação para instaurá-la de forma a ser elaborada em conjunto, tendo em vista os vários sujeitos em interação e seus diferentes objetivos. A intencionalidade da informação deixa de ser produzida por um sujeito-emissor protagonista e passa a ser construída durante o processo comunicacional entre todos os atores sociais envolvidos. Esse modelo, de acordo com os autores, pode ser adotado como uma atividade organizadora da comunicação, mediada simbolicamente pela linguagem, efetuada de maneira conjunta e praticada em um universo comum entre os sujeitos em relação.

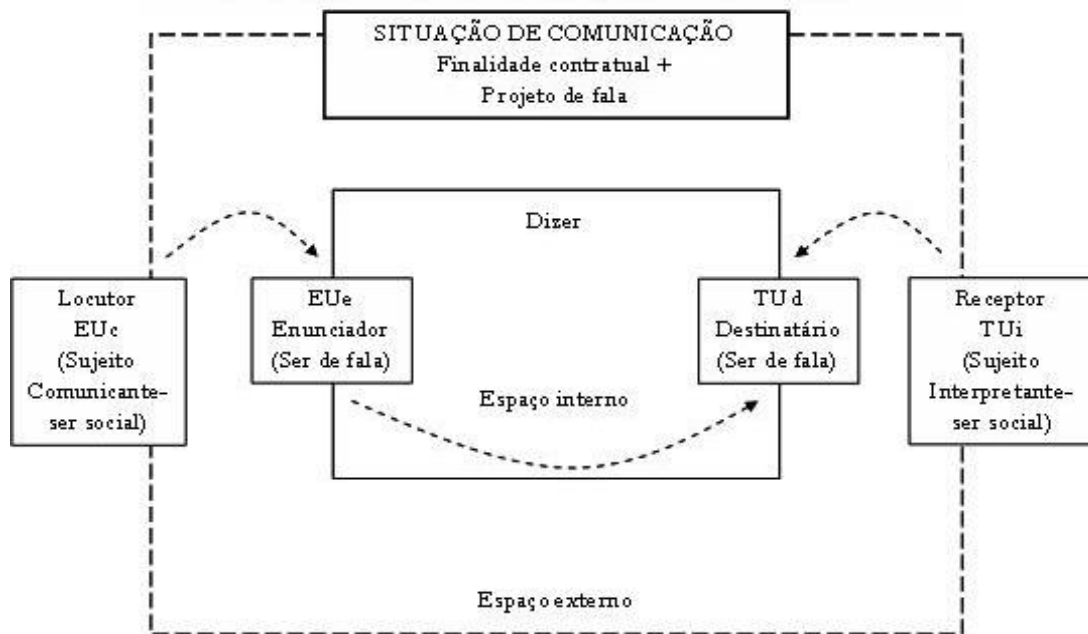
Vale apontar, brevemente, que a crítica feita ao “modelo epistemológico”, ainda reconhecido como paradigma informacional, é também realizada por vários autores nas teorizações sobre a comunicação, sem necessariamente se filiarem ao pensamento de Quéré. Francisco Rüdiger (2011), por exemplo, concebe sua argumentação ao demonstrar as deficiências teórico-metodológicas do paradigma informacional. Ele aponta problemas filosóficos, percebidos na linearidade em que o modelo matemático é criado, sendo a comunicação reduzida à mera captação, transmissão e recepção de mensagens; analíticos,

devido ao modelo oferecer procedimentos metodológicos restritos a um período temporal específico, em que se entendia que os integrantes do processo comunicativo tinham suas funções rigidamente demarcadas; de defasagem histórica, por ignorar o âmbito sociocultural da comunicação; e um déficit hermenêutico, já que o modelo não desenvolve conceitos cruciais à comunicação, a exemplo de interpretação e sentido.

Como já visto nas discussões sobre identidade (BUTLER, 2017; HALL, 2000; SILVA, 2000), a fixidez operada pela representação pode gerar uma percepção distorcida de completude e não revelar que o sujeito está condicionado ao processo de “tornar-se”. Sob a ótica de uma comunicação dialógica, então, pondera-se que a noção dos lugares de fala também deve prezar pela sustentação das relações, desvinculando-se de uma construção enunciativa baseada em representações preconcebidas dos sujeitos e do mundo social e sendo necessariamente estruturada na interação com o outro. Além disso, da mesma forma como defende Foucault (1979), ao referir que as relações de poder são antes de tudo produtivas, que não pretendem alcançar um fim e que o poder necessita que as relações sejam sempre viabilizadas, ressalta-se que a estratégia enunciativa dos lugares de fala, por ser dialógica, também não deve objetivar o alcance de um fim, de uma interdição, pois isso suspenderia as oportunidades de relações.

Pelo objetivo de ponderar sobre o uso da estratégia enunciativa dos lugares de fala em situações comunicacionais, considerou-se pertinente convocá-la a partir da sistematização de Patrick Charaudeau (2008). Em se tratando da situação de comunicação, leva-se em conta que os enunciados possibilitam efeitos de sentido através da interpretação pelos destinatários. Torna-se importante assumir, então, que não há maneira de atribuir sentidos aos discursos na comunicação sem que se pressuponha a existência da interpretação sobre os enunciados proferidos – como, inclusive também explicita Orlandi (2009). Tais interpretações podem ou não estar de acordo com o que era pretendido quando os dizeres foram produzidos na situação de comunicação. Ou seja, o sentido gerado pelo enunciado não depende apenas de quem o produziu, mas também da interpretação realizada pelo destinatário. Isso indica a dependência da comunicação à situação de encontro entre os sujeitos, sem que haja protagonistas. Aqueles que se envolvem nesta situação obedecem, de acordo com Charaudeau (2008), a um quadro situacional, conforme a Figura 2, a seguir.

Figura 2 – A situação de comunicação e seus sujeitos



Fonte: Charaudeau (2008, p. 77).

A Figura 2 demonstra a sistematização do funcionamento das situações de comunicação de acordo com Charaudeau (2008), nas quais existem dois espaços envolvidos no processo de produção e interpretação dos enunciados onde sujeitos interagem, um externo (real) e um interno (imaginário). No espaço externo o sujeito Locutor (real) cria um sujeito ideal, adequado à enunciação que será criada: o sujeito Destinatário (imaginário) do espaço interno. O sujeito Receptor (real), do espaço externo, por sua vez, interpreta a enunciação produzida, que nem sempre repercute o efeito idealizado, e cria uma imagem de quem falou, constituindo o sujeito Enunciador (imaginário). A interação, dessa maneira, desenvolve-se num jogo em que o Receptor pode se tornar um Locutor ao criar um novo enunciado em resposta.

Entende-se que esse modelo permite desvencilhar a comunicação de uma essência deficiente relacionada ao paradigma informacional. Ele prevê a flexibilidade dos sujeitos em interação, na medida em que não encara a comunicação como uma produção realizada numa via de mão única, mas que demonstra a necessidade da participação tanto do locutor quanto do receptor para seu desenvolvimento, atentando à importância da interpretação para a produção de sentidos. Isso possibilita destacar que todo ato comunicacional se define fundamentalmente pelo estabelecimento de uma relação entre um enunciador e um destinatário sem atribuir protagonismos – ambos são igualmente importantes para a situação de comunicação.

A estratégia enunciativa dos lugares de fala se estabelece, nesse âmbito, em uma dinâmica comunicativa que visa ressaltar a adscrição identitária do locutor por ele próprio, a

fim de gerar um efeito de sentido que pode respaldar seu dizer e ressalta sua identidade e/ou lugar social que ocupa, ao imaginar que, com isso, o destinatário interpretará a fala como verídica, ou, pelo menos, devidamente associada ao aditamento identitário ao qual se inscreve. Ademais, ao assumir um lugar de fala, o enunciador demonstra sua sujeição e a tentativa de encaminhamento ao registro que o receptor terá dele. Ou seja, quando o enunciador destaca sua adscrição identitária através da estratégia enunciativa do lugar de fala, acredita-se que o receptor levará em conta essa performatividade para constituir a imagem do enunciador. Quando se diz, por exemplo, “eu sou mulher e falo sobre sexismo a partir deste lugar”, o receptor se vê na condição de ressaltar este aditamento identitário na sua criação imaginária sobre quem é o sujeito enunciador e o lugar social em que se aloca durante a situação comunicacional.

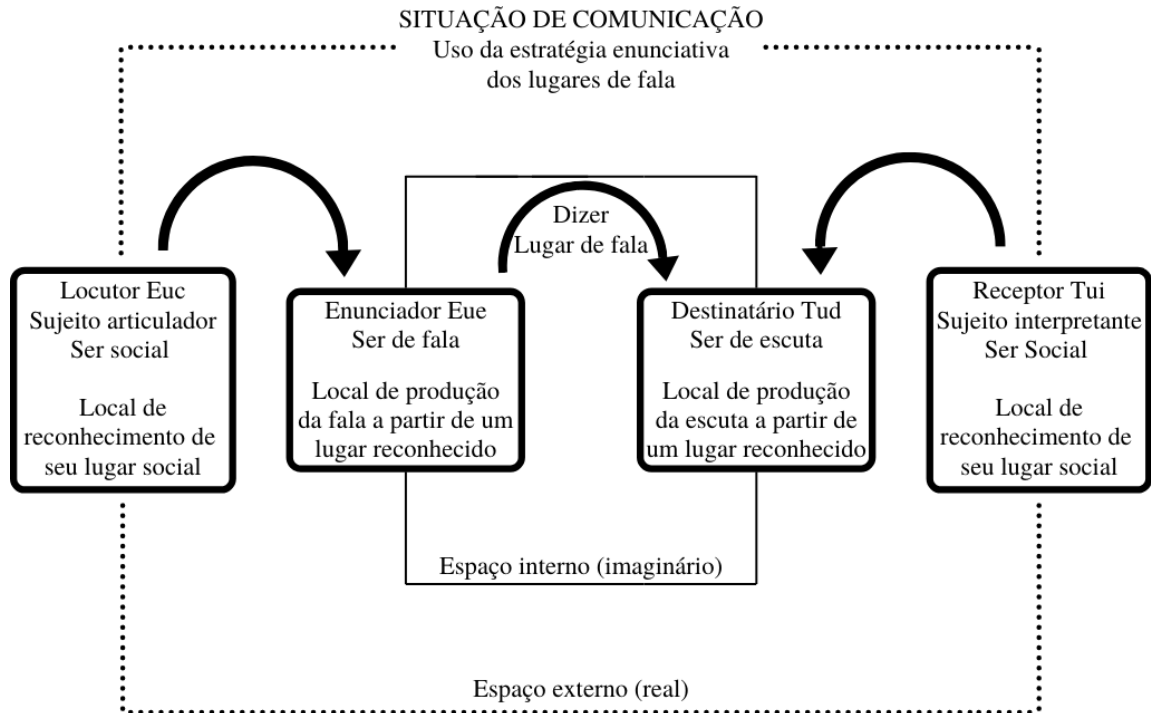
Na medida em que a interação dos sujeitos na situação comunicacional é interseccionada pela estratégia enunciativa dos lugares de fala, pode-se perceber que seu uso depende do reconhecimento que o locutor faz do lugar social acionado de suas adscrições identitárias para gerar uma enunciação embasada em seu lugar de fala. Enquanto isso, do outro lado, cabe ao receptor o reconhecimento de seu próprio lugar social e identitário para gerar um lugar de escuta e interpretar a fala. A partir disso, inspirado na sistematização proposta por Charaudeau (2008) e nas articulações de Quéré (1991), apresenta-se a Figura 3, que demonstra a situação de comunicação dialógica condicionada à estratégia enunciativa dos lugares de fala.

A Figura 3 demonstra a sistematização do funcionamento das situações de comunicação adaptado de Charaudeau (2008) para destacar o uso da estratégia enunciativa dos lugares de fala no processo comunicativo. Com os mesmos espaços envolvidos no processo de produção e interpretação dos enunciados, definidos por Charaudeau (2008), onde os sujeitos interagem, um externo (real) e um interno (imaginário), destaca-se o reconhecimento do lugar social do locutor e do receptor por eles próprios e a produção de uma fala e de uma escuta a partir desses lugares reconhecidos.

Além disso, é importante ressaltar que se considerou necessário alterar a caracterização do Locutor como “sujeito comunicante” e do Destinatário como “ser de fala”, na sistematização de Charaudeau (2008), por “sujeito articulador” e “ser de escuta”, respectivamente. Essa mudança decorreu do discernimento sustentado pelo debate sobre comunicação praxiológica abordada por Quéré (1991). Percebe-se que ambos os sujeitos em interação têm relevância e devem ser vistos como “sujeitos comunicantes”, pois a recepção e interpretação são partes integrantes e necessárias à situação comunicacional e não apenas a locução. Enquanto isso, quando situado como Destinatário, acredita-se que o sujeito não assume um papel de fala, mas de escuta – isto adquire importância para a discussão ao estabelecer uma comunicação dialógica

em que um sujeito fala e o outro necessariamente escuta, ambos não deveriam ser vistos como seres de fala ao mesmo tempo.

Figura 3 – A situação de comunicação, seus sujeitos e o uso dos lugares de fala



Fonte: Elaboração do autor.

Assim, de acordo com a Figura 3, através da estratégia enunciativa dos lugares de fala, no espaço externo, o sujeito Locutor (real) reconhece o seu lugar social para articular o enunciado que será produzido, além de criar uma imagem da pessoa ideal adequada à enunciação que será criada: o sujeito Destinatário (imaginário), do espaço interno, o qual se posiciona em um lugar de escuta. O sujeito Receptor (real), do espaço externo, também reconhece o seu lugar social para, por sua vez, escutar, interpretar a enunciação produzida (a qual nem sempre repercute o efeito idealizado) e criar uma imagem da pessoa que falou, constituindo o sujeito Enunciador (imaginário), o qual, acrescenta-se, falou a partir de seu lugar. A interação, dessa maneira, continua a se desenvolver num jogo em que o Receptor pode se tornar um Locutor ao articular um novo enunciado em resposta a partir do seu lugar de fala.

Ressalta-se que este modelo permite sustentar a noção dos lugares de fala como uma estratégia enunciativa que relaciona a fala do sujeito à identidade por ele assumida em situações comunicacionais dialógicas. Evidencia-se, assim, o aspecto fundamentalmente relacional da

comunicação no uso da noção, sem enfatizar somente a possibilidade de apropriação das falas dos sujeitos pela esfera midiática.

Vale ainda indicar que Muniz Sodré (2019), quando questionado recentemente sobre a expressão “lugar de fala”, apontou para a importância comunicacional que deve ser ressaltada pela noção. Ele considera que qualquer pessoa fala a partir de lugares determinados e, através de uma metáfora, demonstra a necessidade de reconhecer o lugar ocupado pelos sujeitos em interação. Ele destaca, inclusive, que o próprio diálogo e até o entendimento sobre o que é dito dependem da assimilação dos lugares de fala:

Quando o outro me diz alguma coisa eu sempre tenho uma pergunta subjacente por trás da fala dele, que é assim: “quem é você que me fala a partir desse lugar que não é o meu, mas é o seu?” Só posso dialogar com você se eu fizer uma pergunta como esta. Porque essa pergunta pressupõe que, a partir do lugar que você fala, você pode não estar entendendo o que digo e, a partir do lugar que é o meu, eu não posso entender o que você está dizendo. Esse lugar de diferentes, o qual está colado na fala, é que dá a possibilidade de dialogar. O diálogo não é uma simples troca de palavras. Você manda uma palavra e eu mando outra. Isso um papagaio e o seu treinador podem fazer, pois, no fundo, não é preciso que haja compreensão. Diálogo não é esse razoado a dois apenas. Diálogo é um intercâmbio de palavras; é também você cavar a razoabilidade, cavar o lugar do outro. Toda vez que você fala, ao mesmo tempo você está com uma pá e é como se o outro fosse um mato. Se você quiser saber o que o outro está dizendo, você tem que capinar esse mato. Você vai lá e capina para ver a sua raiz. Você tem que cavar o lugar (SODRÉ, 2019, p. 882).

No entanto, é importante constar que nem Sodré (2019), tampouco esta tese, pretendem conjecturar que existem lugares exclusivos, ou que apenas se pode falar sobre a temática que suas próprias adscrições identitárias convocam. Para Sodré (2019), tais exclusividades não existem porque os próprios lugares são móveis, como também já pôde ser constatado a partir do debate sobre identidades da seção anterior. Ele destaca: “Penso o lugar de fala como uma posição reivindicativa efêmera” (2019, p. 882), ou seja, uma posição reivindicativa que é transitória, isto justamente porque é característica dos próprios lugares serem móveis e não fixos e estáticos. Assim, acredita-se que o lugar de fala, entendido como estratégia enunciativa que relaciona a fala do sujeito à identidade por ele assumida visando uma reivindicação, duram o tempo necessário para se fazer compreender a enunciação.

Eis onde se gostaria de chegar com essa explanação teórica comunicacional, aliada às concepções de discurso e identidade explicadas anteriormente: quando um sujeito enuncia em uma situação comunicacional ideal, partindo de uma prática discursiva predeterminada, e se direcionando-se a outro/a que assume a escuta, e se posiciona com base na adscrição identitária reconhecida como seu lugar social, de modo a tentar conduzir o reconhecimento desse lugar e

gerar um respaldo à sua fala em um contexto social de relações de poder, ele está assumindo a estratégia enunciativa do *lugar de fala*.

Apropria-se de uma abordagem relacional e dialógica para apreender a comunicação, tendo em vista considerar por “lugares de fala” os lugares onde os sujeitos se posicionam para falar no processo relacional e não os lugares predefinidos e atribuídos às pessoas pelos meios de comunicação de massa, durante a produção de um enunciado circunscrito em um produto midiático. O viés relacional adotado na reflexão permite ressaltar que são os próprios sujeitos os responsáveis por assumir posições enquanto falam. As mídias, por sua vez, apropriar-se-iam devidamente ou não das falas expressas pelos sujeitos a partir dos lugares assumidos por eles durante as interações anteriores para, então, formatá-las de acordo com os interesses da empresa midiática. Apenas a partir disso os enunciados midiáticos são produzidos, difundidos e dão visibilidade àquilo que a equipe interpreta ser pertinente aos seus respectivos públicos.

Nesta reflexão, não se entende, portanto, os lugares de fala como um espaço posicionado pela mídia onde o sujeito tenha possibilidade de se expressar ou opinar. Um jornal impresso, uma emissora de rádio, um programa de televisão, uma página de mídia social na internet, por exemplo, não constituem um lugar de fala. Sequer compreende-se a noção como a posição que a instância midiática atribui aos sujeitos através de sua produção enunciativa, já que se considera que são os próprios sujeitos que assumem seus lugares e a mídia se apropria disso ao formatar as falas proferidas. Seria incongruente, no entanto, afirmar que esses meios de comunicação de massa não possibilitam que os sujeitos se expressem; tampouco tem-se o objetivo de fazê-lo. Por outro lado, pondera-se que as mídias possibilitam que os sujeitos que através delas enunciam sejam ouvidos e vistos a partir de uma formatação dessa fala (através de recursos que a recortam, a citam e fazem referência a ela) na construção enunciativa do texto. Ou seja, acata-se que as mídias pelas quais os sujeitos podem se expressar se constituem como lugares de visibilidade.

Ressalta-se, então, que um produto midiático visibiliza um sujeito na medida em que formata sua fala ao presumir o que, daquilo que foi dito, pode ser importante ao que define ser o público da empresa midiática. Pelo lugar desta fala na mídia, entende-se a apropriação que a esfera midiática faz da fala de sua fonte de informação, a qual, atenta-se, é proferida durante uma interação em que o sujeito Enunciador tem condições para a performatividade de uma identidade. Finalmente, a instância midiática se utiliza da fala dos sujeitos, à sua maneira, formatando-a, na produção de um texto que é difundido e pode visibilizar os sujeitos e as posições por eles assumidas. Considera-se que a veiculação midiática do lugar de fala de um sujeito para o público se constitui, então, em um lugar de visibilidade.

É importante, ainda, destacar que não se procura, com essa reflexão, desvalidar outros possíveis desdobramentos conceituais sobre os lugares de fala, apenas articular a noção ao aspecto comunicacional relacional e aos objetivos desta pesquisa. Acredita-se e ressalta-se, porém, que a instância dos lugares de fala somente pode ser acionada pelos sujeitos quando eles estão em relação, em interação, em *comunicação*. Por isso enfatiza-se a relevância de avaliar os lugares de fala através da ótica comunicacional.

Infere-se que a própria percepção lógica da somatória das palavras que configuram o conceitual “lugar de fala” demonstra a essência interdisciplinar e comunicacional da noção. A relação que se faz entre “lugar”, como o âmbito dos espaços sociais que um sujeito ocupa em sociedade para assumir adscrições identitárias, e “fala”, como elemento necessário e prático da linguagem para o desenvolvimento da comunicação, demonstra a constituição de um objeto de estudos indissociável à perspectiva comunicacional, tendo em vista o lugar de fala ser acionado apenas quando o aspecto comunicacional se faz presente.

A partir dessa articulação teórica entre os lugares de fala e os estudos comunicacionais em perspectiva relacional, ainda se faz necessário, para o desenvolvimento desta tese, refletir sobre como um sujeito pode assumir uma fala em conjunto a outro/a sobre uma luta que aparentemente não faz parte de suas adscrições identitárias.

1.3 PROBLEMATIZAÇÃO DOS LUGARES DE FALA DISCURSIVOS E POLÍTICOS: PODE UM SUJEITO FALAR SOBRE A LUTA DE OUTRO/A?

Até aqui foi possível evidenciar que o tópico dos lugares de fala se origina e ganha relevância no debate teórico desta tese ao ser definida como estratégia enunciativa que associa a fala do sujeito à identidade por ele assumida – sua adscrição identitária – durante as situações comunicacionais, levando em conta, ainda, a conjuntura das relações de poder conforme articulado por Foucault (1979; 2008; 2013). Esse panorama ainda se desenvolve e é complexificado ao considerar que o conceito de identidade serve aos grupos organizados politicamente em minorias através do recurso identitário (HALL, 2000) e que é assumida através de uma performatividade (BUTLER, 2017), com o que se evita, sobretudo, a fixidez estimulada pela noção de representação e a reprodução mecânica de ordenações das normas sociais construídas nas estruturas de poder existentes. Compreendeu-se, então, a possibilidade de os sujeitos reivindicarem a potência da fala a partir do reconhecimento de seus lugares sociais. Ademais, destacou-se a importância comunicacional do lugar de fala em âmbito dialógico e relacional (CHARAUDEAU, 2008; FRANÇA, 2008; QUÉRÉ, 1991), o que tornou

possível desvencilhar a noção da mecanicidade de aliá-la à vertente midiática nas investigações em Comunicação – vinculação esta que era geralmente realizada, como pôde ser constatado no levantamento de estado da arte, exposto na introdução.

O enquadramento teórico aqui desenvolvido, no entanto, poderia permitir a conjectura de alguns leitores observarem que o reconhecimento da fala de um sujeito se revelaria apenas quando a posição dele/a se alinhasse aos marcadores identitários que o/a une politicamente a um grupo minoritário. Desse modo, deduzir-se-ia que somente se poderia debater com competência crítica sobre assuntos referentes às pautas que a sua adscrição identitária convoca. Crer-se-ia, por exemplo, que: ao ocupar um lugar homossexual, a pessoa teria respaldo para falar sobre as causas LGBTQI+ e lutar contra a homofobia; ao ocupar um lugar de mulher, ela teria condições para debater sobre a existência de um sistema masculinista e como o machismo precisa ser combatido em favor da igualdade de gênero; ao ocupar um lugar de negritude, a pessoa poderia lutar contra o preconceito ao falar sobre a presença do racismo na sociedade e como isso a afeta diretamente de diferentes maneiras.

Isto quer dizer que ao estar posicionado em um lugar social consequentemente um sujeito adquire consciência política e, como mágica, já sabe refletir social, filosófica e criticamente sobre os temas que a luta minoritária convoca pela via da sua identidade? E, principalmente, ao levar em conta a problemática desta tese, que um sujeito não pode falar com propriedade sobre assuntos referentes à identidade de outros/as, pois seria reservado somente às próprias minorias o consentimento sobre as falas em favor de suas lutas? Poderia ser a categoria dos lugares de fala entendida como um procedimento, como alguns já elencados por Foucault (2013), que também controla, seleciona, organiza, redistribui e limita os discursos nas sociedades pela condição da identidade do sujeito?

O primeiro questionamento é respondido pragmaticamente por Ribeiro (2017), ao elucidar que reduzir os lugares de fala tão somente às vivências e características identitárias acionadas pelos sujeitos seria um equívoco. De acordo com ela, “O lugar social não determina uma consciência discursiva sobre esse lugar. Porém o lugar que ocupamos socialmente nos faz ter experiências distintas e outras perspectivas” (RIBEIRO, 2017, p. 69). O que se objetiva com a noção, segundo a autora, é promover uma multiplicidade de vozes e, especialmente, romper com o regime hegemônico de autorização discursiva que se pretende como voz única e universal, e não simplesmente conjecturar que um sujeito pode falar sobre um assunto com propriedade porque é o lugar que sua adscrição identitária faz referência. A abordagem teórica adotada por Ribeiro (2017) discute como, muitas vezes, as experiências individuais subalternas sofridas por alguns confluem a episódios ocorridos com demais pessoas que também se

identificam com o mesmo grupo minoritário. Nessa partilha de experiências entre os sujeitos a autora estabelece sua argumentação. No entanto, por exemplo:

O fato de uma pessoa ser negra não significa que ela saberá refletir crítica e filosoficamente sobre as consequências do racismo. Inclusive, ela até poderá dizer que nunca sentiu racismo, que sua vivência não comporta ou que ela nunca passou por isso. E, sabemos o quanto alguns grupos adoram fazer uso dessas pessoas. Mas o fato dessa pessoa dizer que não sentiu racismo, não faz com que, por conta de sua localização social, ela não tenha tido menos oportunidades e direitos (RIBEIRO, 2017, p. 67-68).

Percebe-se que é imprescindível que o próprio sujeito realize uma articulação em reconhecimento de seu lugar social, que se adscrive a determinado registro identitário e que conflui suas experiências às semelhanças de um ou mais grupos minoritários. Ademais, que o sujeito reflita sobre o debate para estabelecer uma consciência política antes de proceder a sua enunciação. Vale lembrar que a discussão levantada por Ribeiro (2017) sobre lugar de fala encontra embasamento teórico principalmente na abordagem teórica do *feminist standpoint*, que apresenta uma tradição em estudos etnográficos e sobre a experiência das mulheres. Esta não é a fundamentação adotada nesta tese, devido os objetivos e a problemática serem orientados, sobretudo, pela investigação do discurso. No entanto, a trajetória desses estudos tem grande relevância para compreender a luta pela igualdade de gênero e concorda-se com a argumentação de Ribeiro (2017) sobre a possibilidade de também examinar os lugares de fala pelo ponto de vista feminista. Além disso, no debate levantado anteriormente, sobre a importância comunicacional dos lugares de fala, também já foi apontada a importância do reconhecimento destes lugares sociais pelos próprios sujeitos antes de proferirem suas falas.

Referindo-se às demais questões supracitadas, entende-se que por ser produto das relações de poder, os lugares de fala não estariam condicionados coercitivamente e/ou restritivamente à promoção de interdições ou proibições à expressão de sujeitos devido os lugares sociais aparentemente ocupados. Por outro lado, é preciso sempre viabilizar as relações, ao partir das premissas de Foucault (1979) e pela via da comunicação relacional (FRANÇA, 2008; QUÉRÉ, 1991). É importante ressaltar que não se trata de assumir o lugar *do* outro para falar por ele, de roubar-lhe o protagonismo da luta minoritária, mas falar a partir do seu próprio lugar sobre o tema em pauta em aras de apoiar e discutir as reivindicações dos/as outros/as; falar em “com-junto” ou com outro/a principalmente no contexto dos estados de dominação.

A reflexão desenvolvida por Linda Alcoff (1991) sobre os problemas existentes no ato de falar por outros, contempla a importância de criar condições para que o diálogo seja possibilitado e para evitar que as relações sejam interdidas. A autora pondera, sustentada na

sua leitura de Gayatri Spivak (2010), que uma prática de “falar com” se torna mais adequada do que a de “falar por”, pois esta gera condições desestimuladoras de uma possível ligação com discursos imperialistas, os quais procuram sustentar os estados de dominação.³

Essa resposta é a que eu mais concordo. Devemos nos esforçar para criar, sempre que possível, as condições para o diálogo e a prática de falar com e para ao em vez de falar pelos outros. Se os perigos de falar pelos outros resultam da possibilidade de deturpação, expandindo a própria autoridade e privilégio, e um ritual geralmente imperialista, então falar com e para pode diminuir esses perigos (ALCOFF, 1991, p. 23, tradução nossa).⁴

Para indicar esta alternativa, Alcoff (1991, p. 6-7) reconhece o problema de falar pelos outros a partir de duas procedências:

- 1) a percepção de que o lugar de onde se fala afeta o significado e a verdade do que é dito e, por isso, não é possível transcender a localização social;
- 2) a assimilação de que certas localizações privilegiadas são discursivamente perigosas, já que, por vezes, notou-se o aumento ou reforço das opressões quando pessoas consideradas avantajadas falaram em nome de grupos oprimidos.

No entanto, ao observar a situação por meio da alusão de que apenas seria possível falar pelos grupos dos quais se faz parte, Alcoff (1991) aponta para a dificuldade de delimitação de tais grupos. Ela se questiona: “uma mulher branca pode falar por todas as mulheres simplesmente por ser mulher? Se não, quão estreitamente devemos desenhar as categorias? [...] Em que base podemos justificar uma decisão de demarcar grupos e definir associação de uma maneira e não de outra?” (ALCOFF, 1991, p. 7-8, tradução nossa).⁵

Assim, para a autora, a solução desta problemática não é simplesmente restringir a prática em falar apenas por grupos dos quais se é membro/a, pois a delimitação desses grupos é imprecisa. Alcoff (1991, p. 8) ainda aponta que adotar a posição de falar apenas por si mesmo/a também não é uma saída, pois isso demonstra o abandono à responsabilidade política

³ O texto original do texto de Gayatri Spivak, intitulado “*Can the Subaltern Speak?*”, foi publicado pela primeira vez em 1988. Nesta tese, utiliza-se a tradução para o português feita por Sandra Regina Goulart Almeida, Marcos Pereira Feitosa e André Pereira Feitosa, publicada pela editora UFMG em 2010. Assim, Linda Alcoff faz referência em 1991 à publicação original de Spivak, de 1988.

⁴ Do original: “*This response is the one with which I have the most agreement. We should strive to create wherever possible the conditions for dialogue and the practice of speaking with and to rather than speaking for others. If the dangers of speaking for others result from the possibility of misrepresentation, expanding one's own authority and privilege, and a generally imperialist speaking ritual, then speaking with and to can lessen these dangers*”.

⁵ Do original: “*can a white woman speak for all women simply by virtue of being a woman? If not, how narrowly should we draw the categories? [...] On what basis can we justify a decision to demarcate groups and define membership in one way rather than another?*”.

de falar contra a opressão sofrida pelos subalternos, além de não auxiliar em uma construção crítica dos debates.

Ademais, Alcoff (1991) ratifica o pensamento foucaultiano de que os rituais de fala devem ser considerados a partir das práticas discursivas e que não envolvem apenas os enunciados individualmente. Na problemática específica de falar pelos outros, a autora atenta à localização social do sujeito e ao contexto discursivo como elementos necessários para examinar o significado e o valor de verdade do que é dito em uma prática discursiva. A partir disso, ela explica que existem duas premissas implícitas em falar pelos outros:

- 1) a de que os rituais de fala sempre comportam, de algum modo, significado e verdade;
- 2) a de que enquanto alguns contextos e localizações são aliados à resistência à opressão, outros são aliados às próprias estruturas de opressão.

Assim: “De acordo com a primeira premissa, embora não possamos manter uma voz neutra, podemos todos, pelo menos, reivindicarmos o direito e a legitimidade de falar. Mas a segunda premissa desautoriza algumas vozes por motivos simultaneamente políticos e epistêmicos” (ALCOFF, 1991, p. 15, tradução nossa).⁶

Alcoff (1991) aponta para a importância de os/as enunciadore/as avaliarem suas localizações sociais e se responsabilizarem pelas suas falas. A autora sustenta que apenas promover uma escuta pode gerar a percepção errônea de que os sujeitos oprimidos não seriam construídos ideologicamente, porém falar pelos outros implica um jogo de representações perigosas. Por isso, Alcoff (1991, p. 23, tradução nossa) acredita que um “falar com outro” torna a discursividade mais dialógica, na medida em que o sujeito “não abandona seu papel discursivo, nem presume uma autenticidade do oprimido, mas ainda permite a possibilidade de que o oprimido produza uma ‘contra sentença’ que pode sugerir uma nova narrativa histórica”.⁷

Nesse contexto, é importante ressaltar que os argumentos de Spivak (2010), com quem Alcoff (1991) dialoga para propor a prática de “falar com” em vez de “falar por”, estão embasados nos estudos pós-coloniais, situados na construção de um olhar crítico, com base marxista, sobre o trabalho intelectual de pensadores ocidentais. Ao atentar à problemática de um sujeito subalterno falar e ser ouvido, Spivak (2010) critica a abordagem unidirecional dada à história, que é difundida geralmente através da perspectiva ocidental. Com isso, ela

⁶ Do original: “According to the first premise, though we cannot maintain a neutral voice we may at least all claim the right and legitimacy to speak. But the second premise dis-authorizes some voices on grounds which are simultaneously political and epistemic”.

⁷ Do original: “neither abnegates his or her discursive role nor presumes an authenticity of the oppressed but still allows for the possibility that the oppressed will produce a “countersentence” that can then suggest a new historical narrative”.

problematiza o objetivo intelectual de falar sobre o outro subalterno a partir de seu próprio lugar social sem dar voz a ele e indica uma associação desse discurso intelectual aos interesses hegemônicos ocidentais. Assim, a autora argumenta que o sujeito subalterno é sempre visto como o Outro que precisa de alguém que fale por ele e o represente, mas que acaba sem ter acesso ao discurso intelectual produzido sobre ele.

Ao considerar em sua análise os/as trabalhadores/as condicionados/as à divisão internacional do trabalho das sociedades capitalistas, Spivak (2010) demonstra que alguns sujeitos têm mais chances de falar, de serem ouvidos e reconhecidos do que outros. Para ela, os sujeitos caracterizados como subalternos são silenciados a todo instante, principalmente através de representações – seja aquela que alguém faz de um grupo que não teria condições de se autorrepresentar, ou aquela que se constrói dramaticamente, na qual a forma existe, mas o conteúdo é falso. Spivak (2010) demonstra que, por vezes, enunciados se apresentam como libertadores, mas escondem a manutenção de imperialismos através de uma violência epistêmica que não permite a fala aos subalternos. É importante constar que a noção de “violência epistêmica”, desenvolve-se, para a autora, na medida em que se pondera predominantemente a única versão verdadeira da história aquela contada pelos colonizadores, o que ignora outras possíveis narrativas que existiram ou existem, as quais não partem necessariamente do Norte Global. “O mais claro exemplo disponível de tal violência epistêmica é o projeto remotamente orquestrado, vasto e heterogêneo de se constituir o sujeito colonial como Outro” (SPIVAK, 2010, p. 47).

Considera-se, diante do debate sobre os lugares de fala até aqui desenvolvido, que a violência epistêmica se inscreve no silenciamento, no exercício de negar a fala de outro/a no processo relacional, de desconsiderar a possibilidade de contribuição ao sujeito e de negar-lhe a (auto)reflexão. Como Alcoff (1991) também sustenta, evidencia-se, então, a importância de se reescrever a narrativa histórica sem excluir a voz dos/as oprimidos/as, de exercitar a prática de falar em conjunto/com o outro.

Isto posto, a estratégia enunciativa dos lugares de fala, ao condicionar o sujeito à produção da fala vinculando-a à adscrição identitária temporariamente assumida através da performatividade, não pode impedir que alguém fale de seu próprio lugar sobre um assunto referente ao lugar entendido como “do outro”, mas é necessário desenvolver um dizer que não gere exclusão da voz do outro. Diante das articulações tanto de Alcoff (1991) como de Ribeiro (2017), negar a possibilidade de fala a um sujeito, por ele não fazer parte do grupo minoritário sobre o qual enuncia, seria contraproducente ao próprio combate às opressões, pois também denotaria a retirada de uma responsabilização do sujeito de poder sobre sua fala, além de

impedir que ele observasse e refletisse sobre suas próprias localizações privilegiadas. Como exemplifica Ribeiro (2017, p. 83-84),

Uma travesti negra pode não se sentir representada por um branco homem cis, mas esse homem branco cis pode teorizar sobre a realidade das pessoas trans e travestis a partir do lugar que ele ocupa. Acreditamos que não pode haver essa desresponsabilização do sujeito do poder. Se existem poucas travestis negras em espaços de privilégio, é legítimo que exista uma luta para que elas de fato possam ter escolhas numa sociedade que as confina num determinado lugar, logo é justa a luta por representação, apesar dos seus limites. Porém, falar a partir de lugares, é também romper com essa lógica de que somente os subalternos falem de suas localizações, fazendo com que aqueles inseridos na norma hegemônica sequer se pensem.

Diante dessa lógica, é importante fazer algumas ponderações. Como já visto na crítica de Butler (2017), o conceito de representação convoca uma percepção fixa da identidade, ao considerá-la como algo já dado e completo e, por isso, a autora assume a performatividade como uma alternativa. Por outro lado, nota-se a importância política que a noção de representatividade ainda pode ter para grupos minoritários, sobretudo no que se refere à discussão sobre os lugares de fala e o problema de falar sobre as lutas de outros/as. Neste contexto, para Alcoff (1991, p. 9-10, tradução nossa), é inegável que a prática de falar sobre ou pelas lutas dos/as outros/as está envolvida no que ela chama de “edifício da ‘crise de representação’”, mas ela é “cética quanto ao fato de os relatos gerais de representação serem adequados à complexidade e especificidade do problema de falar pelos outros”, ao observar que, embora a questão de falar por outros esteja ligada à questão da representação em geral, compreende-se que primeira é um subconjunto muito específico da segunda.⁸

Para Alcoff (1991), a prática de falar sobre ou pelas lutas dos/as outros/as, e até de falar por si-mesmo, já abrange, por si só, o ato de representar as necessidades, os objetivos, a situação e, de fato, quem são aqueles/as sobre os/as quais se fala, seja ao considerar a ideia de representar um sujeito tal qual ele é, ou, em termos pós-estruturalistas, participar da construção de suas posições de sujeito. Com isso,

Esse ato de representação não pode ser entendido como fundamentado em um ato de descoberta em que eu descubro seus verdadeiros eus e simplesmente relato minha descoberta. Tomarei como certo que tais representações são, em todos os casos, mediadas e produtos da interpretação (o que está conectado à alegação de que a localização de um falante tem importância epistêmica). E é justamente por causa do caráter mediado de todas as representações que algumas pessoas rejeitaram, tanto por

⁸ Do original: “*edifice of the ‘crisis of representation’*”. “*I am skeptical that general accounts of representation are adequate to the complexity and specificity of the problem of speaking for others*”.

razões políticas quanto epistêmicas, a legitimidade de falar por outras (ALCOFF, 1991, p. 9, tradução nossa).⁹

Desse modo, considera-se que a perspectiva de representatividade social, tal qual exemplificada por Ribeiro (2017), é necessariamente mediada e produto da interpretação. Para Alcoff (1991), mesmo no contexto político em que quem fala é um representante político eleito, ou uma pessoa autorizada pelo sujeito minoritário, os problemas relacionados ao falar por outros não são invalidados e anulados, pois ainda se baseia na interpretação de dada situação e dos desejos de outrem, além de criar para si um eu diferente na presença de outros. Enfim, ao ser necessariamente mediada e um produto da interpretação, entende-se que um sujeito cuja identidade não condiz ao grupo minoritário sobre o qual falará, também pode produzir um enunciado representativo e coerente a partir de seu lugar de fala.

Ainda é importante salientar que Ribeiro (2017) destaca a necessidade que os lugares de fala enfatizam de que é fundamental que o sujeito olhe primeiramente para si e reconheça o seu próprio lugar, principalmente antes de falar sobre a luta do/a outro/a. Tem-se em conta, assim, os privilégios que abarcam sua própria vida e compreende-se como as hierarquias produzidas e sustentadas pelos lugares privilegiados também ajudam a constituir os lugares das minorias nas sociedades. Ela concorda que é possível um sujeito falar sobre a luta do/a outro/a, mas é preciso que ele desconstrua a crença de que apenas o/a outro/a é marcado por lugares. Deve-se reconhecer, antes de tudo, a marcação de seu próprio lugar para debater sobre o assunto em pauta e se posicionar em favor das causas do grupo minoritário.

Assim, entendemos que todas as pessoas possuem lugares de fala, pois estamos falando de localização social. E, [a] partir disso, é possível debater e refletir criticamente sobre os mais variados temas presentes na sociedade. O fundamental é que indivíduos pertencentes ao grupo social privilegiado em termos de *locus* social, consigam enxergar as hierarquias produzidas a partir desse lugar e como esse lugar impacta diretamente na constituição dos lugares de grupos subalternos (RIBEIRO, 2017, p. 86).

As ponderações de Ribeiro (2017) seguem através do debate sobre quem é visto/a como “outro/a” na sociedade, sobretudo pelo apontamento de que as mulheres são caracterizadas como “outra” na relação binária homem x mulher. Já que no próximo capítulo, o debate sobre gênero será enfatizado, cabe destacar agora como os lugares de fala podem ser exercitados ao

⁹ Do original: “*This act of representation cannot be understood as founded on an act of discovery wherein I discover their true selves and then simply relate my discovery. I will take it as a given that such representations are in every case mediated and the product of interpretation (which is connected to the claim that a speaker's location has epistemic salience). And it is precisely because of the mediated character of all representations that some persons have rejected on political as well as epistemic grounds the legitimacy of speaking for others*”.

refletir sobre a viabilidade de um sujeito produzir um enunciado em conjunto ao outro quando necessário.

Como entendido até aqui, acredita-se que os lugares de fala devem ser vistos através de uma abordagem democrática e dialógica, no contexto da luta como ação política, que objetiva ouvir uma pluralidade de vozes e romper com a ordem hegemônica de autorização discursiva, ao dar particular atenção e ouvir aos próprios subalternos, viabilizando sempre que possível que eles próprios falem e sejam ouvidos no debate sobre suas lutas. O lugar de fala exercido através da possibilidade de um veto à fala de outros sujeitos, pela via da reivindicação de que apenas os sujeitos pertencentes a um grupo minoritário tenham respaldo para falar e defender as suas próprias causas, poderia limitar a interação, além de excluir o viés dialógico da comunicação e a fundamentação relacional de poder. Ademais, essa limitação não permitiria que aqueles ditos privilegiados reflitam e apoiem as lutas minoritárias.

Vale constar que a associação entre os lugares de fala e a luta como ação política também é discutida por Marcia Tiburi (2018), ao refletir sobre o feminismo como uma perspectiva teórica, filosófica e prática que deve ser levantada por quaisquer pessoas, não apenas pelas mulheres. Ela acredita que o lugar de fala é um tópico contemporâneo fundamental e que deve ser pensado por meio de uma orientação dialógica: “Se a luta é um conceito que implica oposição, implica necessariamente o diálogo. A conquista, a defesa de direitos e a ocupação dos lugares de fala não se sustentam fora disso” (2018, p. 55). Para a autora, o diálogo se torna possível nesse cenário de lutas ao assimilar que os sujeitos geram a capacidade solidária de falar e escutar a partir dos sofrimentos causados por marcadores de opressão: escuta-se primeiramente o sofrimento do/a outro/a para se unir às causas defendidas por ele/a.

Tiburi (2018) pressupõe que o exercício da fala é sempre direcionado a alguém, o que gera uma obrigação de escuta (ressalta-se a adição da complexidade comunicacional à tal lógica). Com isso, ela pondera que o lugar de fala solicita, por consequência, um lugar de escuta, que precisa ser experimentado principalmente pelos sujeitos privilegiados. É interessante apontar que a argumentação da autora também leva em conta que as minorias alcançaram um espaço no cenário político para reivindicarem suas lutas através da afirmação de suas identidades, embasadas na articulação entre identificação e diferença para a definição dos lugares de fala:

Foi a partir daí que se começou a sustentar a ideia do “lugar de fala”, em voga na vida contemporânea. Ora, uma característica de nossa época é a sustentação da singularidade, a forma subjetiva que expressa a existência de cada um como um ser de diferença. Por meio da singularidade fica claro que cada um quer conquistar um

lugar. Esse lugar tornou-se, pela autoafirmação da singularidade que se expressa, um lugar de fala (TIBURI, 2018, p. 114-115).

No âmbito da discussão sobre os lugares de fala, para a autora, a singularidade do sujeito não pode ser reduzida simplesmente a uma verdade pessoal, mas deve sempre ser relacionada à conjuntura de um grupo minoritário, sob o risco de utilizar a noção dos lugares de fala para fins autoritários, o que pode, inclusive, comprometer a própria luta política. Por isso, para ela, “não é possível falar do lugar de fala sem pressupor o diálogo como reconhecimento do outro” (TIBURI, 2018, p. 115). A autora, então, diferencia o lugar de fala do que ela aponta ser o lugar da dor e ressalta como ambos são exercidos em relação: “O lugar da dor é individual, e em relação a ele só podemos ter escuta. Já o lugar de fala é o lugar democrático em relação ao qual precisamos de diálogo, sob pena de comprometer a luta” (TIBURI, 2018, p. 115-116). No entanto, admite-se que um lugar da dor pode ser compreendido como um lugar de fala e vice-versa, mas isso não ocorre automaticamente.

Se o lugar de fala é abstrato e silencia o outro quando deveria haver diálogo, ele já não é mais um lugar político, mas um lugar autoritário que destrói a política – no sentido das relações humanas que visam ao convívio e à melhoria das condições de vida em sociedade. Talvez até agora não tenhamos avaliado uma questão, a de que a marcação implica uma dor. Aquele que é marcado como minoria carrega a sua dor, e toda dor deve ser respeitada. De onde vêm as dores políticas? Da violência do poder. Por isso, para que o lugar da dor se torne lugar de fala, é preciso articular a dor, reconhecê-la, colocá-la em um lugar político, aquele lugar onde o outro está incluído como um sujeito de direitos que também tem a sua dor (TIBURI, 2018, p. 116).

Também para Tiburi (2018) um lugar de fala não pode ser exercido com o objetivo de interromper um diálogo, mesmo que ele tenha se originado em um lugar da dor, pois isso iria contra o próprio caráter dialógico fundante da noção. Ela ressalta a importância da escuta e considera que um sujeito pode ajudar na luta de outro, inclusive falando por ele quando necessário, porém, do mesmo modo como Ribeiro (2017), salienta-se a ressalva de que é preciso atentar à representatividade política dos próprios sujeitos minoritários.

É interessante apontar que a argumentação que Tiburi (2018) desenvolve, a qual abarca a capacidade solidária de escutar e falar sobre o sofrimento do outro para lutar pelas suas causas, pode ser associada à perspectiva relacional e de alteridade, que envolve o si-mesmo percebido como outro, abordada por Ricoeur (1991). A reflexão de Ricoeur (1991) permite viabilizar o entendimento sobre como é possível a produção de um enunciado em que o sujeito posicione sua fala em conjunto a outro/a. Sob este prisma, alude-se alguns apontamentos que sublinham a alteridade como uma alternativa para o exercício de um lugar de fala com outro/a.

Ricoeur (1991) dá importância específica aos processos comunicativos quando considera que ao produzir enunciados os sujeitos sempre intencionalmente significam e implicam um *eu* e um *tu* necessariamente em relação. Neste ponto de vista:

A interlocução assim interpretada revela-se uma troca de intencionalidade visando-se reciprocamente. Essa circularidade de intenções exige que sejam colocadas no mesmo plano a reflexividade da enunciação e a alteridade implicada na estrutura dialógica da troca de intenções (RICOEUR, 1991, p. 60).

A concepção de alteridade na fundamentação teórica das relações entre os sujeitos de Ricoeur (1991) não visa recusar a si-mesmo com o objetivo de reconhecer o outro. Por outro lado, para o autor, o próprio si-mesmo é constituído por meio de um atravessamento da alteridade – o que pode ser explicado pelos processos já abordados de identificação e diferença para a fundamentação sobre identidade, ao ponderar que só é possível reconhecer a si-mesmo quando o sujeito enxerga o outro e se difere dele. A abordagem do autor é orientada pela sua definição de uma ética reconhecida como “a perspectiva da ‘vida boa’ com e para os outros em instituições justas” (RICOEUR, 1991, p. 202).

Quando analisa as filosofias do cogito e do anti-cogito, as quais propõem reflexões sobre o uso do pronome dêitico *eu* para analisar a individualidade dos sujeitos, Ricoeur (1991) procura entender o si-mesmo como um “cogito-ferido” sem exaltá-lo ou humilhá-lo de maneira interlocutória ao outro. Diante disso, o autor se propõe à reflexão sobre a “estima de si”, que oportuniza ao sujeito o discernimento sobre qual tipo de vida ele pretende levar para satisfazer sua felicidade, quais aspirações caracterizam uma vida boa para si. Adiante, ele apreende a constituição do si-mesmo na perspectiva de uma boa vida apenas na relação com e para o outro, o que demonstra a importância do exercício do “si-mesmo como um outro”, possível devido a alteridade compor esse processo.

O processo de alteridade, então, constitui-se como um fator crucial para Ricoeur (1991) na evidência do “si-mesmo como um outro” e na perspectiva ética de uma “vida boa”. Perante a “estima de si” importa indicar como se torna possível tal reconhecimento do lugar do outro. Para compreender esse processo, Ricoeur (1991) propõe o conceito de solicitude como uma maneira de entender a relação entre os sujeitos, mesmo desconhecidos, marcada “fundamentalmente na troca entre dar e receber” (RICOEUR, 1991, p. 221). A solicitude é o meio pelo qual o si-mesmo gera a estima pelo outro ao tomar consciência sobre ele e sua importância. Nessa direção, para o desenvolvimento da perspectiva ética do autor sobre uma

vida boa, “a estima de si e a solicitude não podem ser vividas e pensadas uma sem a outra” (RICOEUR, 1991, p. 212).

A partir disso, ao atentar à relação entre os sujeitos e à vida boa em um cenário justo, o autor se preocupa com o sofrimento do outro e evidencia a importância de estimar o outro como a si-mesmo para alcançar tal abordagem ética em sociedade. Ricoeur (1991, p. 223) percebe a possibilidade de o outro se constituir como um sujeito sofredor quando ele reconhece suas próprias dores. O autor entende que o sofrimento é uma forma de “diminuição até a destruição da capacidade de agir, do poder-fazer, sentidos como um golpe à integridade de si”. Nesse contexto, por meio da noção de “simpatia”, entendida como uma forma de o si-mesmo partilhar a dor do outro no âmbito da alteridade, percebe-se “o si, cuja potência de agir é no começo maior que a de seu outro [...]. Porque procede do outro sofredor um dar que já não é precisamente tirado da sua potência de agir e de existir, mas da sua própria fraqueza” (RICOEUR, 1991, p. 223). Por essa via, para o autor, é permitido ao si-mesmo agir pelo outro, ou, como se gostaria de se analisar nesta tese, assumir um lugar de fala com o outro.

Ricoeur (1991) analisa como um si-mesmo pode agir pelas lutas de outro ao intermediar o exercício da alteridade pelas categorias de reversibilidade, insubstituibilidade e similitude. Desse modo, pode-se destacar como é possível a um sujeito falar em conjunto a outro, pensando essa fala também como um modo de ação. Acredita-se que tal articulação do autor demonstra de que maneira, então, um sujeito pode assumir um lugar de fala com outro, sobre lutas que não correspondem imediatamente à sua adscrição identitária.

Por meio da *reversibilidade* é possível entender quais estratégias enunciativas são usadas pelo “si-mesmo” para ser apreendido como “outro”, na medida em que: “a reversibilidade tem por objetivo simultaneamente os papéis de alocutor e alocutário e uma capacidade de designar a si mesmo presumida igual no destinatário do discurso e em seu destinador” (RICOEUR, 1991, p. 226). Por outra via, através da categoria de *insubstituibilidade* é possível perceber que invariavelmente há marcas discursivas do “si-mesmo” que continuam presentes na fala pelo “outro”, na medida em que esta noção prevê que os sujeitos desempenham papéis identitários, fazendo com que “eu não abandone o meu lugar e não revogue a distinção entre o aqui e o acolá, mesmo quando em imaginação e em simpatia eu me coloco no lugar do outro” (RICOEUR, 1991, p. 226). Ademais, compreende-se a *similitude* como: “[...] o fruto da troca entre estima de si e solicitude para outros. Essa troca autoriza a dizer que não posso me estimar eu mesmo sem estimar outrem *como* eu mesmo” (RICOEUR, 1991, p. 226, grifo do autor). Por esse ângulo, a noção de similitude abrange o entendimento de como o “si-mesmo” estima o “outro” e comporta as marcas discursivas que justificam o agir/falar com outro/a.

O movimento da alteridade, observado através da articulação entre tais categorias, permite que em imaginação e por simpatia um sujeito se coloque no lugar de outro/a, sem abandonar o seu próprio lugar ao visar a ética de uma vida boa em sociedade. Por esse viés, ressalta-se que a alteridade não permite a compreensão de que se possa agir ou falar a partir do lugar de outro/a. O sujeito não pode abandonar o seu lugar para se colocar no lugar de outro/a, tampouco pode agir de um lugar que não seja o seu próprio. Percebe-se, então, a viabilidade de um sujeito falar em conjunto a outro ao reconhecer, sobretudo, os privilégios de seu próprio lugar social para produzir essa fala quando necessário.

A partir do debate desenvolvido até aqui sobre os lugares de fala, constata-se que a noção pode apresentar um caráter ambivalente. Por um lado, os lugares de fala revelam uma propriedade discursivo-pós-estruturalista, na qual se observa a disposição das relações de poder de modo interdependente à produção dos discursos. Este âmbito discursivo dos lugares de fala viabilizam o dizer de um sujeito em conjunto a outro sobre uma luta que, em princípio, não está cingida por sua adscrição identitária, pois compreende que as identidades não são fixas e são assumidas através da performatividade. Fundamentada por tal discursividade, a noção dos lugares de fala busca assegurar que as relações sejam sempre oportunizadas, sobretudo através de uma perspectiva que destaca de modo dialógico não apenas a importância da emissão, mas também da interpretação nas situações de comunicação. Além disso, enfatiza-se a importância do uso de ferramentas que possibilitem o desenvolvimento de uma criticidade intelectual sobre os privilégios e sobre as lutas minoritárias e que permitam ao sujeito a identificação de seu próprio lugar social, por vezes privilegiado, antes de assumir um lugar de fala com outro, acatando, por exemplo, a alteridade como uma forma de reconhecimento das dores do outro.

Por outra via, os lugares de fala realçam uma característica político-representacional, na qual se verifica a organização das relações de poder mais associadas à agência dos sujeitos, à capacidade de agirem de modo independente às estruturas sociais preestabelecidas (em que se acentua aqui a prática discursiva). Baseia-se principalmente na noção de representatividade e requisita um reconhecimento institucional ou pertencimento do sujeito à mesma coletividade daqueles sobre os quais se fala. Poder-se-ia argumentar que tal abordagem objetivaria angariar uma participação mais efetiva de sujeitos subalternos em esferas superiores, sobretudo no cenário político. Porém, observa-se que isto se dá através da negativa ao sujeito de privilégio, caracterizada sobretudo na prática de silenciamento de quem até então seria categorizado como “porta-voz”. Este campo político dos lugares de fala permite inviabilizar a fala de sujeitos sobre lutas que não correspondem ao arrolamento inscrito em suas respectivas adscrições identitárias, pois evidencia na representatividade social o mais coeso meio pelo qual a luta de um grupo

minoritário pode ser reconhecida e visibilizada. Baseada numa perspectiva político-representacional, a noção dos lugares de fala pode recusar ou interditar a fala de um sujeito, a exemplo do uso da frase “você não pode falar sobre isso, pois este não é seu lugar de fala”. Desse modo, pode-se interromper o processo comunicativo ao entendê-lo como monológico. Observa-se que tal abordagem é viabilizadora de violências epistêmicas nas situações de comunicação, pois, através dela, torna-se possível negar voz à/ao outra/o (subalterno/a ou privilegiado/a) e até reprimir (auto)reflexões para o avanço de lutas identitárias e contra as opressões.

Ademais, o viés político-representacional dos lugares de fala, ao interromper o diálogo, pode dissipar possíveis ferramentas propícias à simpatia com as dores do/a outro/a; desarticular a autocrítica envolvida no reconhecimento dos lugares privilegiados ocupados pelos sujeitos de poder por eles próprios; desmotivar o desenvolvimento em conjunto das lutas minoritárias; e indicar que um sujeito não poderia defender uma luta e debater sobre ela se não estiver adscrito ao lugar social minoritário referente. Por outro lado, vale apontar brevemente que Foucault (2013) já indicou como a vontade da verdade e a disciplina (procedimentos respectivamente interno e externo ao discurso) interdita sujeitos minoritários. Em uma situação de comunicação, ao elencar o âmbito do saber, esses procedimentos, associados à estratégia do lugar de fala político-representacional, poderiam gerar, por exemplo, a frase de um doutor em economia a um trabalhador sem formação: “você não pode falar sobre seus direitos econômicos com propriedade pois não estudou para assumir este lugar de fala”.

Importa ainda destacar que o caráter ambivalente dos lugares de fala – discursivo-pós-estruturalista e político-representacional – aponta para a coexistência de particularidades tomadas como estratégias enunciativas que visam ressaltar a adscrição identitária e a atribuição de lugar social ao sujeito, obedecendo uma ordem comunicacional anterior à da produção midiática. Ressalta-se que as mídias se apropriam das falas localizadas e as formata de acordo com seus interesses editoriais. Vinculadas a diferentes correntes teóricas e convicções éticas sobre o desenvolvimento das lutas minoritárias, as duas propriedades dos lugares de fala distinguem-se em essência, ainda que sejam, por vezes, tomadas como comunicacionalmente convergentes.

Por fim, recorda-se que este capítulo visou abarcar a articulação da noção lugar de fala, ao evidenciar o debate conceitual sobre identidade e discurso na esfera das relações de poder, alinhada aos estudos de Comunicação por uma via relacional e dialógica. Por visar a problematização da noção, considerou-se, ainda, o cenário em que um sujeito fala em conjunto a outro sobre lutas minoritárias que suas adscrições identitárias parecem não convocar

imediatamente e se apontou o movimento de alteridade como alternativa que viabiliza a iniciativa de colocar-se no lugar de outro/a em imaginação e por simpatia sem que se abandone o seu próprio lugar social, visando a ética de uma vida boa em sociedade.

Como a campanha *ElesPorElas/HeForShe*, que constitui o material empírico analisado nesta tese, desenvolve-se no contexto da luta minoritária feminista, optou-se por abordar, a seguir, um panorama de discussões sobre a temática, no qual se entende o gênero como uma categoria aditada aos sujeitos que os posiciona no cenário das relações de poder.

CAPÍTULO II

VIRADAS SUBVERSIVAS NAS LUTAS CONTRA O SEXISMO: ENTRE FEMINISMOS E MASCULINIDADES

Durante o período em que me dediquei a esta escrita, muitas pessoas me perguntaram o que eu estava estudava no doutorado. A resposta que articulava a temática deste trabalho gerava diferentes tipos de assuntos. Várias pessoas se interessavam e queriam entender mais. Algumas questionavam o porquê dedicar tanto tempo à produção intelectual sobre comunicação e lugar de fala, mas ao perceberem a complexidade dessa relação passavam a reconsiderar a importância da discussão. Porém, é interessante apontar que quando os debates de caráter feministas e de gênero eram aludidos, a tendência se dividia em dois polos. Por um lado, surgia o questionamento, de homens e mulheres, sobre o porquê alguém do sexo masculino escreveria sobre isso. Por outro, a própria luta feminista era melindrada. É interessante constatar que as discordâncias infundamentadas mais resistentes por aqueles/as que me ouviam falar sobre a tese, deram-se, sobretudo, através do tema tratado neste capítulo: feminismo e gênero.

Ao embasar os lugares de fala pelo encadeamento teórico desenvolvido no capítulo anterior, não obrigatoriamente associado ao ponto de vista feminista, tornar-se-ia possível vincular a noção a quaisquer outras adscrições identitárias, fosse sexualidade, raça, nacionalidade, desdobramentos de classe etc. Por que, então, a opção por gênero? Em primeiro lugar, porque desde o início do doutoramento foi possível perceber que a militância política feminista utilizava a noção dos lugares de fala em diversas discussões. Em segundo, pela casualidade do surgimento de um objeto empírico midiático vinculado às relações de gênero que colocava os lugares de fala em pauta: a difusão da campanha *ElesPorElas/HeForShe* no canal televisivo GNT, que convida os homens a assumirem um lugar de fala a favor das lutas contra o sexismo. Consta-se, então, que não era meu objetivo inicial apresentar a temática de gênero nesta tese, já que se pode observar que a noção dos lugares de fala pode ser acionada pela via de outras identidades, mas foi a abordagem requerida pelo próprio objeto empírico.

Vale lembrar que defendo nesta tese a concepção de que um sujeito pode assumir lugares de fala por si-mesmo e/ou em conjunto a outrem, ao se posicionar socialmente em situações de comunicação, a partir de suas adscrições identitárias e no âmbito de práticas semiótico-discursivas predeterminadas e visibilizadas pelas mídias. Ao considerar que a adscrição identitária de gênero envolve o objeto empírico analisado nesta tese, destaco que este capítulo objetiva apresentar um debate sobre o feminismo por ser um movimento contra o sexismo, considerando as mudanças no pensamento feminista como viradas subversivas.

Assim, o capítulo está dividido em duas seções. A primeira trata de apresentar de modo crítico a história hegemônica contada sobre o feminismo, através de sua divisão em “ondas” (CONNELL, 2016; CONNELL, PEARSE, 2015; hooks, 2018; PEDRO, 2011; 2012; SPIVAK, 2010;). A segunda, por outro lado, visa uma aproximação teórica ao feminismo visionário (hooks, 1984; 2018), interseccionado por raça, classe e sexualidade (BRAH, 2006; LUGONES, 2014; PEDRO, 2005), ao conceito de gênero (BUTLER, 2017; CONNELL, PEARSE, 2015; PEDRO, 2005; SCOTT, 1995) e às masculinidades (CONNELL, 2016) para demonstrar como o feminismo é um movimento amoroso e não de ódio aos homens.

2.1 “ONDAS DO FEMINISMO”: UMA VERSÃO HEGEMÔNICA DA HISTÓRIA

Muitas mentiras são contadas sobre o feminismo, sendo elas mesmas, por vezes, sexistas. Crê-se que tais mentiras buscam, geralmente, difundir uma desqualificação infundada e gerar discriminações sobre o movimento, o que torna necessário, por exemplo, produções bibliográficas que objetivam desconstruir o discurso distorcido que ordena uma prática anti-feminista. Exemplo disso está em bell hooks (2018), que procura especificamente defender que o feminismo é um movimento para todo mundo.

Basta uma simples pesquisa em motores de busca da internet para constatar alguns desses enunciados falsos e a existência de um esforço para refutá-los, a exemplo de uma enumeração publicada no Jornal O Globo, intitulada “Oito mentiras sobre o feminismo que ninguém deveria mais reproduzir” (ALEIXO, 2019, online). Alguns exemplos de preconceitos difundidos, apontados na matéria, vão desde o “feminismo é mimimi”, passando pelo “feministas não se depilam”, até o “feminismo é o contrário de machismo e feministas odeiam os homens”.

Percebe-se uma tentativa de desqualificar o movimento através de sua associação a meras reclamações por meio do termo pejorativo “mimimi” – expressão usada informalmente para descrever ou imitar uma pessoa que reclama –, o que pode levar ao entendimento de que as pautas feministas seriam supérfluas. Por outra via, a tentativa de desmerecimento do feminismo através de uma associação à renúncia do hábito de depilar-se por parte de algumas mulheres, marca ainda uma discriminação sexista, que é envolvida por padrões estéticos de beleza prescritos socialmente há anos apenas às mulheres, na qual aquela que não se depila pode ser vista como alguém fora do padrão preestabelecido. Ademais, o ódio aos homens e a confusão entre feminismo e femismo (este sim se definiria como o contrário de machismo, ou seja, apontaria para uma superioridade do gênero feminino sobre o masculino), são estratégias

discursivas que, quando usadas, geram práticas sexistas ao relacionar o movimento feminista à discriminação entre os sexos e gêneros.

Joana Maria Pedro (2012, p. 256) explica que esse tipo de desqualificação do movimento, que associa as feministas a um imaginário de mulheres feias, masculinizadas, lésbicas, mal-amadas, ressentidas e anti-homens geralmente ocorre devido à correlação às sufragistas inglesas, que defendiam suas reivindicações de forma violenta e barulhenta: “Se as mulheres que eram a favor da emancipação feminina não queriam ser vistas assim, o que dizer dos homens que, por apoiarem-nas, estavam sujeitos a todo tipo de gozação machista?” (PEDRO, 2012, p. 240).

Acredita-se na relevância de deixar claro, de antemão, o que se entende por feminismo nesta tese, ao contemplar o cenário social supracitado em que se constata a necessidade de desmentir falácias difundidas contra o movimento, e, sobretudo, ao ponderar o objetivo desta tese, que procura investigar o discurso midiático promocional audiovisual contra o sexismo da campanha *ElesPorElas/HeForShe*, televisionada no canal GNT, visando analisar como os sujeitos categorizados identitariamente como homens são convocados para exercer um lugar de fala em conjunto às mulheres. Consta-se, inclusive, que hooks (1984, p. 14) destaca que um dos principais problemas do feminismo é a incapacidade de alcançar um consenso sobre sua definição, pois sem uma caracterização consensual não é possível estabelecer uma base sólida para construir uma teoria e desenvolver uma prática relevante. Por isso, de modo geral, concorda-se com hooks (2018, p.17) e se salienta que feminismo é “um movimento para acabar com sexismo, exploração sexista e opressão”. Todavia, além disso, pactua-se com essa definição porque, como a própria autora destaca, ela, quando usada:

[...] não deixava implícito que homens eram inimigos [...] essa definição deixa implícito que todos os pensamentos e todas as ações sexistas são problemas, independentemente de quem os perpetua ser mulher ou homem, criança ou adulto [...]. Como definição, não é conclusiva. Sugere que, para compreender o feminismo, uma pessoa precisa necessariamente compreender o sexismo (hooks, 2018, p. 17).

A luta contra o sexismo esteve na pauta feminista desde os primórdios do movimento. Avalia-se que, ao destacar a história hegemônica sobre o feminismo e suas lutas, será possível entender um pouco do que configura o próprio sexismo e sua relação direta à discriminação de gênero, especialmente ao ter em conta que as mulheres são mais afetadas pela opressão sexista do que os homens. Ademais, a importância de apresentar tal divisão hegemônica se dá pela visibilidade propiciada ao movimento, além de exemplificar algumas das reivindicações feitas por grupos de mulheres.

Pela via de tal âmbito hegemônico da história sobre o movimento feminista, é corriqueiro identificar sua contextualização dividida em duas ou três principais gerações ou ondas. Pedro (2005, p. 79), aliás, caracteriza essa divisão em ondas como a maneira pela qual o feminismo ganhou visibilidade. Este viés de delimitação temporal, todavia, propagou-se graças a um enfoque amplamente difundido que observa os movimentos das mulheres em favor da igualdade de gênero apenas através de diretrizes do Norte Global, principalmente por meio de visões eurocêntricas e norte-americanas (CONNELL, 2016; CONNELL, PEARSE, 2015). Por isso, esta abordagem não será apresentada de forma acrítica, mas como um meio pelo qual também se abordará algumas particularidades que essa narrativa histórica esconde por meio da adoção de uma diretriz unilateral, que não evidencia a luta de todas as mulheres.

Mediante a perspectiva hegemônica, a “primeira onda feminista” teria se desenvolvido, conforme Pedro (2005), por volta dos fins do século XIX e concentrou-se principalmente na luta de mulheres por igualdade em relação a pautas direcionadas a direitos civis, políticos, educativos, sociais e econômicos, que eram reservados somente aos homens. Nesta época, sobretudo no contexto eurocêntrico e norte-americano, as mulheres começaram a se reunir em movimentos para reivindicar, por exemplo, o direito de participarem de eleições, para votarem e serem eleitas, de estudarem e frequentarem universidades, de receberem seus próprios salários através de trabalhos remunerados e com equiparação econômica às mesmas funções exercidas pelos homens, de terem e administrarem propriedades, entre outros. Nesta “primeira onda” geralmente se destaca a visibilidade que o feminismo ganhou através do movimento sufragista, que se desenvolveu principalmente na Inglaterra e nos Estados Unidos.

A “segunda onda feminista” teria surgido após a Segunda Guerra Mundial (PEDRO, 2005, p. 79), na década de 1960, e também considerou principalmente o contexto eurocêntrico e norte-americano. Pedro (2012) explica que nesse momento o movimento se caracterizou pela organização de mulheres que requeriam principalmente o direito ao próprio corpo e lutavam pelo prazer feminino, por direitos reprodutivos e pelo uso de métodos contraceptivos eficazes, contra a violência doméstica, entre outras reivindicações. Miriam Adelman (2009, p. 34-35) aponta que muitas vezes se entende que as conquistas das mulheres, em especial o direito ao voto, parece ter fechado um ciclo nos países do Norte Global, o que diminuiu a efervescência social em torno da luta pela igualdade de gênero. A luta retoma suas forças nos anos 60, momento pós-guerra que, como argumenta Adelman (2009, p. 25), propiciou “novas formas de subjetividade, de pensar sobre a vida e também de fazer política”.

Vale constar que esta “segunda onda” é marcada pela frase “O pessoal é político”, pronunciado em uma manifestação pela feminista Carol Hanisch, em 1969. O enunciado se

tornou central nas discussões pelos direitos das mulheres, ao levar em conta as experiências individuais delas para compreender as opressões sofridas coletivamente no cotidiano. Pedro (2005; 2012) aponta que nesse período se emergiu a prática de reuniões em grupos de apoio e reflexão formados apenas por mulheres (considerava-se que os homens as inibiriam). Elas se encontravam nas casas umas das outras ou em lugares públicos, nos quais relatavam suas vidas, dores e prazeres, debatiam sobre seus direitos e concluía, por vezes, que os preconceitos e violências que sofriam separadamente em seus cotidianos, em diversos espaços, eram situações que tinham em comum. Além disso, de acordo com Pedro (2005, p. 80), apesar de o conceito de gênero ter surgido no interior dos estudos feministas durante o período referente à “segunda onda”, a categoria mais utilizada era a de “mulher”, principalmente no início dessa fase, contrapondo-se ao uso universal feito da palavra “homem”.

Além das duas primeiras, ainda haveria o surgimento impreciso de uma “terceira onda” e até mesmo uma “quarta onda” contemporâneas (PEDRO, 2011, p. 274), com seus inícios datados por volta dos anos 1990. Nestas ondas ganhariam força as críticas mais alinhadas às produções intelectuais de correntes ecofeministas, pós-estruturalistas, pós-coloniais e *queer*. A “terceira onda” traçaria um enfoque maior sobre a instrumentalização do conceito de gênero ao invés da categoria mulher, além de dar atenção a interseccionalidades como raça, classe e sexualidade, admitindo, com um olhar autocrítico, omissões e problemas ocasionados por generalizações reproduzidas nas principais pautas anteriores.

Mesmo que a organização histórica do movimento feminista em ondas pareça, em um primeiro momento, ser uma forma simples e prática de sistematização, tal ordenação, na verdade, é problemática, por expressar uma linearidade e homogeneidade de acontecimentos inconsistente e priorizar, sobretudo, a produção intelectual e as experiências do Norte Global (estadunidenses e europeias, principalmente).

Por meio dos apontamentos de Raewyn Connell (2016) e Raewyn Connell e Rebecca Pearse (2015), pode-se perceber como a ênfase dada à abordagem do Norte Global sobre gênero invisibiliza as particularidades das lutas contra o sexismo que se desenvolveram em outros países, sobretudo os que foram colonizados. Ademais, a crítica de Spivak (2010), já comentada no capítulo anterior, demonstra como até mesmo as vozes de pessoas subalternas, como indígenas, negras e LGBTQI+, por exemplo, que vivem nesses mesmos centros globais, são silenciadas e acabam por invisibilizar outros possíveis vieses históricos. Um exemplo dessas especificidades pode ser constatado na história do feminismo no Brasil, que, como destaca Pedro (2012, p. 240), durante o período 1964 a 1985, no contexto do que seria a dita “segunda

onda”, esteve marcado pela conjuntura política da ditadura militar, que colocava obstáculos à liberdade de expressão e aos próprios encontros de mulheres.

Na dita “primeira onda” já é possível notar que a unificação das lutas e conquistas feministas não ocorreu globalmente ao mesmo tempo. Enquanto a Nova Zelândia foi o primeiro país a conceder o direito ao voto às mulheres, em 1893, seguido do Reino Unido e Canadá (1918), Alemanha (1919) e Estados Unidos (1920), mulheres de diversos outros países precisaram insistir por mais tempo nessa pauta, a exemplo do Brasil, onde o direito ao voto foi conquistado por elas em 1932, do Paraguai em 1961, de Portugal em 1976 e da Arábia Saudita apenas em 2015. Connell (2016) e Connell e Pearse (2015) ponderam que enquanto feministas de alguns países podem se preocupar atualmente com a discussão identitária, outras ainda precisam discutir sobre pautas balizadoras do movimento feminista, como a violência doméstica e o próprio direito ao voto. Com isso, elas destacam a importância de observar o feminismo e as lutas contra o sexismo em perspectiva global.

É interessante destacar, nesse cenário, a analogia que Pedro (2011) faz a partir da palavra “onda”, ao considerá-la um marcador que divide a história feminista hegemônica, por um lado, e o movimento em ondas causado quando se atira uma pedra na água, por outro. As ondas são formadas desde um centro até suas margens:

Convém sublinhar que pensar o feminismo a partir de diferentes ondas reforça a ideia da existência de centros irradiadores e suas margens; é como se uma pedra tivesse sido atirada na água, formando várias ondas. Elas vão se abrindo e apontando para a circulação de discursos e teorias que partem de um centro produtor – em geral, países considerados desenvolvidos do hemisfério norte – e se dirigem para o hemisfério sul, localização principal dos países considerados subdesenvolvidos. Contudo, o que temos encontrado na historiografia de vários países do Cone Sul é, em primeiro lugar, a confirmação da existência de “ondas”, em que certas categorias emergem – muitas vezes com “atraso” em relação aos “centros emissores” – no campo historiográfico; em segundo lugar, que as novas categorias que surgem não fazem, no entanto, desaparecer as anteriores. Convivem lado a lado, em pleno século XXI (PEDRO, 2011, p. 271).

A autora expõe, inclusive, como a própria categoria “mulher” continuou a ser usada por diversas/os intelectuais mesmo após as críticas que surgiram na “segunda onda” e ganharam maior força na terceira. Pedro (2011, p. 277) destaca que as ondas definitivamente não seguem a trajetória esperada. Ainda importa assinalar a fundamentação imperialista que a divisão em ondas propaga, ao sistematizar que a teoria e prática feministas são irradiadas de um centro que é europeu e norte-americano; são nesses espaços onde se originam as histórias hegemônicas contadas sobre o movimento. Esta visibilidade da história do feminismo marcada pela divisão

em ondas se torna, então, um claro exemplo do equívoco intelectual que Spivak (2010) denomina de violência epistêmica.

Ademais, tais lutas se mesclam e tornam imprecisa tal divisão, sem um consenso estabelecido entre teóricas/os de gênero sobre o que realmente se apresenta em qual onda. A exemplo disso, reivindicações feitas durante a “segunda onda” ainda são pautas atuais e a terceira é identificada por alguns e desconsiderada por outros. Deve-se levar em conta, então, que o pensamento feminista desenvolvido com a intersecção das categorias de raça, classe e sexualidade e com o enfoque na categoria gênero não são novidades que datam necessariamente da década de 90, que remeteria principalmente a uma “terceira onda”. Connell e Pearse (2015) apontam, por exemplo, que o texto de Margaret Mead, *Sex and temperament in three primitive societies*, de 1935, baseado num trabalho de campo em Nova Guiné, já apresentava uma rejeição à fixidez atribuída à relação entre sexo biológico e características de gênero, o que ajudou a popularizar a noção de “papeis de gênero” entre 1940 e 1950. Além disso, hooks (1981) analisa a manifestação da abolicionista negra Sojourner Truth, no ano de 1852, em Akron (Ohio), e sustenta como as negras já refletiam naquela época sobre a condição de não serem consideradas mulheres, tanto por homens como pelas brancas.

Todavia, apesar das problemáticas que envolvem a divisão em ondas, pode-se perceber até mesmo nesta forma hegemônica de contar a história do feminismo, que o movimento esteve sempre associado principalmente à luta contra o sexismo. Nesse contexto, se o feminismo é um movimento que visa substancialmente acabar com as opressões e os estados de dominação e exploração sexistas, como define hooks (2018), por que, então, tantas deturpações são acatadas e difundidas sobre essa luta, principalmente em relação à participação masculina? Para hooks (2018, p. 18), o principal motivo pelo qual as pessoas não compreendem o que realmente é o feminismo se deve justamente a como o movimento foi e é difundido hegemonicamente, sobretudo pela mídia de massa que a autora caracteriza como patriarcal. O problema, então, não está no conteúdo, mas na formatação da história, naquilo que é invisibilizado. O viés unificador sustentado pela divisão em ondas desconsidera diversas abordagens interseccionais e de produção intelectual e crítica, que incrementam o próprio movimento feminista e o tornam muito maior e mais complexo do que a história hegemônica faz parecer.

Sobre essa tentativa de organização histórica em “ondas feministas”, é importante destacar que tal demarcação é limitante e de forma alguma conseguiria abranger o desenvolvimento do movimento em um contexto global e diversificado. Entretanto, mesmo ao constatar as limitações imperialistas através das quais essa abordagem histórica foi acomodada, optou-se por apresentar tal ordenação para demonstrar como o feminismo, desde sempre, teve

como pauta central a luta contra o sexismo, a exploração sexista e a opressão. Ainda que se conte a história do feminismo de modo hegemônico, através de um enviesamento com traços de violência epistêmica (SPIVAK, 2010), constata-se a preocupação feminista contra a discriminação entre os sexos.

A partir disso, este capítulo não segue uma argumentação embasada na narrativa histórica hegemônica categorizada em ondas. Optou-se por apresentá-la inicialmente porque tais acontecimentos históricos, lutas e conquistas de mulheres também fazem parte do feminismo, mas não é somente isso que define o movimento. Esta opção permitiu, em primeiro lugar, indicar as pautas feministas mais difundidas socialmente, o que torna a supracitada divisão em ondas – que tem como mote a luta pela igualdade de gêneros – a história hegemônica sobre o movimento. E, em segundo, para, a partir disso, visibilizar principalmente uma abordagem contra-hegemônica do feminismo, para além das lutas e conquistas enumeradas acima, que decorre, sobretudo, do reconhecimento conceitual de o feminismo se definir contra o sexismo e não contra os homens.

2.2 APROXIMANDO-SE DO FEMINISMO E DOS ESTUDOS DE GÊNERO: UM DEBATE CONTRA O SEXISMO E NÃO CONTRA OS HOMENS

O título desta seção não é apenas uma elaboração enunciativa que designa a temática tratada neste espaço delimitado de algumas páginas. É especialmente um gesto de concórdia e aliança com bell hooks (2018) e seu pedido “aproxime-se do feminismo”, o qual intitula a introdução de seu livro. Com isso, procura-se expressar que, de fato, este capítulo objetiva uma aproximação teórica à luta contra o sexismo e desenvolve uma revisão bibliográfica sobre o tema sem a pretensão de articular uma potência fundadora no âmbito dos estudos de gênero. Acredita-se que dar voz às/aos intelectuais que se dedicam a esta discussão será produtivo e o necessário para contextualizar o cenário que envolve o objeto empírico desta tese. Demonstra-se também o lugar de fala do autor da tese, como alguém que se aproximou mais profundamente do debate sobre gênero, feminismo e luta contra o sexismo durante o curso de doutorado, por requerimento do objeto empírico analisado, e encontrou nessa aproximação aquilo que hooks (2018, p. 15) chama de esperança de um mundo sem a vigência de estados de dominação “[...] onde todos nós podemos ser quem somos, um mundo de paz e possibilidades”.

No início da pesquisa de doutorado, conhecia-se de modo geral a história hegemônica sobre as lutas feministas. Este lugar supracitado, de uma proximidade mais profunda a respeito da produção intelectual sobre feminismo, desenvolveu-se especialmente a partir da articulação

teórica de hooks (1984; 2018), que aponta as interseccionalidades raça, classe e sexualidade como indissociáveis à luta contra o sexismo, além do seu reconhecimento e corroboração favoráveis quanto à participação masculina nessas lutas. Acreditava-se, até a qualificação da tese, que este capítulo sobre gênero buscaria responder se aqueles categorizados identitariamente como homens poderiam se posicionar para falar sobre feminismo, ao considerar que inicialmente esta não era uma luta deles, mas apenas das mulheres que buscavam uma igualdade entre os gêneros e lutavam contra a dominação masculinista, principalmente no que se refere à equiparação econômica e de direitos sociais com eles. Pretendia-se, inclusive, dividir este capítulo em duas seções que tratariam dos debates teóricos sobre feminismo e masculinidades em momentos distintos.

O que hooks (1984; 2018) vislumbra como masculinidade feminista, ao ratificar que desde o início do movimento político alguns homens já eram e continuaram a ser “nossos camaradas na luta e nossos aliados” (hooks, 2018, p. 104), requereu mudanças na estrutura deste capítulo. Afinal, sendo os homens (evidentemente não todos) vistos como aliados da luta contra-hegemônica, por que seria a eles negado um posicionamento para falarem a favor ou até debaterem sobre o feminismo, que é uma luta contra o sexismo? Não sendo o feminismo um movimento anti-homem, por que se deveria excluir as masculinidades do debate feminista? Por que abordar essas temáticas em seções distintas, visto que pessoas de gêneros diversos contribuíram para o debate intelectual contra o sexismo? Optou-se, então, por dar ênfase, nesta seção, à discussão sobre gênero e à percepção de que o feminismo é um movimento contra o sexismo e não contra os homens.

Salienta-se, no entanto, que o viés adotado não objetiva argumentar que os homens teriam sido historicamente tão prejudicados pelo sistema patriarcal capitalista quanto as mulheres. Porém, é preciso compreender que tal sistema sexista não está também a favor dos homens. Eles também precisam de uma luta contra o sexismo para se libertarem das amarras do patriarcado capitalista. Ora, é claro que as mulheres foram historicamente as mais lesadas e afetadas pelo patriarcado, enquanto isso, os homens, como grupo identitário:

São quem mais se beneficiaram e se beneficiam do patriarcado, do pressuposto de que são superiores às mulheres e deveriam nos controlar. Mas esses benefícios tinham um preço. Em troca de todas as delícias que os homens recebem do patriarcado, é exigido que dominem as mulheres, que nos explorem e oprimam, fazendo uso de violência, se precisarem, para manter o patriarcado intacto. A maioria dos homens acha difícil ser patriarca [...]. Mas eles têm medo de abrir mão dos benefícios. Eles não têm certeza sobre o que vai acontecer com o mundo que eles já conhecem tão bem, se o patriarcado mudar. Então acham mais fácil apoiar passivamente a dominação masculina, mesmo quando sabem, no fundo, que estão errados [...]. Acredito na capacidade que eles têm de mudar e crescer. E acredito que, se soubessem mais sobre o feminismo, não teriam

mais medo dele, porque encontrariam no movimento feminista esperança para sua própria libertação das amarras do patriarcado (hooks, 2018, p. 13 – 14).

Nos primórdios do feminismo como movimento organizado, o sentimento anti-homem estava bastante presente entre as ativistas, principalmente devido à reação contra a dominação masculina que impulsionava as pautas e lutas das mulheres (hooks, 2018, p. 19). Ao observar o início da história hegemônica do feminismo a partir de uma crítica que leva em conta as interseccionalidades de raça e classe, hooks (1984; 2018) expõe como as definições feministas, que se direcionavam à luta por igualdade entre homens e mulheres, não abarcavam todas as mulheres, principalmente no contexto econômico. De acordo com ela, as mulheres não-brancas e de grupos mais pobres não teriam definido a libertação das mulheres como uma conquista social de igualdade substancialmente relativa aos homens, pois elas já sabiam que homens não-brancos e de classes baixas também não exerciam poderes sociais, políticos e econômicos, eles também eram explorados e oprimidos pelo patriarcado capitalista.

Hooks (1984, p. 15) ressalta que as mulheres não-brancas e de classes baixas suspeitavam desde o início da forma como o feminismo era determinado e difundido, por reconhecerem as limitações de uma definição baseada apenas no objetivo de alcançar igualdade social e econômica para as mulheres em relação aos homens. Desse modo, o movimento “afetaria primeiramente a condição social das mulheres brancas da classe média e alta, afetando apenas de maneira muito superficial o estatuto social das mulheres pobres e da classe trabalhadora” (hooks, 1984, p. 17, tradução nossa).¹⁰

Nesse encadeamento, é interessante assinalar a crítica descolonial feita por María Lugones (2014), que aponta para uma distinção dicotômica e hierárquica entre humano e não-humano imposta sobre grupos colonizados a serviço do homem ocidental. A autora evidencia como apenas aqueles sujeitos considerados “civilizados”, os eurocêntricos burgueses, eram distinguidos como “homens” e “mulheres”, enquanto os povos indígenas das Américas e africanos/as escravizados/as foram classificados/as como espécies não-humanas, todas/os vistas/os como animais sexuais e selvagens.

O homem europeu, burguês, colonial moderno tornou-se um sujeito/agente, apto a decidir, para a vida pública e o governo, um ser de civilização, heterossexual, cristão, um ser de mente e razão. A mulher europeia burguesa não era entendida como seu complemento, mas como alguém que reproduzia raça e capital por meio de sua pureza sexual, sua passividade, e por estar atada ao lar a serviço do homem branco europeu burguês. (LUGONES, 2014, p. 936).

¹⁰ Do original: “*a movement that would primarily affect the social standing of white women in middle and upper class groups while affecting only in a very marginal way the social status of working class and poor women*”.

A argumentação de Lugones (2014) atenta principalmente para a colonialidade do gênero que observa a mulher colonizada como uma categoria vazia, pois se os sujeitos colonizados sequer seriam considerados humanos, homem ou mulher, e sim animais classificados como machos e fêmeas, não existiria uma mulher colonizada, nenhuma fêmea colonizada seria categorizada como mulher. Esta era a própria reivindicação de Sojourner Truth em meados do século XIX, analisada por hooks (1981), ao mostrar os seios à plateia composta de mulheres brancas e homens para comprovar que era realmente uma mulher, quando um dos homens que participava da assembleia gritou para ela “Eu não acredito que tu sejas realmente uma mulher”.

Sendo os povos colonizados e escravizados considerados não-humanos, o próprio movimento feminista hegemônico não se preocuparia com a situação daquelas consideradas fêmeas, as mulheres não-brancas e de classe baixa, pois o movimento era desenvolvido e difundido principalmente pelas e para as mulheres brancas burguesas, que objetivavam uma igualdade econômica e social em relação àqueles determinados como homens, os brancos. A articulação feminista hegemônica não se propunha a uma luta contra o patriarcado capitalista e, para Lugones (2014, p. 939) esta colonialidade do gênero é o que permanece em vigor no decorrer da história até hoje, “é o que permanece na intersecção de gênero/classe/raça como construtos centrais do sistema de poder capitalista mundial”.

As ponderações de Lugones (2014) permitem ressaltar que quando se fala especificamente da interseccionalidade raça, não se pretende fazer referência apenas às/aos negras/os. Evidentemente, concorda-se, nesse cenário, com Avtar Brah (2006), ao constatar que existe uma tendência europeia (e, portanto, colonial) de considerar o racismo necessariamente vinculado à presença de pessoas negras, devido à categorização como “pessoas de cor”, que acentua o aspecto de “não-branca”. Brah (2006, p. 333) explica que o binarismo branco/não-branco construiu uma experiência à população negra fortemente envolvida por práticas de estigmatização, inferiorização e discriminação em diversas esferas sociais, como em empregos, educação, justiça criminal e saúde.

No que se refere à luta contra o sexismo interseccionado pela raça, Brah (2006, p. 349) salienta que feministas negras têm produzido uma crítica consistente à teorização e à prática do feminismo, no que se destaca a sensibilidade coerente às relações de poder e salienta a história da escravidão, o colonialismo e o imperialismo. Porém, de acordo com ela:

Convém lembrar que, até recentemente, perspectivas feministas ocidentais, como um todo, deram pouca atenção aos processos de racialização do gênero, classe e sexualidade. Processos de racialização são, é claro, historicamente específicos, e diferentes grupos foram racializados de maneira diferente em circunstâncias variadas, e na base de diferentes significantes de “diferença”. Cada racismo tem uma história particular. Surgiu no contexto de um conjunto específico de circunstâncias econômicas, políticas e culturais, foi produzido e reproduzido através de mecanismos específicos e assumiu diferentes formas em diferentes situações (BRAH, 2006, p. 343).

A partir disso, a autora argumenta que pessoas de quaisquer cores experimentam seus respectivos gêneros, classes e sexualidades através da raça. Brah (2006, p. 345) salienta que a racialização branca não se manifesta de modo claro nessas experimentações, porque branco “é um significante de dominância, mas isso não torna o processo de racialização menos significativo”. Inclusive, os próprios privilégios sociais que pessoas brancas usufruem em circunstâncias econômicas, políticas e culturais demonstram como tal experimentação racial deve ser levada em conta nas análises.

Nesse contexto, observa-se o desenvolvimento de uma autocrítica feminista em relação à história hegemônica difundida sobre o movimento através da divisão em ondas, que não abarca a luta contra o sexismo pelo viés de todas as mulheres. Nesse cenário, recordar a contribuição de Spivak (2010) também se faz pertinente. Ela demonstra como a produção intelectual do Norte Global está necessariamente aliada aos interesses econômicos, sociais e políticos do Ocidente ao problematizar o objetivo intelectual de ocidentais falarem pelo outro subalterno. A autora entende que o subalterno e colonizado é sempre visto e representado como o Outro que precisa de alguém que fale por ele, mas que não tem acesso ao discurso intelectual ocidental produzido sobre ele, o que gera equívocos de “violência epistêmica”, ou seja, histórias hegemônicas que não englobam os vieses de todos os sujeitos, excluindo principalmente a narrativa das pessoas subalternas. As mulheres negras desse cenário são ainda mais invisibilizadas, pois Spivak (2010) percebe a ausência delas em um sistema construído basicamente por homens eurocêntricos, brancos e burgueses e chama a atenção para a marginalização na qual elas são enquadradas por sua raça e classe.

Quando hooks (1984) apresenta uma crítica à obra de Betty Friedan, *The Feminine Mystique*, traduzida no Brasil como *A Mística Feminina* (1971), percebe-se como a reflexão de Spivak (2010) é coerente. De acordo com hooks (1984), ao abordar problemas e dilemas próprios das mulheres brancas e burguesas, que podiam se dedicar exclusivamente a cuidar de filhos/as e maridos, e reivindicavam por “algo a mais”, por uma carreira, Friedan ignorou a realidade de mulheres não brancas e as brancas de classes pobres:

Os problemas e dilemas específicos das donas de casa pertencentes à classe do lazer eram problemas verdadeiros, dignos de atenção e de mudança, mas não eram as preocupações políticas mais urgentes das massas de mulheres. Estas mulheres estavam preocupadas com a sobrevivência econômica, a discriminação étnica e racial, etc. Quando Friedan escreveu *The Feminine Mystique*, mais de um terço das mulheres pertenciam à força de trabalho. Embora muitas mulheres desejassem ser donas de casa, só as mulheres com tempo livre e dinheiro podiam verdadeiramente formar as suas identidades segundo o modelo da mística feminina (hooks, 1984, p. 02, tradução nossa).¹¹

Vale ressaltar, como destaca hooks (1984), que Friedan foi uma das primeiras formadoras do pensamento feminista contemporâneo e hegemônico. Com isso, o ponto de vista unidimensional da autora se tornou uma característica marcante do movimento pela igualdade entre gêneros. Esse é um dos motivos, para hooks (1984), pelo qual muitos homens e mulheres feministas não questionam a realidade diferenciada de mulheres não brancas e de classes baixas, já que suas formações feministas não compreendem a importância das interseccionalidades raça e classe para o feminismo.

A diferença de classes e a maneira como isso divide as mulheres foi uma questão sobre a qual mulheres do movimento feminista falavam bem antes de abordar raça. Nos círculos primordialmente brancos de um recém-formado movimento de libertação das mulheres, a forma mais explícita de separação das mulheres era por classes. Mulheres brancas da classe trabalhadora reconheceram a presença de hierarquias de classes no movimento. Surgiram conflitos entre a visão reformista de libertação das mulheres, que basicamente exigia direitos iguais para mulheres dentro da estrutura de classes existente, e modelos mais radicais e/ou revolucionários, que clamavam por uma mudança fundamental na estrutura existente, para que modelos de reciprocidade e igualdade pudessem substituir antigos paradigmas. No entanto, à medida que o movimento feminista progredia e grupos privilegiados de mulheres brancas com alto nível de educação começaram a ter acesso ao poder de classe igual ao de seus companheiros homens, a luta de classe feminista já não era considerada importante (hooks, 2018, p. 65).

Em retrospecto pode-se observar claramente a proposta de apontar o feminismo como um movimento político já desimportante, devido à conquista de direitos econômicos pelas mulheres, através da articulação neoliberal denominada pós-feminismo. A representação dessa abordagem foi por tempos difundida no Brasil através do próprio canal televisivo por assinatura GNT até 2013, conforme é analisado por Fabíola Machado (2013). Uma crítica à perspectiva neoliberal pós-feminista pode ser consultada também em Machado (2013). O canal GNT é analisado nesta tese ao ponderar que ele se comprometeu em 2015 com a campanha contra o

¹¹ Do original: “*Specific problems and dilemmas of leisure class white housewives were real concerns that merited consideration and change but they were not the pressing political concerns of masses of women. Masses of women were concerned about economic survival, ethnic and racial discrimination, etc. When Friedan wrote The Feminine Mystique, more than one third of all women were in the work force. Although many women longed to be housewives, only women with leisure time and money could actually shape their identities on the model of the feminine mystique*”.

sexismo *ElesPorElas/HeForShe*. Percebeu-se empiricamente a mudança no discurso da emissora, que passou de uma defesa pós-feminista à concepção de que as lutas feministas ainda são importantes. Isso justifica a relevância, para pesquisas que abordam as temáticas de relações de gênero e da comunicação midiática, de voltar a atenção para análises sobre o canal e seu vínculo com as concepções de gênero e feminismo. Também devido ao objeto empírico analisado, optou-se por dar atenção teórica à abordagem feminista articulada por hooks (1984; 2018), já que ela acredita na aliança entre homens e mulheres na defesa contra o sexismo.

Vale ressaltar que uma formação feminista que atentasse à interseccionalidade de classe não compreenderia, então, que o feminismo seria desnecessário, do que se desenvolveria uma ideologia pós-feminista. Pode parecer óbvio destacar que não se nasce feminista, que elas são, por outro lado, formadas, como ressalta hooks (2018, p. 25), mas isto é central para entender o porquê tantas vertentes feministas existem concomitantemente, já que uma pessoa adere às diferentes pautas feministas, políticas e/ou teóricas, por escolha, durante sua formação.

Consta-se que os pensamentos formadores feministas surgiram inicialmente em pequenos grupos, entre pessoas que se conheciam, colegas de trabalho e/ou amigas que se questionavam sobre situações sexistas e opressivas, até que começou a se caracterizar como um movimento político e, como conta hooks (2018, p. 27), passou a ser teorizado em materiais impressos. A autora aponta que a criação de disciplinas acadêmicas denominadas Estudos de Mulheres em universidades foram encabeçadas por ativistas dos primeiros movimentos feministas e ao fim da década de 1970 começaram a ser legitimadas.

Ao observar a história da conscientização feminista e sua legitimação no ambiente acadêmico nesse período, salienta-se o exemplo da publicação do livro *Women Take Issue*, do Grupo de estudos das mulheres no *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), em 1978. Como analisa Anne Balsamo (1991), o livro marcou a presença feminista no CCCS e tanto descrevia o processo de fazer o trabalho intelectual feminista, ao desenvolver uma autorreflexão sobre as condições de sua realização, quanto indicava e criticava a ausência do trabalho feminista e das mulheres entre estudiosos e nas abordagens teóricas presentes no CCCS naquela época. A publicação contribuiu para a legitimação do pensamento feminista, neste caso principalmente no âmbito dos estudos culturais, de acordo com Balsamo (1991), pela importância dada ao contexto doméstico e privado e à vida cotidiana das mulheres, ao enfatizar a reprodução das relações de poder nesses espaços, além de desenvolverem uma articulação entre sexo, gênero e classe que ressaltaram o aspecto da subordinação das mulheres. No entanto, vale atentar que duas ausências interseccionais, que foram características do debate feminista

nos anos 1970, são observadas em *Women Take Issue* e apontadas por Balsamo (1991): 1) de raça e racismo; e 2) nacionalismos e imperialismos.

Ainda não se tratava sobre tais interseccionalidades nessa época? Talvez não em alguns contextos acadêmicos eurocêntricos. Tais ausências podem ser explicadas ao se constatar que aqueles grupos informais de conscientização formados por mulheres de várias origens e classes, que se reuniam em espaços públicos ou nas casas umas das outras, começaram a ser substituídos por reuniões em salas de aula. Hooks (2018) lembra que a academia era um local de privilégio, onde mulheres brancas de classes alta ou média eram a maioria e foram estas que continuaram a ganhar visibilidade pelas mídias de massa, as quais possibilitavam a assimilação de que as abordagens defendidas por tais mulheres representavam integralmente as lutas feministas.

A autora enfatiza que o dismantelamento dos grupos de conscientização gerou certo apagamento da noção de que é necessário aprender sobre feminismo e romper com os próprios pensamentos sexistas antes de defendê-lo. Além disso, a crítica embasada nas vivências interseccionais de raça e classe eram notáveis na diversidade que compunha os grupos de conscientização, enquanto o mesmo não ocorria com frequência na academia, pois era um espaço de privilégio aos quais grupos subalternos tinham pouco acesso. Desse modo, vale constatar que:

Sem o grupo de conscientização como local em que as mulheres confrontavam seu próprio sexismo em relação a outras mulheres, o direcionamento do movimento feminista poderia mudar para um foco de igualdade no mercado de trabalho e confronto com a dominação masculina. Com o foco reforçado na construção da mulher como “vítima” de uma igualdade de gênero que precisava ser reparada [...], a ideia de que as mulheres precisavam primeiro confrontar seu sexismo internalizado como processo para se tornar feminista perdeu o valor. Mulheres de todas as idades agiam como se se preocupar com ou ter raiva da dominação masculina ou da [des]igualdade de gênero fosse tudo o que era preciso para uma pessoa se tornar feminista (hooks, 2018, p. 29-30).

Para hooks (2018, p. 41) as primeiras teorizações feministas eram feitas nos próprios grupos de conscientização e ela ressalta que tais teorias tinham o objetivo principal de “explicar para mulheres e homens como o pensamento sexista funcionava e como podemos desafiá-lo e mudá-lo”, pois a maioria das pessoas eram (e uma grande parte ainda é) socializadas por pais e mães para aceitar pensamentos sexistas. Admite-se que, de modo geral, o movimento feminista ganhou força quando começou a se desenvolver na academia, mas foi apenas aos fins da década de 1980 que a maior parte da bibliografia feminista passou a refletir sobre as interseccionalidades de raça, classe e gênero (hooks, 2018, p. 43-44).

É provável que esse entrelace de reflexões tenha ganhado força com a tendência, apontada por Brah (2006, p. 348), que surgiu nos movimentos de mulheres do início dos 1980, a qual passou a dar ênfase nas políticas de identidade, com a oportuna proposta de identificar as especificidades de cada tipo de opressão e compreender as interconexões existentes entre elas. Porém, vale constar que a autora delineia uma crítica ao observar que, ao invés de realmente atentarem à tal proposta, algumas pessoas começaram a organizar essas particularidades em hierarquias de opressão.

Supunha-se que o mero ato de nomear-se como membro de um grupo oprimido conferisse autoridade moral. Opressões múltiplas passaram a ser vistas não em termos de seus padrões de articulação, mas como elementos separados que podiam ser adicionados de maneira linear, de tal modo que, quanto mais opressões uma mulher pudesse listar, maior sua reivindicação a ocupar uma posição moral mais elevada (BRAH, 2006, p. 348).

Sobre isso, é interessante ressaltar a argumentação de hooks (1984, p. 29-30) quando questionada sobre qual luta ela considera a mais importante, contra o sexismo ou contra o racismo, devido ela ser mulher e negra. Ela destaca que esse tipo de pergunta se origina num pensamento competitivo e na crença de que os sujeitos são criados em oposições uns aos outros. Hooks (1984) não compreende que as diversidades de lutas contra opressões são somatórias, mas, apesar de suas especificidades, são compatíveis e complementares. A autora destaca que não acredita que as pessoas podem lutar apenas pelas causas correspondentes às suas adscrições identitárias, mas que todos devem defender os diversos movimentos contra qualquer tipo de opressão.

Ademais, vale constar que a legitimação de saberes no interior da própria esfera científica se desenvolve atravessada pelo exercício de relações de poder também através da categoria de gênero. A validação do pensamento feminista neste ambiente não foi simples, o que pode ser verificado através do trabalho analítico de Donna Haraway (1995), que já demonstrou como o exercício de poder no cenário científico pode constituir um jogo coercitivo entre sujeitos através do gênero. Sua crítica à noção de objetividade, que seria inalcançável – ensinada, mas jamais praticada –, ratifica como a retórica produção científica é masculinista e menosprezava (aliás, por vezes é possível perceber que ainda inferioriza) a visão de mulheres e feministas sobre objetos de estudos, sejam das ciências da natureza ou das humanidades. A conjuntura por ela exposta descreve os cientistas e filósofos homens brancos (e vale aqui incluir: heterossexuais e pertencentes ao Norte Global) dotados de bolsas de pesquisas que conspiram, como universalizados, objetivos, detentores de uma razão pura e “descorporificados” (que não

deixariam os sentidos dos próprios corpos influenciarem no pensamento científico), para desqualificar aquelas que teriam um ponto de vista sempre parcial, limitado e corporificado: as mulheres. Assim, a autora defende que a percepção feminista contribui para reconhecer a impossibilidade de dissociar a subjetividade e a corporificação dos sujeitos de quaisquer práticas científicas.

É importante, aliás, ressaltar que foi também no âmbito acadêmico que o próprio conceito de gênero começou a ser ponderado para se referir ao caráter fundamentalmente social das distinções sexuais, em que se frisa o aspecto relacional e se recusa o determinismo biológico. Joan Scott (1995) inicia suas explanações sobre o uso da categoria gênero nas análises históricas ao evidenciar que remeter o significado da palavra gênero ao masculino ou feminino era considerado uma brincadeira ou um equívoco linguístico até meados do século XX. Até então, o termo era usado apenas a partir de seu significante gramatical. Scott (1995, p. 73) indica que a noção de gênero foi proposta nas investigações por uma corrente que sustentava que a pesquisa de caráter feminista poderia transformar paradigmas disciplinares, impondo um reexame crítico das premissas e critérios da produção científica.

Assim, o debate decorrente dos estudos de gênero, que nem sempre estiveram presentes na pauta dos movimentos feministas, demonstra uma complexidade importante de ser ressaltada aqui. Em 1975, por exemplo, Gayle Rubin (1993) começou a discutir as diferenças conceituais do sistema sexo/gênero, através de uma análise antropológica sobre o tráfico de mulheres. Ao entender o sistema como um meio pela qual as sociedades transformam aspectos biológicos do sexo em produtos da atividade humana, a autora já demonstrava ser possível notar que o debate intelectual feminista não se moldava apenas aos meandros políticos dos direitos das mulheres, mas também ao desenvolvimento de um olhar crítico sobre as relações sociais e de poder baseadas nas distinções entre os sexos. Conforme explica Pedro (2005), vale lembrar que até meados dos anos 1970 se priorizava o uso da categoria “mulher”, ao invés de gênero, o que visava principalmente marcar diferenciação e crítica à universalização dada aos homens.

O que as pessoas dos movimentos feministas estavam questionando era justamente que o universal, em nossa sociedade, é masculino, e que elas não se sentiam incluídas quando eram nomeadas pelo masculino. Assim, o que o movimento reivindicava o fazia em nome da “Mulher”, e não do “Homem”, mostrando que o “homem universal” não incluía as questões que eram específicas da “mulher” (PEDRO, 2005, p. 80).

Essa abordagem pode ser exemplificada empiricamente pela própria publicação da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, em 1789, que tentava unificar os seres humanos através da categoria “Homem”. Esse exemplo, aliás, é discutido e aprofundado por

Richard Miskolci (2010), que demonstra como a crítica feminista contribuiu para a nova redação da Declaração Universal dos Direitos Humanos pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 1948. O autor argumenta como o feminismo e os direitos humanos estão relacionados desde suas origens e durante seus desenvolvimentos em um diálogo crítico.

Ao observar a utilidade da categoria gênero para análises que objetivam atentar a sistemas de significações, a exemplo da abordagem semiótica desenvolvida nesta tese, na contextura das relações de poder, percebe-se como a sistematização proposta por Scott (1995) pode ser profícua para apreender os sentidos propiciados pelos discursos. A autora ressalta que a categoria de gênero é uma referência necessária para observar como as relações de poder têm sido concebidas, legitimadas, criticadas e como as sociedades se servem do gênero para articular regras nas relações sociais. Assim, o gênero:

[...] não apenas faz referência ao significado da oposição homem/mulher; ele também o estabelece. Para proteger o poder político, a referência deve parecer certa e fixa, fora de toda construção humana, parte da ordem natural ou divina. Desta maneira, a oposição binária e o processo social das relações de gênero tornam-se parte do próprio significado de poder; pôr em questão ou alterar qualquer de seus aspectos ameaça o sistema inteiro (SCOTT, 1995, p. 92).

A partir disso, Scott (1995) argumenta que as significações de gênero e poder se constroem reciprocamente. No caso específico desta tese, entende-se que ao se observar como a *ElesPorElas* incorpora as noções de gênero em sua prática discursiva, permite-se, por consequência, a própria constatação do exercício das relações de poder vinculada diretamente à categoria de gênero. Considera-se, então, a relevância de articular a pesquisa à definição de gênero de Scott (1995, p 86):

Minha definição de gênero tem duas partes e diversos subconjuntos, que estão interrelacionados [*sic*], mas devem ser analiticamente diferenciados. O núcleo da definição repousa numa conexão integral entre duas proposições: (1) o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos e (2) o gênero é uma forma primária de dar significado às relações de poder.

No que se refere à primeira proposição, Scott (1995) distingue quatro elementos inter-relacionados pelos quais ela se desdobra, que devem ser levados em conta durante as análises:

- 1) os símbolos culturalmente disponíveis que evocam representações simbólicas (e com frequência contraditórias) – este desdobramento demonstra a importância de indicar quais representações simbólicas são invocadas nos textos;
- 2) conceitos normativos que expressam interpretações dos significados dos símbolos, que tentam limitar e conter suas possibilidades metafóricas – este desdobramento se

apresenta na expressividade conceitual de doutrinas religiosas, científicas, políticas ou jurídicas sob a forma categórica e inequívoca de uma oposição binária fixa (homem/mulher, masculino/feminino), o que permite destacar como afirmações normativas são rejeitadas ou reproduzidas nos textos;

- 3) a análise dessas significações deve apontar para concepções políticas com referências às instituições e organizações sociais (o que inclui o mercado de trabalho, educação, sistema político);
- 4) identidade subjetiva, que propõe uma reflexão sobre as formas pelas quais são estruturadas as identidades generificadas.

Vale constar que Scott (1995) explica que esses quatro elementos que compõem a primeira proposição não podem operar isoladamente ao mesmo tempo em que não são meros reflexos uns dos outros. Enquanto isso, a segunda proposição dá importância aos aspectos em que o gênero permite ver o exercício das relações de poder.

Seria melhor dizer: o gênero é um campo primário no interior do qual, ou por meio do qual, o poder é articulado. O gênero não é o único campo, mas ele parece ter sido uma forma persistente e recorrente de possibilitar a significação do poder no ocidente, nas tradições judaico-cristãs e islâmicas (SCOTT, 1995, p. 88).

Para além disso, vale constar que uma ampla apresentação de teóricas/os que estudam o conceito de gênero pode ser consultada em Connell e Pearse (2015). Elas indicam descobertas e debates realizados em torno do gênero, combinando a visão do Norte Global e dos países que não fazem parte dessa metrópole, com o objetivo de democratizar o conhecimento sobre o tema. As autoras assinalam não apenas um histórico do império Europeu, mas também de suas colônias desde o século XVII até os contemporâneos debates *queer* e pós-coloniais.

Nesse cenário histórico do debate sobre gênero, concorda-se que “Entre 1990 e 2000, os estudos da mulher em universidades se expandiram e se tornaram ‘estudos de gênero’, engendrando questões lésbicas, gays e de transgênero e pesquisas não feministas sobre gênero” (CONNELL, PEARSE, 2015, p. 140). Ainda de acordo com as autoras, ativistas feministas viam tal fluxo com desconfiança e temiam que isso tornasse o movimento ininteligível e abstrato a mulheres trabalhadoras. Esse processo de fato culminou em uma produção acadêmica complexa, embasada na corrente teórica pós-estruturalista e alinhada a estudos *queer* e pós-coloniais. Porém, Connell e Pearse (2015, p. 142) explicitam que já na década de 1980 os movimentos do Norte Global estavam fragmentados e sem coerência, além de uma árdua resistência ao movimento vinda de pessoas externas a ele.

Apesar das complexidades oriundas da discussão intelectual pós-estruturalista, que poderiam causar certo distanciamento de mulheres sem vínculos acadêmicos das discussões sobre gênero, esse debate proporcionou uma revisão de teorias feministas, principalmente sobre o uso da categoria “mulher”, que já era criticada por negras, indígenas, indianas, entre outras. Compreendeu-se que a categoria “mulher” gerava uma homogeneização que não era capaz de abarcar interseccionalidades diversas, que distinguiam as mulheres entre si.

Todo este debate fez ver que não havia a “mulher”, mas sim as mais diversas “mulheres”, e que aquilo que formava a pauta de reivindicações de umas, não necessariamente formaria a pauta de outras. Afinal, as sociedades possuem as mais diversas formas de opressão, e o fato de ser uma mulher não a torna igual a todas as demais. Assim, a identidade de sexo não era suficiente para juntar as mulheres em torno de uma mesma luta. Isto fez com que a categoria “Mulher” passasse a ser substituída, em várias reivindicações, pela categoria “mulheres”, respeitando-se então o pressuposto das múltiplas diferenças que se observavam dentro da diferença. E, mais: que a explicação para a subordinação não era a mesma para todas as mulheres, e nem aceita por todas (PEDRO, 2005, p. 82).

Desse modo, atenta-se que as lutas contra o sexismo não devem reiterar vertentes que voltem a reprimir as pluralidades de mulheres nos espaços dos próprios movimentos feministas, mas que procure meios para contemplar as diversidades interseccionais das mulheres. Deve-se permitir que todas as mulheres sejam vistas e ouvidas. Mas, afinal, ao observar o feminismo como um movimento contra o sexismo, exploração sexista e opressão, seriam as mulheres as únicas sujeitas do feminismo? Vale atentar que esta pergunta é que norteia o pensamento de Judith Butler (2017) quando ela procura problematizar e subverter a noção de representação e, por isso, vale constar sua argumentação:

Para a teoria feminista, o desenvolvimento de uma linguagem capaz de representa-las completa ou adequadamente pareceu necessário, a fim de promover a visibilidade política das mulheres. Isso parecia obviamente importante, considerando a condição cultural difusa na qual a vida das mulheres era mal representada ou simplesmente não representada (BUTLER, 2017, p. 18).

Entretanto, como já visto, a autora destaca que as identidades não devem ser vistas de maneira fixa, o que impossibilita uma representação integral das mulheres. As mulheres, para Butler (2017) não devem ser compreendidas como uma categoria identitária fixa, estável e homogênea. Logo, por que as mulheres seriam as únicas capazes de representar o feminismo? Ademais, se apenas as mulheres pudessem representar as lutas contra o sexismo, isso demonstraria uma forte demarcação binária e heteronormativa do movimento, que limitaria o que os sujeitos podem ser, fazer e defender, de acordo com a fixação de suas identidades.

Nesse cenário de estudos de gênero ancorado por Butler (2017), discute-se a relação entre gênero e sexo e problematiza-se a limitação da natureza biológica que distingue homens e mulheres de modo binário e heteronormativo. Por esse viés, a autora esboça uma crítica ao condicionamento social de uma ordem que exige coerência entre sexo, gênero e sexualidade: se uma criança nasce com um pênis é conseqüentemente identificado como menino e, por isso, pressupõe-se que gostará de meninas; se nasce com uma vagina é assimilada como menina e se deduz que gostará de meninos. Com isso, ela salienta a necessidade de subverter tal ordenação.

É importante ressaltar que o gênero, para Butler (2017) exerce uma função estritamente social voltada à produção de uma falsa noção de estabilidade, através da abordagem que visa manter a ideia de coerência da heterossexualidade e de oposições binárias do sexo: homem/mulher, masculino/feminino. Para ela, tal produção serve de base para manter a ordem compulsória para a qual a autora alerta sobre a existência. Logo, a manutenção do binarismo de gênero se efetiva por meio da estabilidade presente na repetição de gestos, comportamentos e vestuários, por exemplo, os quais reforçam, para Butler (2017), a construção social do que se considera ser homem ou ser mulher.

A complexidade que o debate sobre gênero e feminismo desenvolveu ao se incrementar no ambiente acadêmico favoreceu a legitimidade da temática por um lado, mas, por outro, de fato gerou adversidades na afinação entre teoria e prática, já que os jargões e práticas discursivas próprias do ambiente científico não são tão facilmente popularizados para os públicos não-especialistas. Nessa contextura, hooks (2018, p.45) observa uma cisão entre pensamento e teoria feministas desenvolvidos nas universidades e o movimento político. Ela constata que apesar de a produção intelectual feminista das academias ser muitas vezes visionária, dificilmente alcança as pessoas que estão fora desse âmbito. Por isso, “Ao falhar na criação de um movimento educacional de massa para ensinar a todo mundo sobre feminismo, permitimos que a mídia de massa patriarcal permanecesse como principal local em que as pessoas aprendem sobre feminismo, e a maioria do que aprendem é negativa” (hooks, 2018, p. 46-47). A autora explica que a mídia de massa historicamente optou por representar o movimento feminista de modo a manter os vínculos com o patriarcado capitalista, por isso sempre deu voz ao feminismo hegemônico e difundiu sobretudo as pautas e lutas de mulheres brancas e burguesas.

Assim, hooks (1984; 2018) se esforça para propagar que o feminismo deve ser, na verdade, uma luta de todas as pessoas. Para ela, o feminismo não pode ser reconhecido como um movimento que coloca os seres humanos numa guerra entre os sexos, não objetiva beneficiar apenas um grupo específico de mulheres, tampouco busca privilegiar as mulheres em relação aos homens ou exige que elas se posicionem contra eles para sustentar uma luta

contra o sistema patriarcal e masculinista no qual as sociedades estão instauradas. Por outra via, para hooks (1984), deve-se compreender e difundir que o feminismo é uma luta que visa erradicar as ideologias de dominação presentes nas culturas imperialistas.

Nessa direção, hooks (1984, p. 33) destaca que ao tentarem chamar atenção exclusivamente para a prática de domínio masculino, diversas mulheres que se autodeclaravam feministas radicais generalizavam que todos os homens são inimigos de todas as mulheres, o que levou a proposições separatistas e a associações do feminismo com um sentimento anti-homem, além de uma clara homogeneização das categorias binárias, fixas e postas em contraposição: homem X mulher. Ela percebe que é dessa abordagem que a mídia de massa patriarcal capitalista se apropria.

Em suas publicações, hooks (1984; 2018) apresenta várias temáticas associadas ao feminismo, como a sororidade entre as mulheres, as interseccionalidades de raça, classe e sexualidade, educação, direitos reprodutivos, violência, padrões de beleza, maternagem e paternagem. Para além disso, suas articulações alcançam especialmente a elucidação de que o feminismo, como movimento contra a opressão sexista, permite que mulheres, homens, meninas e meninos participem igualmente desta luta. Hooks (1984, p. 67) explica que a participação masculina tem sido rara não apenas devido à manutenção de ideais antifeministas, mas sobretudo porque algumas feministas designam o movimento como sendo exclusivo de mulheres. A autora salienta que ao se utilizarem da retórica de que os homens são, de modo geral, misóginos e opressores, enquanto as mulheres são oprimidas e vítimas, reforça-se a ideologia sexista, pois o conflito básico entre os sexos é apenas invertido, além de englobar equivocadamente todos os homens em uma categoria única e fixa. Ela atenta que tal ângulo anti-homem, inclusive, distancia muitas mulheres do feminismo, sobretudo as negras e mais pobres, pois elas percebem que têm mais em comum com os homens da sua raça e/ou classe do que com as mulheres brancas burguesas (hooks, 1984, p. 68-69).

A origem e conservação do ponto de vista de que o feminismo é um movimento anti-homem e que dele somente podem participar as mulheres, para hooks (1984), é reflexo da negligência sobre elucubrações a respeito das interseccionalidades raça e classe, pois enquanto as mulheres brancas e burguesas tinham raiva dos homens privilegiados por negarem a elas igualdade econômica e social, elas mesmas não reconheciam que nem todos os homens se beneficiavam igualmente do patriarcado capitalista. Essas mulheres, “[...] apesar de serem vítimas de sexismo, têm *[sic]* mais poder e privilégio do que os homens pobres, sem formação

e não brancos e têm menos probabilidade de serem exploradas ou oprimidas do que eles” (hooks, 1984, p. 68, tradução nossa).¹²

No que se refere à percepção das mulheres negras, hooks (1984) esclarece que elas lutaram ao lado de homens contra o racismo e essa experiência de luta pela libertação da população negra levou tais mulheres a rejeitarem as atitudes anti-homem que uma parcela de ativistas feministas defendia.

Há laços especiais que unem as pessoas que lutam coletivamente pela libertação. As mulheres e os homens negros uniram-se através destes laços. Ambos têm conhecimento da experiência de solidariedade política [...]. Isto não significava que as mulheres negras não estivessem dispostas a reconhecer a realidade do sexismo por parte dos homens negros. Significava que muitas de nós não acreditavam que combateríamos o sexismo ou o ódio às mulheres atacando os homens negros ou respondendo-lhes na mesma moeda (hooks, 1984, p. 69, tradução nossa).¹³

Ou seja, hooks (1984) aponta que muitas mulheres optam pela recusa ao movimento feminista por entenderem que uma atitude anti-homem não soluciona os problemas sexistas e poderia, inclusive, intensificá-los. Ela atenta que não somente as negras, mas também mulheres de diversas origens étnicas marginalizadas e ativistas do movimento LGBTQI+, experimentaram a solidariedade entre mulheres e homens e reconhecem seu valor. Hooks, (1984, p. 70) evidencia que enquanto a conduta adversa aos homens se desenvolveu como uma perspectiva retrógrada que permitiria às mulheres burguesas disporem do poder exercido pelos homens brancos, o panorama de uma aliança política entre homens e mulheres contra a opressão sexista revela o potencial transformador e visionário do feminismo.

É importante destacar que hooks (1984; 2018) frisa que os homens são quem de fato se beneficiam do sexismo nos sistemas masculinistas vigentes. Ela salienta que eles perpetuam a opressão sexista de modo geral e cotidianamente, mas sua argumentação atenta para a consideração de que eles podem viver positivamente sem explorar e oprimir as mulheres. O contratempo está, para a autora, no fato de que as pessoas, homens e mulheres, são socializadas, desde a infância, por pais, mães, mídias e através de outras relações, a aceitarem pensamentos sexistas e a não contestar suas origens. Como os homens são os mais beneficiados pelo sistema patriarcal capitalista, torna-se mais difícil para eles aceitarem a necessidade de tal contestação.

¹² Do original: “[...] *though often victimized by sexism, have [sic] more power and privilege, are less likely to be exploited or oppressed, than poor, uneducated, nonwhite males*”.

¹³ Do original: “*There is a special tie binding people together who struggle collectively for liberation. Black women and men have been united by such ties. They have known the experience of political solidarity [...]. This does not mean that black women were not willing to acknowledge the reality of black male sexism. It does mean that many of us do not believe we will combat sexism or woman-hating by attacking black men or responding to them in kind*”.

Porém, o feminismo é responsável por incitar essa observação e encontrar maneiras pelas quais seja possível acabar com a opressão sexista. Assim, hooks (1984; 2018) acredita na importância de reconhecer os homens como companheiros de luta e de desenvolver estratégias para a inclusão deles no movimento contra sexismo.

As mulheres ativistas que promovem o separatismo como objetivo do movimento feminista ficam indignadas quando a ênfase é colocada na vitimização que os homens sofrem devido ao sexismo; apegam-se à versão da realidade em que “todos os homens são inimigos”. Os homens não são explorados nem oprimidos pelo sexismo, mas, de alguma maneira, também sofrem por sua causa. Este sofrimento não deve ser ignorado. Embora isso não desvalorize, de modo algum, a gravidade do abuso por parte dos homens e a opressão das mulheres ou negue a responsabilidade dos homens pelas ações abusivas, a dor que os homens experimentam pode servir de catalisador chamando a atenção para a necessidade de mudança (hooks, 1984, p. 72, tradução nossa).¹⁴

Nessa direção, os estudos de gênero enfocados nas masculinidades têm sido importantes para demonstrar como o grupo identitário dos homens também está constituído por padrões socialmente estruturados pela prática da opressão sexista e como eles também sofrem com o sexismo. Connell (2016) aponta que a noção de que os homens têm um papel específico e importante nas lutas contra o sexismo é muito recente, do mesmo modo como o próprio pensamento sobre as masculinidades, que se desenvolveu principalmente entre os anos 1990 e 2000. Connell (2016, p. 92) constata que o conhecimento científico sobre a temática é agora verificado globalmente, através de debates que tratam, por exemplo, de violência, patriarcado, maneiras de mudar a conduta dos homens, padrões tradicionais e contemporâneos de masculinidades, vida em família, além das interseccionalidades de raça, classe e sexualidades.

Connell (2016) ressalta que agências, reuniões ou grupos que monitoram políticas de gênero costumam ter nomes que se referem às mulheres e geralmente atuam em prol delas, obviamente pelo histórico de elas serem as preteridas no sistema masculinista vigente nas sociedades. Ademais, os homens estão frequentemente presentes nos documentos emitidos por tais políticas como um grupo identitário fixado como privilegiado e opressor de diferentes maneiras. Percebe-se, conforme Connell (2016), que os homens ainda são a grande maioria dos executivos e políticos, ocupam os cargos mais altos e recebem, coletivamente, cerca de duas vezes o salário das mulheres. Ou seja, eles ainda se beneficiam com o patriarcado. Por isso,

¹⁴ Do original: “It angers women activists who push separatism as a goal of feminist movement to hear emphasis placed on men being victimized by sexism; they cling to the “all men are the enemy” version of reality. Men are not exploited or oppressed by sexism, but there are ways in which they suffer as a result of it. This suffering should not be ignored. While it in no way diminishes the seriousness of male abuse and oppression of women, or negates male responsibility for exploitative actions, the pain men experience can serve as a catalyst calling attention to the need for change”.

Connell (2016) pondera que, por um lado, diversos homens creem que teriam muito a perder ao lutar pela igualdade de gênero e, de fato, muitos resistem a essa ideia. Porém, apesar das vantagens, constatam-se padrões de toxicidade nas subestruturas das relações de gênero masculino – padrões sexistas nocivos aos homens.

Em relação à divisão de trabalho entre gêneros, por exemplo, os homens recebem a maior parte da renda na economia monetária e ocupam a maioria dos cargos gerenciais. Mas os homens também são a força de trabalho predominante na maioria das profissões de alto risco, sofrem a maioria dos acidentes industriais, pagam a maior parte dos impostos e sofrem maior pressão social para permanecer empregados. No domínio do poder, os homens controlam coletivamente as instituições de coerção e os meios de violência. Mas os homens também são os principais alvos da violência militar e dos ataques criminosos, e muitos mais homens do que mulheres são presos ou executados [...]. As desvantagens são, de modo geral, as condições das vantagens. Por exemplo, os homens não podem ter poder político sem que alguns tornem-se agentes de violência. Os homens não podem se beneficiar do trabalho doméstico e dos cuidados das mulheres sem que muitos homens percam um sentimento de ligação com os filhos pequenos (CONNELL, 2016, p. 98-99).

Ademais, Connell (2016) também chama atenção para a percepção de que a categoria identitária dos homens é atravessada por interseccionalidades como classe, raça, sexualidade e diferenças nacionais, regionais e geracionais, o que torna os homens muito diferentes entre si, além de distribuir os ganhos e custos das relações de gênero de modo muito desigual entre eles. Connell (2016) reúne perspectivas otimistas e pessimistas no que se refere à relação dos homens com as lutas contra o sexismo. Os principais motivos que ela destaca para se ter pessimismo são que: não é possível observar uma posição política unificada de interesses dos movimentos de homens; o controle de grandes organizações religiosas, culturais e administrativas está nas mãos de homens que mantêm posições muito conservadoras; e a ascensão e crescimento da ideologia neoliberal, que não prevê uma justiça social de gênero. Por outro lado, destaca-se que “Movimentos explicitamente reacionários existem, mas não exercem, geralmente, muita influência. Homens se mobilizando enquanto homens para lutar contra mulheres tendem a ser vistos como doentios ou fanáticos” (CONNELL, 2016, p. 107).

Enquanto isso, apesar de muitas discussões sobre homens e meninos ainda serem inconclusivas, Connell (2016, p. 102) considera que já avançaram muito e que a crença de que os homens não conseguiriam mudar suas abordagens machistas, brutais e egoístas, pois seriam “características naturais” deles, já foi desmantelada graças a estudos e documentações de uma grande diversidade de masculinidades e da capacidade dos homens de sustentarem a igualdade. Connell (2016, p. 104-106) destaca que muitos grupos de homens têm razões claras para apoiarem e participarem das lutas contra o sexismo: eles têm os mesmos interesses que elas em

escapar de papéis de gênero restritivos; eles nutrem relacionamentos sociais com uma grande variedade de mulheres e meninas e a qualidade de vida deles depende substancialmente da preservação dessas boas relações; eles querem evitar os efeitos tóxicos da ordem patriarcal de gênero que incide sobre eles próprios e geram um alto índice de mortes prematuras por acidentes, homicídios e suicídios, níveis altos de abuso de drogas, a resistência na procura por assistência médica quando preciso, pressões para competirem nos ambientes de trabalho e para serem provedores e bem-sucedidos; eles, assim como as mulheres, são interessados na manutenção da paz e desejam o bem-estar das comunidades onde vivem; e eles também podem ter princípios políticos e éticos ligados à igualdade entre os gêneros, seja por vias religiosas ou democráticas. Vale também constar que existe um histórico considerável de apoio e participação das lutas contra a opressão sexista por parte de homens:

Intelectuais do século XIX, desde Said Ahman Khan na Índia até John Stuart Mill na Grã-Bretanha, defenderam a educação e a emancipação da mulher. Muitas vitórias históricas dos movimentos de mulheres foram conquistadas junto com homens que detinham autoridade organizacional ou política à época (CONNELL, 2016, p. 100).

De modo geral, Connell (2016, p. 110) vê que a participação masculina no feminismo é polêmica entre as mulheres. De um lado, algumas se opõem e são céticas quanto à disposição de homens à mudança, de outro, algumas feministas argumentam que alianças entre mulheres e homens são possíveis e cruciais nas lutas contra o sexismo. Ressalta-se que tal noção de aliança se torna importante “para a preservação da autonomia dos grupos de mulheres, para eliminar a tendência de que um grupo fale pelos demais e para definir um papel político para os homens que tenha alguma dignidade e possa atrair apoio generalizado” (CONNELL, 2016, p. 110-111).

Ora, é claro que os homens não podem assumir um papel protagonista no feminismo. Hooks (1984, p. 73) reconhece que os homens continuam a oprimir mulheres e que, apesar de eles sofrerem com estipulações sexistas, isto não elimina ou diminui as responsabilidades deles na perpetuação do patriarcado, na exploração e opressão das mulheres. O reconhecimento do feminismo sobre como a problemática sexista afeta os homens não pode ser motivo para desatentar às responsabilidades com as quais eles têm que arcar. Por outro lado, é preciso discernir, de acordo com hooks (1984, p. 76), que enfatizar o homem como o inimigo do feminismo é um erro que desvia a atenção dos verdadeiros propósitos feministas e apenas inverte a lógica dominante que colocara a mulher como inimiga desde a narrativa bíblica de Adão e Eva; deve-se ter consciência de que o feminismo luta contra o sexismo e os homens podem e devem se unir a esta luta.

A ideologia separatista encoraja a crença de que só as mulheres poderão fazer a revolução feminista – isso seria impossível. Uma vez que são os homens os principais agentes da preservação e do apoio ao sexismo e à opressão sexista, estes só podem ser verdadeiramente erradicados se os homens se sentirem na obrigação de assumir a responsabilidade pela transformação da sua consciência e da consciência da sociedade como um todo. [...]. Os homens têm um papel fundamental a desempenhar. Isto não significa que estejam mais bem preparados para liderar o movimento feminista; significa que devem participar igualmente na luta pela resistência. Nomeadamente, podem contribuir tremendamente para a luta feminista ao exporem, confrontarem, impedirem e transformarem o sexismo dos seus companheiros masculinos. Quando os homens demonstram vontade de assumir igual responsabilidade pela luta feminista, desempenhando quaisquer tarefas necessárias, as mulheres devem confirmar o seu trabalho revolucionário através do reconhecimento dos homens como seus camaradas na luta (hooks, 1984, p. 81, tradução nossa).¹⁵

Consta-se que ainda antes de o movimento feminista completar dez anos, pensadoras feministas já falavam sobre como o patriarcado também era prejudicial aos homens (hooks, 2018, p. 104). Porém, hooks (2018, p. 103-104) indica que, concomitantemente, as facções anti-homem dentro do feminismo se desenvolveram e ganharam maior atenção das mídias de massa. Assim sendo, hooks (2018, p. 103) explica que à medida que o pensamento feminista progrediu, as ativistas perceberam que não eram os homens o problema a ser combatido, era realmente o patriarcado, o sexismo, o estado de dominação masculinista. Ela reconhece que foi difícil encarar o fato de que a complexidade do pensamento feminista exigia uma revisão teórica ainda mais sofisticada. Mas ao sustentar que a teoria feminista precisava de uma revisão desde a sua base conceitual, ela percebe que tal aliança entre mulheres e homens contra a opressão sexista é um marcador necessário para o desenvolvimento do feminismo contemporâneo e visionário.

Enfim, a concepção de hooks (2018) sobre o cerne do feminismo contrapõe a violência característica das opressões sexistas; ela defende que a particularidade norteadora do verdadeiro feminismo deve ser o amor. A autora argumenta que sempre que a dominação está presente existe a falta de amor (hooks, 2018, p. 116) e a partir disso se sustenta que o movimento e o pensamento feminista contemporâneo e visionário deve ser embasado no amor. Ela acredita que se as mulheres e os homens querem conhecer o amor, ambos precisam conhecer e aspirar ao feminismo, pois “sem o pensamento e a prática feministas não temos a base necessária para

¹⁵ Do original: “Separatist ideology encourages us to believe that women alone can make feminist revolution—we cannot. Since men are the primary agents maintaining and supporting sexism and sexist oppression, they can only be successfully eradicated if men are compelled to assume responsibility for transforming their consciousness and the consciousness of society as a whole [...]. Men have a primary role to play. This does not mean that they are better equipped to lead feminist movement; it does mean that they should share equally in resistance struggle. In particular, men have a tremendous contribution to make to feminist struggle in the area of exposing, confronting, opposing, and transforming the sexism of their male peers. When men show a willingness to assume equal responsibility in feminist struggle, performing whatever tasks are necessary, women should affirm their revolutionary work by acknowledging them as comrades in struggle”.

criar laços de amor” (hooks, 2018, p. 145). A autora conta que a concepção amorosa foi excluída do feminismo quando muitas mulheres heterossexuais se revoltaram com os homens de seus relacionamentos fundamentados em práticas sexistas. Elas passaram a pensar que feminismo e amor não poderiam conviver e, conseqüentemente, o movimento de liberdade das mulheres se baseou no desapego ao amor romântico. Porém, hooks (2018) se compromete em elucidar que o verdadeiro movimento feminista visionário se trata, sobretudo, de amor.

Olhando em retrospecto, é evidente que ao não criarmos um discurso feminista positivo sobre o amor, principalmente em relação à heterossexualidade, permitimos que a mídia de massa patriarcal represente o movimento inteiro como uma política fundamentada em ódio, em vez de amor [...]. Na realidade, deveríamos ter espalhado a notícia de que o feminismo permitiria que as mulheres e os homens conhecessem o amor. Hoje sabemos disso. O feminismo visionário é uma política sábia e amorosa. A alma da nossa política é o comprometimento com o fim da dominação. O amor jamais poderá se enraizar em uma relação fundamentada em dominação e coerção [...]. O centro de nosso ponto de vista alternativo é uma verdade fundamental e necessária: não há amor onde há dominação (hooks, 2018, p. 149).

A autora argumenta que pensamentos e práticas feministas valorizam o amor entre as pessoas ao visarem um mundo onde todos tenham direitos, onde se respeite as necessidades de todos, independentemente de gênero, classe, raça ou sexualidade, em que ninguém precisa temer estados de dominação abusivos. Assim, ela afirma que “Escolher políticas feministas é, portanto, escolher amar”.

É importante constar que esse feminismo considerado visionário, defendido por hooks (2018, p. 157), não é atual. Ela explica que desde o começo do movimento de libertação das mulheres já existiam pensadoras visionárias que sonhavam em substituir a cultura de dominação por uma tendência de economia participativa, democrática e ecológica, em que não houvesse discriminação de gênero ou raça e com a qual se poderia ter acesso à paz e ao bem-estar entre todas as pessoas. Aliás, conforme hooks (2018, p. 164), as feministas visionárias sempre compreenderam a necessidade de converter os homens a aliados na luta contra o sexismo, pois ao vê-los como inimigos, a guerra entre os sexos ainda seria a norma vigente.

No entanto, ela observa que, em concomitância, sempre houveram aquelas ativistas que se sentiam mais seguras ao trabalhar por mudanças sem se contrapor às ordens sociais capitalistas vigentes, com o objetivo de desenvolver uma luta focada somente na igualdade de direitos entre homens e mulheres. Como hooks (2018, p. 163) afirma, uma luta focada apenas na conquista de direitos civis dentro do patriarcado capitalista já se mostrou algo perigoso, pois levou diversas mulheres a acreditarem que estão em uma situação melhor do que é na realidade,

fazendo crer, inclusive que o feminismo não seria mais necessário. Hooks (2018, p. 164) pondera que:

As ativistas feministas que se recusam a aceitar homens como companheiros de luta – que nutrem medos irracionais de que se os homens se beneficiarem de qualquer maneira de políticas feministas, as mulheres perdem – erraram ao fazer o público olhar para o feminismo com suspeita e desdém. E houve um momento em que mulheres que odiavam homens preferiram ver o feminismo não progredir a confrontar as questões que elas tinham com os homens. É urgente que homens levantem a bandeira do feminismo e desafiem o patriarcado. A segurança e a continuidade da vida no planeta exige a conversão feminista dos homens.

Assim, é notório que hooks (1984; 2018) acredita que o feminismo avança quando decide pela inclusão dos homens na luta pelo fim do sexismo com particular atenção à raça, classe e sexualidade. Por fim, concorda-se com o pensamento da autora: é necessário que todos se aproximem do feminismo. O movimento e o pensamento feminista não estão mortos, pelo contrário, o feminismo visionário está vivo e oferece “esperança para o futuro [...] nos oferece um caminho para acabar com a dominação” (hooks, 2018, p. 166). Como foi apontado no início desta seção, ao ressaltar a concórdia e a aliança com bell hooks, acredita-se que o feminismo pode fazer do mundo um lugar sem a vigência de estados de dominação, onde é possível sermos quem de fato somos, onde a paz e o amor vigorem.

CAPÍTULO III

SEMIÓTICA DISCURSIVA: UMA ORIENTAÇÃO METODOLÓGICA PARA ANALISAR EFEITOS DE SENTIDO TELEVISUAIS

O aporte teórico até aqui desenvolvido visou principalmente o aprofundamento conceitual e a problematização da noção “lugares de fala”, relacionada ao processo comunicativo, e evidenciou o debate sobre gênero para contextualizar teoricamente a conjuntura empírica desta tese. No entanto, ainda é necessário traçar um prisma metodológico para cumprir os objetivos da pesquisa e averiguar de que maneira um sujeito é chamado a exercer um lugar de fala com outro/a no contexto do discurso midiático audiovisual da campanha *ElesPorElas/HeForShe*, veiculado pelo canal televisivo GNT. Ao observar a especificidade midiática audiovisual, pela qual a campanha é difundida, optei, durante o desenvolvimento da tese, pela escolha de uma orientação metodológica que atentasse especialmente ao aspecto discursivo sem deixar de contemplar a particularidade televisiva do material empírico.

Na busca por essa abordagem, aproximei-me da elaboração metodológica elaborada por Duarte e Castro (2014a; 2014b), com base na semiótica discursiva de origem europeia, que se baseia principalmente em articulações de preceitos greimasianos e bakhtinianos, sustentando-se também em considerações de Saussure e Hjelmslev. Esta proposição metodológica é resultado de investigações realizadas em conjunto pelas pesquisadoras há mais de uma década e enfatiza, sobretudo, a análise semiótica da comunicação televisual. A vinculação com tal vertente da semiótica discursiva como diretriz metodológica, e não com outras variedades de investigações dos discursos, sucedeu-se pela ênfase dada ao suporte midiático audiovisual, que viabilizou a análise do material empírico com evidência ao discurso e à idiosincrasia televisual, mas sem se limitar unicamente a esta mídia.

Com isso, o presente capítulo objetiva explicar o aporte metodológico que servirá de base para a análise da campanha *ElesPorElas/HeForShe* veiculada pelo canal televisivo GNT. Para tanto, contextualizo primeiramente a fundamentação teórica e conceitual de caráter semiótico discursivo com foco nas obras de Ferdinand Saussure (2008), Louis Hjelmslev (1975), Mikhail Bakhtin (1988; 2011) e Algirdas Greimas (1979; 2014) para indicar o encadeamento que conduz à proposta metodológica de Elizabeth Duarte e Maria Lília de Castro (2014a; 2014b). Finalmente, atento à abordagem analítica e indico quais níveis de análise propostos por Duarte e Castro (2014a; 2014b) são pertinentes e adotados na tese.

3.1 BASES TEÓRICAS E CONCEITUAIS DA SEMIÓTICA DISCURSIVA

A decisão por adotar a semiótica discursiva de origem europeia como sustentáculo metodológico para a análise do material empírico da tese decorreu de sua adequação e por viabilizar o exame dos processos de produções de significações e sentidos, ainda que estejam sobredeterminados pelos meios técnicos (midiáticos) e independentemente das linguagens em que eles se manifestam (sejam sonoras ou visuais). Entende-se, a partir disso, que o objeto empírico de análise da semiótica é o texto em quaisquer tipos de linguagens. Antes de atentar aos procedimentos metodológicos, considera-se necessário apresentar primeiramente, mesmo que de modo breve, o enfoque teórico ao qual esta tese se alicerça.

Os primeiros antecedentes teóricos que embasam a abordagem metodológica utilizada decorrem do início do século XX, quando Ferdinand Saussure começou a ministrar o Curso de Linguística Geral, do qual resultou um livro publicado a partir das anotações de seus alunos (SAUSSURE, 2008). Até então os estudos linguísticos eram diacrônicos, mas a partir do pensamento saussuriano começou-se a constatar que para realizar um estudo científico de perspectiva linguística era necessário um trabalho sincrônico, ou seja, a partir de um recorte.

O trabalho de Saussure (2008) passou a definir linguagem como a implicação de um sistema estabelecido de estudo. Distingue-se língua de fala, sendo a língua um produto social que evidencia a comunicação entre os membros de uma mesma comunidade; enquanto a fala demonstra um ato individual da linguagem, o que a torna múltipla e imprevisível. A partir disso, consta-se que a língua é vista como um sistema de signos e estes são frutos da relação entre significado (conteúdo) e significante (imagem acústica, que é a representação que um som cria no nosso cérebro, a impressão psíquica desse som). Assim, o signo é a união entre significado e significante.

De acordo com Saussure (2008), dois princípios básicos caracterizam o signo linguístico. O primeiro é que a relação entre significado e significante deve ser vista como arbitrária, ou seja, parte-se de uma convenção. Em um signo linguístico dado, o significante é imotivado e convencionado. A imagem acústica formada não está necessariamente ligada à sequência de sons, pois ela poderia ser produzida igualmente bem por quaisquer outras sequências. Saussure (2008) apresenta duas objeções que poderiam ser feitas ao princípio da arbitrariedade: as onomatopeias e as exclamações, ambas de importância secundária nos fatos linguísticos, com pequenas ocorrências, e com origem simbólica contestável. O segundo princípio que caracteriza o signo linguístico é o seu caráter linear (com exceção para as

audiovisualidades). Percebe-se que o significante, de natureza auditiva, desenvolve-se no tempo, representa uma extensão que é mensurável em uma linha.

Outra característica do signo linguístico explicitada por Saussure (2008) é a imutabilidade (sincronia) e a mutabilidade (diacronia). Consta-se que o significante em relação ao seu significado é imotivado/arbitrário, mas, por outro lado, em relação à comunidade linguística especializada que o utiliza, ele é imposto, o que confere a ele um caráter imutável. A imutabilidade se relaciona à arbitrariedade do signo, pois ao não haver uma razão para o signo ser o que ele é, não é possível existir uma justificativa para mudá-lo. Como fatores que contribuem para a imutabilidade do signo, Saussure (2008) apresenta que: 1) a própria arbitrariedade do signo põe a língua ao abrigo de toda tentativa que vise modificá-la – logo, não há base lógica para uma mudança; 2) a grande variedade de signos necessários para constituir qualquer língua – os signos linguísticos são inumeráveis; 3) o caráter demasiado complexo do sistema; 4) a resistência coletiva a toda renovação linguística, já que todos se servem da língua a todo instante.

Além disso, para Saussure (2008), a mutabilidade demonstra que a língua está sujeita à ação do tempo. Ele entende que o tempo altera todas as coisas e não existe razão para que a língua escape a essa lei universal. A língua é situada simultaneamente na massa social e no tempo e disso decorre a complexidade: ao mesmo tempo em que há a imutabilidade como princípio, também há a mutabilidade. A língua se altera, ou melhor, evolui, sob a influência de todos os agentes que possam atingir os sons ou os significados. Por fim, dessa forma, toda mudança na relação entre significado e significante é uma consequência da união entre a ação do tempo e a influência da sociedade.

Por sua vez, aos meados do século XX, Hjelmslev (1975) reitera e amplia o âmbito das proposições saussurianas e determina que a semiótica deve, mais especificamente, estudar os sistemas de significação (e não mais os signos, como propunha Saussure). Para Hjelmslev (1975), o objeto de estudo da semiótica são os textos, não o signo. Com isso, a semiótica, para ele, é uma teoria geral da significação: tem-se o texto como seu objeto de estudos, seu objetivo é a realização de uma descrição coerente, exaustiva e tão simples quanto possível do processo textual. Assim, ele defende que a teoria semiótica deve fornecer uma base de conhecimentos que permita a análise de todos os textos, sejam quais forem as linguagens (sonoras ou visuais, por exemplo) em que eles se manifestem.

Hjelmslev (1975) entende que tanto o signo quanto o texto são fruto de uma relação interdependente e necessária entre expressão e conteúdo, que gera a significação. Por isso, uma

expressão só é expressão, porque a ela corresponde um conteúdo, enquanto um conteúdo só é conteúdo porque a ele corresponde uma expressão.

A função semiótica é, em si mesma, uma solidariedade: expressão e conteúdo são solidários e um pressupõe necessariamente o outro. Uma expressão só é expressão porque é a expressão de um conteúdo, e um conteúdo só é conteúdo porque é conteúdo de uma expressão. Do mesmo modo é impossível existir (a menos que sejam isolados artificialmente) um conteúdo sem expressão e uma expressão sem conteúdo. Se se pensa em falar, o pensamento não é um conteúdo linguístico e não é o fúntivo de uma função semiótica. Se se fala sem pensar, produzindo séries e sons sem que aquele que os ouve possa atribuir-lhes um conteúdo, isso será um abracadabra e não uma expressão linguística, e tampouco será o fúntivo de uma função semiótica. Evidentemente, não se deve confundir ausência de conteúdo com ausência de sentido: o conteúdo de uma expressão pode perfeitamente ser caracterizado como desprovido de sentido de um ponto de vista qualquer (por exemplo, o da lógica normativa ou do fiscalismo) sem com isso deixar de ser um conteúdo (HJELMSLEV, 1975, p. 54).

Para o autor, são essas relações que geram as denotações. O sentido denotado é o sentido de base que serve de expressão para um novo conteúdo, que é a conotação e assim sucessivamente. Logo, todo sistema que serve de base para outro é o denotativo para uma conotação, mesmo que tenha sido a conotação de uma outra denotação anteriormente. Vale também apontar que Hjelmslev (1975) explica que, por outro lado, na metassemiótica, o primeiro sistema gera um conteúdo e serve de base para uma nova expressão. Neste caso de metassemiótica, por sua vez, o processo de significação de um texto (conteúdo e expressão) agora gera um plano de conteúdo de uma nova expressão. Para um aprofundamento maior sobre esta vertente metassemiótica, pode-se consultar o trabalho de Barthes (1982), que a desenvolve mais extensivamente e se propõe ao exame de diferentes sistemas de significação verbais e não verbais. O autor se interessa principalmente pela relação entre as denotações e conotações e constata que um sentido de conotação não apaga o denotativo anterior, eles coexistem.

No interior de cada um desses planos de conteúdo e expressão, Hjelmslev (1975) ainda percebe que existe outra relação de dependência nos processos de significação: entre substância e forma – através da projeção da forma sobre a substância é que se manifestam os sentidos, mas consta-se que a substância por si só seria algo amorfo, sem forma alguma. A substância é um elenco de possibilidades, aquilo que está disponível no mundo, enquanto a forma é a projeção que se dá a tais possibilidades.

Por mais paradoxal que possa parecer, o signo é, portanto, ao mesmo tempo, signo de uma substância de conteúdo e de uma substância de expressão. É neste sentido que se pode dizer que o signo é signo de alguma coisa. Por outro lado, não há razão alguma para decidir que o signo é apenas o signo da substância de conteúdo ou (coisa que certamente ninguém ainda imaginou) apenas signo da substância da expressão. O signo é uma grandeza de duas faces, uma cabeça de Janus com perspectiva dos dois

lados, com efeito nas duas direções: “para o exterior”, na direção da substância da expressão, “para o interior”, na direção da substância do conteúdo (HJELMSLEV, 1975, p. 62).

Ademais, ainda é importante ressaltar que Hjelmslev (1975) entende que os textos contraem relações de contiguidade sintagmáticas, através da reflexão sobre a conjunção lógica “e...e”, nas quais se percebe uma coexistência no interior dos enunciados e se avalia que um texto sempre decorre de outro. As relações sintagmáticas se referem às articulações que um texto faz com outros, ao recuperá-los ou respondê-los, por exemplo. Os textos também contraem correlações paradigmáticas, para Hjelmslev (1975), através da disjunção lógica “ou...ou”, em que se percebe a relação que um texto faz com outro que lhe serve de modelo. As relações paradigmáticas se referem às características que um texto apresenta como semelhantes a outros, o que demonstra certo vínculo entre eles. Vale apontar que esses dois tipos de relações intertextuais servem de base e são aprofundadas posteriormente pelas análises de Bakhtin (1988; 2011), como é visto adiante.

Enfim, destaca-se que Hjelmslev (1975) evidencia que todos os textos contraem relações externas com seu contexto, visto que a significação é puramente contextual – ou seja, toda significação depende da conjuntura em que é expressa. Nesse panorama relacional, ressalta-se que Hjelmslev (1975) considera que as análises de quaisquer textos devem partir do pressuposto de que o texto examinado só existe em virtude dos relacionamentos que seus termos contraem entre si.

A proposta de Bakhtin (1988; 2011), a partir desses precedentes, é de centrar sua atenção principalmente no processo, embora considere o sistema (no ponto de vista hjelmsleviano), preocupando-se antes de tudo com a relação comunicativa entre sujeitos e com o que isso implica. O processo comunicativo, para ele, envolve a convenção de um locutor, que tem algo a dizer, e exige a atitude de um receptor que responderá. O processo comunicativo implica dar atenção a aspectos históricos, dialógicos, ideológicos e, com isso, sociossemióticos, pois se dá evidência ao contexto social. Ao direcionar atenção para a análise dos processos, o autor destaca que todos os integrantes da interação se constituem como ativos e responsivos na comunicação.

A linguagem, para o autor, então, é sempre uma relação dialógica. Assim, entende-se que dialogismo é um conceito fundamental para a abordagem semiótica de Bakhtin (1988; 2011), pois o enfoque dialógico compreende o modo de funcionamento real da linguagem e, portanto, seu princípio constitutivo. É através do dialogismo que Bakhtin (1988; 2011) percebe a existência de um espaço de luta entre as diferentes vozes sociais no discurso, entre pontos de vista dessemelhantes que não são vistos necessariamente como contraditórios. O viés dialógico

abarca a incorporação dessas vozes no interior do discurso e indica as formas particulares de composição dos enunciados. O dialogismo para Bakhtin (1988; 2011) é uma das mais importantes formas de constituição da linguagem, pois toda comunicação e discursos dependem da sociabilidade e das interações verbais realizadas através das enunciações.

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua (BAKHTIN, 1988, p. 123, grifos do autor).

Não se deve, para o autor, conceber tal dialogismo apenas na demarcação de um diálogo face a face ou em conversações, mas em todo processo de comunicação, que também abarca a relação entre os enunciados que precedem e sucedem ao que é dito. O dialogismo, assim, orienta a concepção de que a língua evolui historicamente na própria comunicação verbal. Para Bakhtin (1988), se as relações sociais evoluem a partir de suas infraestruturas, a comunicação e a interação verbal evoluem em conjunto e as formas dos atos de fala evoluem por consequência disto, do que decorrem as mudanças linguísticas. Percebe-se, assim, a importância atribuída à relação entre linguagem e sociedade na obra bakhtiniana.

Deve-se considerar que, de acordo com as análises de Bakhtin (1988; 2011), a produção enunciativa está sempre ligada e se relaciona com outros textos, respondendo ou inspirando-se neles, além de também poder direcioná-los à produção de novas réplicas. Por obedecer ao princípio dialógico, os textos podem gerar diversas relações uns com os outros, como de acordo ou desacordo, por exemplo. Admite-se que o processo comunicativo é um espaço no qual se pode observar as lutas ideológicas, pois leva em conta necessariamente os contextos sociais e não vê os sujeitos como passivos predispostos a sempre concordar com os discursos.

O objeto de estudo da teoria bakhtiniana é também o texto, entendido como uma unidade de manifestação do enunciado; o texto assim é a via de acesso ao estudo do enunciado; o texto nas análises de Bakhtin (1988; 2011) mantém relações intertextuais, pois se configura como resposta ou se embasa em outros anteriormente já formulados. Enquanto isso, o enunciado é a unidade real da comunicação, delimitado pela alternância dos sujeitos, dentro de uma instância enunciativa que possui natureza social e ideológica; o enunciado constitui um todo de sentido que comporta conteúdo temático, estilo e construção composicional. Percebe-se a atenção dada pelo autor às análises intertextuais sintagmáticas e paradigmáticas já comentadas.

O trabalho de Greimas (1979; 2014), nesse enredo teórico, objetiva a exploração de sentido dos textos com vistas a dar conta da significação, ao privilegiar o exame do plano do

conteúdo (recupera-se, é claro, por consequência, o plano da expressão) e centrar-se na análise da narratividade. Esta narratividade é adotada por Greimas (1979) como uma forma que se projeta sobre a instância do conteúdo, estruturando-a; é percebida no modo como a pessoa organiza aquilo que diz. Ele estuda os processos de produção de significação e de sentido para compreender não apenas o que as pessoas dizem no processo comunicativo, mas também, e sobretudo, como elas fazem para dizer o que dizem em quaisquer manifestações linguageiras.

Vale lembrar que, como já indicado por Hjelmslev (1975), a significação do texto é gerada na relação entre expressão e conteúdo e que o sentido é a relação interna entre substância e forma. Greimas (1979; 2014) também reconhece o texto na relação dos planos de conteúdo e expressão, mas seu enfoque analítico está no interior do plano do conteúdo, pois é nele que a estrutura da narratividade é identificável. O texto é o objeto de análise da semiótica greimasiana. É ao analisar o texto que se pode chegar ao sentido e à significação. Não se deve perder de vista que o texto precisa ser apreendido em suas relações internas, entre expressão e conteúdo, e que cada texto comporta forma e substância.

Greimas (1979; 2014), então, aposta na existência de uma estrutura comum perceptível naquilo que as pessoas dizem, sejam em quaisquer linguagens comunicacionais. Essa estrutura comum é o que ele chama de narratividade, a qual pode ser trabalhada em três níveis de profundidade desigual: o fundamental, o narrativo e o discursivo - cada um deles possui sua gramática própria, cujos componentes são a sintaxe e a semântica.

O nível fundamental apresenta as relações mais profundas, abstratas e simples do plano do conteúdo, explanadas basicamente por dois componentes: o semântico e o sintático. Ao pressupor que as narrativas são organizadas de formas universais, ou seja, que se estendem a todos os seres humanos e todos os tipos de texto, Greimas (1979) considera que o nível fundamental conduz a organização do texto por meio de uma oposição semântica das suas categorias, que são responsáveis pela conexão dos temas presentes no texto em desenvolvimento. Assim, todo texto é construído em termos de oposição semântica, o que atribui à linguagem uma ordem binária com opostos. A semântica do nível fundamental define-se pela oposição de valores (ex.: verdade x falsidade), enquanto a sintaxe leva em conta duas operações, a asserção e a negação (ex.: ser x não ser).

O nível narrativo é uma instância intermediária e mais complexa, que se constitui a partir de um esquema de caráter lógico-semântico-sintático e caracteriza-se pela inserção dos sujeitos no texto. Com vistas às oposições admitidas pelo nível fundamental, a dimensão narrativa indica as escolhas feitas pelos sujeitos através de suas valorações e ao ter em conta os objetos de valor disponíveis e desejados, revestindo os textos de particularidades ideológicas e

culturais. Greimas (1979) entende que ela comporta três percursos que mantêm relações de pressuposição e implicatura entre si: 1) a qualificação, em que se tem um sujeito manipulador, que dota um sujeito manipulado de ação; 2) a realização, em que o sujeito da ação (o manipulado da qualificação) dirige-se em busca do desejado objeto de valor e encontra o antissujeito, o qual é definido como um antagonista que disputa com o sujeito da ação o mesmo objeto de valor e geralmente coloca obstáculos para sua atuação; e 3) a sanção do sujeito, em que um sujeito julgador avalia a ação empreendida pelo julgado (o sujeito da ação). Percebe-se que é o sujeito da ação que interliga os três percursos.

Deve-se ter em mente que, para Greimas (1979), o nível narrativo preexiste no âmbito da abstração, mesmo quando ainda não se sabe em qual história os percursos serão percebidos, nem a configuração dos sujeitos. Além disso, os três percursos se pressupõem mutuamente, mas o texto não manifesta necessariamente todos eles. Entende-se, então, que para um sujeito realizar uma ação é necessário que ele seja manipulado e qualificado através de modalidades específicas que o ponha em condições de “dever fazer”, ou “querer fazer”, por exemplo, e após sua realização é que tal ação poderá ser julgada pelo destinador. O componente semântico do nível narrativo refere-se às transformações percebidas no texto pela ação das pessoas e relaciona os valores apontados como efeitos de sentido. Enquanto isso, o componente sintático se apresenta em enunciações de estado (em que o sujeito apresenta uma conjunção ou disjunção com o objeto de valor) e de fazer (em que se realizam transformações de um estado inicial da narrativa para um estado final).

O nível discursivo, é a última parte do processo de geração do sentido, é a mais superficial, pois apresenta maior proximidade com o texto, mas não deve se confundir com a própria textualidade:

[...] a discursivização deve-se distinguir da textualização, que é para nós um desvio do discurso [...], no sentido de sua manifestação e que se define relativamente a ela [...]. A textualização tem por efeito produzir um discurso linear, segmentado em unidades de dimensões diferentes e formulável como uma representação profunda, pronta, ao passar às estruturas linguísticas de superfície, a ser realizada como um discurso manifestado (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 125).

Os estudos de Greimas (1979; 2014) deram mais atenção aos níveis fundamental e narrativo. O autor reconhece que o discursivo precisava ser mais explorado. O nível discursivo se configura como o modo de contar as narrativas, relaciona-se diretamente com a enunciação (espaço de atuação do enunciador) e compreende o(s) sujeito(s) do enunciado e o(s) sujeito(s) da enunciação (enunciador, enunciatário, enunciador enunciado). Assim, a dimensão

discursiva, do ponto de vista do conteúdo, configura o tema e assinala o tratamento dos atores, do tempo e do espaço conferido ao texto. É nela que os sujeitos da narrativa adquirem especificidades, ganham nomes e se transformam em personagens do texto.

O nível discursivo disponibiliza cinco dispositivos de operacionalização – duas de caráter semântico (valores de base) e três de caráter sintático (são estruturadores, relativos à organização). Em esfera semântica apresentam-se: a tematização (em que se discorre sobre o tema do texto); e a figurativização (em que se materializa o tema através de figuras). Em esfera sintática constam: a actorialização (apresentação dos sujeitos/atores); a temporização (apresenta o momento); e a espacialização (apresenta o espaço/lugar).

Por fim, é interessante ainda indicar que Greimas (1998) acredita que todo processo comunicativo pode ser associado a um jogo de xadrez. Os procedimentos identificados pelos níveis fundamental, narrativo e discursivo, que são empreendidos pelo enunciador, objetivam persuadir o enunciatário no interior de um jogo comunicativo em que os sujeitos visam vencer um ao outro. Essa vitória, aludida junto à persuasão, traduz-se, portanto, como uma tentativa de “com-vencer” o outro. “A vitória só será completa se, oferecida a seu interlocutor, ela for sancionada pelo reconhecimento do outro. No jogo, não se trata simplesmente de vencer, mas de com-vencer, de obrigar a partilhar seu triunfo” (GREIMAS, 1998, p. 122). Entende-se que sempre há uma intenção comunicativa quando o enunciador opta por dizer algo para o enunciatário num texto em quaisquer linguagens, o que evidencia a característica estratégica dos processos comunicacionais.

3.2 DELIMITAÇÕES METODOLÓGICAS E DOS NÍVEIS DE PERTINÊNCIA PARA ANÁLISE DE PEÇAS PROMOCIONAIS

A partir da contextualização teórica, propõe-se trabalhar analiticamente com a abordagem metodológica desenvolvida por Duarte e Castro (2014a; 2014b), inspirada na semiótica discursiva com base no encadeamento entre os fundamentos postulados pelos autores supracitados. Não é sem motivos que a articulação teórica semiótica foi apresentada anteriormente, ela é imprescindível para estabelecer o necessário movimento de ir e vir entre as abordagens teórica, metodológica e analítica que compõe a proposta das autoras:

Existe, naturalmente, a necessidade de articulação e compatibilização dessas formulações teóricas, quando direcionadas a uma análise que se propõe a dar conta das especificidades dos textos midiáticos, o que obriga a um permanente *ir e vir* entre teoria, metodologia e prática analítica, passando pela revisão, ampliação e adequação

de conceitos que assumem um caráter instrumental em relação à análise e interpretação dos produtos midiáticos (DUARTE; CASTRO, 2014a, p. 68).

Ao analisarem os produtos midiáticos pelo viés da semiótica discursiva, Duarte e Castro (2014a; 2014b) apreendem tais produtos como textos. Textos complexos, expressos em diferentes linguagens, articulados em um universo específico, sobre o qual recai a característica mercadológica, já que as mídias oferecem seus produtos em um mercado que, como quaisquer outros, apresenta concorrências entre várias empresas e objetiva o lucro de capital financeiro. A abordagem metodológica das autoras considera os diferentes tipos de relações que os produtos midiáticos contraem internamente, entre expressão e conteúdo (caráter intratextual), e externamente, atentando aos contextos (caráter paratextual e intertextual).

Duarte e Castro (2014a) apontam a jovialidade do campo de estudos comunicacional e indicam que ele carece de textos fundadores, o que permite uma recorrência a teorias de outras áreas do conhecimento nas pesquisas. Essa especificidade gera, para as autoras, um enriquecimento pela diversidade de abordagens possíveis de serem desenvolvidas. “O grande desafio é como tirar proveito dessa multiplicidade: apoiar-se em textos fundadores de outras áreas do conhecimento, sem perder de vista as especificidades da comunicação; esforçar-se por buscar a identidade na convergência” (DUARTE; CASTRO, 2014a, p. 71).

As autoras embasam sua proposição metodológica apropriada à análise da produção de significações e de sentidos dos produtos midiáticos fundamentadas principalmente nas obras greimasianas e bakhtinianas. Elas articulam as ponderações dos semioticistas para dar conta das especificidades que os processos de comunicação midiática apresentam.

Sim, porque, se Greimas centra sua atenção no sistema, Bakhtin prioriza o processo: examina a situação de comunicação concreta, relacionando-a com a vida prática, com o evento social que envolve os sujeitos, e recorrendo a leis de caráter essencialmente sociológico. Essa articulação pareceu possível não só porque ambos partem de um mesmo horizonte teórico (Saussure, Hjelmslev), como porque seu interesse investigativo é a dimensão discursiva dos textos produzidos (DUARTE; CASTRO, 2014a, p. 71).

A proposta desenvolvida por Duarte e Castro (2014a; 2014b), partindo desse encadeamento, pode ser aplicada em três níveis, os quais têm seus próprios dispositivos – entendidos como conjuntos de procedimentos postos à disposição para que o/a enunciator/a escolha como realizar sua produção – e permitem destacar as estratégias utilizadas no texto – vistas como as manifestações das escolhas operadas pelo enunciator frente às possibilidades oferecidas pelo dispositivo. Os níveis e seus respectivos dispositivos são:

1) **Nível Paratextual:** responsável pelo contexto comunicativo e enunciativo que permeiam a produção do texto. Divide-se nos dispositivos de contextualização sócio-histórica, que se refere à história, à configuração sociocultural e da identidade da empresa midiática; e de contextualização enunciativa, que se refere à configuração dos enunciadores do texto, equipe responsável pela produção e os enunciatários pretendidos. Ao reconhecerem que os textos, necessariamente, mantêm relações com seu entorno, Duarte e Castro (2014a) apontam que essas relações deixam nele suas marcas e podem ser recuperadas na análise. O exame dessas marcas se orienta percepção das manifestações de estratégias comunicativas e enunciativas que definem a empresa midiática. Assim, o nível paratextual envolve:

[...] tanto formas de preservação e promoção de identidade, imagem, marca da empresa, como aspectos relativos à configuração do contexto sociocultural em que essa empresa atua, à realização, veiculação e divulgação dos produtos midiáticos, aos tipos de investimento a serem feitos, aos recursos tecnológicos convocados e, ainda, às suas relações com o mercado, tendo em vista o proveito que deles possa retirar do ponto de vista econômico (DUARTE; CASTRO, 2014a, p. 75);

2) **Nível Intertextual:** responsável pelas relações que o texto contrai com outros textos. Divide-se nos dispositivos paradigmático, que apresentam as relações que o texto tem com outros do mesmo subgênero que lhe servem de modelo; e sintagmático, que apresentam as relações que o texto tem com outros que o sucedem e precedem. No que se refere ao caráter paradigmático, as autoras indicam que ele possibilita a identificação do gênero ao qual o texto se filia, o subgênero, que se percebe nas regularidades que ele reitera, e o formato, que se manifestam nas particularidades adotadas no texto. Já na ordem sintagmática, considera-se que o texto analisado traz em si ecos e reverberações de outros discursos. Nessa direção:

Em síntese, o estudo das relações intertextuais de ordem sintagmática compreende a interação de um produto midiático com outros textos, midiáticos ou não, dando conta de reiterações e/ou apropriações de outras vozes, que nele se atualizam, o reconhecimento do que o precede e sucede, abrindo, enfim, espaço aos receptores para as diferentes interpretações que possibilita (DUARTE; CASTRO, 2014a, p. 80);

3) **Nível Intratextual:** responsável pela configuração estrutural do texto a partir da relação entre expressão e conteúdo. Divide-se nos dispositivos expressivos (plano da expressão) e discursivos (plano do conteúdo). Os dispositivos expressivos referem-se às diferentes operações e mecanismos escolhidos pela produção para que o conteúdo esteja representado no texto, subdividindo-se em “operações de linguagens sonoras e visuais” e “operações com meios técnicos”. Os dispositivos discursivos são subdivididos nos de caráter semântico (tematização

e figurativização) e de caráter sintático (actorialização, temporalização, espacialização e tonalização). Pode-se caracterizá-los da seguinte maneira:

- a) Tematização (semântico): definição dos eixos temáticos presentes e recorrentes no texto analisado;
- b) Figurativização (semântico): definição de figuras que se apresentam no texto e viabilizam a conformação da temática através da materialidade;
- c) Actorialização (sintático): definição dos atores presentes no texto e o papel que eles desempenham na narrativa;
- d) Espacialização (sintático): definição dos espaços onde os acontecimentos do texto ocorrem ou de seu apagamento;
- e) Temporalização (sintático): definição do tempo em que os acontecimentos ocorrem no texto ou de seu apagamento;
- f) Tonalização (sintático): definição de uma combinação tonal atribuída à narrativa, que difere o texto de outros pertencentes ao mesmo modelo.

É importante salientar que os cinco primeiros dispositivos discursivos, pertencentes ao nível Intratextual (tematização, figurativização, actorialização, temporalização e espacialização) já haviam sido apresentados na teorização com Greimas (1979; 2014). O dispositivo de tonalização é uma operação identificada por Duarte (2010), que apresenta a responsabilidade de conferir um ponto de vista característico pelo enunciador para que o texto possa ser reconhecido pelo telespectador. Ela entende que:

O processo de tonalização tem por tarefa a atribuição estratégica de um tom principal ao discurso produzido e à sua articulação com outros tons a ele correlacionados. Mas, é preciso ter presente que, para além de inclinações, tendências ou outras peculiaridades, a escolha de um tom em televisão é uma deliberação de caráter estratégico [...]. Mais ainda, essa deliberação sobre o tom confere ao produto televisual um caráter interpelativo: acertar o tom, ou melhor, sua expressão, implica que ele seja reconhecido e apreciado pelo telespectador (DUARTE, 2010, p. 241).

O Quadro 1, a seguir, desenvolvido por Duarte e Castro (2014b), ilustra de forma sintetizada como os níveis paratextual, intertextual e intratextual são divididos em diferentes dispositivos, os quais, por sua vez, subdividem-se em estratégias possíveis assumidas por enunciadores, que manifestam a presença das categorias analíticas e viabilizam o processo de análise semiótico-discursivo. Salienta-se que o Quadro 1 indica uma projeção de possíveis estratégias correspondentes a cada nível e não um detalhamento específico e obrigatório.

Quadro 1 – Resumo possível dos níveis de análise

ÂMBITO	DISPOSITIVOS		ESTRATÉGIAS
Paratextual	contextualização sócio-histórica		- recorrência a fatos históricos - contextualização sociocultural
	contextualização enunciativa		- configuração do sujeito enunciador responsável pela veiculação do texto - configuração da equipe responsável pela realização - configuração do público alvo
Intertextual	paradigmatização ou atualização de modelos textuais		- submissão ao modelo utilizado - adaptação do modelo - embaralhamento de modelos
	sintagmatização ou metadiscursivização		- transposição literal - recuperação de fragmentos - alusão
Intratextual	Discursivos	Tematização	- concentração temática: recorrência a um núcleo temático - dispersão temática: apelo a diferentes temáticas - concorrência entre temáticas contraditórias
		Figurativização	- contextualização do relato - configuração dos sujeitos participantes - focalização no pormenor, na parte - recorrência a narrativas paralelas - sobreposição aleatória de sujeitos
		Actorialização	- protagonização: herói/anti-herói, mocinhos/ bandidos - papel desempenhado pelos demais atores na narrativa - inserção de narrador - inserção/apagamento dos sujeitos da enunciação
		Temporalização	- delimitação temporal - simultaneidade: acontecimentos paralelos - avanço cronológico no tempo - retrocesso cronológico no tempo - recuperação de fragmentos do tempo passado - projeção de tempo futuro
		Espacialização	- alternância espacial - sobreposição de espaços - sequencialização de diferentes espaços - internalização/exteriorização de espaços
		Tonalização	- educativo vs. lúdico - pesado vs. leve - engraçado vs. sério - arrastado vs. sucinto - lento vs. frenético
	Expressivos	operações de linguagens sonoras e visuais	- articulação de linguagens sonoras e visuais - ênfase em determinadas linguagens, cenários, figurinos - reforço e/ou alternâncias cromáticas - recorrência a estruturas de ordem conotativa - papéis atribuídos à trilha sonora - configuração expressiva e desempenho dos atores
operações com meios técnicos		- técnicas de captação das imagens e sons, movimentos, enquadramentos, perspectivas, pontos de vista - técnicas de pós-produção, efeitos sonoros e/ou visuais, ritmo de montagem, justaposição e/ou sobreposição de imagens e sons - adaptações às plataformas de exibição	

Fonte: Duarte e Castro (2014b, p. 5-6).

No que se refere, enfim, à aplicação metodológica do modelo proposto, Duarte e Castro (2014a, p. 85) explicam que se deve obedecer, sobretudo, aos níveis de pertinência privilegiados pela investigação em desenvolvimento. Os níveis de pertinência estão intrinsecamente relacionados aos objetivos do trabalho, os quais estabelecem limites a respeito do que se deve fazer com o objeto submetido à análise. Dessa maneira, as autoras abrem espaço para a definição do percurso metodológico do pesquisador através de estratégias de escolha sobre a proposta apresentada a partir das necessidades que o respectivo trabalho apresenta, ou seja, permitem a utilização do modelo integralmente ou em partes.

Nessa contextura, é importante lembrar que o problema de pesquisa que envolve esta tese é definido pelo questionamento: “como os sujeitos são convocados a exercer um lugar de fala com outra/o no discurso midiático promocional contra o sexismo da campanha *ElesPorElas/HeForShe*, veiculado pelo canal televisivo GNT?”. Este problema é envolvido pelo objetivo geral de “investigar o discurso midiático promocional contra o sexismo da campanha *ElesPorElas/HeForShe* no canal televisivo GNT, visando analisar como os sujeitos são convocados a exercer um lugar de fala com outro/a”.

Também vale lembrar que o desenvolvimento desta tese se orienta por cinco objetivos específicos: : 1) circunscrever a noção “lugar de fala” em um quadro teórico relacionado às situações comunicacionais; 2) examinar a campanha de luta contra o sexismo e pela igualdade de gênero *ElesPorElas/HeForShe* através de sua contextualização sócio-histórica; 3) delinear uma contextualização sócio-histórica também do canal televisivo GNT até o momento de inserção da campanha; 4) identificar as dimensões discursivas e expressivas pelas quais a estratégia enunciativa dos lugares de fala é acionada por mulheres e homens nos textos audiovisuais promocionais difundidos pelo GNT sobre a campanha *ElesPorElas*; 6) analisar como o discurso da campanha se apropria da estratégia enunciativa dos lugares de fala e do debate feminista.

Para alcançar os objetivos desta tese, propõe-se uma análise submetida ao modelo teórico-metodológico proposto por Duarte e Castro (2014a; 2014b) nos seguintes níveis de pertinência: paratextual, através do dispositivo de contextualização sócio-histórica e enunciativa, intratextual, por meio dos dispositivos discursivo e expressivo e intertextual de ordem sintagmática. Uma síntese dos níveis de análise pertinentes para o desenvolvimento da pesquisa está relacionada no Quadro 2, a seguir, no qual pode-se observar os âmbitos, dispositivos e estratégias elencadas para a análise.

Quadro 2 – Resumo dos níveis pertinentes à análise

ÂMBITO	DISPOSITIVOS		ESTRATÉGIAS
Paratextual amplo - ElesPorElas	contextualização sócio-histórica		- contextualização histórica e sociocultural
	contextualização enunciativa		- configuração da identidade visual - configuração do protagonismo feminino - configuração do convite à participação masculina - desenvolvimento, implementação e alcance da campanha
Paratextual restrito - GNT	contextualização sócio-histórica		- contextualização histórica e sociocultural
	contextualização enunciativa		- (re)configurações da identidade visual - (re)configurações do público-alvo - evolução da programação - incorporação da campanha ElesPorElas
Intertextual	sintagmatização ou metadiscursivização		- reconhecimento do que precede e/ou sucede os textos audiovisuais
Intratextual	Discursivos	Tematização	- concentração temática: recorrência a um núcleo temático
		Figurativização	- contextualização do relato - configuração dos sujeitos participantes - recorrência a narrativas paralelas - sobreposição de sujeitos
		Actorialização	- protagonização - performatividade desempenhada por atores na narrativa - inserção de narrador
		Temporalização	- simultaneidade: acontecimentos paralelos - faixas etárias - avanço cronológico no tempo - configuração atual - configuração de urgência
		Espacialização	- sequencialização de diferentes espaços - internalização/exteriorização de espaços
		Tonalização	- seriedade vs. humor - contestação vs. inércia - ousadia vs. covardia - cólera vs. serenidade - incisão vs. doçura - intimismo vs. dispersão
	Expressivos	operações de linguagens sonoras e visuais	- articulação de linguagens sonoras e visuais - ênfase em determinadas linguagens, cenários, figurinos - reforço e/ou alternâncias cromáticas - recorrência a estruturas de ordem conotativa - papéis atribuídos à trilha sonora - configuração expressiva e desempenho dos atores
		operações com meios técnicos	- técnicas de captação das imagens e sons, movimentos, enquadramentos, perspectivas, pontos de vista - técnicas de pós-produção, efeitos sonoros e/ou visuais, ritmo de montagem, justaposição e/ou sobreposição de imagens e sons

Fonte: Elaboração do autor.

Ao ponderar a relevância de apresentar uma contextualização sócio-histórica e enunciativa tanto da campanha ElesPorElas/*HeForShe* como do canal televisivo GNT, conforme definido nos objetivos específicos supracitados, optou-se por dividir o nível paratextual em dois aspectos, o amplo e o específico. A análise paratextual ampla abrange a

conjuntura da criação e lançamento da campanha, bem como a identificação da marca, o contexto sociocultural e político em que a campanha atua e as estratégias para sua implementação. O nível paratextual restrito compete à contextualização sobre o GNT, ao considerar sua história, a configuração da identidade visual, mudanças na programação e reposicionamentos do canal e a incorporação da ElesPorElas.

Com o objetivo de revelar as conjunturas nas quais as peças foram produzidas, optou-se por apresentar informações de caráter intertextual de ordem sintagmática, ao atentar para informações disponíveis em textos que precederam e/ou sucederam as peças audiovisuais analisadas. Durante o levantamento intertextual observou-se que três agrupamentos de peças foram desenvolvidos em diferentes momentos e se notou marcas de regularidade entre os audiovisuais de cada conjunto. Por isso, as informações sobre a produção das peças, oriundas de textos que precedem ou sucedem os audiovisuais promocionais analisados em nível intratextual, são apresentadas como breves caracterizações das regularidades observadas.

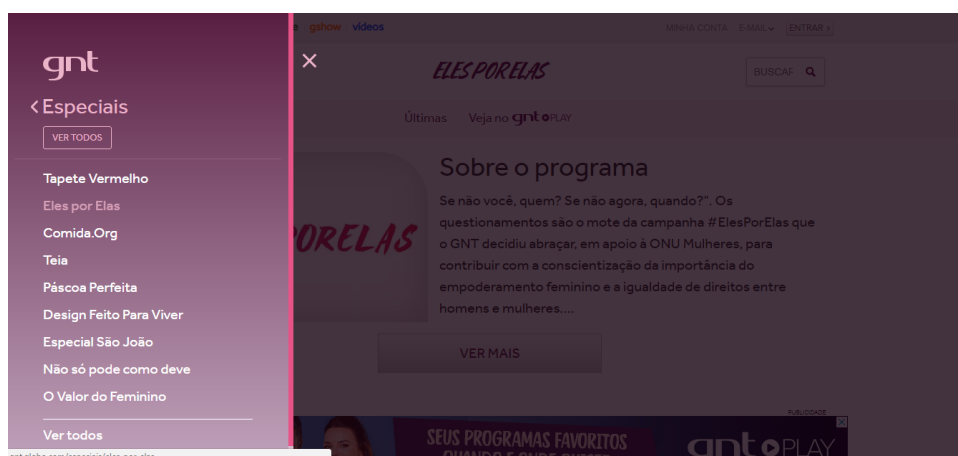
O nível intratextual discursivo (plano de conteúdo) e expressivo (plano da expressão) embasa a análise das peças audiovisuais difundidas pelo canal televisivo GNT. Para evidenciar o plano de conteúdo, realizou-se a análise dos dispositivos de tematização, figurativização, actorialização, temporalização, espacialização e tonalização. No plano da expressão foram destacadas as operações com linguagens sonoras e visuais e as operações com meios técnicos relacionadas às análises de caráter sintático. Ou seja, visou-se ressaltar as operações que possibilitassem elucidar os dispositivos actorialização, temporalização, espacialização e tonalização. Não se optou por apresentar a análise de nível expressivo em conjunto aos dispositivos de caráter semântico (tematização e figurativização), pois se percebeu, durante o exame das peças, que esta opção não acrescentava dados diferentes e relevantes para a pesquisa. Através da análise intratextual, procurou-se, então, identificar as dimensões discursiva e expressiva adotadas nos textos com a finalidade de convidar os homens para se aliarem à luta pela igualdade de gênero e contra o sexismo. Por visar um exame satisfatório e para evitar uma leitura fatigante, sem perder de vista o rigor da análise intratextual, propôs-se a organização do capítulo voltado à intratextualidade através de uma divisão em três seções que evidenciam regularidades encontradas na análise e apresenta os resultados em quadros.

Por fim, apresenta-se uma discussão a partir dos resultados das análises paratextual, intertextual e intratextual associados à reflexão teórica sobre lugares de fala e feminismo, o que possibilita interpretações e avaliações críticas sobre a problemática que envolve a tese.

Vale salientar que a coleta das peças de divulgação veiculadas no canal GNT e assinadas pelo ElesPorElas/*HeForShe*, analisadas em nível intratextual, foi realizada através do site

oficial da emissora na internet. As peças da campanha que foram difundidas pelo canal eram disponibilizadas ao público em uma aba especial do site denominada “Eles por Elas”, como se observa na Figura 4, a seguir. Consta-se que aos fins do ano de 2019, a aba de “Especiais” foi excluída do site do GNT. O outro texto audiovisual que se relaciona à campanha, usado na análise paratextual, também estava disponível no site.

Figura 4 – Aba especial “Eles Por Elas” no site do canal GNT



Fonte: GNT, 2018.

As peças audiovisuais selecionadas que compõem o *corpus* empírico analisado nesta tese são oito no total. Consta-se que para a análise de nível paratextual, considerou-se pertinente selecionar uma peça audiovisual que concede informações sobre a campanha. Para facilitar o acesso aos textos audiovisuais analisados, optou-se por disponibilizá-los em um canal no Youtube, que pode ser acessado através do *link* presente no Anexo A da tese. As características básicas das peças selecionadas estão organizadas no Quadro 3, que pode ser observado a seguir.

Quadro 3 – Características das peças que compõem o *corpus* empírico

	Título	Tempo
Peça 01	Convite de Astrid Fontenelle e Rodrigo Hilbert	01'00"
Peça 02	Convite de Bela Gil e Marcelo Tas	01'00"
Peça 03	Frases de ódio vs. frases empoderadas	01'20"
Peça 04	Fala de Camila Pitanga	00'45"
Peça 05	Fala de Preta Gil	00'45"
Peça 06	Fala de Sheron Menezes	00'45"
Peça 07	Fala de Léa T.	00'45"
Peça 08	Fala de Anselmo Vasconcelos	00'45"

Fonte: Elaboração do autor.

No que se refere à caracterização das peças que compõe o objeto empírico analisado, é importante constar a ponderação de que tais peças veiculadas sobre a *ElesPorElas/HeForShe* pelo canal televisivo GNT são definidas como textos pertencentes ao gênero promocional (CASTRO, 2009; 2013; 2015). Ou seja, estão vinculadas ao discurso de publicização na TV e centram-se especificamente na divulgação e promoção das marcas da campanha e do próprio GNT e dos ideais feministas de luta contra o sexismo e pela igualdade entre os gêneros.

Castro (2009) observa a origem do termo promoção (do latim, *promovere*) e salienta que seu significado está associado à noção de impulso para frente, engrandecimento, ênfase e elevação de algo visando torná-lo mais conhecido e prestigiado. Assim, quando aplicada ao fazer televisual, para a autora, tal promoção marca um conjunto de produções voltadas a tornar público um produto, serviço, marca, ideia, valor, conceito etc. Castro (2013, p. 158) explica que o desenvolvimento de uma variedade de investigações sobre o discurso publicitário em televisão permitiu a proposição de um verdadeiro gênero televisual:

[...] o promocional, voltado à finalidade primeira de propagação e/ou conferência de prestígio em diferentes tipos de produtos: desde aquele, oriundo de um anunciante externo, mediante compra de espaço; ou de uma emissora, para divulgar produtos; às chamadas da emissora sobre o próprio fazer; passando por inserções de merchandising nos programas; e, até, de espaços socioeducativos e socioinstitucionais, veiculados com a chancela de patrocinadores externos ou da própria empresa de comunicação.

Vale constar que Castro (2009) já especificou que tal movimento promocional se difere da noção de *marketing*, o qual é definido como um conjunto de práticas voltadas ao relacionamento de uma empresa com o mercado através de atividades divulgação de ideias, promoção de produtos e serviços e publicidade em geral. Por outro lado, Castro (2009) explica que a promocionalidade se caracteriza pela publicização já que alia a veracidade de informações à subjetividade das emoções constrói um misto de informação e encantamento.

No caso específico das peças promocionais sobre a campanha *ElesPorElas/HeForShe*, televisionadas pelo canal GNT, pode-se avaliar, de antemão, que estão associadas ao gênero promocional através da finalidade de propagação e/ou conferência de prestígio a um produto de caráter socioeducativo e viés feminista, com a chancela da própria empresa comunicacional. Vale destacar que Castro (2015, p. 290) pondera que, de modo geral, “ninguém fala dos outros sem, antes, falar de si próprio. E o mesmo parece acontecer com a televisão, quando está no ar: tudo o que nela é produzido e exibido tem, no fundo, a crescente vocação de falar muito mais de si do que dos acontecimentos do mundo exterior”. Nessa lógica, a chancela dada à campanha

pela empresa de televisão GNT vincula a marca do canal aos ideais da *ElesPorElas/HeForShe* e demonstra que a emissora corrobora e levanta a bandeira social em defesa da luta contra o sexismo.

Deve-se salientar, ademais, que, apesar de os produtos audiovisuais analisados se caracterizem como pertencentes ao gênero promocional pela finalidade de propagação de uma ideia socioeducativa, seria ingênuo acreditar que não se pretende alcançar lucros econômicos de alguma forma. Castro (2013) explica que independentemente do conteúdo exposto por tais textos, eles não se desvinculam do caráter mercadológico, já que beneficiam financeiramente, de algum modo, os anunciantes e a própria emissora, através de consumo ou algum processo de troca. Assim, a autora sustenta que os textos promocionais são marcados pelo tensionamento de dois eixos principais:

o comercial (interesseiro), voltado para a explicitação e a conferência de atributos, qualidades e benefícios de produtos, marcas, pessoas, serviços e para a escolha de temas que possam influenciar hábitos e comportamentos dos telespectadores; e o simbólico (cativante), representado na construção metafórica, na representação surpreendente, no recurso poético, na brincadeira inesperada, no jogo de palavras/imagens, na exploração da fantasia (CASTRO, 2013, p. 158).

Desse modo, o movimento de promocionalidade deixa suas marcas discursivas nos intervalos comerciais, além de também serem inseridos em programas variados e até mesmo pode direcionar as políticas das empresas de comunicação. Assim, Castro (2013, p. 161) destaca que o texto promocional chama a atenção do público para os benefícios que um produto, que uma ideia, ou até que a própria emissora, trazem às sociedades, “[...] mobilizando saberes e valores que ressaltem o consumo como condição de inserção social e de condição de um mundo melhor”. Com isso, a autora ressalta a importância, para a análise, de conhecer as configurações socioeconômicas, políticas e culturais da empresa, assim como sua posição no mercado e na sociedade e a atual relação da emissora com seu público.

Isto posto, definiu-se que os capítulos analíticos que se seguem apresentam primeiramente contextualizações sócio-históricas, em nível paratextual, sobre a campanha *ElesPorElas/HeForShe* e sobre o canal televisivo GNT, que demonstram as configurações socioeconômicas, políticas e culturais do objeto empírico, considerando as posições frente ao mercado, sociedade e definições de público-alvo. Depois, em nível de análise intratextual, examina-se as peças promocionais da campanha veiculadas pelo GNT. Consta-se que a análise das peças foi organizada através de regularidades encontradas na própria análise intratextual. O levantamento feito no âmbito de análise intertextual permite apontar informações sobre a

produção das peças quando as regularidades são apresentadas. Por fim, realiza-se uma interpretação e avaliação dos resultados que os relaciona com o debate teórico sobre lugares de fala e feminismo.

CAPÍTULO IV
EVIDÊNCIAS PARATEXTUAIS
DE CONTEXTUALIZAÇÕES SÓCIO-HISTÓRICAS E ENUNCIATIVAS:
A CAMPANHA ELESPORELAS/HEFORSHE E O CANAL TELEVISIVO GNT

Difundiu-se, como já visto, que as lutas contra o sexismo e pela igualdade de gêneros se desenvolveram sobretudo através da liderança daquelas socialmente categorizadas como mulheres, visando empreender estratégias de ruptura com diversos aspectos do estado de dominação masculinista, que lhes nega a extensão dos direitos conferidos aos homens, além das evidentes discriminações misóginas que resultam diariamente em agressões físicas e verbais. A luta contra o sexismo e pela igualdade de gênero viu-se, porém, diante da encruzilhada sobre a importância da inserção e participação dos homens nessa causa.

A participação dos homens nos movimentos contra o sexismo, considerada polêmica por algumas vertentes feministas radicais, encontra sua base no entendimento de que as reivindicações da luta política congregam a igualdade entre mulheres e homens que se relacionam diariamente em diversos âmbitos sociais, além de que estudos sobre masculinidades já evidenciaram como o estado de dominação masculinista atinge aos homens de várias formas. Por isso, eles precisariam ser envolvidos na luta, atentando para o diálogo com as mulheres e com o feminismo. Sob este prisma, seria necessária a assimilação dos homens quanto sua participação, suas responsabilidades e contribuições a que todos/as alcancem os objetivos almejados pela causa. Diante do panorama até aqui apresentado, a emergência do fenômeno empírico de que um sujeito fale em conjunto a outro/a chama a atenção para reflexões sobre a noção dos lugares de fala no âmbito dos debates sobre gênero.

O presente capítulo demonstra empiricamente a situação de um sujeito ser convocado/a e se dispor a falar sobre um lugar social adscrito à identidade de outro/a no contexto das relações de poder – no caso desta pesquisa, quando os categorizados como homens são convocados para falar sobre a luta pela igualdade de gênero historicamente liderada pelas mulheres. Este capítulo de caráter analítico, então, divide-se em duas seções orientadas pela análise paratextual de contextualização sócio-histórica e enunciativa, através de pesquisa bibliográfica e entrevista. A primeira, de aspecto amplo, apresenta o movimento *ElesPorElas/HeForShe*, desenvolvido pela ONU Mulheres, que objetiva contribuir para a inserção dos homens nas lutas pela igualdade de gênero, a segunda, de aspecto restrito, aborda a história do canal televisivo por assinatura GNT e evidencia a atual articulação da emissora com a campanha e com a luta contra o sexismo.

4.1 ANÁLISE PARATEXTUAL AMPLA: CAMPANHA ELESPORELAS/HEFORSHE

Ao ter em vista que o surgimento da campanha *ElesPorElas/HeForShe* deu-se de modo independente ao canal televisivo GNT, já que foi incorporada ao canal cerca de 10 meses após o seu lançamento, optou-se por analisar o contexto sócio-histórico e enunciativo da campanha separadamente através do nível de paratextualidade ampla. Para tanto, a constituição da campanha é apresentada a seguir por meio de três estratégias de análise: contextualização histórica e da identidade visual; protagonismo feminino e convite à cooperação masculina; desenvolvimento, implementação e alcance da campanha. Esta etapa da análise objetivou apresentar as visões da campanha sobre a luta contra o sexismo que sustenta a *ElesPorElas*, por isso, foi embasada, principalmente, em publicações do site da *ElesPorElas* na internet; no enunciado de lançamento proferido por Emma Watson (Peça 11); e em entrevista sobre a campanha realizada com Nadine Gasman, representante da ONU Mulheres no Brasil, a qual está disponível no apêndice B.

4.1.1 Contextualização histórica e da identidade visual

O movimento *HeForShe*, traduzido no Brasil como *ElesPorElas*, foi lançado em âmbito global no dia 20 de setembro de 2014 pela ONU, em Nova York, e desenvolvido pela ONU Mulheres. Define-se como um movimento em favor da busca pela igualdade entre os gêneros e luta contra o sexismo, que visa envolver os homens na luta por esta causa para alcançá-la de fato. A campanha se origina e se constitui como um meio de implementação do Plano Estratégico Global da ONU Mulheres (2014-2017), desenvolvido com base nas conclusões aprovadas durante a 48ª Sessão da Comissão das Nações Unidas sobre a Situação das Mulheres, realizada em 2004, em que se evidenciou, entre outras coisas, a importância da participação dos homens nos movimentos pela igualdade de gênero e solicitou a eles que exercessem papéis e responsabilidades nesta causa (ONU MULHERES, 2015a).

Vale salientar que a Comissão sobre a Situação das Mulheres, de acordo com Raewyn Connell (2016), é uma das mais antigas agências da ONU, datando dos anos 1940; é uma das maiores reuniões anuais de lideranças mundiais com o objetivo de discutir a situação dos direitos das mulheres. Connell (2016, p. 112) aponta que parte das ONGs participantes do evento de 2004 não estavam satisfeitas com o foco em homens e meninos já que algumas se atinham à visão de que homens seriam exclusivamente perpetradores de violência. No entanto, chegou-se a um consenso, registrado no documento de orientações de políticas públicas adotado

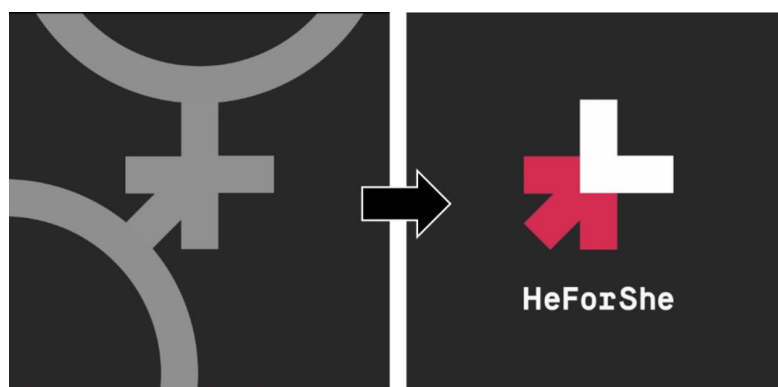
na 48ª Sessão sobre Situação das Mulheres, denominado “O papel de homens e meninos na conquista da igualdade de gênero”. Este foi o primeiro amplo acordo internacional definido sobre o assunto (CONNEL, 2016; CONNEL, PEARSE, 2015).

Reafirmando o compromisso com a igualdade das mulheres e reconhecendo o potencial de ação dos homens e meninos, esse documento faz recomendações específicas passando por áreas de políticas diversas tais como educação, criação de filhos, mídia, mercado de trabalho, sexualidade, violência e prevenção de conflitos. Essas propostas não têm força alguma no direito internacional – o documento é essencialmente um conjunto de recomendações para governos e outras organizações [...]. Ele criou uma referência para futuras discussões sobre igualdade de gênero, apresentando a igualdade de gênero como um projeto positivo para os homens (CONNELL, 2016, p. 112).

Em continuidade, a ONU Mulheres desenvolveu um Plano Estratégico Global (2014-2017) fundamentado nas diretrizes do documento de orientações de políticas públicas de 2004, “O papel de homens e meninos na conquista da igualdade de gênero”. A partir disso, a campanha *HeForShe* foi elaborada e lançada em 2014, visando cumprir o objetivo de colocar em prática as metas almejadas pelo Plano Estratégico de incluir os homens nas lutas contra o sexismo em nível global.

Com a proposição de ilustrar o conceito principal da campanha, de convite à participação dos homens nas lutas contra o sexismo, elaborou-se a marca da campanha. O site do movimento explica que a marca foi pensada ao considerar os tradicionais símbolos que designam o feminino (♀) e o masculino (♂). Com a junção entre os dois ícones desenvolveu-se a marca do *ElesPorElas/HeForShe*, que busca representar a luta pela igualdade de gêneros em benefício de todas/os através da união entre sujeitos de gêneros diferentes. A união dos símbolos na construção da marca e suas características podem ser vistas na Figura 5, a seguir.

Figura 5 – Marca da campanha *ElesPorElas/HeForShe*



Entende-se que o objetivo da campanha foi o de que a marca contrastasse de forma dinâmica a cor *Pink*, da família magenta, no símbolo masculino e o branco no feminino, em um fundo cinza escuro. A escolha pelo *Pink* (magenta) em destaque, de acordo com o site, expressa juventude, energia e ação, além da paixão e estímulo do movimento. Salienta-se, ademais, a opção de utilizar a cor *Pink* no símbolo masculino, já que ela é geralmente associada ao feminino. Acredita-se que esta escolha demonstra a tentativa de desconstrução de estereótipos sociais preconceituosos e defende que características julgadas como femininas também sejam manifestadas pelos homens, além de indicar que os homens poderiam levar as expressividades da cor – uma nova energia, ação, paixão e estímulo – à luta contra o sexismo.

Durante o ano de 2015, a página oficial do movimento na internet explicava que as lutas pela igualdade de gênero foram criadas e lideradas apenas pelas e para as mulheres, mas que os homens já começavam a participar de ações e debates relacionados ao assunto, como pode ser observado na Figura 6.

Figura 6 – Aba principal do site da campanha ElesPorElas na internet em 2015



Fonte: Disponível em: <<http://www.heforshe.org/pt>>. Acesso em: 11 set. 2015.

Vale constar que em 2016, a página da campanha na internet sofreu algumas configurações no *layout* e este fragmento foi excluído. Além deste, mais abaixo na mesma aba, mostrava-se dinamicamente algumas frases de apoio às lutas pela igualdade de gênero de homens reputados como influentes no âmbito social internacional, o qual também foi excluído

com a mudança. Podia-se observar os posicionamentos de Matt Damon, ator e cofundador da Water.org (organização sem fins lucrativos que fornece ajuda a regiões sem acesso a água potável e saneamento básico); de Barack Obama, ex-presidente dos Estados Unidos, de Ban Ki-moon, oitavo secretário-geral da Organização das Nações Unidas. Neste campo era onde as pessoas poderiam assinar ao compromisso ElesPorElas/*HeForShe* e comprometerem-se a lutar contra as opressões de gênero. Na Figura 7, a seguir, para exemplificar, pode-se ver o posicionamento de Ban Ki-moon: “A violência contra mulheres e meninas é um problema global; prejudica mulheres, famílias, comunidades e sociedades. Nós só podemos pará-lo trabalhando juntos. Mulheres e homens” (tradução nossa).¹⁶

Figura 7 – Fragmento da aba principal do site da ElesPorElas em 2015 com frase de apoio à campanha por Ban Ki-moon

Fonte: Disponível em: <<http://www.heforshe.org/pt>>. Acesso em: 11 set. 2015.

Nesse encadeamento de mudanças no site da ElesPorElas, vale destacar que alguns textos oficiais fornecidos na página para *download*, que explicam a campanha e servem de base para a escrita desta seção de análise paratextual ampla, entre 2014 e 2015, eram versões em inglês ou espanhol. Eles foram substituídos em 2015 por textos traduzidos para o português. Os principais documentos disponibilizados no site e utilizados para contextualizar a campanha *HeForShe*/ElesPorElas são: o “Visão geral” (ONU MULHERES, 2015a), que objetiva explicar

¹⁶ A título de curiosidade as frases de Matt Damon e Barack Obama eram, respectivamente: “É um fato objetivo, se você quiser resolver alguns desses grandes, os maiores tipos de problemas de extrema pobreza, você tem que incluir as mulheres. Elas são as únicas que conseguirão fazer isso” (tradução nossa); “Levantar as mulheres levanta a nossa economia e levanta o nosso país... Temos que ter certeza disso... Que alguém está se posicionando por elas” (tradução nossa).

a campanha; o “Kit de ação” (ONU MULHERES, 2015b) voltado para pessoas que se interessam individualmente pelo movimento; o “Impactando universidades” (ONU MULHERES, 2015c), direcionado à promoção da campanha no ambiente acadêmico; e o “Impactando empresas” (ONU MULHERES, 2015d), orientado à promoção da mesma no meio empresarial. Importa salientar que tais documentos se referem ao *ElesPorElas/HeForShe* ora como campanha ora como movimento, por isso também são utilizadas as duas designações neste trabalho. Algumas informações gerais sobre a campanha se repetem nesses documentos diferem-se em poucos apontamentos relacionados às especificidades dos seus públicos-alvo.

Ademais, para o desenvolvimento da análise paratextual ampla e para esclarecer eventuais dúvidas sobre a *ElesPorElas*, também foi realizada uma entrevista por e-mail sobre a campanha com Nadine Gasman, representante da ONU Mulheres no Brasil, em julho de 2017. Quando questionada sobre o que motivou a criação da campanha, ela explica:

O movimento de solidariedade *ElesPorElas/HeForShe* foi criado pela ONU Mulheres para reunir pessoas de todos os sexos, gêneros, raças, etnias e classes sociais num esforço global para a remoção das barreiras sociais e culturais que limitam as mulheres e as impedem de usufruir de seus direitos humanos. Desde seu lançamento em 2014 pelo Secretário Geral da ONU, Ban Ki-moon, e pela Embaixadora da Boa Vontade da ONU Mulheres, Emma Watson, centenas de milhares de pessoas de todo o mundo — incluindo Chefes de Estado, CEOs, personalidades globais, e pessoas de diferentes estilos de vida e classes sociais — apoiaram o movimento e se comprometeram com a igualdade de gênero (GASMAN, 2017, p. 1).

A *HeForShe* foi lançada na sede da ONU em Nova York. O enunciado de lançamento da campanha foi proferido pela atriz britânica Emma Watson (Peça 11), nomeada Embaixadora da Boa Vontade da ONU Mulheres em março de 2014. Na reunião de setembro, para lançar a campanha, Watson se dirigiu às autoridades e convidados/as presentes pedindo ajuda para acabar com a desigualdade de gênero, ao ponderar que para isso ser possível, realmente tangível de ser realizado e não apenas um assunto em pauta, é necessário o envolvimento de todas e todos. Ela, então, explica que a campanha objetiva mobilizar cada vez mais homens e meninas a participarem dessa mudança e ressalta que o *HeForShe* é o primeiro movimento deste tipo desenvolvido pela ONU, ao se caracterizar pelo direcionamento do debate sobre igualdade de gênero também aos homens.

Emma se dirigiu aos homens em geral, convidando-os a assumirem um papel a favor da luta pela igualdade de gênero, para que tanto as mulheres como os homens pudessem se beneficiar da causa. Assim, ela indicou que luta por uma palavra de união e que o movimento para tal união já existe: o *HeForShe*. Ao fim de sua fala, ela convida os homens a se mobilizarem na luta pela igualdade de gênero, a serem vistos nesta causa e a refletirem: “Se

não eu, quem? Se não agora, quando?” (WATSON, 2014). Essas perguntas tornaram-se o *slogan* da campanha e são apresentadas e difundidas em diversos âmbitos nos quais a *ElesPorElas/HeForShe* é promovida e veiculada, inclusive na produção audiovisual produzida pelo GNT.

Durante o enunciado de lançamento da campanha, a atriz expõe como surgiram as questões que se tornaram o *slogan* da campanha. Em um momento, ela apresenta um tom de humor e, rindo, brinca: “Você pode estar pensando: quem é essa garota do Harry Potter? E por que ela está discursando na ONU? É realmente uma boa pergunta! Eu estive me perguntando a mesma coisa. O que sei é que me importo com esse problema e quero melhorá-lo” (WATSON, 2014). Ela admite que este é o estímulo que a levou a ponderar, nos momentos de dúvida e nervosismo sobre o seu discurso e seu direito de estar ali, como uma pessoa privilegiada e ao considerar outras personalidades que talvez poderiam desempenhar melhor aquele papel: se não fosse ela, quem estaria ali, senão naquele momento, quando? Na Figura 8, a seguir, pode-se notar a feição sorridente e de humor no trecho correspondente a este momento de sua enunciação, além de outros fragmentos do vídeo.

Figura 8 – Trechos do enunciado de Emma Watson para o lançamento da *HeForShe*



Fonte: Watson (2014).

Avalia-se que a frase “Se não eu, quem? Se não agora, quando?”, que aparece nas divulgações da campanha, difundidas inclusive pelo canal GNT, é uma reverberação do enunciado de lançamento proferido por Emma Watson (Peça 11). Pode-se perceber, então, a reiteração e apropriação de outra voz que não apenas as que estão aparentemente presentes nos respectivos textos que serão analisados no próximo capítulo (a voz de Emma). Tem-se em conta que os textos audiovisuais analisados em nível intratextual posteriormente reconhecem e atualizam as palavras precedentes de Watson (2014).

A representante da ONU Mulheres, Nadine Gasman, quando questionada em entrevista sobre a aceitação da *ElesPorElas/HeForShe* pelo público em geral, ressaltou e justificou a importância do discurso de Emma Watson para o bom recebimento da campanha desde o início:

A aceitação da *ElesPorElas/HeForShe*, no entanto, tem sido muito grande e positiva desde o dia do seu lançamento com o discurso da Embaixadora da ONU Mulheres, Emma Watson, por ela ter trazido argumentos com os quais as pessoas se identificam imediatamente, o que levou à viralidade do seu discurso. Ela mostrou que a pressão social que impõe aos homens formas hegemônicas de masculinidades faz com que eles se tornem opressores e, conseqüentemente, as mulheres sejam oprimidas (GASMAN, 2017, p. 3).

Nesse ângulo, consta-se que o *ElesPorElas/HeForShe* passa a ser reconhecido como um movimento global de luta contra o sexismo, que objetiva auxiliar os homens a reconhecerem as pressões sociais que sofrem por conta das formas hegemônicas de masculinidades vigentes, bem como seus privilégios e conseqüentes opressões às mulheres. Assim, convida-os a cooperarem com elas nas lutas pela igualdade de gêneros, mas importa atentar que a campanha não pretende que elas percam o protagonismo das lutas.

4.1.2 Protagonismo feminino e convite à cooperação masculina

Uma das principais mensagens da campanha faz referência à proposta de que os homens também “levantem suas vozes” em prol das lutas pela igualdade de gênero: “*ElesPorElas* é um movimento de solidariedade pela igualdade de gênero, que envolve homens e meninos como defensores e partes interessadas para quebrar o silêncio, levantar suas vozes e para agir rumo ao alcance da igualdade de gênero” (ONU MULHERES, 2015b, p. 1). Pode-se associar esta formulação com a orientação de que os homens assumam um lugar de fala a favor da luta historicamente liderada pelas mulheres. Entende-se que, de modo algum, isto significaria dizer que a proposta da campanha é de que eles assumiriam o lugar de fala delas, roubando-lhes o protagonismo dos movimentos feministas. Por outro lado, compreende-se como um convite à

cooperação masculina na luta contra o sexismo. Aliás, este alinhamento aos objetivos da campanha é um dos motivos pelos quais se optou por tratar a noção lugares de fala no capítulo teórico em um viés que considera um sujeito “falar com outro” e não “pelo outro”.

A partir de um embasamento histórico, a campanha reconhece que os movimentos feministas e de mulheres obtiveram avanços importantes nas reivindicações pela igualdade de gênero, relacionados à saúde, à educação, à economia e à participação política, por exemplo, mas entende que a igualdade de gênero propriamente dita em diferentes esferas ainda precisa ser alcançada em todos os lugares do mundo. Ao destacar, então, o momento de mudanças nos objetivos da Agenda de Desenvolvimento Sustentável pós-2015 da ONU como uma “[...] oportunidade única para posicionar a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres no centro da agenda global” (ONU MULHERES, 2015a, p. 1), admite-se que diversos processos históricos vinculados a essas lutas tornam propício o envolvimento dos homens para ajudarem a solucionar os problemas de desigualdade de gênero.

Ao perceber tal desigualdade de gênero como um problema de direitos humanos, a ONU Mulheres (2015a) admite que não apenas as mulheres devem discuti-la e combater-la. A base da campanha se define na constatação de que para alcançar a igualdade é preciso empregar uma abordagem de inclusão dos homens nos movimentos de lutas contra o sexismo, atestando suas responsabilidades e seu papel sobre os aspectos machistas presentes na sociedade e visando sobretudo os direitos das mulheres que são negados historicamente (ONU MULHERES, 2015a; 2015b; 2015c; 2015d). Acredita-se que para isso é necessária a realização de mudanças sociais, culturais e institucionais, nas quais os homens percebam a importância de basear a sociedade em um cenário de igualdade de gênero (ONU MULHERES, 2015a). Desse modo, o ElesPorElas “[...] é um esforço global para envolver homens e meninos na remoção das barreiras sociais e culturais que impedem as mulheres de atingir seu potencial, e ajudar homens e mulheres a modelarem juntos uma nova sociedade” (ONU MULHERES, 2015c; 2015d, p. 1).

Nas palavras de Nadine Gasman, representante da ONU Mulheres no Brasil, quando questionada sobre o conceito da campanha:

O movimento *HeForShe* é um movimento de todas e todos. Não se trata de mulheres ou homens, trata-se da elaboração de uma visão compartilhada de que a igualdade de gênero é uma questão de justiça a benefício de todos os seres humanos. Por esse motivo, o movimento *HeForShe* convida não só as mulheres, mas também os homens para participarem, pois acredita que eles também precisam se tornar parte do movimento para promover os direitos das mulheres, tanto como defensores, quanto como partes interessadas. Fornecendo uma abordagem sistemática e uma plataforma segmentada por meio da qual a comunidade global pode se engajar e se tornar agentes de mudança na busca pela igualdade de gênero, o movimento *HeForShe* visa a promover reflexão e ação sobre a responsabilidade que homens e meninos têm na

eliminação de todas as formas de violência e discriminação contra as mulheres e meninas (GASMAN, 2017, p. 1-2).

A ONU Mulheres (2015a, p.3) aponta que a campanha é uma oportunidade para gerar solidariedade entre homens e mulheres na conjuntura da igualdade entre os gênero; para envolvê-los, fazendo com que eles se identifiquem com esse assunto ao reconhecerem os benefícios de libertar todas e todos das opressões machistas e de estereótipos de gênero; além de atentar especialmente à participação do público jovem, o qual compõe cerca da metade da população mundial, com o objetivo de dar um novo estímulo ao movimento das mulheres (ONU MULHERES, 2015a, p. 3-4).

No que se refere ao feminismo, vale apontar que no lançamento da campanha, Watson (2014), apontou o movimento como o ideal de igualdade política, econômica e social entre os gêneros, a crença de que homens e mulheres devem ter direitos e oportunidades iguais. Ela declarou, em contraponto, que já percebeu, ao falar sobre feminismo em diferentes situações, que tal movimento é visto por muitas pessoas (inclusive mulheres) como um sinônimo de repúdio aos homens. Sobre isso, ela afirma: “Se existe algo que tenho certeza é que isto precisa parar” (WATSON, 2014). As pesquisas realizadas pela atriz para a produção de seu enunciado, a fizeram constatar que a palavra “feminismo” também passou a ser vista como impopular, o que fez com que até mesmo mulheres escolhessem não se identificarem como feministas. Ela indica que, simplesmente por se dizerem feministas, às vezes mulheres são caracterizadas como tendo “[...] opiniões vistas como muito fortes, sendo agressivas demais, isoladoras e anti-homens, até mesmo pouco atraentes” (WATSON, 2014).

Para evidenciar as reais lutas do feminismo, aproximá-las de mulheres antifeministas e refutar algumas crenças, Watson (2014) conta o seu processo pessoal para se identificar como feminista, que foi desde uma confusão ao ser chamada de mandona aos oito anos, passando pela sexualização por membros da mídia aos 14 e a percepção que seus amigos homens eram incapazes de expressar seus sentimentos aos 18. Além disso, ela destaca seus próprios ideais que se relacionam ao movimento, como o entendimento de que ela deve ser remunerada da mesma forma que seus colegas de profissão homens, que deve tomar decisões sobre o próprio corpo, que deve haver mulheres na política para também decidirem o que afetará a sua vida, que deve receber o mesmo respeito que os homens. Vale apontar que Gasman (2017, p. 3) deixa claro que o feminismo é “[...] um movimento protagonizado pelas mulheres em defesa dos direitos das mulheres e da igualdade de gênero para todas as pessoas” e também pode ser visto deste modo pela campanha *ElesPorElas/HeForShe*.

No lançamento da *HeForShe*, Watson (2014) ainda referenciou um pronunciamento de Hilary Clinton, em Pequim, no ano de 1997, sobre os direitos das mulheres, e ressaltou que apenas 30% da audiência era composta por homens e questiona: “Como podemos realizar a mudança no mundo quando apenas a metade das pessoas é convidada ou se sente à vontade para participar desta conversa?” (WATSON, 2014). Assim, ela estendeu a problemática da igualdade de gênero também aos homens e os convidou à cooperação na luta contra o sexismo, identificando aspectos machistas que interferem em suas vidas e mostrando que eles também não têm os benefícios da igualdade entre os sexos e sofrem com os estereótipos de gênero. A atriz exemplifica este cenário ao considerar um pai visto como um educador menos importante que uma mãe; jovens que sofrem com doenças mentais, mas que se negam a pedir ajuda para não parecerem menos “machos”; estatísticas que mostram que o suicídio é a maior causa de mortes entre homens de 20 a 49 anos no Reino Unido; homens frágeis e inseguros por se basearem em um entendimento distorcido sobre o que constitui a ideia de sucesso masculino. Assim, ela ressalta:

Ambos, homens e mulheres, deveriam ser livres para serem sensíveis. Ambos, homens e mulheres, deveriam ser livres para serem fortes. É a hora de começarmos a entender o gênero em um só espectro, ao invés de dois lados de ideais opostos. Se pararmos de nos definir pelo que não somos e começarmos a nos definir pelo que somos, nós poderemos ser mais livres. E é disto que a *HeForShe* se trata. É sobre liberdade (WATSON, 2014).

É a partir disso que Watson (2014) e a própria campanha *ElesPorElas* se dirigem aos homens como partes necessárias na luta contra o sexismo. Em seu enunciado, a atriz pede que os homens assumam esse papel tanto pelas mulheres, para que elas se livrem das discriminações, quanto pelos próprios homens, para que exerçam o direito de serem sensíveis e vulneráveis, de modo geral, para que vieses sexistas percam as forças. Desse modo, ressalta-se o convite aos homens para também serem agentes na luta pela igualdade de gênero e contra o sexismo – o enunciado de lançamento da campanha não sugere um roubo do protagonismo feminino, apenas o convite à cooperação masculina.

Além disso, ainda é importante destacar, referindo-se ao contexto teórico sobre lugares de fala em relação à campanha, que a proposta do *ElesPorElas/HeForShe*, como defende Gasman (2017, p. 3) “é que os homens olhem para o próprio comportamento, e não que assumam o lugar de fala das mulheres”. Dessa forma, acata-se que a campanha reivindica que os homens defendam e falem sobre a luta pela igualdade de gênero, contra o sexismo e em defesa dos direitos das mulheres a partir de seus próprios lugares, reconhecendo-os e refletindo

sobre eles antes de tudo. Percebe-se que a abordagem levantada pela campanha condiz com a discussão teórica sobre o exercício dos lugares de fala em conjunto ao outro, desenvolvido no primeiro capítulo, sobretudo o tratamento sustentado por Linda Alcoff (1991), Djamila Ribeiro (2017) e Marcia Tiburi (2018).

Nota-se que a campanha visa o protagonismo feminino nas lutas contra o sexismo, mas se baseia no argumento de que a solidariedade dos homens nas causas defendidas pelo movimento feminista é crucial para se alcançar o fim da exploração sexista e opressão. Por isso, estende-se um convite à cooperação masculina, ao observar a luta pela igualdade de gêneros como uma problemática de direitos humanos. Desse modo, Gasman (2017) defende que:

Para contribuir para o feminismo, é preciso refletir masculinidades positivas e, para isso, é preciso que os homens sejam parte da solução. Não haverá uma transformação para um Planeta 50:50 de igualdade de gênero se não houver um reconhecimento do papel dos homens nesse processo e uma mudança de comportamento deles, que são a metade da população que está ocupando as posições de poder e privilégio. Não só as mulheres, mas também os homens têm as suas escolhas limitadas e o seu comportamento pré-determinado pelos estereótipos de gênero. A questão é que, nessa diferenciação, as mulheres são as maiores vítimas de diferentes formas de violência e desvantagem. Se alcançarmos a igualdade de gênero, todas as pessoas, independente do gênero, terão oportunidades iguais e serão livres para se expressar e fazer suas próprias escolhas (p. 3).

A reflexão de masculinidades positivas, como já apontado no segundo capítulo, desenvolve-se frente ao reconhecimento de que homens são parte necessária para o fim do sexismo. Diante disso, a campanha centra esforços na sensibilização de que o sexismo não é benéfico para ninguém e que os homens precisam ser convocados a estarem junto às mulheres, que desde o início protagonizam o feminismo, na luta contra o sexismo, exploração e opressão. Vale, ademais, destacar que tais propósitos são bem delimitados e organizados em diferentes estratégias de implementação, o que possibilita alcançar diversos grupos, empresas, universidades, chefes de estado e personalidades.

4.1.3 Desenvolvimento, implementação e alcance da campanha

A campanha *ElesPorElas/HeForshe* é um movimento de nível global, que objetiva, como já foi visto, combater o sexismo ao redor de todo o planeta. Para que haja uma tangível viabilidade de conquista da realização de tal meta e para que ela não fique apenas no nível da ideia, como foi ressaltado no lançamento da campanha, conta-se com uma organização previamente estruturada. O desenvolvimento da campanha em nível global tornou-se possível

graças à estrutura organizacional preexistente de escritórios nacionais e regionais da ONU Mulheres, como explica Gasman (2017, p. 4):

O movimento *HeForShe* é um movimento global liderado pela ONU Mulheres e segue a mesma estrutura organizacional da ONU Mulheres, que tem o escritório global em Nova York, os escritórios regionais e nacionais. Desse modo, os escritórios da ONU Mulheres ao redor do mundo estão alinhados com a estratégia desenvolvida pelo time da *HeForShe* na sede global da ONU Mulheres.

Como estratégia para implementar a campanha e atingir as suas metas, a ONU Mulheres desenvolveu até setembro de 2015, o Programa-Piloto de Impacto 10x10x10, que visou a participação inicial, em suma, de três âmbitos sociais: governo, setor privado e o público jovem. Assim, promoveu-se o envolvimento de, no mínimo, 10 chefes de Estado, 10 CEOs de empresas e 10 Reitores de Universidades (ONU MULHERES, 2015a; 2015c; 2015d), que se propusessem a identificar abordagens adequadas para enfrentar a desigualdade de gênero na esfera correspondente.

Cada grupo político, empresarial ou universitário, ao se comprometer com a campanha, tem ações específicas para realizar, listadas nos respectivos documentos para *download* no site (ONU MULHERES, 2015a; 2015c; 2015d). Exemplos dessas ações são que chefes de Estado se comprometeram em defender pessoalmente a igualdade de gênero e lançarem nacionalmente a campanha ElesPorElas; as empresas assinaram e se comprometeram a seguir alguns Princípios de Empoderamento das Mulheres predefinidos, além de mobilizarem os funcionários através da campanha; e as universidades implementaram uma sensibilização sobre a temática nos campi e em conjunto a outras universidades, visando lidar com as violências de gênero. Através do Programa-Piloto, procurou-se criar e testar, então, uma base inicial de envolvimento global das pessoas com a campanha.

A partir disso, vale apontar que a representante da ONU Mulheres no Brasil destaca que centenas de milhares de pessoas em todo o mundo (chefes de Estado, CEOs, reitores/as de universidades, professores/as, alunos/as, personalidades globais, e pessoas de diferentes estilos de vida e classes sociais) apoiaram o ElesPorElas e se comprometeram com a igualdade de gênero (GASMAN, 2017, p. 1).

A partir dessas estratégias de ações, a campanha já viabilizou e ainda oportuniza diversas formas de promoção e engajamento das pessoas, em grupos ou individualmente, na luta pela igualdade de gênero em nível global, levando em conta, primeiramente, uma conscientização sobre a temática. Essa primeira fase de conscientização, aliás, é um eixo fundamental para o desenvolvimento dos objetivos do ElesPorElas e é feita através de

informações contidas no próprio site da campanha, das divulgações midiáticas, além de eventos, palestras e debates promovidos por parceiros/as e por quem já se comprometeu. Nessa direção, Gasman (2017) relata que o movimento tem sido tema de milhares de eventos ao redor do mundo e de mais de dois bilhões de conversações nas redes sociais.

Para se ter uma dimensão deste alcance, ao considerar apenas o enunciado de lançamento da campanha, proferido por Watson (2014) destaca-se que o vídeo original, publicado no site *Youtube* pelo canal oficial e internacional da ONU, *United Nations*, foi visto, até a escrita deste texto, 3.437.282 de vezes (três milhões, quatrocentos e trinta e sete mil e duzentas e oitenta e duas de vezes), apresentava cerca de 69 mil curtidas favoráveis e 4,5 mil desfavoráveis.¹⁷ Somente este dado poderia atestar a relevância do pronunciamento de Emma Watson para o movimento *ElesPorElas/HeForShe*, mas, além desta reprodução, outras diversas publicações do mesmo vídeo por outros canais ajudam a multiplicar o número, por exemplo: o canal oficial da *HeForShe* internacional no *Youtube* indica mais de um milhão novecentas e trinta mil visualizações¹⁸; uma versão publicada em um canal pessoal e independente com legendas em português foi visualizada mais de trezentos e oitenta e cinco mil vezes.¹⁹ Ademais, muitas outras cópias do mesmo vídeo, às vezes legendadas para diversos idiomas, foram publicadas independentemente por diferentes usuários do *Youtube* e são vistas em vários países. Isto sem contar a grande quantidade de vezes que o enunciado da atriz foi compartilhado integralmente ou em partes em diversas páginas e perfis de redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*.

Uma das principais formas de medir o alcance da campanha e da compreensão das problemáticas em pauta se dá através das assinaturas individuais ao compromisso de apoio ao movimento e à luta pela igualdade de gênero no site da campanha na internet. O próprio site, ao qual as pessoas são orientadas a acessarem e assinarem o compromisso de apoio ao *ElesPorElas*, já se propõe a contextualizar a luta contra o sexismo e explicar a constituição e objetivos do próprio movimento. Ademais, o site também apresenta uma média de quantidade de eventos promovidos e de conversações sobre a campanha nas redes sociais na internet.

É importante indicar que até o momento de escrita deste texto, o site indicava 2.180.762 assinaturas (números que se mostram em contínuo crescimento). Além disso, o site também mostrava uma média de 1 bilhão e 300 milhões de conversas em redes sociais digitais e cerca

¹⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gkjW9PZBRfk&t=53s>>. Acesso em: 09 mar. 2020.

¹⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Q0Dg226G2Z8>>. Acesso em: 09 mar. 2020.

¹⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=rq-jogDdKFU&t=22s>>. Acesso em: 09 mar. 2020.

de 1 mil e 100 eventos realizados. Contabilizava-se uma média de 1.302.181.862 de ações pela igualdade de gênero promovidas pela campanha, como pode ser visto na Figura 9.

Figura 9 – Alcance da campanha ElesPorElas em conversações, assinaturas e eventos



Fonte: Disponível em: <<http://www.heforshe.org/pt>>. Acesso em: 09 mar. 2020.

Por outro lado, Gasman (2017) explica que a assinatura no site é uma maneira não apenas de realizar medições, mas também um mecanismo que visa principalmente que os homens se informem sobre a campanha e sobre a igualdade de gênero. Porém, ela verifica que existe certa dificuldade de contabilizar o envolvimento real das pessoas individualmente com a ElesPorElas, sendo mais viável constatar o engajamento através das atividades promovidas:

A campanha, no entanto, alcança um público muito mais amplo [do que apenas o perceptível pelas assinaturas no site], de todas as esferas sociais. É muito difícil contabilizar sem uma pesquisa especializada, mas tentamos observar o número de visualizações em vídeos, as audiências dos programas de TV, o número de funcionários de empresas que estão realizando eventos internos para promoção e engajamento do movimento e até mesmo o alcance da campanha em diferentes atividades. Em 2015, por exemplo, o movimento *HeForShe* viajou por todo o Brasil com a caravana Siga Bem, que levou a mensagem da igualdade de gênero e do enfrentamento à violência contra as mulheres por meio de materiais informativos, oficinas e teatro. A realização de oficinas, eventos e engajamento de instituições de todos os setores tem sido uma metodologia da ONU Mulheres para informar e engajar os homens (e todas as pessoas independente do gênero) no movimento ElesPorElas (GASMAN, 2017, p. 2).

Como a campanha disponibiliza materiais de forma gratuita no próprio site e encoraja diferentes grupos a promoverem ações pela igualdade de gênero, torna-se de fato difícil uma medição exata de todas as pessoas que se engajam e que foram alcançadas pelo movimento sem uma pesquisa especializada. Vale a pena apontar que ela destaca que o engajamento do setor privado apresentou resultados importantes para o movimento:

[...] a agência Heads Propaganda criou uma campanha que contou com o apoio de 10 personalidades brasileiras que compartilharam suas histórias de enfrentamento ao machismo, sexismo, racismo e transfobia, e o Grupo Boticário patrocinou o documentário “Precisamos falar com os homens? Uma jornada pela igualdade de gênero”, além de muitas outras atividades criadas com o apoio de múltiplos parceiros como a Semana de Arte *HeForShe* São Paulo (GASMAN, 2017, p. 4).

Faz-se interessante ressaltar que todos esses engajamentos do setor privado, citados por Gasman (2017) como importantes para o movimento, tiveram participações do canal televisivo por assinatura GNT. O canal participou de debates e exibiu episódios da série *Liberdade de Gênero* durante a Semana de Arte *HeForShe* São Paulo, além de exibir na programação da emissora o documentário “Precisamos falar com os homens? Uma jornada pela igualdade de gênero” e veicular a série de vinhetas produzidas pela Heads Propaganda, a qual, inclusive, é analisada em nível intratextual desta tese. Desse modo, pode-se perceber a participação direta e constante do canal GNT com a campanha. Com isso, a próxima seção abordará uma contextualização sócio-histórica da emissora até o momento de aderência ao *ElesPorElas*.

4.2 ANÁLISE PARATEXTUAL RESTRITA: CANAL GNT, UM LUGAR DE VISIBILIDADE DA LUTA CONTRA O SEXISMO?

A partir da contextualização da *ElesPorElas/HeForShe*, desenvolvida como análise paratextual ampla, optou-se por analisar o contexto do canal televisivo GNT, por ser uma empresa midiática envolvida e engajada com a campanha de luta pela igualdade de gênero. Consta-se que, no âmbito brasileiro, o canal de televisão GNT aderiu à campanha e a lançou em 24 de junho de 2015. A seguir, então, é apresentada uma contextualização sócio-histórica e enunciativa sobre a emissora, em nível de análise paratextual restrita, por meio de três estratégias de análise: contextualização histórica, reconfigurações do público-alvo e da identidade visual; evolução da programação; incorporação da campanha *ElesPorElas*. Importa mencionar que a contextualização histórica do canal foi desenvolvida com base na identificação de cinco reposicionamentos da marca, consideradas relevantes em sua história devido às

mudanças ocasionadas a partir das decisões tomadas pela equipe da emissora. Esta etapa da análise objetivou reconhecer a configuração do canal GNT no decorrer de sua história até o momento de aderência à campanha, atentando para as mudanças ocorridas na emissora. A análise foi embasada, principalmente, em pesquisa bibliográfica e documental no site da emissora e parceiros. Vale constar que tentou-se realizar uma entrevista com responsáveis pelo canal para esclarecer eventuais dúvidas, porém negaram-se a participar.

4.2.1 Contextualização histórica, reconfigurações do público-alvo e da identidade visual

Como uma maneira de solucionar problemas de recepção dos sinais da TV aberta por comunidades que não recebiam as transmissões com qualidade, a exemplo de regiões montanhosas ou com muitos prédios, desenvolveu-se o sistema de televisão por assinatura na década de 1940 nos Estados Unidos (ABTA, 2012, online). Através de cabos coaxiais, ligados a antenas de alta sensibilidade, que captam os sinais de TV e os difunde para os aparelhos aos quais estão conectados, foi possível que as programações televisionadas chegassem a lugares com difícil acesso.

No Brasil, as primeiras transmissões de TV por assinatura ocorreram aos fins da década de 1980 com os canais CNN e MTV. A introdução oficial da TV a cabo no Brasil se deu em 1989, também motivada pela resolução de problemas de recepção dos sinais de TV, e foi na década de 1990 que o sistema ganhou força e popularidade com o investimento e inserção de grandes grupos de comunicação no setor (ABTA, 2012, online). A primeira programadora de televisão a atuar no país com a transmissão de TV a cabo por assinatura foi a Globosat, empresa brasileira pertencente ao Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e da América Latina. A participação da Globosat no sistema de TV a cabo se iniciou com a criação de quatro canais: GNT, Top Sports (que passou a se chamar SporTV em 1994), Multishow e Telecine (MARCAS, 2018, online).

Desse modo, o canal de televisão GNT, fechado para assinantes, foi criado em 19 de outubro de 1991 pela programadora Globosat. O GNT é atualmente caracterizado pela Globosat como um canal de entretenimento e informação voltado para o universo feminino, que “reflete, inspira e é inspirado pela vida das mulheres” (MARCAS, 2018, online). Ele pode ser acessado pela televisão através da assinatura de operadoras de TV pagas como Sky, Net, Claro TV, Oi TV, Vivo TV, entre outras, além de estar disponível para acesso na internet, pelo site ou aplicativo do GNT Play, em computadores portáteis ou não e em celulares ou demais dispositivos móveis. O acesso pelo GNT Play possibilita assistir à programação ao vivo ou,

ainda, a episódios específicos dos programas veiculados no canal, através do serviço *On Demand*, que também é disponibilizado por algumas operadoras de televisão, como a Net, a Oi TV e a Vivo TV (GNT, 2015a, online).

De acordo com a Globosat, o GNT “[...] aborda temas como culinária, decoração, moda, beleza, comportamento, saúde, maternidade, humor, debate e séries de ficção” (MARCAS, 2018, online). A programadora também destaca o reconhecimento do canal pelo mercado por meio de pesquisas, como sendo por 10 vezes o veículo de comunicação mais admirado da TV por assinatura (Meio & Mensagem/Pesquisas Troiano Consultoria de Marca); a emissora de televisão mais lembrada por profissionais de Publicidade em 2017 (Painel de Marketing de Veículos); e a marca mais lembrada na categoria “Variedade ou Entretenimento Feminino” da TV por assinatura (Pesquisa *Top Of Mind* 2016) (MARCAS, 2018).

Entretanto, nem sempre o GNT foi uma emissora de TV exclusivamente voltada a um universo considerado feminino. A sigla GNT faz referência à antiga denominação *Globosat News Television*, de quando o canal foi criado. Nesta época tinha um viés também jornalístico, além de tratar de variedades. De acordo com Fabíola Machado (2013), no início se tinha o objetivo de consolidar o GNT como um canal de notícias 24h. Sem sucesso nessa finalidade e com o lançamento do canal de notícias 24h Globo News em 1995, a *Globosat News Television* passou a ser chamada apenas pela sua sigla, GNT, relacionada às iniciais da marca anterior, tornando-se uma emissora exclusivamente voltada a variedades. Tem-se em conta que este foi o primeiro reposicionamento da marca.

Consta-se que em 1998 o canal GNT teve sua estreia internacional em Portugal, em parceria com a Sociedade Independente de Comunicação (SIC), primeira emissora de televisão privada de Portugal (MEMÓRIAROBERTOMARINHO, 2019, online). Durante o período em que esteve no ar em Portugal, o GNT chegou a alcançar o quarto lugar no ranking geral de canais pagos (ESTADÃO, 2003, online). De acordo com a diretora da sucursal do GNT em Portugal naquela época, Christianne Bichucher, tinha-se o objetivo de intensificar o intercâmbio cultural entre os dois países. Conforme a Listagem de canais contemplados na análise de audiências por gêneros televisivos entre 1999 e 2016 de Portugal, o GNT ficou no ar, enquadrado na categoria “entretenimento”, através da SIC, até 2006 (CARDOSO et al., 2017, p. 42). O GNT Portugal deixou de ser exibido devido as partes envolvidas não terem mais chegado a acordos financeiros (CORREIODAMANHÃ, 2006, online).

Machado (2013, p. 57) analisa que, “Como herança importante da época na qual era um canal de notícias, tem-se a credibilidade jornalística associada ao GNT, isso conferiu uma legitimidade ao seu lugar de fala acerca das verdades e dos saberes sobre as mulheres”. A autora

explica, com base em pesquisas feitas pelo Departamento de Marketing da Globosat em 2002, que havia certa dificuldade em definir qual era o público do GNT nessa época, mas que 80% da receita publicitária do canal naquele ano derivavam de 30% da programação, a qual se constituía por atrações que abordavam, de modo geral, temáticas presumidas como direcionadas principalmente às mulheres.

Por isso, em 2003 o GNT iniciou um segundo reposicionamento. Definiu-se o público-alvo do canal principalmente como mulheres entre 25 e 49 anos, das classes A e B. No entanto, conforme Machado (2013), salienta-se que a jornalista e diretora do canal, Letícia Muhana, declarava que o GNT, naquele período, não era um “canal feminino”. Foi em 2003 que se definiu que o canal se manteria voltado às variedades, com sua programação direcionada a temáticas avaliadas como femininas pela diretoria da emissora. Além disso, foram realizadas adaptações na identidade visual do canal. Na Figura 10, a seguir, pode-se observar as mudanças ocorridas na identidade visual da emissora, o primeiro logotipo se refere ao período em que o GNT era um canal principalmente voltado ao jornalismo, a segunda corresponde ao reposicionamento de 1995 e a terceira à configuração no ano de 2003.

Figura 10 – Marcas do GNT lançadas em 1991, 1996 e 2003



Fonte: SENS *apud* MACHADO 2013.

Criada pelo designer gráfico André Luiz Sens, a marca utilizada a partir de 2003 pelo GNT, de acordo com Machado (2013) tinha o objetivo de aproximar o canal a características femininas, através de curvas delicadas que acentuavam características de leveza, delicadeza e sofisticação, mas sem dar exclusividade apenas às mulheres já que utilizava a cor laranja, interpretada como neutra em uma visão estereotipada. Ademais, a sigla GNT era envolvida por um elemento gráfico circular cinza, que também podia remeter ao universo feminino ao

simbolizar uma pérola, a lua ou o ventre de uma mulher grávida. A autora acredita que “Todos esses esforços empreendidos para a mudança da imagem do GNT mostram sua posição de enunciador e sua formação discursiva que, desde então, assentou seus alicerces no feminino e na mulher contemporânea” (MACHADO, 2013, p. 62).

Consta-se que em 2005 Muhana, ainda diretora do canal, encomendou uma pesquisa mercadológica ao instituto Quantas, que visava avaliar os resultados referentes às mudanças realizadas pelo GNT em 2003. De acordo com Rocha (2005), 520 assinantes das operadoras Sky e Net foram entrevistados/as e 71% se diziam satisfeitos ou muito satisfeitos e que, ao quantificar apenas o público feminino entre 18 e 24 anos, o percentual crescia para 82%. Nesse cenário, a pesquisa apontava que os/as entrevistados/as prezavam pelas informações confiáveis em um canal como o GNT, que levavam à reflexão e apresentavam vários ângulos, além da leveza de tratar as temáticas e uma forma inédita de perceber a vida.

Também constatou-se que os telespectadores perceberam as mudanças promovidas no GNT; para eles, o canal ficou mais leve, moderno e com programação mais voltada à realidade e variedades. O GNT também é percebido como formador de opinião, antecipador de tendências, inteligente e dinâmico (ROCHA, 2005, online).

O canal seguiu com as mesmas diretrizes até 2008, quando, de acordo com Machado (2013), adotou-se a assinatura “GNT é pra você” como uma maneira de tentar aproximar a emissora de sua audiência, caracterizada como a “mulher contemporânea”, visando principalmente criar maior intimidade com as mulheres. Considera-se que este foi o terceiro reposicionamento da marca. Consta-se que o foco mercadológico do público-alvo definido em 2003, como mulheres de faixa etária entre 25 a 49 anos, das classes A e B, permaneceu o mesmo neste período (MACHADO, 2013). De acordo com Jorge Espírito Santo, Gerente Artístico e de Conteúdo do GNT da época, o propósito era visto como uma evolução: “o público entende que somos um canal de alma feminina e não queremos mudar isso. Por isso, pensamos em um *on air* que seja uma evolução do que já temos” (PORTALDAPROPAGANDA, 2008, online).

No dia 08 de março de 2008, dia internacional da mulher, então, foi lançado o reposicionamento do canal através de uma nova identidade visual chamada “*on air look*”, com a qual se apresentaram novas vinhetas e uma nova forma de apresentação da marca, que se manteve com os traços curvilíneos e com o elemento gráfico circular, mas ganhou fluidez e movimento através de sua aplicação nas vinhetas, conforme explica Machado (2013, p. 63), ao apresentar um simbolismo aquático de uma gota que passou a envolver a marca, como se pode constatar na Figura 11, a seguir, que mostra trechos de uma vinheta de identificação do canal.

Figura 11 – Vinheta de identificação



Fonte: PONTE; NIEMEYER (2010).

Com isso, a partir de 2008 foi possível perceber que a proposta do canal passou a se filiar a uma adequação de feminilidade voltada a arranjos sociais e econômicos neoliberais (MACHADO, 2013, p. 63-64). Nesse período, o GNT afirmava em suas vinhetas promocionais e em seus programas que se inspirava em um ideal de mulheres poderosas, que fazem várias coisas ao mesmo tempo, que já se realizaram profissionalmente, além de serem boas mães, namoradas, filhas, cuidarem de si-mesmas, sem deixarem de lado a boa forma e um ideal de beleza estereotipado, dando conta de todas as demandas e ainda sendo valorizadas por suas tarefas. Entendia-se que esta proposta se sintonizava com o perfil das telespectadoras. Conforme Carla Esteves, gerente de marketing do canal na época, “A grande inspiração para este *on air* foi justamente a mulher contemporânea. Ela faz mil coisas ao mesmo tempo e tem habilidade para ser, de forma plena, mãe, namorada, profissional, filha... Os papéis são vários e desempenhá-los com desenvoltura já faz parte da natureza desta mulher” (PORTALDAPROPAGANDA, 2008, online).

Machado (2013, p. 63-65) discute e problematiza essa visão de mulheres poderosas difundida pelo canal GNT desde 2008, que se alinha a um ideal pós-feminista. Ela constata que o discurso até então defendido indicava que as mulheres estariam aptas a “dar conta de tudo” e seriam valorizadas por isso, o que deslocava a atenção dos problemas de uma sociedade

masculinista para visibilizar as características de uma feminilidade de beleza estereotipada, trabalhadora e heroica, por ser capaz de fazer tudo e conseguir tudo o que quer – sucesso financeiro, corpo magro e padronizado, responsabilidade de cuidar da casa, dos filhos, do marido, seguir as tendências da moda etc.

Três anos depois foi possível constatar que o posicionamento assumido desde 2008 não foi favorável. Em março de 2011, então, um quarto reposicionamento do GNT foi lançado. De acordo com Sens (2011), as transformações ocorreram tendo em vista as mudanças no perfil da audiência. Assim, o canal procurou se adequar aos novos interesses do seu público. Em entrevista concedida a Sens (2011), a equipe de Criação de Arte da Globosat indicou que esse reposicionamento foi motivado por uma pesquisa qualitativa, a qual revelou que as mulheres brasileiras de 25 a 49 anos pertencentes à classe denominada como AB apreciavam a antiga identidade do GNT, mas não se identificavam com o perfil de mulheres “perfeitas e idealizadas” propagadas pelo canal. Levin (2010) especifica que esse levantamento foi realizado no segundo semestre de 2010 com 400 mulheres de cinco estados brasileiros.

Machado (2013) detalha que essas mudanças reestruturaram o GNT para um direcionamento mais específico de mulheres com a faixa etária entre 25 a 34 anos, o que delimitou um público-alvo nem adolescente, nem de meia idade, nem idoso, mas definido pela emissora como jovem. Com isso houve a retirada de alguns programas do ar e inclusão de outros novos, além da contratação de novos apresentadores/as e de outra mudança na identidade visual do canal e a modificação da assinatura para “GNT com você”. A nova reconfiguração do GNT, de acordo com Machado (2013), procurou aproximar o canal das mulheres consideradas como reais. Percebe-se que a nova proposta buscou se desvencilhar daquele panorama anteriormente difundido de mulheres superpoderosas após a percepção de que a proposta não havia sido bem recebida pelo público.

Alguns meses após as mudanças no canal, impulsionadas pelo quarto reposicionamento, já foi possível observar um aumento estatístico da sua audiência, que teve um salto de dez posições no ranking de emissoras pagas com o mesmo público-alvo. Constatou-se que “No horário nobre a audiência feminina cresceu 35% em comparação com os três primeiros meses de 2011. No período [o segundo trimestre de 2011], mais 1,5 milhão de mulheres assistiram ao canal” (SACCHITIELLO, 2011, online).

No que se refere à identidade visual do canal, percebe-se que a marca perdeu o elemento gráfico circular na cor cinza que a acompanhava e ganhou dinamicidade, com a viabilidade de ser aplicada em diferentes cores agora mais vibrantes. A nova marca do GNT, que permanece

a mesma até a escrita deste texto, pode ser vista na Figura 12, a seguir, em diferentes aplicações e cores.

Figura 12 – Marca do GNT lançada em 2011



Fonte: Sens (2011).

Outros dois marcos importantes na história do GNT se referem às apropriações e usos de novas tecnologias da comunicação. Em 2012, o GNT passou a ser exibido em alta definição – HD (URSINI, 2012, online). Em 2015, o canal lançou o GNT Play, serviço de televisão *on demand*, que pode ser acessado via internet através de diferentes plataformas (como notebook, tablete e smartphone), sem custo adicional para os assinantes, onde ficam hospedados todos os programas já televisionados pela emissora e também é disponibilizada a exibição ao vivo (GNT, 2015c, online).

Com a publicação do trabalho de Machado (2013), percebe-se que até 2013, no entanto, o canal GNT não se preocupava em tratar de assuntos relacionados aos movimentos feministas, à luta contra o sexismo ou igualdade entre os gêneros, apesar de se voltar principalmente (mas não somente) às mulheres. Desse modo, ao começar a atribuir cada vez mais atenção a essas temáticas sociais, sobretudo com a adesão do canal à campanha *ElesPorElas/HeForShe* em

2015, considera-se que houve um quinto reposicionamento da marca, que passou a se preocupar e apresentar a temática de gênero em sua programação e vinhetas promocionais. A incorporação da campanha ao canal será tratada na seção 3.2.3.

Ao observar o levantamento bibliográfico e documental realizado e apresentado até aqui, constata-se que o canal televisivo por assinatura GNT, desde o seu lançamento em 1991, teve cinco reposicionamentos: o primeiro, em 1995, quando se definiu como um canal de variedades e deixou de ser jornalístico; o segundo, em 2003, com a definição do público-alvo principalmente como mulheres de 25 a 49 anos das classes A e B; o terceiro, em 2008, com a identidade visual “*on air look*”, que se centrou na difusão de uma imagem idealizada de mulheres poderosas e perfeitas aptas a fazer e conquistar tudo que quisessem; o quarto, em 2011, que redefiniu o público-alvo principalmente como mulheres com a faixa etária entre 25 a 34 anos, desvinculou-se do tratamento dado às mulheres no posicionamento anterior e visou aproximar o canal da mulher dita real; e o quinto, em 2015, com a adesão à campanha *ElesPorElas/HeForShe*, que colocou em maior evidência a luta contra o sexismo e pela igualdade de gênero no canal GNT.

A partir disso, optou-se por demonstrar, a seguir, como a programação do canal acompanhou esses reposicionamentos.

4.2.2 Evolução da programação

Com o objetivo de se tornar um canal de notícias 24 horas, desde o seu lançamento, em outubro de 1991, até 1995, o GNT veiculou predominantemente uma programação de notícias jornalísticas e documentais, além de variedades, durante cerca de quatro anos. É importante ressaltar que existem poucos registros sobre a programação veiculada durante os primeiros anos do canal, o que inviabiliza uma enumeração exata dos programas e suas características nesse período. No entanto, consta-se que o canal entrou no ar com o programa de moda e comportamento “*Modos, Modas & Manias*”, apresentado pela jornalista Valéria Monteiro, que era produzido pelo próprio GNT através de um material internacional (GAZETADIGITAL, 2004, online).

De modo geral, a programação do canal GNT durante os seus primeiros quatro anos era composta por uma grade de produção própria e de distribuição internacional que “exibia documentários internacionais, programas de culinária, de moda, como o ‘*Modos, Modas e Manias*’, e coberturas jornalísticas, como o impeachment do presidente Collor [em 1992]” (MEMÓRIAROBERTOMARINHO, 2019, online). Ademais, nesse período também

televisionou outros acontecimentos nacionais e internacionais históricos, como a posse do primeiro mandato do ex-presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, em 1993, e a morte do piloto de Fórmula 1, Ayrton Senna, em 1994.

Alguns programas se destacaram na primeira fase do GNT, como o programa de debate “Manhattan Connection”, produzido pelo GNT, lançado em 1993, gravado em Nova York e apresentado por Paulo Francis, Nelson Motta, Caio Blinder e Lucas Mendes (MEMÓRIAROBERTOMARINHO, 2019, online), as séries documentais distribuídas pela *National Geographic Television* (NETO, 1994, online) e o programa culinário “Frugal Gourmet”, apresentado pelo chef Jeff Smith (MELO, 1995, online).

Quando houve o primeiro reposicionamento da emissora, em 1995, passando de um canal de notícias para tratar exclusivamente de variedades, a configuração da grade de programação do GNT foi readequada. Uma explicação dada para esta mudança na programação é o lançamento do canal de notícias 24h Globo News: “Com o lançamento da Globo News, em 1996, o GNT começou a apostar em conteúdos mais diversificados e voltados para temas do cotidiano” (MEMÓRIAROBERTOMARINHO, 2019, online). Ou seja, a criação de um novo canal exclusivamente voltado ao conteúdo jornalístico durante todo o dia também possibilitou que o GNT se segmentasse a um novo público e tratasse exclusivamente de variedades. Desse modo, passaram a compor a programação do canal:

[...] documentários da Globosat, bem como programas de variedades, no entanto, não havia uma definição sobre a audiência à qual sua comunicação televisual se destinaria. Mesmo sem uma delimitação clara de público-alvo, é possível notar uma aproximação da marca e da programação do GNT aos interesses femininos visto que temáticas como saúde, beleza, moda, culinária e comportamento passaram a ser predominantes nos primeiros programas do canal, tais quais “Alternativa Saúde”, “GNT Fashion”, “Diário do Olivier”, “Marília Gabriela Entrevista”, “Programa Martha Stewart”, “Saia Justa”, etc., sendo a maioria deles apresentada por celebridades nacionais e internacionais do âmbito da moda e do entretenimento (MACHADO, 2013, p. 57).

Com o primeiro reposicionamento da emissora, o antigo programa “Modos, Modas e Manias” foi reformulado e transformou-se no “GNT Fashion” e a partir de então apresentado pela atriz Betty Lago, passando o comando para a jornalista Lilian Pacce em 2000 (MEMÓRIAROBERTOMARINHO, 2019, online). A jornalista Marília Gabriela estreou no canal em 1995 com o programa *Aquela Mulher* e, dois anos depois, passou a comandar o *Marília Gabriela Entrevista*. Além disso, “Programas voltados para beleza, comportamento e bem-estar ganharam mais destaque. O ‘Superbonita’, que estreou em 2000, e o ‘Saia Justa’, lançado em 2002, são sucesso de audiência até hoje” (MEMÓRIAROBERTOMARINHO, 2019, online).

Vale constar ainda, que nesse período os programas internacionais passaram a ter uma dublagem em português e novos projetos surgiram, como o canal GNT Portugal, já comentado anteriormente (MEMÓRIAROBERTOMARINHO, 2019, online). É interessante constar, no que se refere à programação, que o canal GNT brasileiro e o português tinham várias diferenças. O GNT Portugal oferecia uma mistura de produções da TV Globo (aberta) e dos canais GNT, SporTV e Multishow e tinha as novelas como a principal atração, apresentadas no horário nobre. “Ao lado das novelas, o Domingão do Faustão, sempre repleto de figurinhas já famosas para os portugueses, está no topo do ranking de programas mais vistos na emissora. Isso, indo ao ar lá com uma semana de defasagem em relação às edições brasileiras” (ESTADÃO, 2003, online). O GNT Portugal também tinha programas de produção própria, como o Brasil Musical, Portugal Musical, ambos sobre música, e o Braços Abertos, que abordava notícias sobre os dois países, com a proposta de desenvolver um intercâmbio cultural.

De volta ao contexto brasileiro, o GNT manteve a mesma programação por cerca de sete anos sem afirmarem que a programação do canal se direcionava principalmente para as mulheres, como se realizassem uma experiência. Até que em 2003, com a nova redefinição do público-alvo do canal (principalmente como mulheres entre 25 e 49 anos, das classes A e B), determinou-se que o canal seria, de fato, voltado para mulheres e homens, mas com ênfase em uma programação que tratava de um universo rotulado por Leticia Muhana, diretora do canal da época, como tendo “alma feminina” (MACHADO 2013, p. 58). Dessa forma, desde 2003, o GNT manteve-se como um canal de variedades e estabeleceu sua grade composta sobretudo por programas e séries nacionais e internacionais acerca de temáticas como saúde, estilo, beleza, gastronomia e moda.

Nesse período, manteve-se o destaque da programação para programas como Marília Gabriela Entrevista, de entrevistas com personalidades realizadas pela jornalista; Saia Justa, de debates sobre assuntos variados comandado por um quarteto de mulheres; Superbonita, de entrevistas com personalidades, sobre beleza e qualidade de vida; Alternativa: Saúde, que abordava a temática da saúde e bem-estar; GNT Fashion, sobre moda e estilo; e Diário do Olivier, sobre viagens e culinária local. Destaca-se também o programa de entrevistas “Irritando Fernanda Young” e a chegada da jornalista Astrid Fontenelle à emissora, em 2007, que estreou à frente do primeiro programa ao vivo do canal, o “Happy Hour”.

É interessante notar que vários programas do GNT tinham uma rotação de apresentadoras bastante fluída, a exemplo do Superbonita e Saia Justa. O Superbonita teve a passagem de oito apresentadoras fixas: Daniela Escobar (2000–2005), Taís Araújo (2006–2009), Alice Braga (2010), Luana Piovani (2011–2013), Grazi Massafera (2014), Ivete Sangalo

(2015–2016), Karol Conka (2017–2018), Camila Pitanga (2019–atualmente), além de uma apresentadora por episódio durante o segundo semestre de 2009. O Saia Justa, que sempre foi apresentado por um quarteto, desde a formação original, que contava com Mônica Waldvogel, Rita Lee, Marisa Orth e Fernanda Young, já teve a apresentação fixa de 22 mulheres, entre elas, as que ficaram por mais tempo à frente do programa estão: Márcia Tiburi e Betty Lago (ambas de 2005 a 2011), Maitê Proença (2006-2011), Astrid Fontenelle e Mônica Martelli (2013-atualmente). Acredita-se que estas mudanças demonstram uma certa versatilidade do canal e o alinhamento dos reposicionamentos do canal a novos rostos e novos pontos de vista.

Por conta da boa aceitação dessa grade de programas pelo público, Machado (2013) relata que já em 2008 se decidiu por manter a mesma programação e o foco mercadológico do público-alvo definido em 2003 como mulheres de faixa etária entre 25 a 49 anos, das classes A e B. De modo geral, ressalta-se que nesse momento a programação do canal tratava as mulheres como superpoderosas, multitarefas e perfeitas.

A partir de um levantamento quantitativo feito no site do GNT sobre a grade de programação do canal em 2010, Machado (2013) expõe que se verificou a predominância de programas elencados nas seguintes categorias: “[...] comportamento (17%), gastronomia (17%), entrevista (16%), saúde e beleza (13%) e moda (13%), cujo somatório expressa 76% da grade do canal” (2013, p. 66), além destes também haviam filmes e documentários (6%), sexo (6%), opinião (6%) e crítica social (6%). Com isso, ela demonstra que remodelagem definida em 2003 demarcou o discurso do GNT como um canal direcionado às mulheres.

Com o quarto reposicionamento do canal e a redefinição do público-alvo para mulheres jovens, entre 25 e 34 anos, alguns programas foram retirados do ar e outros 13 novos tiveram sua estreia na grade da emissora. Além disso, apesar de as mulheres serem as figuras centrais do canal, a presença dos homens também foi perceptível na nova programação:

Os quase vinte programas lançados durante um ano da nova grade foram centrados na representação da mulher comum em sua vida cotidiana, sem que, no entanto, o homem fosse apartado do canal GNT. O homem foi inserido na produção de sentido do GNT acerca dos modos de ser e estar da mulher, seja como pai, marido, noivo, namorado, ou seja, no papel de homem solteiro, experiente ou conselheiro. O canal permaneceu voltado para o público feminino de modo que o homem aparece em segundo ou terceiro plano na programação (MACHADO, 2013, p. 69).

A nova programação do GNT passou a organizar a rotina semanal da emissora em temáticas diárias. Nas segundas-feiras começaram a ser apresentados os programas de moda e beleza; saúde e bem-estar nas terças; comportamento e relacionamento nas quartas, casa e cozinha nas quintas e as sextas ficaram com temas livres, reservadas para documentários e/ou

séries nacionais ou internacionais (JARDIM, 2011, online). Daniela Mignani, gerente de marketing do GNT na época, aponta que foi feita uma revolução na programação do canal, mas procurou-se não afetar diretamente o conteúdo editorial (JARDIM, 2011, online).

Entre os novos programas, Fernanda Young passou a apresentar “Duas Históricas”, sobre viagens, Astrid Fontenelle estreou o “Chegadas e Partidas”, uma versão da série holandesa “Hello Goodbye”, sobre situações e histórias vivenciadas em aeroportos (premiado em 2011 como melhor programa da televisão brasileira pela Associação Paulista de Críticos de Arte). Além de outros que permanecem no ar até a escrita desta tese, como Decora, sobre a transformação de ambientes através de uma nova decoração; Santa Ajuda, sobre organização de ambientes; e Que Marravilha!, sobre gastronomia. Outros programas permaneceram na grade, como Superbonita, Saia Justa, GNT Fashion, Marília Gabriela Entrevista e Diário do Olivier (JARDIM, 2011, online). Nesse cenário, Machado (2013) apontou que em 2013 o GNT veiculava programas de variedades e também informativos:

[...] com uma programação diversificada para a mulher que se interessa por moda, beleza, receitas, casa, maternidade, saúde e comportamento, com a maior parte dos programas apresentada por celebridades da Rede Globo, do âmbito da moda e do audiovisual. Uma parcela de sua programação é adquirida de produtoras estrangeiras, em sua maioria estadunidenses e inglesas, e outra parte é produzida ou coproduzida nacionalmente, pelas Organizações Globo, sendo as coproduções efetuadas por produtoras independentes do Rio de Janeiro e São Paulo. Muitas dessas produções nacionais seguem modelos e formatos de programas já veiculados e testados em outros países (MACHADO, 2013, p. 71).

Constata-se, através das ponderações do trabalho desenvolvido por Machado (2013), que, até então, não havia uma preocupação do canal GNT pelas discussões sobre as lutas contra o sexismo ou um enfoque específico em problematizar os estereótipos de gênero, mesmo que desde 2003 o gênero, sobretudo o feminino, tenha se tornado uma baliza para a definição da programação da emissora. Pelo contrário,

Por meio de um discurso cuja tônica promete a melhoria da qualidade de vida, o equilíbrio nos relacionamentos e a harmonia doméstica, o GNT veicula e reforça determinadas representações femininas ancoradas em vontades de verdades que, por séculos, exercem poder sobre a vida e o corpo da mulher, no sentido de torná-la bela, dócil, boa mãe, boa esposa e apta a cuidar da casa. São enunciados anteriormente naturalizados que, no mundo contemporâneo, revelam um modelo de performance feminina quase heroica, cujas representações sociais da mulher incorrem em termos de perfeição ou de aperfeiçoamento dos modos de subjetivação. Nem o âmbito mais íntimo da experiência feminina escapa esse imperativo. Frente aos prazeres e aos desprazeres desse modelo de subjetivação, estabelecem-se como metas a magreza, a beleza, a juventude, a saúde, a harmonia doméstica, o equilíbrio nos relacionamentos, a boa imagem pessoal que, no limite, resume-se na aparência de ser ótima e feliz (MACHADO, 2013, p. 199).

Ao constatar um quinto reposicionamento do canal GNT a partir da incorporação da campanha *ElesPorElas/HeForShe* em 2015, acredita-se que esse cenário apresentou algumas transformações, que se voltaram principalmente ao surgimento da temática da luta contra o sexismo e pela igualdade de gêneros em vinhetas, programas, debates etc. Por consequência disso, procurou-se perceber se a emissora passou a levantar a bandeira desta causa abertamente, relacionando sua marca a um discurso que procura reconhecer e visa, de algum modo, somar forças ao combate da opressão sexista que atinge sobretudo às mulheres e também aos homens.

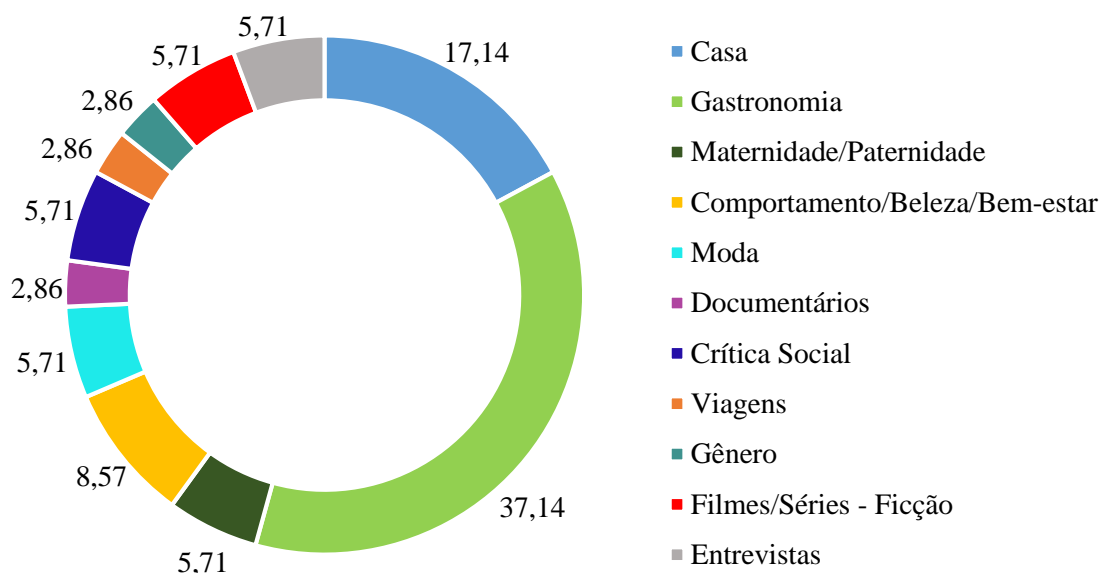
Buscou-se, então, evidenciar como esteve definida a programação do canal GNT após a incorporação da campanha. Para tanto, realizou-se um levantamento quantitativo em 17 de novembro de 2016 no site da emissora, onde se disponibiliza a grade de programas veiculados na televisão. Além disso, também se optou por realizar outro levantamento quantitativo em 01 de novembro de 2019 para constatar as novas mudanças ocorridas e como esteve configurada a programação no canal em um período mais próximo à finalização desta tese. Buscou-se, então, estipular as categorias temáticas a fim de organizar uma leitura sobre a grade de programação do GNT. Como alguns programas, por vezes, apresentavam mais de uma temática, considerou-se a temática que tinha mais relevância e aparecia com mais frequência em cada programa.

A análise estipulou as seguintes categorias temáticas: 1) Gastronomia, relacionada a programas que geralmente têm a presença de chefes de cozinha, seja na apresentação ou na posição de jurada/o, e que abordam assuntos culinários, como degustação e demonstração de receitas; 2) Casa, que abrange programas sobre reformas, decorações e organizações de casas e/ou cômodos específicos; 3) Comportamento/beleza/bem-estar, a qual aborda assuntos ligados ao cotidiano, comportamento humano, hábitos de vida e cuidados com o corpo, em que se abarca o bem-estar físico, mental e estético; 4) Maternidade/Paternidade, que se refere às relações familiares, geralmente entre pais, mães e filhos/as; 5) Moda, com abordagens sobre vestimentas, indicações de tendências e análises de usos; 6) Filmes/Séries – Ficção, que apresenta longas e curtas metragens e seriados ficcionais; 7) Entrevistas, com programas em que são entrevistadas personalidades famosas ou não sobre temas variados; 8) Documentários; com longas e curtas metragens baseados em fatos reais, histórias de vida, dados de pesquisas sobre diversos assuntos; 9) Viagens, que engloba relatos turísticos, com indicações de lugares para visitar e o que fazer; e 10) Gênero, que se direciona à problematização, debate e desconstrução de estereótipos de identidades de gênero.

Com isso, ao analisar quantitativamente a matriz temática da programação do GNT em 2016, verificou-se a existência de uma grade que conta com 35 programas diferentes e, dentre

eles, constatou-se os seguintes percentuais sobre as categorias: Gastronomia (37,14%); Casa (17,14%); Comportamento/beleza/bem-estar (8,57%); Maternidade/Paternidade; Moda, Filmes/Séries – Ficção; Crítica Social; Entrevistas (5,71% cada); Documentários; Viagens; Gênero (2,86% cada). Para um detalhamento sobre quais programas foram enquadrados em quais categorias, além de informações como apresentador/a e se é uma produção própria do canal ou advém de distribuição, pode-se consultar o Apêndice C deste trabalho. Essas porcentagens podem ser melhor visualizadas na Figura 13, a seguir.

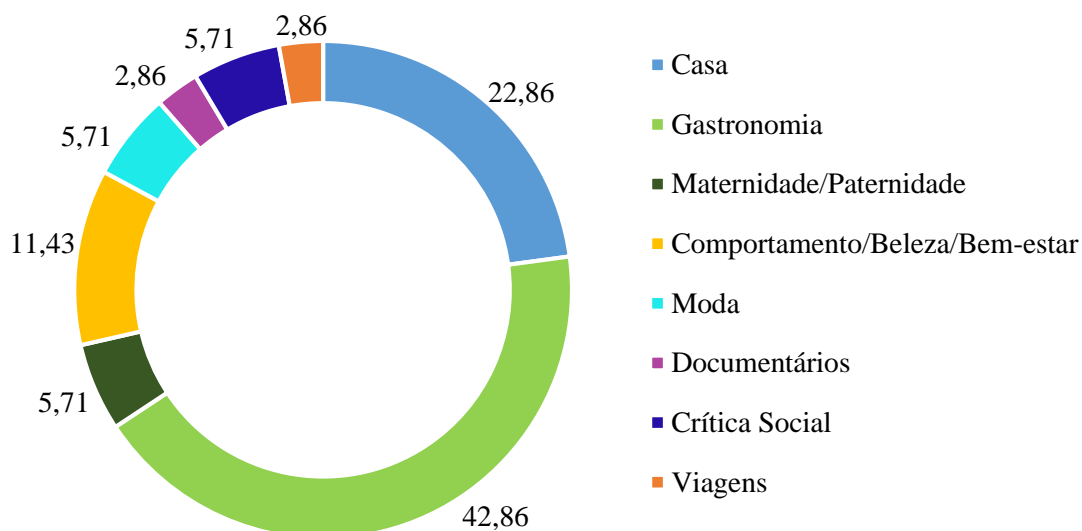
Figura 13 – Gráfico sobre a distribuição percentual em categorias temáticas de programas do canal GNT em 2016



Fonte: Elaboração do autor.

Já em 2019, ao analisar quantitativamente a matriz temática da programação do GNT, verificou-se a existência da mesma quantidade de diferentes programas (35), mas com uma nova configuração percentual nas categorias temáticas: Gastronomia (42,86%); Casa (22,86%); Comportamento/beleza/bem-estar (11,43%); Maternidade/Paternidade; Moda; Crítica Social (5,71% cada); Documentários; Viagens (2,86% cada). As informações detalhadas sobre esses dados estão disponíveis no Apêndice D deste trabalho. As porcentagens referentes à grade de programação de 2019 podem ser melhor visualizadas na Figura 14, a seguir.

Figura 14 – Gráfico sobre a distribuição percentual em categorias temáticas de programas do canal GNT em 2019



Fonte: Elaboração do autor.

Pode-se destacar, pelo menos, quatro informações interessantes acerca desses dados: 1) o salto quantitativo da categoria temática Gastronomia, que representa a grande maioria dos programas veiculados pelo canal, mais que o dobro do que em 2010, conforme o levantamento de Machado (2013); 2) o surgimento e crescimento gradativo da categoria Casa, a segunda com mais programas veiculados; 3) o surgimento da categoria Gênero, que, apesar de estar entre as categorias com menos programas, apresenta uma constatação importante para esta tese, por se relacionar diretamente à luta contra o sexismo; e 4) a intersecção, discussão e problematização do assunto “gênero” em programas enquadrados em outras categorias temáticas, como Comportamento/beleza/bem-estar; Crítica social; Documentários; Maternidade/Paternidade.

Os programas de Gastronomia reúnem uma variedade de programas que vão desde competições de melhores cozinheiras/os, passando pela intersecção com entrevistas e pelo acompanhamento de rotinas e viagens com o foco especificamente na culinária, até o tradicional ensino de receitas para o/a telespectador/a. Vale constar, no que se refere ao salto quantitativo na categoria temática Gastronomia, que isso segue um padrão observado desde 2014 na grade de programação da televisão no Brasil e não apenas no canal GNT. Em 2014, a grade que abordava a temática culinária aumentou em 38% na televisão brasileira, de acordo com pesquisa encomendada ao Ibope (MALTA, 2014), com destaque especial para o GNT, que já reunia o

maior número de programas sobre o assunto. A justificativa para esse crescimento é o próprio aumento na audiência. Apesar de ainda continuarem alguns pontos de audiência atrás de novelas, programas de auditório, shows, futebol e jornalismo, “os programas de culinária estão subindo no ranking. No primeiro semestre do ano passado [2013] ocupavam a 31ª posição, numa lista de 38. Neste ano, até junho, estão na 26ª” (MALTA, 2014). Esse padrão permaneceu até 2016, de acordo com Zironi (2016), que considerou a gastronomia um assunto nunca antes tão consumido e com uma segmentação tão variada na televisão. A audiência, então, acompanhou esse crescimento. Nota-se, ainda, de acordo com o levantamento realizado em 2019 para esta pesquisa, que a quantidade de programas pertencentes à categoria temática aumentou mais de 5% em quatro anos, o que demonstra que o assunto continuou bem aceito pelo público do GNT.

A categoria temática Casa reúne programas de reformas e transformações infraestruturais em cômodos de casas, mudanças na decoração com pinturas, jardinagem e reaproveitamento de móveis, que orienta também os/as espectadores/as para um “faça você mesmo”, além de organizações de cômodos sem alteração em suas infraestruturas. Um aspecto interessante sobre esta categoria é a tentativa de desenvolver uma relação ainda mais próxima com o/a telespectador/a, ao convidá-los/as para se inscreverem no site do GNT e poderem ser selecionados/as para participarem do respectivo programa e terem suas casas e/ou móveis reformados, decorados ou organizados – em cada episódio desses programas uma nova inscrição é selecionada e o programa acompanha a transformação na casa das pessoas escolhidas. Nota-se que esta categoria temática também teve um aumento quantitativo na grade de programas do canal de 2016 a 2019 e permaneceu no segundo lugar percentual de mais programas veiculados, o que demonstra que a categoria também foi bem aceita pelo público desde seu surgimento.

A categoria Gênero abarca programas que tratam sobre as relações de gênero, além de discutirem e problematizarem as identidades de gênero. A categoria se refere, principalmente, ao programa Liberdade de Gênero, dirigido e produzido pelo cineasta João Jardim, que percorreu o país para “conhecer histórias de vida de pessoas que não se identificam com o gênero designado para elas ao nascerem” (GNT, 2016, online). A série contou com 10 episódios e exibiu 14 histórias de personalidades da mídia e pessoas desconhecidas para tratar de temas como, gênero, sexualidade, amor, desejo, preconceito, sofrimento, mas sobretudo:

Homens-trans, mulheres-trans, não-binários, cada um dos entrevistados relata com abertura e honestidade suas trajetórias até assumirem o gênero que os define. Eles contam como se perceberam diferentes, como se desdobraram neste destino

inevitável. São relatos de pessoas que mostram força e coragem para se insurgir contra um padrão normativo que os oprimia, não deixando de falar sobre amores e da formação de uma família (GNT, 2016, online).

O programa visou atentar para o afeto como fio condutor das narrativas e não para a possível “excentricidade que essa minoria desperta, [procurando] tornar familiar o que, em princípio, é estranho - é esta a aposta do programa” (GNT, 2016, online). Apesar da pouca quantidade de programas que se enquadram na temática Gênero, é importante destacar a sua existência e, inclusive, a necessidade de criar uma categoria temática que abarque estes programas, ao considerar que gênero o assunto de mais relevância e frequência presente na série. A criação de um programa voltado exclusivamente ao tratamento e problematizações das relações e identidades de gênero demonstra uma transformação na prática discursiva adotada pelo GNT desde seu início, 25 anos atrás. Nesse contexto, é importante frisar que até 2013, Machado (2013) avaliava que a matriz discursiva do GNT:

[...] privilegia os âmbitos do corpo, do lar e dos relacionamentos. Com mais permanências e ressonâncias que rupturas e resistências, as representações femininas midiáticas pelo GNT reforçam um ideário da dominação masculina, bem como um certo deslocamento do patriarcado a fim de conferir visibilidade à performance feminina em modo ótimo e feliz. Muitas vezes dissimulado por uma predicação próxima do que se compreende pela mascarada pós-feminista, a matriz discursiva do GNT avigora representações femininas de uma mulher jovem e trabalhadora apta a “dar conta de fazer tudo”. Essa tarefa difícil e heroica de fazer tudo desvela prescrições e agenciamentos da feminilidade da mulher jovem, os quais são naturalizados pelo fetichismo de uma subjetividade feminina posta à imitação prestigiosa pelo canal (MACHADO, 2013, p. 198).

O canal que desde 2003 se define como voltado ao universo feminino, tendo uma programação com “alma feminina”, mas que, conforme Machado (2013, p. 106), aliava-se a um discurso que conservava traços de uma dominação masculinista sustentada há séculos e orientava e condicionava alguns modos vistos como corretos de ser mulher, passou a demonstrar, com o reposicionamento de 2015, uma preocupação com pautas sobre gênero, levantadas historicamente pelas lutas contra o sexismo, sobretudo por mulheres, ao problematizar visões normativas de gênero e abrir caminhos para uma possível ruptura das representações midiáticas do próprio canal sobre identidades de gênero. A série Liberdade de Gênero, que possibilitou a criação da categoria Gênero não permaneceu no ar em 2017, entretanto, pondera-se que foi o impulso necessário para que o canal começasse a tratar do assunto em uma variedade de programas.

Assim, em conjunto a esta nova orientação do GNT, é importante destacar que vários programas enquadrados em outras categorias temáticas passaram, desde então, a também

apresentar uma discussão acerca das relações e das identidades de gênero. O programa Superbonita, por exemplo, em 11 de abril de 2016 apresentou um episódio intitulado “Questão de Gênero”, quando a apresentadora Ivete Sangalo entrevistou a modelo transexual Léa T. e a atriz Carol Marra, também trans, para falarem sobre as temáticas abordadas pelo programa, mas também sobre tornar-se mulher (em referência à filósofa Simone de Beauvoir) transição de mudança de sexo, discriminação, identidade de gênero, além de se ater a explicações sobre diferenças entre sexo biológico e gênero. Em 2017, com a estreia de Carol Conká na apresentação do programa, procurou-se ainda mais tratar de temas como a luta feminista, o empoderamento das mulheres, a intersecção com a raça e a diversidade de gêneros (MÁXIMO, 2017; MARTINS, 2017). Apesar de alguns estereótipos de gênero ainda aparecerem em alguns momentos e críticas poderem ser feitas, chama-se a atenção para a abertura em se discutir a temática, o que até então não era uma proposta do programa.

O programa GNT Doc., que exhibe documentários sobre uma variedade de assuntos, desde 2015, passou a apresentar a temática de gênero recorrentemente no canal. Exemplos são documentários sobre aborto, como “Meu corpo, Minha Vida” (que foi ao ar pela primeira vez em 30 mar. 2017) e “S.O.S Aborto” (12 mar. 2017); sobre identidade de gênero Crianças Transgênero (28 jan. 2017), Terceiro sexo (25 fev. 2018); sobre mulheres e trabalho, como 4% - Um Problema de Gênero (02 jun. 2016), Mulheres Html (02/06/2016); sobre masculinidades, como Precisamos Falar Com Os Homens? (04 set. 2017); sobre feminismo, como a série dividida em cinco episódios semanais “O Futuro É Feminino” (com início em 06 mar. 2019), entre tantos outros documentários.

Além disso, os programas Saia Justa e Papo de Segunda, desde 2016, nas discussões entre apresentadoras/es e em entrevistas com convidadas/os, frequentemente passaram a abordar a temática de gênero e as intersecções raça, classe e sexualidade, além de problematizar e debater temas relacionados, como masculinidades tóxicas, violência doméstica, aborto, entre outros. A ONU Mulheres (2015, online) destaca que uma estratégia de divulgação da campanha ElesPorElas/*HeForShe* adotada pelo GNT foi a proposta de apresentar tais discussões nos programas do canal. Consta-se, ademais, que a série Papel de Pai, por sua vez, acompanhou histórias reais de homens que assumiram suas próprias responsabilidades na criação dos seus filhos.

De modo geral, pode-se perceber que houve uma mudança no tratamento dado aos programas do GNT desde 2015. É notório que o canal passou a se envolver diretamente com a luta contra o sexismo e igualdade de gêneros, difundindo e auxiliando na conscientização e desmistificação dessa causa, através de programas, debates, documentários e entrevistas.

Acredita-se que um marco histórico que impulsionou esta mudança foi a aderência do canal à campanha da ONU Mulheres *ElesPorElas/HeForShe*. Por isso, a seguir, optou-se por destacar de que modo a campanha foi incorporada à emissora.

4.2.3 Incorporação da campanha *ElesPorElas*

Como já demonstrado, percebe-se que até 2013, conforme Machado (2013), não havia indícios de um enfoque temático prioritário do canal GNT na luta pela igualdade de gênero e contra o sexismo. Por outro lado, em 2016 é possível notar que a temática ganha gradativo espaço na emissora. Considera-se que em 2015, ao assumir publicamente o compromisso com a campanha *ElesPorElas/HeForShe*, o GNT também começa a apresentar com frequência a temática da luta pela igualdade de gênero e contra o sexismo. Ao se vincularem com a campanha, o canal tinha o principal objetivo de conseguir 100 mil assinaturas masculinas de adesão à causa e para isso preparou ações de mobilização voltadas a seu elenco, estudiosos, intelectuais, empresários e demais interessados no tema (GNT, 2015b).

Com isso, o GNT passou a compor o Comitê Nacional Impulsor *ElesPorElas*, no campo das mídias no Brasil, a partir do qual mobilizou os/as funcionários/as da empresa a se engajarem no movimento. Procurou-se produzir séries e propagandas, além de tratar a temática da igualdade de gênero nos programas e difundir a campanha em suas diferentes plataformas midiáticas, em eventos, palestras e debates.

O lançamento da campanha no canal foi promovido em um evento realizado no dia 24 de junho de 2015, que visou promover discussões e engajamento de homens e mulheres na luta pela igualdade de gênero. O evento contou com cinco painéis de debates, que abordaram temas como violência doméstica às mulheres, assédio, desigualdade de gênero, o papel da mídia em relação ao tema e a educação sobre igualdade das próximas gerações. Em entrevista durante o evento, a diretora do canal desde 2011, Daniela Mignani, explicou que com a formalização dessa parceria o GNT objetivava “trazer mais visibilidade para o tema e fazer com que ele seja mais discutido aqui no Brasil. O canal vem acompanhando o universo da mulher há anos e, por isso, enxergamos a importância de disseminar essa causa” (GNT, 2015b, online). Com sua participação, o GNT se tornou uma empresa midiática membro do Comitê Nacional Impulsor *ElesPorElas/HeForShe* no Brasil.

Vale lembrar que, ao visar atingir as metas da campanha, a implementação da *ElesPorElas/HeForShe* seguia algumas diretrizes registradas no Programa-Piloto de Impacto 10x10x10 nos âmbitos sociais da política, das universidades e dos setores

privados/empresariais. Como empresa midiática comprometida com a campanha, o canal GNT, consequentemente, propôs-se a assumir os compromissos de realizar mudanças internas e/ou externas, a partir do lançamento de programas e atividades de mobilização da ElesPorElas que visassem o empoderamento das mulheres e a conscientização dos homens sobre o papel masculino para o alcance da igualdade de gênero (ONU MULHERES, 2015d, p. 4-5).

Para tanto, a ElesPorElas (ONU MULHERES, 2015d, p. 5-6) indica uma série de possíveis ações que podem ser realizadas pelas empresas, como no caso do GNT, para se alinharem à proposta da campanha. Entre elas, estabelecer iniciativas de conscientização e igualdade de gênero; inserir a pauta da igualdade de gênero em conferências, eventos, reuniões, divulgações internas e externas; organizar grupos para reflexão sobre temas que promovam a igualdade entre gêneros; utilizar as orientações da cartilha Princípios de Empoderamento das Mulheres (ONU MULHERES; PACTO GLOBAL, 2017), a qual apresenta sete medidas necessárias para empoderar mulheres e garantir a igualdade de gêneros, a exemplo do estabelecimento de uma liderança corporativa sensível à igualdade de gênero, da promoção da igualdade de gênero através de iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social e do tratamento justo no ambiente de trabalho a todas as mulheres e homens, com respeito e apoio aos direitos humanos e contra a discriminação.

Nessa direção, o canal GNT, desde sua vinculação à campanha ElesPorElas, desenvolveu diversas atividades com o enfoque na luta pela igualdade de gênero, tanto televisionadas como não. Exemplos não televisionados são o evento Teia de 2016 e 2017, que apresentou diversas atividades, palestras e discussões sobre a luta contra o sexismo (TEIA, 2017); a Corrida ElesPorElas, em 2017, que reuniu corredoras e corredores profissionais, amadoras e amadores, no Rio de Janeiro, para realizarem os exercícios físicos e, após isso, discutirem a realidade da igualdade de gênero, com a promoção de shows artísticos e manifestações contra o machismo (CORRIDAELESPORELAS, 2019); e o apoio e participação com a exibição da série Liberdade de Gênero na Semana de Artes ElesPorElas/HeForShe, evento artístico voltado exclusivamente à luta pela igualdade de direitos entre homens e mulheres, que ocorreu no Museu de Arte Moderna de São Paulo, em 2017 (GNT, 2017).

No contexto da difusão midiática, além da programação supracitada, para a promoção da campanha no canal, foram desenvolvidas e veiculadas oito peças publicitárias que compõem o material empírico desta tese e são analisadas em nível intratextual no próximo capítulo. Considera-se que as Peças 01 e 02, veiculadas, sobretudo durante o segundo semestre de 2015 e início de 2016, fazem parte de uma primeira fase da campanha no canal e integram a regularidade definida como “Rompimento com regulações de gênero”. Em maio de 2016, o

GNT renovou o apoio à campanha e desenvolveu a Peça 03, de acordo com Penteadó (2016a), que foi caracterizada como uma regularidade distinta, denominada “Confronto ao discurso sexista”. Posteriormente, em novembro de 2016, o GNT passou a veicular outra série de audiovisuais, as Peças 04, 05, 06, 07 e 08, criada pela empresa Heads Propaganda (PROPMARK, 2016), circunscrita pela regularidade “Lugares de fala contra o sexismo”. Vale constar que esta última série de audiovisuais é, inclusive, citada por Gasman (2017, p. 4) como um exemplo de resultado importante para a campanha de modo geral, no que se refere ao setor privado.

De acordo com a gerente de marketing do GNT, Mariana Novaes, em entrevista para Penteadó (2016b, online), desde o comprometimento do canal com a ElesPorElas, “as intensas discussões sobre o aborto, um ‘novo feminismo’ e o ‘empoderamento’ feminino influenciaram bastante a programação do canal”. Além disso, ela também indicou que a previsão é que o tema fosse ainda mais aprofundado daquela data em diante.

Em outra entrevista, Novaes salientou que a partir do comprometimento do canal com a campanha ElesPorElas/*HeForShe* percebe-se que se passou a discutir muito mais sobre igualdade de gênero: “Em 2015, quase não se falava no assunto. Hoje, a boa notícia é que essas questões femininas passaram a fazer parte do dia a dia das pessoas, da mídia, das marcas, de uma forma mais profunda” (SACCHITIELLO, 2017, online). Ademais, ela também mostra que houve um crescimento de 800% das assinaturas do compromisso ElesPorElas no Brasil desde que o GNT passou a difundir a campanha.

De acordo com a ONU Mulheres (2015, online), o GNT se comprometeu com a difusão da campanha ElesPorElas/*HeForShe* no canal televisivo e em suas redes sociais digitais, através de ações de “compartilhamento de informações sobre o engajamento de famosos e apresentadores do GNT e publicações de incentivo à adesão e apoio do público. A programação do canal também traz a discussão em programas como Saia Justa, Papo de Segunda e Marília Gabriela Entrevista”.

Vale constar que a própria equipe do canal GNT foi quem decidiu procurar a ONU Mulheres para participar da campanha ElesPorElas e não o contrário. Quando questionada em entrevista para esta pesquisa sobre como foi realizado o contato com o GNT, a representante da ONU Mulheres no Brasil conta que:

O Canal GNT manifestou à ONU Mulheres o interesse em apoiar o movimento no Brasil e se propôs a promover a iniciativa no canal, e desde então tem produzido peças de campanha e incorporado mensagens em sua programação com a chancela da ONU Mulheres. Sendo um canal que tem mulheres como a maior fatia de audiência, acreditamos que é uma mídia importante para a transmissão de mensagens para o

empoderamento das mulheres. Como membro do Comitê Nacional Impulsor *HeForShe*, o GNT tem colaborado em diferentes iniciativas realizadas no escopo do movimento como a Semana de Arte *HeForShe* e a exibição de produtos da iniciativa, além de ter criado uma página dedicada dentro do site do canal. O GNT tem participado ativamente das reuniões e incorporado o aprendizado em suas produções (GASMAN, 2017, p. 4).

Entende-se, com o histórico traçado até aqui, que o GNT, canal que até junho de 2015 abordava principalmente assuntos relacionados ao “comportamento feminino”, moda, gastronomia etc., passou a se pautar cada vez mais na temática da luta política pela igualdade de gênero e pelos direitos humanos e a abordar assuntos feministas em sua programação com a aderência ao *ElesPorElas/HeForShe*.

Ainda é importante apontar que foram realizadas duas tentativas de contato por e-mail com o GNT, em 2017, para realização de uma entrevista que tirasse eventuais dúvidas e permitisse um aprofundamento maior sobre a incorporação e vinculação do canal com a campanha. Entretanto, a equipe se negou a participar com a justificativa de estarem muito ocupados com estreias previstas, eventos e ações.

CAPÍTULO V
INFORMAÇÕES INTERTEXTUAIS E EVIDÊNCIAS INTRATEXTUAIS:
EFEITOS DE SENTIDO POSSIBILITADOS PELOS TEXTOS AUDIOVISUAIS
PROMOCIONAIS DO GNT SOBRE A ELESPORELAS/HEFORSHE

A partir do compromisso assumido pelo canal televisivo GNT com a campanha *ElesPorElas/HeForShe* em 2015, percebeu-se, como já apontado, que a emissora GNT passou a dar ênfase a conteúdos que abordam as lutas contra o sexismo e pela igualdade de gêneros, tanto através da própria difusão promocional da campanha como na explanação da temática em sua grade de programas. Consta-se que a campanha foi difundida na emissora principalmente através de textos audiovisuais promocionais veiculados durante os horários comerciais.

Este capítulo apresenta a análise semiótico-discursiva em nível intratextual das oito peças audiovisuais promocionais sobre a *ElesPorElas* difundidas no canal GNT entre 2015 e 2017, com vistas a destacar os efeitos de sentido possibilitados. Os textos aqui submetidos à análise foram veiculados na TV fechada pela emissora em horários variados, durante os intervalos comerciais, e disponibilizados no site do GNT através da aba direcionada ao Especial *ElesPorElas* em seu Menu Principal, conforme pôde ser visto anteriormente na Figura 4.

As análises intratextuais, a seguir, foram divididas em três seções. Cada seção apresenta uma regularidade identificada durante os procedimentos analíticos, que conta com informações sobre a produção dos textos audiovisuais encontradas no levantamento da análise intertextual. Após a apresentação sobre a regularidade, apresenta-se uma descrição da peça em evidência e um quadro que objetiva expor os resultados da intratextualidade, através da identificação dos dispositivos discursivos e expressivos. Vale lembrar que a análise operacionaliza seis dispositivos de ordem discursiva e dois de ordem expressiva. Os dispositivos discursivos se dividem naqueles de caráter semântico, relativo aos valores de base – sendo eles 1) a tematização (em que se discorre sobre o tema do texto) e 2) a figurativização (em que se materializa o tema através de figuras) – e naqueles de caráter sintático, relativos à organização estrutural – sendo eles 1) a actorialização (apresentação dos sujeitos/atores), 2) a temporização (apresenta o momento), 3) a espacialização (apresenta o espaço/lugar) e 4) a tonalização (apresenta a combinação tonal). Enquanto isso, os dispositivos expressivos se referem à identificação de características das operações de linguagens sonoras e visuais e das operações com meios técnicos (optou-se por observá-los em relação aos dispositivos discursivos de caráter sintático). A proposta de análise, segue o panorama desenvolvido por Duarte e Castro (2014a; 2014b) e considera os níveis de pertinência para cumprir os objetivos delimitados.

5.1 ROMPIMENTO COM REGULAÇÕES DE GÊNERO: 1ª REGULARIDADE E INFORMAÇÕES INTERTEXTUAIS

A primeira regularidade identificada pela análise intratextual dos textos audiovisuais promocionais sobre a campanha *ElesPorElas/HeForShe*, difundidos pelo canal televisivo GNT, corresponde ao conjunto das Peças 01 e 02. Denominou-se a regularidade através do enunciado “Rompimento com regulações de gênero”, ao se constatar a especificidade em comum das peças em relação às demais analisadas. De modo geral, as peças que compõem a primeira regularidade apresentam um efeito de sentido sobre a luta contra o sexismo e pela igualdade entre os gêneros por meio de uma crítica a normatizações que procuram definir a existência de regulações cis-heteronormativas de gênero voltadas a práticas sociais, como trabalhos, lazeres, esportes e uso de vestimentas. As peças contam com narrações das/os apresentadoras/es do canal GNT: Astrid Fontenelle, Rodrigo Hilbert (ambos na Peça 01), Bela Gil e Marcelo Tas (ambos na Peça 02). Em ambas as peças, as falas das personalidades se referem diretamente às ações desempenhadas por atores e atrizes desconhecidos/as. Mostram-se atividades cotidianas exercidas por crianças e jovens, que apontam, em conjunto à narração, para a existência da desigualdade entre gêneros.

De acordo com o levantamento para análise intertextual sobre as peças que compõem a regularidade “Rompimento com regulações de gênero”, é interessante constar que os/as atores e atrizes desconhecidos/as que são vistos/as nas peças, assim como as celebridades, concederam depoimentos sobre a temática abordada pelos textos promocionais. Os depoimentos foram registrados na gravação de um *making-of* de produção dos audiovisuais, o qual foi disponibilizado pelo canal GNT (2015d, online) em seu site.

Através dos depoimentos, é possível deduzir que as atividades realizadas pelas personagens são também ações que eles e elas desempenham em seus respectivos cotidianos e pelas quais já sofreram preconceitos e discriminações. Eles e elas demonstram reconhecimento e posicionamentos pessoais favoráveis à proposta da campanha *ElesPorElas/HeForShe* e à abordagem dada aos audiovisuais que são gravados. Exemplos disto estão nas falas da moça que dirige uma empilhadeira na Peça 01, “Não acho que tenham profissões que sejam masculinas ou femininas, porque a gente faz o que a gente quer, o que a gente se sente melhor fazendo”, e do moço que veste uma saia na Peça 02, “Uma das maneiras mais bonitas de se expressar é fazendo o que se gosta e eu não vejo por que eu não poder usar uma saia, o moleque não poder brincar de boneca, a mulher não poder fazer tal coisa, homem não poder fazer tal coisa”.

Durante o *making-of*, as celebridades também apontaram suas alianças com a campanha: Marcelo Tas, por exemplo, diz “Eu me sinto muito honrado de poder participar de uma campanha onde nós estamos colocando pra sociedade a necessidade de pensar sobre algo fundamental e histórico”; Bela Gil, por sua vez, conta “Eu me sinto muito feliz, muito honrada de estar fazendo parte dessa campanha. Eu sou muito a favor da igualdade de gêneros, eu acho que, primeiro de tudo, nós somos seres humanos e temos que ter os mesmos direitos”. Astrid Fontenelle relata que considera a temática da campanha como um selo de seu trabalho, já que tem credibilidade para falar sobre o assunto, e assume que “pegou o trabalho com gosto”; enquanto isso, Rodrigo Hilbert, também destaca sua felicidade de poder fazer parte da campanha e pela possibilidade de mostrar que as pessoas podem mudar.

Os dois textos promocionais audiovisuais que compõem a regularidade “Rompimento com regulações de gênero” foram as primeiras produções do GNT em parceria com a ONU Mulheres que visaram difundir a campanha *ElesPorElas/HeForShe* no canal televisivo durante os intervalos das programações da emissora. Ambos têm duração de 01 minuto, foram veiculados na TV fechada pelo canal GNT principalmente durante o segundo semestre de 2015 e o primeiro de 2016. As peças audiovisuais foram disponibilizadas em 30 de junho 2015 no site da emissora. A seguir, são apresentadas as análises intratextuais das Peças 01 e 02.

5.1.1 Análise intratextual da Peça 01

O texto audiovisual determinado como Peça 01 foi intitulado como “Convite de Astrid Fontenelle e Rodrigo Hilbert” e compõe a regularidade “Rompimento com regulações de gênero”. A Peça 01 é composta pelas falas intercaladas de um homem e uma mulher não identificáveis inicialmente, enquanto são apresentadas imagens do cotidiano de quatro personagens, duas crianças (um menino e uma menina), e dois jovens (uma moça e um rapaz), separadamente. As quatro primeiras inserções de falas e imagens apresentam uma ideia de contraposição de sexo biológico entre as personagens que aparecem na imagem e o som da narração: quando a imagem apresenta a menina e a moça é a voz masculina que fala; quando a imagem apresenta o menino e o rapaz é a voz feminina que fala. Após as quatro primeiras inserções, a voz feminina continua a enunciação ao aparecer a menina e o menino, separadamente, seguida da voz masculina ao aparecer a moça e o rapaz, também separadamente. Finalmente revelam-se Astrid Fontenelle como a dona da voz feminina e Rodrigo Hilbert como o dono da voz masculina. Na Figura 15 é possível visualizar esses diferentes trechos da Peça 01.

Figura 15 – Trechos do Convite de Astrid Fontenelle e Rodrigo Hilbert (Peça 01)



Fonte: Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

O relato apresentado na Peça 01 consiste no seguinte:

- voz masculina fala enquanto uma menina aparece na imagem brincando com carrinhos: “Quem disse que isso não é pra ela?”;
- voz feminina fala enquanto um menino aparece na imagem dançando balé: “Ele tá provocando? É só uma fase?”;
- voz masculina fala enquanto uma moça aparece na imagem dirigindo uma empilhadeira: “Esse não é o lugar dela?”;
- voz feminina fala enquanto um rapaz aparece na imagem desenhando um croqui de moda e costurando: “Por que insistimos em limitar a nossa própria liberdade?”;
- voz feminina fala enquanto a menina aparece na imagem olhando para a câmera, seguida do menino, que aparece na imagem também olhando para a câmera: “Quando é que mulheres e homens terão os mesmos direitos?”;
- a moça aparece na imagem olhando para a câmera, seguida do rapaz, que aparece na imagem também olhando para a câmera, momento este em que a voz masculina fala: “Quando é que nós vamos mudar?”;

- Astrid Fontenelle aparece na imagem (o que revela que a ela pertence a voz feminina; ao fundo, à direita, pode-se ver parte do rosto de Rodrigo Hilbert desfocado) dizendo: “O GNT e a ONU Mulheres convocam os homens...”;
- Rodrigo Hilbert aparece na imagem, sozinho (isto revela que a ele pertence a voz masculina), e continua a frase dizendo: “...a assinarem o compromisso ElesPorElas/*HeForShe*...”;
- Astrid Fontenelle aparece na imagem (com parte do rosto de Rodrigo ao fundo na direita, desfocado) e continua a frase dizendo: “...e assumirem uma posição a favor da igualdade de gêneros.”;
- Astrid e Rodrigo aparecem na imagem (ela à frente, desfocada, e ele atrás na esquerda) e ele diz: “Se não agora, quando?”;
- ambos continuam na imagem; Astrid ganha foco enquanto Rodrigo fica desfocado e ela diz: “Se não você, quem?”;
- ambos desaparecem e se mostra a marca do canal GNT na cor de *Pink*, acima do endereço para internet do canal “gnt.com.br” na mesma cor; ouve-se um som de digitação em teclado e o endereço de internet é completado com “/elesporelas”, que direciona para o especial da campanha “gnt.com.br/elesporelas”; abaixo estão as logomarcas da campanha original, *HeForShe*, e da ONU Mulheres aparecem, enquanto outra voz feminina desconhecida diz: “*HeForShe*, um movimento pela igualdade de direitos entre homens e mulheres”.

A análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 01 está concentrada no Quadro 4, a seguir.

Quadro 4 – Análise intratextual da Peça 01

Dispositivo	Estratégia
Tematização	Concentração temática na luta contra o sexismo e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e convite para aderência ao ElesPorElas
Figurativização (discursivo)	Recorrência a cinco narrativas paralelas. Em quatro delas, sujeitos marcados por um gênero realizam ações preconcebidas como práticas do/a outro/a (ordem binária). Na quinta, contextualiza-se a importância das lutas contra o sexismo e o convite para aderência ao ElesPorElas. O relato expõe possíveis objeções preconceituosas que as pessoas podem sofrer devido às escolhas profissionais e/ou de lazer que são expostas nas ações realizadas pelas personagens
Actorialização (discursivo)	Performatividades marcadas pelo gênero (ordem binária), realizadas por atores/atrizes desconhecidos/as e relacionadas aos questionamentos narrados. As performatividades indicam certa contradição a estereótipos cis-heteronormativos de suas respectivas identidades de gênero: uma menina brinca com carrinhos, um menino dança balé, uma moça dirige uma empilhadeira e um rapaz costura roupas. Uma mulher e um homem, que inicialmente não são vistos, narram questionamentos e ao final são identificados como Astrid Fontenelle e Rodrigo Hilbert
Espacialização (discursivo)	Cinco diferentes espaços são apresentados através de imagens justapostas, cada um deles habitado por uma personagem distinta: 1) espaço externo com árvores, flores e uma calçada de pedras, que se parece com praça ou jardim, onde a menina brinca com carrinhos; 2) espaço interno, com espelhos nas paredes que vão desde o chão até o teto e com uma barra posicionada nos espelhos, que se parece com uma sala de dança, onde o menino pratica balé; 3) espaço interno com objetos empilhados, que se parece com um galpão, onde a moça trabalha dirigindo uma empilhadeira; 4) espaço interno, com janelas, mesa, cadeiras, lápis de cores diversas, tecidos espalhados, linhas de costura na parede, manequins, entre outros materiais de desenho e costura, que aparenta-se a um atelier de moda, onde o rapaz trabalha desenhando e costurando; 5) um estúdio, no qual há um apagamento do espaço através do fundo cinza, onde Astrid e Rodrigo apresentam o convite aos homens
Temporalização (discursivo)	Tratamento do tempo através de fases da vida das personagens nas faixas etárias da infância e do início da vida adulta. A frase “Quando é que mulheres e homens terão os mesmos direitos?” indica que na atualidade há desigualdade entre homens e mulheres. As frases “Quando é que nós vamos mudar?” e “Se não agora, quando?” indicam urgência para que atitudes sejam tomadas no presente e mudanças aconteçam em favor da igualdade de gênero
Tonalização (discursivo)	Seriedade, manifestada pela sobriedade com que os narradores são apresentados, em contraposição ao humor. Contestação, que se contrapõe à inércia perante os problemas sociais enfrentados por mulheres e homens devido a problemáticas sexistas. Ousadia para assumir a luta pela igualdade de gênero em detrimento à covardia que não geraria as mudanças necessárias
Operações de linguagens sonoras e visuais (expressivo)	Enfatiza-se os figurinos e o desempenho dos/as atores e atrizes. No contexto da infância, recorre-se a uma menina de cerca de cinco anos, vestida de calça jeans com bainha, brincando com carrinhos de plástico azuis, vermelhos, verdes e amarelos; e a um menino de cerca de nove anos, vestido com roupas de balé e praticando movimentos da dança. Na fase adulta, recorre-se a uma moça jovem, de cerca de 20 anos, vestida com um macacão bege como uniforme, com óculos e capacete de proteção, dirigindo uma empilhadeira; e por um rapaz jovem, também com cerca de 20 anos, vestido com uma camisa colorida de estampa floral, um chapéu e uma fita métrica de alfaiataria pendurada sobre os ombros, enquanto desenha um croqui de moda e costura. Os espaços onde as atividades são realizadas são claros e nítidos, enquanto o espaço onde Astrid e Rodrigo aparecem é escuro, com fundo cinza, no qual há um apagamento que não oportuniza associação a um lugar específico. Não há ênfases específicas sobre os espaços. Percebe-se articulações entre a linguagem sonora e visual que opõe os sexos binários (quando a voz feminina fala a figura masculina aparece e vice-versa). Articula-se a seriedade através das roupas sóbrias pretas em um cenário da mesma cor, das expressões faciais sérias com olhares direcionados para a câmera de Astrid e Rodrigo, estando ele de braços cruzados. A forte trilha sonora auxilia na expressão dos tons de contestação e ousadia
Operações com meios técnicos (expressivo)	Apresenta-se a captação de imagens em movimento, em que se enquadra as ações das personagens inicialmente através de um zoom, sem que as pessoas e suas respectivas identidades de gênero sejam identificadas. Posteriormente aparecem as pessoas que realizam as ações e, por fim, mostram-se, em planos mais abertos, os espaços onde são executadas. As mulheres posicionam-se à frente através das posições assumidas por Astrid com Rodrigo na linha detrás. Um efeito visual sobrepõe Fontenelle e Hilbert, através de mudanças de foco, enquanto intercalam entre si o enunciado

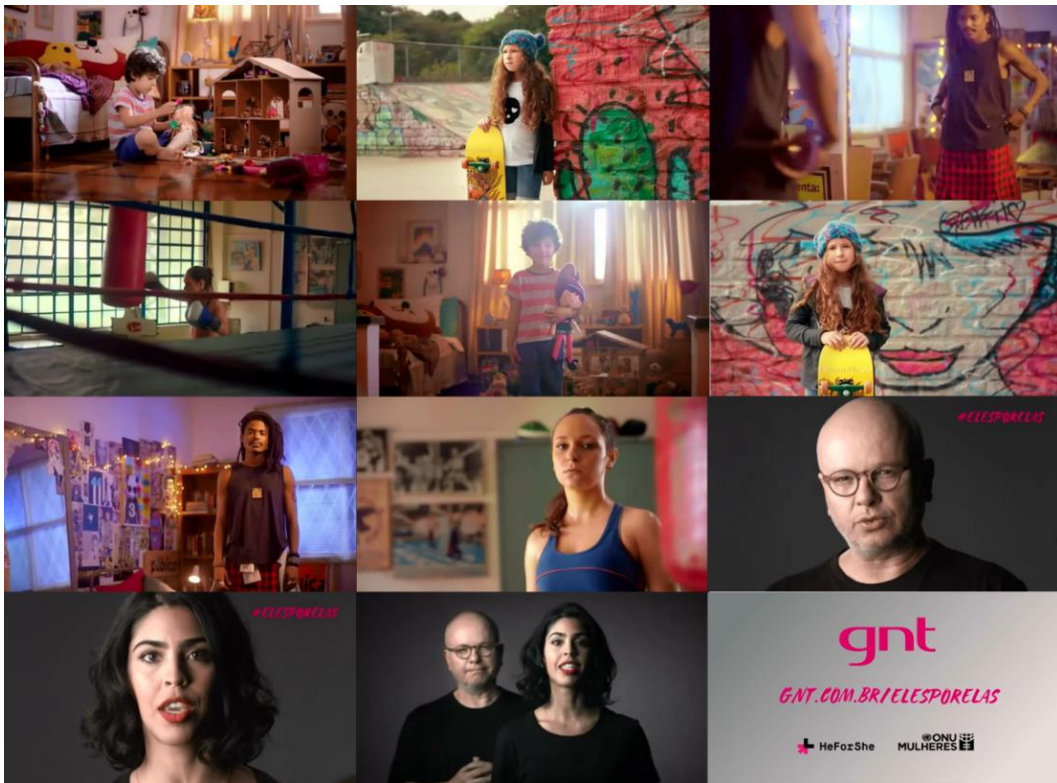
Fonte: Elaboração do autor.

Observa-se que a análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 01 demonstra a aliança do texto audiovisual com o exercício dos lugares de fala com outro/a, tratado no primeiro capítulo, e com as lutas contra o sexismo e pela igualdade de gêneros, abordada no segundo capítulo. O debate que evidencia tal relação é desenvolvido no capítulo VI, através da interpretação e avaliação dos resultados analíticos.

5.1.2 Análise intratextual da Peça 02

O texto audiovisual determinado como Peça 02 foi intitulado como “Convite de Bela Gil e Marcelo Tas”, tem duração de 01 minuto, foi veiculado na TV fechada pelo canal GNT e disponibilizado no site da emissora em 30 de junho 2015. Do mesmo modo que a Peça 01, a Peça 02 também é composta pelas falas intercaladas de um homem e uma mulher não identificáveis inicialmente, enquanto são apresentadas imagens do cotidiano de quatro personagens, duas crianças (um menino e uma menina), e dois jovens (uma moça e um rapaz), separadamente. As três primeiras inserções de falas e imagens apresentam uma ideia de paridade de sexo biológico entre as personagens que aparecem na imagem e o som da narração: quando a imagem apresenta o menino e o rapaz (primeira e terceira inserções) é a voz masculina que fala; quando a imagem apresenta a menina (segunda inserção) é a voz feminina que fala. Na quarta inserção de imagem, entretanto, a voz masculina continua a falar, enquanto a moça aparece na imagem. Após as quatro primeiras inserções, a voz feminina volta a falar, quando aparecem, separadamente, as quatro personagens intercaladas separadamente. Revelam-se, então, Bela Gil como a dona da voz feminina e Marcelo Tas como o dono da voz masculina. Na Figura 16 é possível visualizar esses diferentes trechos da Peça 02.

Figura 16 – Trechos do Convite de Bela Gil e Marcelo Tas (Peça 02)



Fonte: Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

O relato apresentado na Peça 02 é o seguinte:

- voz masculina fala enquanto um menino aparece na imagem brincando pentear os cabelos e dar comida a bonecas: “Quem disse que isso não é pra ele?”;
- voz feminina fala enquanto uma menina aparece na imagem andando de *skate*: “Que esse não é o lugar dela?”;
- voz masculina fala enquanto um rapaz aparece na imagem vestindo uma saia e se arrumando em frente ao espelho: “Ele tá sendo rebelde? Tá provocando? É só uma fase?”;
- voz masculina continua a fala enquanto uma moça aparece na imagem treinando boxe com um saco de pancada: “Por que insistimos em rotular homens e mulheres?”;
- voz feminina fala enquanto o menino aparece na imagem olhando para a câmera, seguido da menina, do rapaz e da moça, respectivamente, todos também com os olhos para a câmera: “Quando seremos livres pra fazer nossas próprias escolhas?”;
- voz masculina fala enquanto Bela Gil aparece na imagem, sobreposta a Marcelo Tas, que surge de trás dela para a direita da imagem: “Quando é que nós vamos mudar?”;
- Marcelo Tas aparece na imagem, sozinho (o que revela que a ele pertence a voz masculina), dizendo: “O GNT e a ONU Mulheres...”;

- Bela Gil aparece na imagem, sozinha (o que revela que a ela pertence a voz feminina), e continua a frase dizendo: “...convocam os homens a assinarem o compromisso ElesPorElas/*HeForShe*...”;
- Marcelo Tas aparece na imagem, sozinho, e continua a frase dizendo: “...e assumirem uma posição a favor da igualdade de gêneros.”;
- Bela e Marcelo aparecem na imagem (ela à frente, desfocada, e ele atrás na esquerda) e ele diz: “Se não agora, quando?”;
- ambos continuam na imagem; Bela ganha foco enquanto Marcelo fica desfocado e ela diz: “Se não você, quem?”;
- ambos desaparecem e se mostra então a marca do canal GNT na cor *Pink*, acima do endereço para internet do canal “gnt.com.br” na mesma cor; ouve-se um som de digitação em teclado e o endereço para internet é completado com “/elesporelas”, o qual direciona para o especial da campanha “gnt.com.br/elesporelas”; abaixo destes, então, as logomarcas da campanha *HeForShe* e da ONU Mulheres aparecem.

A análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 02 está concentrada no Quadro 5, a seguir.

Quadro 5 – Análise intratextual da Peça 02

Dispositivo	Estratégia
Tematização (discursivo)	Concentração temática na luta contra o sexismo e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e convite para aderência ao ElesPorElas
Figurativização (discursivo)	Recorrência a cinco narrativas paralelas. Em quatro delas, sujeitos marcados por um gênero realizam ações preconcebidas como práticas do/a outro/a (ordem binária). Na quinta, contextualiza-se a importância das lutas contra o sexismo e o convite para aderência ao ElesPorElas. O relato expõe possíveis objeções preconceituosas que as pessoas podem sofrer devido às escolhas profissionais e/ou de lazer que são expostas nas ações realizadas pelas personagens
Actorialização (discursivo)	Performatividades marcadas pelo gênero (ordem binária), realizadas por atores/atrizes desconhecidos/as e relacionadas aos questionamentos narrados. As personagens realizam atividades que indicam certa contradição a estereótipos cis-heteronormativos de suas respectivas identidades de gênero: um menino brinca de bonecas, uma menina anda de skate, um rapaz veste uma saia e uma moça treina boxe. Uma mulher e um homem, que inicialmente não são vistos, narram questionamentos e ao final são identificados como Bela Gil e Marcelo Tas
Espacialização (discursivo)	Cinco diferentes espaços são vistos através de imagens justapostas, cada um deles habitado por uma personagem distinta: 1) espaço interno com vários brinquedos espalhados (como bonecas, casinha e utensílios de cozinha), que aparenta ser um quarto de criança, onde um menino brinca com bonecas; 2) espaço externo, com escadas, rampas e calçadas, onde uma menina anda de skate; 3) espaço interno, com móveis e um espelho grande, que aparenta ser um quarto, onde o rapaz se veste e se arruma, olhando-se no espelho; 4) espaço interno, com um ringue e saco de pancadas, onde a moça treina boxe; 5) um estúdio, no qual há um apagamento do espaço através do fundo cinza, onde Bela Gil e Marcelo Tas apresentam o convite aos homens
Temporalização (discursivo)	Percebe-se um tratamento do tempo através de fases da vida das personagens nas faixas etárias da infância e do início da vida adulta. A frase “Quando seremos livres pra fazer nossas próprias escolhas?” indica que na atualidade as pessoas não são livres para fazerem o que querem. As frases e “Quando é que nós vamos mudar?” e “Se não agora, quando?” indicam urgência para que mudanças sejam realizadas no presente em favor da igualdade de gênero
Tonalização (discursivo)	Seriedade, manifestada pela sobriedade com que os narradores são apresentados, em contraposição ao humor. Contestação, que se contrapõe à inércia perante os problemas sociais enfrentados por mulheres e homens devido a problemáticas sexistas. Ousadia para assumir a luta em favor da igualdade de gênero em detrimento à covardia que não geraria as mudanças necessárias
Operações de linguagens sonoras e visuais (expressivo)	Enfatiza-se os figurinos e o desempenho dos/as atores e atrizes. No contexto da infância, recorre-se a um menino de cerca de cinco anos, que usa uma camiseta listrada de branco e rosa claro, brincando de casinha de bonecas, penteando os cabelos delas e dando-lhes comida; e de uma menina com cerca de nove anos, que usa um moletom preto, camiseta branca com estampa de caveira, short jeans, tênis e meias ¾ de lã e andando de skate. Na fase adulta, por meio de um rapaz, com cerca de 20 anos, que se veste com uma saia xadrez e camiseta preta, arrumando-se em frente ao espelho; e de uma moça, também com cerca de 20 anos, que enfaixa as mãos e utiliza luvas de boxe para dar socos em um saco de pancadas. Nota-se uma ênfase sobre o figurino do rapaz, que pode levantar uma problematização específica sobre a relação entre vestimentas e identidade de gênero. Os espaços onde as atividades são realizadas são claros e nítidos, enquanto o espaço onde Bela e Marcelo aparecem é escuro, com fundo cinza, no qual há um apagamento que não oportuniza associação a um lugar específico. Não há ênfases específicas sobre os espaços. Percebe-se articulações entre a linguagem sonora e visual que relaciona os sexos binários (quando a voz feminina ou masculina fala a figura de mesmo gênero aparece). Articula-se a seriedade através das roupas sóbrias pretas em um cenário da mesma cor, das expressões faciais sérias com olhares direcionados para a câmera de Bela e Marcelo. A trilha sonora auxilia na expressão dos tons de contestação e ousadia
Operações com meios técnicos (expressivo)	Apresenta-se a captação de imagens em movimento, que enquadra as personagens, suas ações e os espaços em planos abertos. Demonstra-se as mulheres estando à frente do movimento ElesPorElas através das posições assumidas por Bela à frente de Marcelo. Um efeito visual sobrepõe Gil e Tas, através de mudanças de foco, enquanto intercalam entre si o enunciado

Fonte: Elaboração do autor.

Observa-se que a análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 02 demonstra a aliança do texto audiovisual com o exercício dos lugares de fala com outro/a,

tratado no primeiro capítulo, e com as lutas contra o sexismo e pela igualdade entre gêneros, abordadas no segundo capítulo. O debate que evidencia tal relação é desenvolvido no capítulo VI, através da interpretação e avaliação dos resultados analíticos.

5.2 CONFRONTO AO DISCURSO SEXISTA: 2ª REGULARIDADE E INFORMAÇÕES INTERTEXTUAIS

A segunda regularidade identificada pela análise intratextual dos textos audiovisuais promocionais sobre a campanha *ElesPorElas/HeForShe*, difundidos pelo canal televisivo GNT, corresponde à Peça 03. Denominou-se a regularidade através do enunciado “Confronto ao discurso sexista”, ao se constatar a especificidade da peça em relação às demais analisadas. De modo geral, a peça que compõe a segunda regularidade apresenta um efeito de sentido sobre a luta contra o sexismo e pela igualdade entre os gêneros por meio da apresentação de uma dinâmica antissexista desenvolvida com convidadas/os, os quais leem frases sexistas em cartazes colados num painel, rasgam-nos e descobrem frases de empoderamento e incentivo. As/os convidadas/os dão seus respectivos depoimentos sobre a experiência e suas falas compõem a narração do audiovisual.

De acordo com o levantamento para análise intertextual sobre a peça que compõe a regularidade “Confronto ao discurso sexista”, no caso da Peça 03 é interessante ressaltar que, de acordo com o GNT (2016b, online), a produção deste audiovisual foi executada através da gravação de uma “dinâmica-surpresa” realizada com convidados/as apoiadores/as da campanha *ElesPorElas/HeForShe*. Ou seja, consta-se que as/os participantes não sabiam previamente o que aconteceria no evento para o qual tinham sido convidadas/os. Personalidades como a cantora de funk MC Carol, as escritoras Antonia Pellegrino e Adriana Carranca, a autora do blog feminista Modices Carla Lemos, o fotógrafo Jorge Bispo, entre outras/os foram convidados/as para irem “até um muro de cerca de 4m de altura repleto de frases tradicionalmente machistas [...] coladas em papel. Ao rasgar as colagens, palavras empoderadoras iam surgindo quando, por fim, saltou aos olhos a assinatura ‘Colocar-se no lugar do outro faz do mundo um lugar de todos’” (GNT, 2016b, online). Depois da dinâmica-surpresa, os/as participantes deram seus depoimentos pessoais sobre como foram impactados/as pela dinâmica e as suas falas são usadas para compor o âmbito sonoro do audiovisual.

O texto promocional audiovisual que compõe a regularidade “confronto ao discurso sexista” foi a segunda produção do GNT em parceria com a ONU Mulheres que visou difundir a campanha *ElesPorElas/HeForShe* no canal televisivo durante os intervalos das programações

da emissora. A Peça 03 tem duração de 01 minuto e 20 segundos, foi veiculada na TV fechada pelo canal GNT principalmente durante o segundo semestre de 2016 e o primeiro de 2017. Esta peça audiovisual foi disponibilizada no site da emissora em 02 de junho 2016. A seguir, é apresentada a análise intratextual da Peça 03.

5.2.1 Análise intratextual da Peça 03

O texto audiovisual determinado como Peça 03 foi intitulado como “Frases de ódio vs. frases empoderadas” e compõe a regularidade “Confronto ao discurso sexista”. A Peça 03 é composta por imagens registradas durante a “dinâmica-surpresa” e pelos depoimentos dos/as convidados/as sobre suas sensações com a experiência. Apresenta-se uma intercalação das imagens em que as personagens dão seus depoimentos com outras gravadas enquanto se realizava dinâmica. Ao fim, a voz feminina de uma narradora não identificada enuncia a frase definida como assinatura pelo canal GNT, “Colocar-se no lugar do outro faz do mundo um lugar de todos”, e o convite para o/a telespectador/a assinar ao movimento ElesPorElas e apoiar a luta pela igualdade entre homens e mulheres. Na Figura 17 é possível visualizar esses diferentes trechos da Peça 03.

Figura 17 – Trechos do audiovisual “Frases de ódio vs. frases empoderadas” (Peça 03)



Fonte: Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

O texto promocional audiovisual inicia com uma introdução visual que mostra os/as convidados/as entrando em um galpão e parando em frente a uma listra branca no chão, de onde olham para o muro em que se pode ler frases como: “Apanhou porque mere...”, “Lugar de mulher é dentro de casa”, “Malcomida”, “Ela deu pra quem pra conseguir este cargo?”:

- voz feminina fala enquanto uma mulher de cabelos pretos aparece na imagem e olha para o muro: “Foi uma surpresa, assim, quando a gente viu o painel com aquelas frases né?”;

- aparecem duas mulheres e um homem de costas, que olham para o muro, onde se pode ler: “Isso é mulher?”, “Tinha que ser mulher”, “Você é tão sensível para um homem”, “Política se faz com homem”, “Mulher nasceu para casar”;

- voz feminina fala enquanto seu rosto aparece primeiro com as mãos escondendo sua boca (o que demonstra uma reação de choque ao ler as frases) e depois, sentada, dando seu depoimento: “Porque uma coisa é você ouvir aquelas frases, outra coisa é você ver as palavras, né? Então isso tem um impacto muito grande”;

- aparecem uma mulher e um homem de costas e olhando para o muro, onde se pode ler: “Mulher nasceu para casar e ter filhos”, “Apanhou porque mereceu”, “Quem mandou transar?”, “Mulher pilotar avião? Volta pro fogão!”, “Mulher só manda nos filhos”, “Gosta de apanhar”, “Vai apanhar que nem homem”, “Arrombada”, “Suja”, “Gorda”;

- voz feminina fala enquanto seu rosto boquiaberto aparece primeiro e depois, sentada, ela dá seu depoimento: “Me sentia muito agredida”.

- todas/os convidadas/os aparecem de costas olhando para o muro, que é exposto completamente; uma mulher faz feição de indignação; outra mulher cruza a linha branca no chão e se dirige ao muro; ela chega e rasga o cartaz em que está escrito “Gosta de apanhar”; um homem rasga outro cartaz, em que se lê “Ela é muito escura”; então se mostra todas/os participantes em conjunto rasgando os cartazes;

- voz feminina fala enquanto ela primeiro aparece rasgando um cartaz e depois sentada: “é uma mudança diária dentro das pessoas, de todo mundo”;

- voz feminina fala enquanto ela primeiro aparece rasgando um cartaz e depois sentada: “o que mais me emocionou nisso foi a hora de rasgar”;

- voz feminina fala enquanto ela primeiro aparece rasgando um cartaz, seguida de outras pessoas fazendo o mesmo: “é uma sensação de libertação, né?”;

- voz masculina fala enquanto ele aparece primeiro rasgando um cartaz e depois dando seu depoimento: “eu adoraria que nenhum desses temas fossem tão presentes como são”;

- voz feminina fala enquanto ela aparece primeiro rasgando um cartaz e depois dando seu depoimento: “pra mim, mais impacto do que ver aquelas frases atrozés é ver as frases de empoderamento, as frases de incentivo”;
- quando a mesma pessoa está terminando sua fala, a imagem mostra um cartaz onde se lê: “lugar de mulher é onde ela quiser”;
- voz masculina fala enquanto ele dá seu depoimento sentado e depois levando uma escada até o muro para rasgar os cartazes mais altos: “Eu acho que rasgar o papel é isso, é rasgar o verbo”;
- voz feminina da narradora lê o texto que agora está escrito com destaque no muro, enquanto as/os participantes se abraçam: “Colocar-se no lugar do outro faz do mundo um lugar de todos”;
- as/os participantes abraçam-se, conversam e aplaudem, quando todos desaparecem e uma pessoa surge, rasga um cartaz e deixa ver a logomarca do canal GNT na cor *Pink*, acima do endereço para internet do canal “gnt.com.br” na mesma cor e, abaixo, as logomarcas da campanha *HeForShe* e ONU Mulheres; a narradora fala: “assine o movimento ElesPorElas e dê um passo pela igualdade de direitos entre homens e mulheres”.

A análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 03 está concentrada no Quadro 6, a seguir.

Quadro 6 – Análise intratextual da Peça 03

Dispositivo	Estratégia
Tematização (discursivo)	Concentração temática na luta contra o sexismo e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e convite para aderência ao <i>ElesPorElas</i>
Figurativização (discursivo)	Configuração de uma dinâmica em que participantes leem afirmações sexistas escritas em cartazes colados num muro, os rasgam e, então, são revelados escritos de empoderamento e de incentivo. Os depoimentos pessoais das/os participantes sobre a atividade compõem o áudio do relato, que evidencia o impacto gerado pela leitura dos enunciados sexistas, pelo ato de rasgar os cartazes e pela leitura contraposta dos enunciados empoderadores. Outro pedaço de papel é rasgado e se apresenta a marca do movimento <i>HeForShe</i> e o convite às/aos telespectadoras/es para se envolverem na luta contra o sexismo e pela igualdade de direitos entre os gêneros
Actorialização (discursivo)	Apresenta-se a performatividade de um grupo protagonista de pessoas, que desempenham o papel de luta contra o sexismo através da participação em uma dinâmica e dos seus depoimentos pessoais sobre a atividade. Quando faltam cerca de 15 segundos para o fim do texto audiovisual, há a inserção de uma narradora não identificada, que lê a frase em destaque descoberta após os cartazes sexistas serem rasgados e convida os/as telespectadores/as a assinarem à <i>ElesPorElas</i>
Espacialização (discursivo)	Um único espaço interno: um galpão grande, onde a dinâmica é realizada e também onde as/os participantes dão seus depoimentos. O galpão aparenta conter apenas o painel com os cartazes colados, sem ninguém presente até a chegada dos/as convidados/as
Temporalização (discursivo)	Simultaneidade de acontecimentos paralelos: o momento da dinâmica e o momento dos depoimentos estão intercalados. Entende-se que os depoimentos foram dados após a realização da dinâmica, mas o audiovisual apresenta os dois momentos ao mesmo tempo, em imagens justapostas intercaladas, mantendo apenas o áudio dos depoimentos. Também é possível notar uma cronologia nos acontecimentos mostrados, desde a chegada dos/as convidados/as no galpão até o confronto com as frases sexistas e a atitude de rasgá-las
Tonalização (discursivo)	Seriiedade, manifestada pelos depoimentos e semblantes dos/as participantes da dinâmica, em contraposição ao humor. Contestação, que se contrapõe à inércia perante discursos sexistas. Ousadia para assumir a luta em favor da igualdade de direitos entre gêneros, em detrimento à covardia que não geraria as mudanças necessárias. No momento em que as/os participantes rasgam os cartazes com frases sexistas, nota-se um tom colérico e empolgante, motivado pela possibilidade de se livrarem dos enunciados, em contraposição à serenidade e indiferença
Operações de linguagens sonoras e visuais (expressivo)	Ênfase na linguagem visual, que destaca as frases sexistas e, depois, as empoderadoras, vistas e comentadas pelas/os participantes. A articulação entre áudio e imagem e o uso da conjugação verbal no passado nas falas permitem compreender que o relato é construído através dos depoimentos dados após a realização da dinâmica, mesmo que os dois momentos sejam apresentados de modo simultâneo. Destaca-se a configuração expressiva e o desempenho de atores e atrizes que protagonizam a dinâmica. Eles/as confrontam as frases sexistas em cartazes no muro e reagem a elas com feições de espanto, horror e indignação. Todos/as se impulsionam a rasgar os cartazes, quando passam a sorrir e demonstram cólera e empolgação, revelando frases empoderadoras. Seus depoimentos pessoais, em linguagem coloquial, indicam como se sentiram e o impacto gerado pela dinâmica. O grupo é composto por mulheres e homens (sem rompimento da lógica binária), pessoas jovens, adultas e idosas (não há presença de crianças), com figurino variado e sem padronizações. O galpão onde a dinâmica é realizada apresenta nuances cinzas e obscuras, com grandes portas e janelas abertas por onde entra a luz. O relato não apresenta ênfases no cenário, que serve para ambientar as ações. A trilha sonora garante o tom de seriedade, pequenos períodos sem falas garantem um tom obscuro. Quando a trilha sonora é alterada para um ritmo mais frenético (com guitarras e baterias) as personagens rasgam os cartazes, o que auxilia no tom de ousadia e contestação. Há uma alternância cromática nas cores presentes nos cartazes colados no muro: as frases sexistas estão em tons de preto, branco e cinza sobrepostas a fundos das mesmas cores, enquanto as frases empoderadoras e incentivadoras estão escritas com cores vibrantes e com fundo também colorido
Operações com meios técnicos (expressivo)	O texto audiovisual é montado através de imagens intercaladas entre a exibição da dinâmica e dos depoimentos, enquanto o áudio apresenta apenas os enunciados que compõem os depoimentos. A captação e montagem de sons e imagens, sempre realizadas no mesmo galpão, garante a alternância entre as duas ações realizadas pelas/os atrizes e atores. A sobreposição entre as imagens e os sons de momentos distintos também permitem o entendimento de que a voz ouvida pertence à pessoa que aparece no vídeo naquele momento, mesmo que a imagem não mostre o depoimento, mas a realização da dinâmica. Os enquadramentos permitem destacar as reações das/os participantes. A inserção da narradora é realizada apenas no âmbito sonoro

Fonte: Elaboração do autor.

Observa-se que a análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 03 demonstra a aliança do texto audiovisual com o exercício dos lugares de fala com outro/a, tratado no primeiro capítulo, e com as lutas contra o sexismo e pela igualdade entre gêneros, abordadas no segundo capítulo. O debate que evidencia tal relação é desenvolvido no capítulo VI, através da interpretação e avaliação dos resultados analíticos.

5.3 LUGARES DE FALA CONTRA O SEXISMO: 3ª REGULARIDADE E INFORMAÇÕES INTERTEXTUAIS

A terceira regularidade identificada pela análise intratextual dos textos audiovisuais promocionais sobre a campanha *ElesPorElas/HeForShe*, difundidos pelo canal televisivo GNT, corresponde às Peças 04, 05, 06, 07 e 08. Denominou-se a regularidade através do enunciado “Lugares de fala contra o sexismo”, ao se constatar a especificidade em comum das peças em relação às demais analisadas. De modo geral, as peças que compõem a terceira regularidade apresentam um efeito de sentido sobre a luta contra o sexismo e pela igualdade entre os gêneros por meio dos depoimentos de celebridades, embasados sobretudo em seus respectivos lugares de fala. As personalidades expõem situações pessoais, nas quais se pode constatar a existência da desigualdade social entre os gêneros, além de posicionarem-se contra o sexismo e convidarem os/as telespectadores/as para se aliarem à luta.

De acordo com o levantamento para análise intertextual sobre as peças que compõem a regularidade “Lugares de fala contra o sexismo”, conforme a ONU Mulheres (2016, online), os textos promocionais audiovisuais foram produzidos pela agência Heads Propaganda e lançados em 21 de novembro de 2016. Os objetivos principais dos audiovisuais foram “[...] ampliar o diálogo sobre os direitos das mulheres e impulsionar os progressos para alcançar a igualdade de gênero”. Além das peças promocionais audiovisuais produzidas para difusão no canal televisivo GNT e na internet, a agência publicitária também produziu peças visuais para mobiliário urbano, para o interior de estabelecimentos e para a internet.

Das peças audiovisuais analisadas participam as seguintes celebridades: 1) Camila Pitanga, atriz carioca da Rede Globo e embaixadora nacional da ONU Mulheres desde dezembro de 2015; 2) Preta Gil, cantora carioca; 3) Sheron Menezes, atriz sul-rio-grandense da Rede Globo; 4) Léa T., modelo internacional mineira; e 5) Anselmo Vasconcelos, ator carioca da Rede Globo. Consta-se que as peças de caráter visual produzidas pela agência publicitária para mobiliário urbano, interior de estabelecimentos e internet tiveram a participação, além das personalidades supracitadas, dos atores Mateus Solano, Bruno

Gagliasso, Erico Brás, do músico Marcelo D2 e da lutadora de artes marciais Amanda Nunes. Importa ressaltar que a análise intratextual contemplou apenas as peças audiovisuais difundidas pelo canal televisivo GNT. Algumas peças visuais correspondentes à produção da Heads Propaganda foram disponibilizadas no site da ONU Mulheres, as quais podem ser vistas no Anexo B desta tese.

Vale lembrar que, em entrevista para esta tese, Nadine Gasman, Representante da ONU Mulheres no Brasil, avalia as produções promocionais que compõem a regularidade “Lugares de fala contra o sexismo” como um exemplo de resultados importantes para a ElesPorElas no que se refere ao setor privado. Em outra entrevista, para a ONU Mulheres (2016, online), Gasman ressalta que em tais produções visaram mostrar que o movimento é de todas e para todas as pessoas, independente do gênero. Ademais:

[...] quisemos ir além de informar sobre a importância de viver livre de preconceitos, de conquistar a igualdade de gênero e garantir os direitos das mulheres e meninas. Cada personagem [...] dá depoimentos reais e sinceros sobre o que vivem (e vivemos) e por que é importante fazer parte desse movimento para mudar a nossa realidade de machismo, racismo, sexismo e homofobia. Em cada uma dessas histórias, nós imediatamente identificamos a forte presença e as graves consequências do preconceito na nossa cultura, e é por isso que nos tocam tão profundamente. Sabemos que um lugar onde as mulheres usufruem de seus direitos é um lugar onde todas as pessoas usufruem de seus direitos (GASMAN *apud* ONU MULHERES, 2016, online).

Os textos promocionais audiovisuais que compõem a regularidade “Lugares de fala contra o sexismo” foram a terceira produção do GNT em parceria com a ONU Mulheres que visou difundir a campanha ElesPorElas/*HeForShe* no canal televisivo durante os intervalos das programações da emissora. As Peças 04, 05, 06, 07 e 08 têm duração de 45 segundos, foram veiculadas na TV fechada pelo canal GNT principalmente no final de 2016 e durante o ano de 2017. As peças audiovisuais disponibilizadas no site da emissora em 02 de dezembro 2016. A seguir, são apresentadas as análises intratextuais das peças.

5.3.1 Análise intratextual da Peça 04

O texto audiovisual determinado como Peça 04 foi intitulado como “Fala de Camila Pitanga” e compõe a regularidade “Lugares de fala contra o sexismo”. A Peça 04 é composta pela declaração da atriz Camila Pitanga, voltada à afirmação de suas experiências pessoais e de seu posicionamento identitário para embasar sua fala sobre a luta contra o sexismo e convidar os homens para se unirem a ela. Durante o audiovisual, a imagem, em preto e branco, limita-se

a mostrar a atriz em diferentes ângulos e enquadramentos enquanto ela faz sua declaração. Ao lado esquerdo, por vezes, alguns de seus dizeres aparecem escritos em branco através de um efeito visual de edição da imagem. Após sua fala, ouve-se a voz masculina de um narrador não identificado, que convida o/a telespectador/a para assinar o movimento ElesPorElas/*HeForShe* e assumir o compromisso visando um mundo mais justo para homens e mulheres. Enquanto isso, a imagem mostra a sobreposição de um filtro na cor *Pink* sobre Camila Pitanga e a logomarca da campanha. Na Figura 18 é possível visualizar esses diferentes trechos da Peça 03.

Figura 18 – Trechos do audiovisual “Fala de Camila Pitanga” (Peça 04)



Fonte: Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

Nota-se que o texto promocional audiovisual inicia mostrando Camila Pitanga, que olha para a câmera (o que dá a impressão que olha diretamente para o/a telespectador/a), posicionada ao lado direito da imagem em preto e branco. Durante a descrição do relato, a seguir, optou-se por iniciar uma nova frase todas as vezes em que há uma mudança no enquadramento dado à atriz e por marcar em negrito os trechos que aparecem escritos em branco ao lado esquerdo da imagem:

- Camila inicia sua declaração, com a imagem enquadrando-a da cintura à cabeça: “quantos **preconceitos** uma mulher precisa superar ao longo da vida?” (durante esta primeira frase, ao lado esquerdo e abaixo na imagem, também aparece o nome da atriz em branco, seguido de sua ocupação em *Pink* “embaixadora da ONU Mulheres no Brasil”);
- enquadra-se seu rosto, em close, e ela mesma responde: “**desista**”;

- enquadra-se seu rosto, do colo para cima, e ela continua: “você jamais conseguiria contar”;
- enquadra-se seu rosto, em close: “porque eles estão em **todos os lugares**”;
- enquadra-se seu rosto, do colo para cima: “no ponto de ônibus, no caminho pra casa, na **diferença de salários**, no machismo disfarçado de piada”;
- enquadra-se seu rosto, em close: “e nos ataques repulsivos de quem calunia uma mulher em um momento de **dor**”;
- enquadra-se seu rosto, em close, de perfil: “ser mulher me ensinou a **ser forte**”;
- enquadra-se seu rosto abaixado e levantando-se, em close: “sou mãe, sou filha”;
- enquadra-se seu rosto, em close: “não sou morena, nem mulata, **sou negra**”;
- enquadra-se o lado esquerdo de seu rosto, em detalhe: “quer saber mais o que eu sou?”;
- enquadra-se seu rosto, em close: “eu sou uma mulher muito orgulhosa de poder **lutar por tudo** isso... E vocês homens? Lutam comigo?”;
- Camila continua na imagem e ao seu lado aparece o link “elesporelas.org” e, abaixo, o escrito “acesse e assine”; enquanto isso, uma voz masculina fala: “acesse elesporelas.org e assumo você também o compromisso por um mundo mais justo para todos e todas nós”; nos últimos cinco segundos, um filtro na cor *Pink* é sobreposto na imagem, o qual inicia da esquerda para a direita, e no centro da imagem aparece a logomarca da campanha *HeForShe* e a frase, abaixo, “Eles por elas. E por todas e todos nós”.

A análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 04 está concentrada no Quadro 7, a seguir:

Quadro 7 – Análise intratextual da Peça 04

Dispositivo	Estratégia
Tematização (discursivo)	Concentração temática na luta contra o sexismo e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e convite para aderência ao ElesPorElas
Figurativização (discursivo)	Contextualização do relato através da declaração pessoal de uma celebridade, articulada através de sua adscrição identitária para assumir um lugar de fala que evidencie o tema e introduza o convite às lutas contra o sexismo e ao comprometimento com o ElesPorElas. A configuração do relato se volta quase exclusivamente à declaração, exceto pelo convite final de aderência à campanha, em que se apresenta a logomarca da <i>HeForShe</i>
Actorialização (discursivo)	Apresenta-se a performatividade de protagonização desempenhada pela atriz Camila Pitanga, que expõe uma declaração pessoal e se posiciona identitariamente no lugar social de mulher, mãe, filha e negra para destacar o tema, além de convidar os/as telespectadores/as para se unirem a ela nas lutas contra o sexismo. Ela se dirige à audiência, indica a importância de tais lutas e assume seu lugar de fala. Faltando cerca de oito segundos para o fim do texto áudio-visual, há a inserção de um narrador não identificado, que convida os/as telespectadores/as a assinarem o ElesPorElas
Espacialização (discursivo)	Um único espaço interno: um galpão, aparentemente vazio, onde se pode ver apenas a atriz Camila Pitanga, que dá sua declaração. Não há ênfases específicas relacionados ao espaço
Temporalização (discursivo)	Delimitação temporal contemporânea, em que Camila destaca exemplos de preconceitos sofridos por ela própria e por outras mulheres na atualidade, além de expor sua adscrição identitária através do verbo “ser”, conjugado no presente, com o qual define algumas de suas posições naquele momento sobre o tema, constituindo seu lugar de fala
Tonalização (discursivo)	Seriedade, manifestado na voz e no semblante de Camila Pitanga, durante sua declaração, em contraposição ao humor. Contestação, contrapondo-se à inércia perante os preconceitos apontados pela atriz. Ousadia para assumir a luta em favor da igualdade de direitos entre os gêneros e contra o sexismo, em detrimento à covardia que não geraria as mudanças necessárias. Tom incisivo, em contraposição à doçura ou tranquilidade. Tom intimista e atento em relação ao/à telespectador/a, para quem a atriz parece olhar durante sua fala, em contraposição à dispersão
Operações de linguagens sonoras e visuais (expressivo)	Destaca-se a configuração expressiva e desempenho de Camila Pitanga, ao considerar que a declaração da atriz compõe cerca de 85% do tempo da narrativa apresentada. Atribui-se uma ênfase à própria Camila pela imagem e voltada àquilo que ela tem para falar no áudio, sem realces específicos no cenário ou figurino. Quando a voz masculina do narrador inicia, a imagem mostra Camila Pitanga em silêncio, com olhar ainda voltado para os/as telespectadores/as. Observa-se a dimensão grande do galpão, onde a atriz expõe sua declaração, com várias luzes e colunas, mas o relato não apresenta ênfases específicas no cenário, o que torna possível não desviar a atenção de Camila. Apresenta-se uma ênfase no relato sonoro apresentado pela atriz em sua declaração, pelo qual é possível determinar a atualidade de sua reivindicação. Reforça-se as tonalidades de cinza, preto e branco na imagem. Garante-se uma atenção exclusiva à declaração de Pitanga através da trilha sonora de fundo que acompanha o que é dito pela atriz
Operações com meios técnicos (expressivo)	Apresentam-se diferentes enquadramentos de Camila Pitanga em imagens justapostas sem evidenciar interrupções na sua fala e sempre mostrando seu rosto, em close ou planos médios. A captação de imagens e sons são centrados exclusivamente na atriz, o que permite atribuir atenção sobretudo a ela e a sua declaração. Os enquadramentos mostram o isolamento da atriz no galpão. Destacam-se os efeitos visuais, em que se mostram trechos da fala de Camila em uma escrita caligráfica na cor branca, e efeitos sonoros que compõem a trilha de fundo, os quais auxiliam a sobressaltar a sua fala, que se intensifica e atenua-se de acordo com a expressividade da declaração, mas mantêm um padrão grave. Os enquadramentos ajudam a evidenciar a seriedade da narrativa, ao destacar o semblante sério da atriz. Consta-se, ainda, a sobreposição de um filtro <i>Pink</i> , que aparece da esquerda para a direita quando surge a logomarca da <i>HeForShe</i>

Fonte: Elaboração do autor.

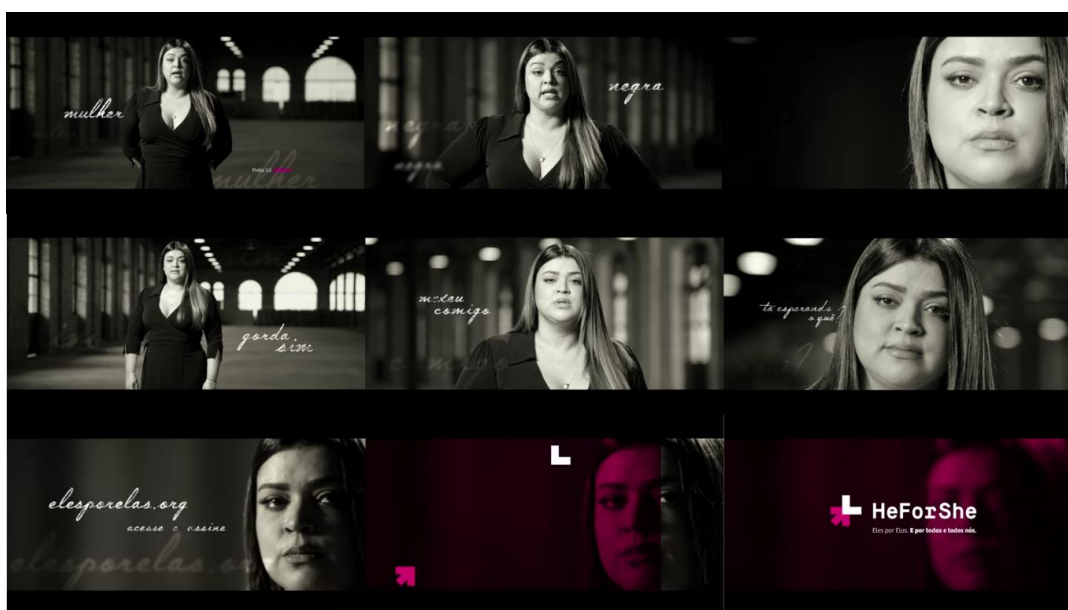
Observa-se que a análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 04 demonstra a aliança do texto audiovisual com o exercício dos lugares de fala com outro/a, tratado no primeiro capítulo, e com as lutas contra o sexismo e pela igualdade entre gêneros,

abordadas no segundo capítulo. O debate que evidencia tal relação é desenvolvido no capítulo VI, através da interpretação e avaliação dos resultados analíticos.

5.3.2 Análise intratextual da Peça 05

O texto audiovisual determinado como Peça 05 foi intitulado como “Fala de Preta Gil” e compõe a regularidade “Lugares de fala contra o sexismo”. A Peça 05 é composta pela declaração da cantora Preta Gil, voltada à afirmação de suas experiências pessoais e seu posicionamento identitário para falar sobre a luta contra o sexismo e convidar os homens para se unirem a ela. Durante o audiovisual, a imagem, em preto e branco, limita-se a mostrar a cantora em diferentes ângulos e através de diferentes enquadramentos enquanto faz sua declaração. Aos seus lados, por vezes, alguns de seus dizeres aparecem escritos em branco através de efeito visual de edição da imagem. Após sua fala, ouve-se a voz masculina de um narrador não identificado, que convida o/a telespectador/a para assinar o movimento ElesPorElas e assumir o compromisso por um mundo mais justo para homens e mulheres, enquanto a imagem mostra a sobreposição de um filtro na cor *Pink* sobre Preta Gil e a logomarca da campanha. Na Figura 19 pode-se visualizar esses diferentes trechos da Peça 05.

Figura 19 – Trechos do audiovisual “Fala de Preta Gil” (Peça 05)



Fonte: Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

O texto promocional audiovisual inicia mostrando Preta Gil, que olha para a câmera (o que dá a impressão que olha diretamente para o/a telespectador/a), posicionada no centro da imagem em preto e branco. Durante a descrição do relato, a seguir, optou-se por iniciar uma nova frase todas as vezes em que há uma mudança no enquadramento dado à cantora e por marcar em negrito os trechos que aparecem escritos em branco aos seus lados na imagem:

- Preta inicia sua declaração, em plano médio (enquadramento da cintura à cabeça): “preconceito por ser **mulher**” (durante esta primeira frase, ao lado direito e abaixo na imagem, também aparece o nome “Preta Gil” em branco, seguido de sua ocupação em *Pink* “cantora”);
- enquadra-se seu rosto, desde o colo, e ela continua: “preconceito por ser **negra**, preconceito por ser **gorda**”;
- enquadra-se seu rosto, em close: “e por amar um homem mais jovem”;
- enquadra-se seu rosto, desde o colo: “a vida me ensinou desde cedo que ser mulher não é pra qualquer um”;
- enquadra-se seu rosto, desde a cintura: “e foi assim que eu **aprendi a lutar** pelo meu espaço”;
- enquadra-se seu rosto, desde o colo: “**mulher sim, negra sim**”
- enquadra-se a cantora desde o quadril até seu rosto: “**gorda sim**”;
- enquadra-se seu rosto, em close, rapidamente, e logo se volta ao enquadramento anterior, do quadril até seu rosto: “como muitos, eu podia tá aí, alheia a tudo”;
- enquadra-se a cantora desde a cintura, rapidamente um zoom aproxima a imagem mostrando-a desde o colo, e se volta ao enquadramento desde a cintura: “mas se tem uma coisa que o preconceito contra as mulheres me ensinou é **jamais ser omissa**”;
- enquadra-se seu rosto em close rapidamente, passando para o enquadramento desde seu colo: “hoje, mexeu com elas, **mexeu comigo**; mexeu comigo, **mexeu com todas**”;
- enquadra-se seu rosto em close: “e você? **Tá esperando o quê** pra começar a se mexer?”
- enquadra-se o rosto de Preta em close no canto direito da tela e ao lado esquerdo aparece o link “elesporelas.org” e, abaixo, o escrito “acesse e assine”; enquanto isso, uma voz masculina fala: “acesse elesporelas.org e assumo você também o compromisso por um mundo mais justo para todos e todas nós”; nos últimos quatro segundos, um filtro na cor *Pink* é sobreposto na imagem, o qual inicia da esquerda para a direita, e no centro da imagem aparece a logomarca da campanha *HeForShe* e, abaixo, a frase: “Eles por elas. E por todas e todos nós”.

A análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 05 está concentrada no Quadro 8, a seguir.

Quadro 8 – Análise intratextual da Peça 05

Dispositivo	Estratégia
Tematização (discursivo)	Concentração temática na luta contra o sexismo e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e convite para aderência ao ElesPorElas
Figurativização (discursivo)	Contextualização do relato através da declaração pessoal de uma celebridade, articulada através de sua adscrição identitária para assumir um lugar de fala que evidencie o tema e introduza o convite às lutas contra o sexismo e ao comprometimento com o ElesPorElas. A configuração do relato se volta quase exclusivamente à declaração, exceto pelo convite final de aderência à campanha, em que se apresenta a logomarca da <i>HeForShe</i>
Actorialização (discursivo)	Apresenta-se a performatividade de protagonização desempenhada pela cantora Preta Gil, que expõe uma declaração pessoal e se posiciona identitariamente no lugar social de mulher, negra e gorda para destacar o tema, além de convidar os/as telespectadores/as para também participarem das lutas contra o sexismo. Ela se dirige à audiência, indica a importância de tais lutas e assume o seu lugar de fala. Faltando cerca de oito segundos para o fim do texto audiovisual, há a inserção de um narrador não identificado, que convida os/as telespectadores/as a assinarem o ElesPorElas
Espacialização (discursivo)	Um único espaço interno: um galpão, aparentemente vazio, onde se pode ver apenas a cantora Preta Gil, que dá sua declaração. Não há ênfases específicas relacionados ao espaço
Temporalização (discursivo)	Delimitação temporal contemporânea, em que Preta destaca exemplos de preconceitos sofridos por ela própria e por outras mulheres e indica como tais situações ensinaram ela a lutar contra o sexismo atualmente. A cantora, inclusive, destaca o tempo presente através da palavra “hoje”. Ademais, ela expõe sua adscrição identitária através do verbo “ser”, conjugado no presente, com o qual define algumas de suas posições naquele momento sobre o tema, constituindo seu lugar de fala
Tonalização (discursivo)	Seriedade, manifestado na voz e no semblante de Preta Gil, durante sua declaração, em contraposição ao humor. Contestação, contrapondo-se à inércia perante os preconceitos apontados pela cantora. Ousadia para assumir a luta em favor da igualdade de direitos entre os gêneros e contra o sexismo, em detrimento à covardia que não geraria as mudanças necessárias. Tom incisivo, em contraposição à doçura ou tranquilidade. Consta-se, ainda, um tom intimista e atento em relação ao/à telespectador/a, para quem a cantora parece olhar durante sua fala, em contraposição à dispersão
Operações de linguagens sonoras e visuais (expressivo)	Destaca-se a configuração expressiva e o desempenho de Preta Gil, ao considerar que a declaração da cantora compõe cerca de 85% do tempo da narrativa apresentada. Há uma ênfase atribuída à própria Preta pela imagem e voltada àquilo que ela tem para falar no áudio, sem realces no cenário ou figurino. Quando a voz masculina do narrador inicia, a imagem mostra Preta Gil em silêncio, com olhar ainda voltado para os/as telespectadores/as. É possível observar a dimensão grande do galpão, onde a cantora expõe sua declaração, com várias luzes e colunas, mas o relato não apresenta ênfases específicas no cenário, o que torna possível não desviar a atenção de Preta. Apresenta-se uma ênfase no relato sonoro apresentado pela cantora em sua declaração, pelo qual é possível determinar a atualidade de sua reivindicação. Reforça-se as tonalidades de cinza, preto e branco na imagem. Garante-se uma atenção exclusiva à declaração de Preta Gil através da trilha sonora de fundo que acompanha aquilo que é dito pela cantora
Operações com meios técnicos (expressivo)	Apresentam-se diferentes enquadramentos de Preta Gil em imagens justapostas sem evidenciar interrupções na sua fala e sempre mostrando seu rosto, em close ou planos médios. Nota-se a opção por um ângulo que mostra seu corpo, desde o quadril, quando ela aponta o seu lugar de gorda. A captação de imagens e sons são centrados exclusivamente na cantora, o que permite atribuir atenção sobretudo a ela e a sua declaração. Os enquadramentos evidenciam o isolamento de Gil no galpão. Destacam-se os efeitos visuais, em que se mostram trechos da fala de Preta em uma escrita caligráfica na cor branca, e efeitos sonoros que compõem a trilha, os quais auxiliam a sobressaltar a sua fala, que se intensifica e atenua-se de acordo com a expressividade da declaração, mas mantêm um padrão grave. Os enquadramentos ajudam a evidenciar a seriedade da narrativa, ao mostrar o semblante sério da cantora. Consta-se a sobreposição de um filtro <i>Pink</i> , que aparece da esquerda para a direita quando surge a logomarca da <i>HeForShe</i>

Fonte: Elaboração do autor.

Observa-se que a análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 05 demonstra a aliança do texto audiovisual com o exercício dos lugares de fala com outro/a, tratado no primeiro capítulo, e com as lutas contra o sexismo e pela igualdade entre gêneros, abordadas no segundo capítulo. O debate que evidencia tal relação é desenvolvido no capítulo VI, através da interpretação e avaliação dos resultados analíticos.

5.3.3 Análise intratextual da Peça 06

O texto audiovisual determinado como Peça 06 foi intitulado como “Fala de Sheron Menezes” e compõe a regularidade “Lugares de fala contra o sexismo”. A Peça 06 é composta pela declaração da atriz Sheron Menezes, voltada à afirmação de suas experiências pessoais e seu posicionamento identitário para falar sobre a luta contra o sexismo e convidar os homens para se unirem a ela. Durante o audiovisual, a imagem, em preto e branco, limita-se a mostrar a atriz em diferentes ângulos e através de diferentes enquadramentos enquanto ela faz sua declaração. Aos seus lados, por vezes, alguns de seus dizeres aparecem escritos em branco através de efeito visual de edição da imagem. Após sua fala, ouve-se a voz masculina de um narrador não identificado, que convida o/a telespectador/a para assinar o movimento *ElesPorElas/HeForShe* e assumir o compromisso por um mundo mais justo para homens e mulheres, enquanto a imagem mostra a sobreposição de um filtro na cor *Pink* sobre Sheron Menezes e a logomarca da campanha. Na Figura 20 é possível visualizar esses diferentes trechos da Peça 06.

Figura 20 – Trechos do audiovisual “Fala de Sheron Menezzes” (Peça 06)



Fonte: Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

O texto promocional audiovisual inicia mostrando Sheron Menezzes, que olha para a câmera e anda em sua direção (o que dá a impressão de que olha e anda para o/a telespectador/a), posicionada no centro da imagem em preto e branco. Durante a descrição do relato, a seguir, optou-se por iniciar uma nova frase todas as vezes em que há uma mudança no enquadramento dado à atriz e por marcar em negrito os trechos que aparecem escritos em branco aos seus lados:

- Sheron inicia sua declaração, em plano médio (enquadramento da cintura à cabeça): “piada machista? Já ouvi muita” (durante esta primeira frase, ao lado direito e abaixo na imagem, também aparece o nome da atriz em branco, seguido de sua ocupação em *Pink* “atriz”);
- enquadra-se seu rosto, em close, e ela continua: “**racismo velado**?”;
- ainda em close, o enquadramento mostra seu rosto enquanto olha para seu braço erguido ao lado esquerdo da imagem, com a mão próxima à sua bochecha: “já sofri”;
- enquadra-se seu rosto, desde os ombros: “ataques covardes na internet?”;
- enquadra-se seu rosto, desde o colo: “perdi a conta. Por ser **mulher e negra**”;
- enquadra-se seu rosto abaixado e de perfil, ela o levanta e o vira para voltar seu olhar à tela: “nesta vida eu já encarei muitas **dificuldades**, mas decidi encarar mais uma: **lutar**”;
- enquadra-se seu rosto, desde os ombros: “**contra tudo isso** e reunir homens e mulheres”;
- enquadra-se seu rosto em close: “para lutar junto comigo”;
- enquadra-se seu rosto, desde os ombros, e depois seu rosto em close rapidamente: “não é o seu **preconceito** que irá nos parar”;

- enquadra-se seu rosto, desde o colo; ela aponta o dedo indicador para a tela e depois seu rosto é enquadrado em close rapidamente: “não é a sua **agressão** que irá nos intimidar”;
- enquadra-se seu rosto, desde os ombros: “não são os seus passos atrás que vão nos”;
- enquadra-se seu rosto, desde o pescoço: “impedir de **seguir em frente**”;
- enquadra-se seu rosto, desde os ombros: “são os nossos passos à frente que vão fazer o seu preconceito voltar atrás”;
- enquadra-se o rosto de Sheron, desde seu colo, ao lado direito da tela e ao lado esquerdo aparece o link “elesporelas.org” e, abaixo, o escrito “acesse e assine”; enquanto isso, uma voz masculina fala: “acesse elesporelas.org e assuma você também o compromisso por um mundo mais justo para todos e todas nós”; nos últimos cinco segundos, um filtro na cor *Pink* é sobreposto na imagem, o qual inicia da esquerda para a direita, e no centro da imagem aparece a logomarca da campanha *HeForShe* e, abaixo, a frase: “Eles por elas. E por todas e todos nós”.

A análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 06 está concentrada no Quadro 9, a seguir.

Quadro 9 – Análise intratextual da Peça 06

Dispositivo	Estratégia
Tematização (discursivo)	Concentração temática na luta contra o sexismo e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e convite para aderência ao ElesPorElas
Figurativização (discursivo)	Contextualização do relato através da declaração pessoal de uma celebridade, articulada através de sua adscrição identitária para assumir um lugar de fala que evidencie o tema e introduza o convite às lutas contra o sexismo e ao comprometimento com o ElesPorElas. A configuração do relato se volta quase exclusivamente à declaração, exceto pelo convite final de aderência à campanha, em que se apresenta a logomarca da <i>HeForShe</i>
Actorialização (discursivo)	Apresenta-se a performatividade de protagonização desempenhada pela atriz Sheron Menezzes, que expõe uma declaração pessoal e se posiciona identitariamente no lugar social de mulher e negra para destacar o tema e para convidar homens e mulheres para lutarem junto com ela. A atriz se dirige à audiência, indica a importância de tais lutas e assume seu lugar de fala. Faltando cerca de oito segundos para o fim do texto audiovisual, há a inserção de um narrador não identificado, que convida os/as telespectadores/as a assinarem o ElesPorElas
Espacialização (discursivo)	Um único espaço interno: um galpão, aparentemente vazio, onde se pode ver apenas a atriz Sheron Menezzes, que dá sua declaração. Não há ênfases relacionados ao espaço
Temporalização (discursivo)	Delimitação temporal contemporânea, em que Sheron destaca exemplos de preconceitos sofridos por ela própria e por outras mulheres e indica como tais situações a fizeram decidir lutar contra o sexismo atualmente. Ademais, ela expõe sua adscrição identitária através do verbo “ser”, conjugado no presente, com o qual define algumas de suas posições naquele momento sobre o tema, constituindo seu lugar de fala
Tonalização (discursivo)	Seriedade, manifestado na voz e no semblante de Sheron Menezzes, durante sua declaração, em contraposição ao humor. Contestação, contrapondo-se à inércia perante os preconceitos apontados pela atriz. Ousadia para assumir a luta pela igualdade de gênero e contra o sexismo, em detrimento à covardia que não geraria mudanças necessárias. Tom incisivo, em contraposição à doçura ou tranquilidade. Consta-se, ainda, um tom intimista e atento sobre ao/a telespectador/a, para quem a atriz parece olhar durante sua fala, em contraposição à dispersão
Operações de linguagens sonoras e visuais (expressivo)	Destaca-se a configuração expressiva e o desempenho de Sheron Menezzes, ao considerar que a declaração da atriz compõe cerca de 85% do tempo da narrativa apresentada. Há uma ênfase atribuída à própria Sheron pela imagem e voltada àquilo que ela tem para falar no áudio, sem realces no cenário ou figurino. Consta-se que quando a voz masculina do narrador inicia, a imagem mostra Sheron Menezzes em silêncio, com olhar ainda voltado para os/as telespectadores/as. É possível observar a dimensão grande do galpão, onde a atriz expõe sua declaração, com várias luzes e colunas, mas o relato não apresenta ênfases específicas no cenário, o que torna possível não desviar a atenção de Sheron. Apresenta-se uma ênfase no relato sonoro apresentado pela atriz em sua declaração, pelo qual é possível determinar a atualidade de sua reivindicação. Reforça-se as tonalidades de cinza, preto e branco na imagem. Garante-se uma atenção exclusiva à declaração de Sheron Menezzes através da trilha sonora de fundo que acompanha aquilo que é dito pela atriz
Operações com meios técnicos (expressivo)	Apresentam-se diferentes enquadramentos de Sheron Menezzes em imagens justapostas sem evidenciar interrupções na sua fala e sempre mostrando seu rosto, em close ou planos médios. Nota-se a opção por um ângulo em destaque que mostra Sheron olhando para seu braço, quando ela aponta o seu lugar de negra. A captação de imagens e sons são centrados exclusivamente na atriz, o que permite atribuir atenção sobretudo a ela e a sua declaração. Os enquadramentos evidenciam o isolamento de Menezzes no galpão. Destacam-se os efeitos visuais, em que se mostram trechos da fala de Sheron em uma escrita caligráfica na cor branca, e efeitos sonoros que compõem a trilha de fundo, os quais auxiliam a sobresaltar a sua fala, que se intensifica e atenua-se de acordo com a expressividade da declaração, mas mantêm um padrão grave. Os enquadramentos ajudam a evidenciar a seriedade da narrativa, ao destacar o semblante sério da atriz. Consta-se, ainda, a sobreposição de um filtro <i>Pink</i> , que aparece da esquerda para a direita quando surge a logomarca da <i>HeForShe</i>

Fonte: Elaboração do autor.

Observa-se que a análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 06 demonstra a aliança do texto audiovisual com o exercício dos lugares de fala com outro/a, tratado no primeiro capítulo, e com as lutas contra o sexismo e pela igualdade entre gêneros, abordadas no segundo capítulo. O debate que evidencia tal relação é desenvolvido no capítulo VI, através da interpretação e avaliação dos resultados analíticos.

5.3.4 Análise intratextual da Peça 07

O texto audiovisual determinado como Peça 07 foi intitulado como “Fala de Léa T.” e compõe a regularidade “Lugares de fala contra o sexismo”. A Peça 07 é composta pela declaração da modelo Léa T., voltada à afirmação de suas experiências pessoais e seu posicionamento identitário para falar sobre a luta contra o sexismo e convidar os homens para se unirem a ela. Durante o audiovisual, a imagem, em preto e branco, limita-se a mostrar a modelo em diferentes ângulos e através de diferentes enquadramentos enquanto ela faz sua declaração. Aos seus lados, por vezes, alguns de seus dizeres aparecem escritos em branco através de efeito visual de edição da imagem. Após sua fala, ouve-se a voz masculina de um narrador não identificado, que convida o/a telespectador/a para assinar o movimento ElesPorElas/*HeForShe* e assumir o compromisso por um mundo mais justo para homens e mulheres, enquanto a imagem mostra a sobreposição de um filtro na cor *Pink* sobre Léa T. e a logomarca da campanha. Na Figura 21 é possível visualizar esses diferentes trechos da Peça 07.

Figura 21 – Trechos do audiovisual “Fala de Léa T.” (Peça 07)



Fonte: Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

O texto promocional audiovisual inicia mostrando Léa T., que olha para a câmera e anda em sua direção (o que dá a impressão de que olha e anda para o/a telespectador/a), posicionada ao lado direito da imagem em preto e branco. Durante a caminhada da modelo uma sombra esconde seu rosto, o que torna inviável reconhecê-la num primeiro momento. Quando ela chega ao ponto destinado e para, uma luz a ilumina e se torna possível identifica-la. Durante a descrição do relato, a seguir, optou-se por iniciar uma nova frase todas as vezes em que há uma mudança no enquadramento dado à modelo e por marcar em negrito os trechos que aparecem escritos em branco aos seus lados:

- Léa inicia sua declaração, em plano médio (enquadramento da cintura à cabeça), caminhando desde um ambiente escuro até mais claro: “se uma mulher já sofre **preconceito**, imagine quem precisa lutar para ser reconhecida como mulher”;
- enquadra-se seu rosto, desde o colo, e depois seu rosto em perfil rapidamente: “ser considerada diferente em uma sociedade preconceituosa” (durante esta segunda frase, ao lado direito e abaixo na imagem, também aparece o nome da modelo em branco, seguido de sua ocupação em *Pink* “modelo”);
- enquadra-se seu rosto, em close: “chega a ser perigoso”;
- enquadra-se seu rosto, desde o colo: “todos os dias **mulheres sofrem violência**”;
- enquadra-se seu rosto, em close: “todos os dias pessoas trans são **mortas**”;
- enquadra-se seu rosto, desde o colo, olhando para baixo, depois para a tela e, em seguida, a modelo fica de perfil: “mas todos os dias temos a oportunidade de **mudar essa realidade**”;
- enquadra-se seu rosto, em close: “pessoas merecem **respeito**”;
- enquadra-se seu rosto, desde o colo: “independente de serem **homens** ou **mulheres**”;
- enquadra-se seu rosto, em close: “**brancos** ou **negros**”;
- enquadra-se seu rosto, desde os seios: “**héteros, gays** ou **trans**”;
- enquadra-se seu rosto, em close: “e se alguém acostumado a viver com **o mundo todo** **contra** pode pensar assim”;
- enquadra-se seu rosto, desde a cintura, enquanto ela aponta para a tela com o dedo indicador: “é sinal de que você também pode”;
- enquadra-se o rosto de Léa, desde seu colo, ao lado direito da tela e ao lado esquerdo aparece o link “elesporelas.org” e, abaixo, o escrito “acesse e assine”; enquanto isso, uma voz masculina fala: “acesse elesporelas.org e assumo você também o compromisso por um mundo mais justo para todos e todas nós”; nos últimos cinco segundos, um filtro na cor *Pink* é sobreposto na

imagem, o qual inicia da esquerda para a direita, e no centro da imagem aparece a logomarca da campanha *HeForShe* e, abaixo, a frase: “Eles por elas. E por todas e todos nós”.

A análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 07 está concentrada no Quadro 10, a seguir.

Quadro 10 – Análise intratextual da Peça 07

Dispositivo	Estratégia
Tematização (discursivo)	Concentração temática na luta contra o sexismo e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e convite para aderência ao ElesPorElas
Figurativização (discursivo)	Contextualização do relato através da declaração pessoal de uma celebridade, articulada através de sua adscrição identitária para assumir um lugar de fala que evidencie o tema e introduza o convite às lutas contra o sexismo e ao comprometimento com o ElesPorElas. A configuração do relato se volta quase exclusivamente à declaração, exceto pelo convite final de aderência à campanha, em que se apresenta a logomarca da <i>HeForShe</i>
Actorialização (discursivo)	Apresenta-se a performatividade de protagonização desempenhada pela modelo Léa T., que expõe uma declaração pessoal e se posiciona identitariamente no lugar social de mulher e transexual para destacar o tema e apontar que os/as espectadores/as também podem lutar contra o sexismo. A modelo se dirige à audiência, indica a importância de tais lutas e assume seu lugar de fala. Faltando cerca de oito segundos para o fim do texto audiovisual, há a inserção de um narrador não identificado, que convida os/as telespectadores/as a assinarem o ElesPorElas
Espacialização (discursivo)	Um único espaço interno: um galpão, aparentemente vazio, onde se pode ver apenas a modelo Léa T., que dá sua declaração. Não há ênfases específicas relacionados ao espaço
Temporalização (discursivo)	Delimitação temporal contemporânea, em que Léa destaca exemplos de preconceitos sofridos por ela própria e por outras mulheres, além de apontamentos atuais sobre mulheres sofrerem violência e pessoas trans serem mortas diariamente, para indicar a urgência de mudar tal realidade. Ela expõe sua adscrição identitária através do verbo “ser”, conjugado no presente, com o qual define suas posições no momento sobre o tema, constituindo seu lugar de fala
Tonalização (discursivo)	Seriedade, manifestado na voz e no semblante de Léa T., durante sua declaração, em contraposição ao humor. Contestação, contrapondo-se à inércia perante os preconceitos apontados pela modelo. Ousadia para assumir a luta pela igualdade de gênero e contra o sexismo, em detrimento à covardia que não geraria as mudanças necessárias. Tom incisivo, em contraposição à doçura ou tranquilidade. Consta-se, ainda, um tom intimista e atento em relação ao/à telespectador/a, para quem a modelo parece olhar durante sua fala, em contraposição à dispersão
Operações de linguagens sonoras e visuais (expressivo)	Destaca-se a configuração expressiva e o desempenho de Léa T., ao considerar que a declaração da modelo compõe cerca de 85% do tempo da narrativa apresentada. Há uma ênfase atribuída à própria Léa pela imagem e voltada àquilo que ela tem para falar no áudio, sem realces específicos no cenário ou figurino. Consta-se que quando a voz masculina do narrador inicia, a imagem mostra Léa T. em silêncio, com olhar ainda voltado para os/as telespectadores/as. É possível observar a dimensão grande do galpão, onde a modelo expõe sua declaração, com várias luzes e colunas, mas o relato não apresenta ênfases específicas no cenário, o que torna possível não desviar a atenção de Léa. Apresenta-se uma ênfase no relato sonoro apresentado por ela em sua declaração, pelo qual é possível determinar a atualidade de sua reivindicação. Reforça-se as tonalidades de cinza, preto e branco na imagem. Garante-se atenção exclusiva à declaração de Léa T. através da trilha sonora de fundo que acompanha aquilo que é dito pela modelo
Operações com meios técnicos (expressivo)	Apresentam-se diferentes enquadramentos de Léa T. em imagens justapostas sem evidenciar interrupções na sua fala e sempre mostrando seu rosto, em close ou planos médios. A captação de imagens e sons são centrados exclusivamente na modelo, o que permite atribuir atenção a ela e a sua declaração. Os enquadramentos evidenciam o isolamento de Léa T. no galpão. Destacam-se os efeitos visuais, em que se mostram trechos da fala de Léa em uma escrita caligráfica na cor branca, e efeitos sonoros que compõem a trilha de fundo, os quais auxiliam a sobressaltar a sua fala, que se intensificam e atenuam-se de acordo com a expressividade da declaração, mas mantêm um padrão grave. Os enquadramentos ajudam a evidenciar a seriedade da narrativa, ao destacar o semblante sério da modelo. Consta-se, ainda, a sobreposição de um filtro <i>Pink</i> , que aparece da esquerda para a direita quando surge a logomarca da <i>HeForShe</i>

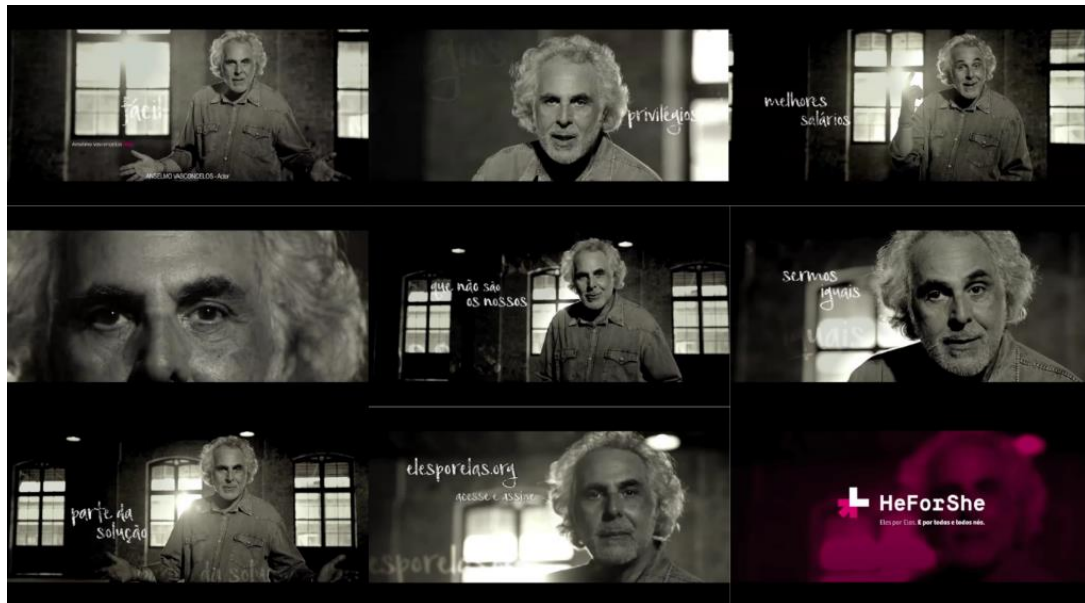
Fonte: Elaboração do autor.

Observa-se que a análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 07 demonstra a aliança do texto audiovisual com o exercício dos lugares de fala com outro/a, tratado no primeiro capítulo, e com as lutas contra o sexismo e pela igualdade entre gêneros, abordadas no segundo capítulo. O debate que evidencia tal relação é desenvolvido no capítulo VI, através da interpretação e avaliação dos resultados analíticos.

5.3.5 Análise intratextual da Peça 08

O texto audiovisual determinado como Peça 08 foi intitulado como “Fala de Anselmo Vasconcelos” e compõe a regularidade “Lugares de fala contra o sexismo”. A Peça 08 é composta pela declaração do ator Anselmo Vasconcelos, voltada à afirmação de suas experiências pessoais e seu posicionamento identitário para falar sobre a luta contra o sexismo e convidar os homens para se unirem às lutas. Durante o audiovisual, a imagem, em preto e branco, limita-se a mostrar o ator em diferentes ângulos e através de diferentes enquadramentos enquanto ele faz sua declaração. Aos seus lados, por vezes, alguns de seus dizeres aparecem escritos em branco através de efeito visual de edição da imagem. Após sua fala, ouve-se a voz masculina de um narrador não identificado, que convida o/a telespectador/a para assinar o movimento *ElesPorElas/HeForShe* e assumir o compromisso por um mundo mais justo para homens e mulheres, enquanto a imagem mostra a sobreposição de um filtro na cor *Pink* sobre Anselmo Vasconcelos e a logomarca da campanha. Na Figura 22 é possível visualizar esses diferentes trechos da Peça 08.

Figura 22 – Trechos do audiovisual “Fala de Anselmo Vasconcelos” (Peça 08)



Fonte: Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

O texto promocional audiovisual apresenta Anselmo Vasconcelos, que olha para a câmera de braços entreabertos, mostrando as palmas das mãos (o que dá a impressão de que olha para o/a telespectador/a), posicionado ao lado direito da imagem em preto e branco. Durante a descrição do relato, a seguir, optou-se por iniciar uma nova frase todas as vezes em que há uma mudança no enquadramento dado ao ator e por marcar em negrito os trechos que aparecem escritos em branco aos seus lados:

- Anselmo inicia sua declaração, em plano médio (enquadramento da cintura à cabeça): “ser homem, cá entre nós, é **fácil**” (durante esta primeira frase, ao lado esquerdo e abaixo na imagem, também aparece o nome do ator em branco, seguido de sua ocupação em *Pink* “ator”);
- enquadra-se seu rosto, desde os ombros, e ele continua: “vivemos em um mundo rodeados de **privilégios**”;
- enquadra-se seu rosto, desde o colo: “para as dificuldades com os filhos, temos as mães”;
- enquadra-se seu rosto, desde a cintura: “para os mesmos trabalhos, **melhores salários**”;
- enquadra-se seu rosto, desde os ombros: “mas e para lutar contra todas essas injustiças será que temos a **coragem**?”;
- enquadra-se seu rosto, em close, com destaque para os olhos: “será que eu e você?”;
- enquadra-se seu rosto, desde a cintura: “temos a grandeza de lutar por direitos **que não são os nossos**?”;

- enquadra-se seu rosto, desde os ombros: “de reconhecer que, em vez de sermos os melhores, chegou a hora de **sermos iguais?**”;
- enquadra-se seu rosto, desde o colo: “será que nós estamos prontos pra isso?”;
- enquadra-se seu rosto, desde a cintura: “ou será que depois de tantos anos sendo **parte do problema** nenhum de nós consegue mais ser **parte da solução?**”;
- enquadra-se o rosto de Anselmo, desde seus ombros, ao lado direito da tela e ao lado esquerdo aparece o link “elesporelas.org” e, abaixo, o escrito “acesse e assine”; enquanto isso, uma voz masculina fala: “acesse elesporelas.org e assuma você também o compromisso por um mundo mais justo para todos e todas nós”; nos últimos cinco segundos, um filtro na cor *Pink* é sobreposto na imagem, o qual inicia da esquerda para a direita, e no centro da imagem aparece a logomarca da campanha *HeForShe* e, abaixo, a frase: “Eles por elas. E por todos e todas nós”.

A análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 08 está concentrada no Quadro 11, a seguir.

Quadro 11 – Análise intratextual da Peça 08

Dispositivo	Estratégia
Tematização (discursivo)	Concentração temática na luta contra o sexismo e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e convite para aderência ao ElesPorElas
Figurativização (discursivo)	Contextualização do relato através da declaração pessoal de uma celebridade, articulada através de sua adscrição identitária para assumir um lugar de fala que evidencie o tema e introduza o convite às lutas contra o sexismo e ao comprometimento com o ElesPorElas. A configuração do relato se volta quase exclusivamente à declaração, exceto pelo convite final de aderência à campanha, em que se apresenta a logomarca da <i>HeForShe</i>
Actorialização (discursivo)	Apresenta-se a performatividade de protagonização desempenhada pelo ator Anselmo Vasconcelos, que expõe uma declaração pessoal e se posiciona identitariamente no lugar de homem para destacar a concentração temática, apontando privilégios sociais que ele e os demais sujeitos do gênero masculino desfrutam em relação às mulheres. Anselmo chama a atenção sobre tais privilégios e convida os homens a se unirem às lutas por direitos que não são apenas os deles: contra o sexismo e pela igualdade entre os gêneros. O ator se dirige à audiência, indica a importância de tais lutas e assume seu lugar de fala. Faltando cerca de oito segundos para o fim do texto audiovisual, há a inserção de um narrador não identificado, que convida os/as telespectadores/as a assinarem o ElesPorElas
Espacialização (discursivo)	Um único espaço interno: um galpão, aparentemente vazio, onde se pode ver apenas ator Anselmo Vasconcelos, que dá sua declaração. Não há ênfases relacionados ao espaço
Temporalização (discursivo)	Delimitação temporal contemporânea, em que Anselmo destaca exemplos de privilégios sociais que ele e os demais homens usufruem há anos, que geram desigualdades em relação às mulheres, para apontar a importância de lutar atualmente contra o sexismo. Ele expõe sua adscrição identitária e indica tais privilégios através do verbo “ser”, conjugado no presente, com o qual define algumas de suas posições naquele momento sobre o tema, constituindo seu lugar de fala
Tonalização (discursivo)	Seriedade, manifestado na voz e no semblante de Anselmo Vasconcelos, durante sua declaração, em contraposição ao humor. Contestação, contrapondo-se à inércia perante os privilégios usufruídos pelos homens apontados pelo ator. Ousadia para assumir a luta em favor da igualdade de direitos entre os gêneros e contra o sexismo, em detrimento à covardia que não geraria as mudanças necessárias. Tom incisivo, em contraposição à doçura ou tranquilidade. Consta-se, ainda, um tom intimista e atento em relação ao/à telespectador/a, para quem o ator parece olhar durante sua fala, em contraposição à dispersão
Operações de linguagens sonoras e visuais (expressivo)	Destaca-se a configuração expressiva e o desempenho de Anselmo Vasconcelos, ao considerar que a declaração do ator compõe cerca de 85% do tempo da narrativa apresentada. Há uma ênfase atribuída ao próprio ator pela imagem e voltada àquilo que ele tem para falar no áudio, sem realces específicos no cenário ou figurino. Consta-se que quando a voz masculina do narrador inicia, a imagem mostra Vasconcelos em silêncio, com olhar ainda voltado para os/as telespectadores/as. Ressalta-se que a fala do narrador sofre uma alteração na Peça 08, em relação às demais peças que compõem a regularidade “lugares de fala contra o sexismo”, ao apresentar o pronome indefinido primeiro no masculino, “todos”, e depois no feminino, “todas”. É possível observar a dimensão grande do galpão, onde o ator expõe sua declaração, com várias luzes e colunas, mas o relato não apresenta ênfases específicas no cenário, o que torna possível não desviar a atenção de Anselmo. Apresenta-se uma ênfase no relato sonoro apresentado por ele em sua declaração, pelo qual é possível determinar a atualidade de sua reivindicação. Reforça-se as tonalidades de cinza, preto e branco na imagem. Garante-se uma atenção exclusiva à declaração de Anselmo através da trilha sonora de fundo que acompanha aquilo que é dito pelo ator
Operações com meios técnicos (expressivo)	Apresentam-se diferentes enquadramentos de Anselmo Vasconcelos em imagens justapostas sem evidenciar interrupções na sua fala e sempre mostrando seu rosto, em close ou planos médios. A captação de imagens e sons são centrados exclusivamente no ator, o que permite atribuir atenção sobretudo a ele e a sua declaração. Os enquadramentos evidenciam o isolamento de Vasconcelos no galpão. Destacam-se os efeitos visuais, em que se mostram trechos da fala de Anselmo em uma escrita caligráfica na cor branca, e efeitos sonoros que compõem a trilha de fundo, os quais auxiliam a sobressaltar a sua fala, que se intensificam e atenuam-se de acordo com a expressividade da declaração, mas mantêm um padrão grave. Os enquadramentos ajudam a evidenciar a seriedade da narrativa, ao destacar o semblante sério do ator. Consta-se, ainda, a sobreposição de um filtro <i>Pink</i> , que aparece da esquerda para a direita quando surge a logomarca da <i>HeForShe</i>

Fonte: Elaboração do autor.

Observa-se que a análise de nível intratextual discursivo e expressivo da Peça 08 demonstra a aliança do texto audiovisual com o exercício dos lugares de fala com outro/a, tratado no primeiro capítulo, e com as lutas contra o sexismo e pela igualdade entre gêneros, abordadas no segundo capítulo. O debate que evidencia tal relação é desenvolvido a seguir, no capítulo VI, através da interpretação e avaliação dos resultados analíticos.

CAPÍTULO VI

INTERPRETAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

Por meio das análises empreendidas nos âmbitos intratextual (dispositivos discursivos e expressivos), paratextual (dispositivo de contextualização sócio-histórico e enunciativo) e intertextual (dispositivo de sintagmatização), tornou-se possível interpretar e avaliar alguns possíveis efeitos de sentido sobre as peças audiovisuais analisadas, quando se depreende as articulações teóricas sobre lugares de fala (tratado no primeiro capítulo) e feminismo (tratado no segundo). Neste capítulo, então, avalio os resultados apresentados nas análises ao atentar para uma relação com o debate teórico a partir das três regularidades identificadas. Busco, através das interpretações e avaliações analisar como os sujeitos são convocados a exercer um lugar de fala com outro/a no discurso midiático audiovisual e promocional contra o sexismo da campanha *ElesPorElas/HeForShe*, o qual foi difundido pela emissora televisiva GNT. Ainda vale apontar que as avaliações são guiadas pela orientação observada por Joan Scott (1995), que visa demonstrar como a categoria analítica de gênero permite observar o exercício das relações de poder na performatividade discursivo-midiática adotada pelas peças.

6.1 APONTAMENTOS SOBRE O ROMPIMENTO COM REGULAÇÕES DE GÊNERO

A análise intratextual das Peças 01 e 02 (regularidade Rompimento com regulações de gênero) demonstra a articulação da perspectiva de que mulheres e homens, de quaisquer faixas etárias, podem sofrer com preconceitos e discriminações nas relações de gênero devido a simples ações profissionais, de lazer ou pelo uso de um tipo de vestimenta, por exemplo. Em ambas as peças se percebe a contextualização sobre a importância de que os homens sejam convocados a exercer um lugar de fala em conjunto às mulheres no que se refere às lutas contra o sexismo, principalmente quando se nota a possibilidade discriminatória devido a regulações de gênero que atingem quaisquer pessoas, independentemente de serem mulheres, meninas, homens ou meninos. Percebe-se a tentativa de romper com possíveis regulações de gênero sobretudo através das abordagens figurativas e actoriais, que evidenciam homens e meninos realizando atividades preconcebidas como práticas de mulheres e meninas e vice-versa, com o que se destaca o viés binário e heteronormativo de gênero.

Com atenção aos elementos propostos por Scott (1995), pode-se constatar que os símbolos disponíveis nos textos que compõem a regularidade “Rompimento com regulações de gênero” evocam performatividades que destacam o sistema binário de gênero através, por exemplo, das

vestimentas, comportamentos e ações das/os atrizes e atores. Enquanto isso, afirmações e conceitos normativos são rejeitados, o que expressa uma crítica às regulações que procuram impor o viés binário. Tais críticas apontam para normatizações de gênero em âmbitos institucionais: do trabalho, por exemplo, ao visar promover a concepção de que as pessoas são aptas para as diversidades de ações apresentadas, independentemente do gênero. Nesse contexto, as Peças 01 e 02 refletem principalmente sobre a estrutura binária em que as identidades são generificadas.

Desse modo, a concentração temática de luta contra o sexismo e pela igualdade de gênero e convite para aderência ao ElesPorElas é tratada a partir da demonstração de como a ordenação binária e heteronormativa de gênero afeta tanto mulheres como homens e crianças de ambos os sexos e precisa ser combatida. Por essa via, um questionamento levantado na segunda peça indica que existem “rótulos” sobre quais performatividades fazem parte dos universos feminino e masculino, enquanto na primeira peça se questiona a justificativa pela qual as pessoas insistem em limitar suas próprias liberdades. Entende-se que a discursividade das peças, então, procura desarticular rotulações limitantes ao exercício da liberdade nas relações de poder visibilizadas pela categoria de gênero.

A opção técnica de captação de imagens e montagem da narrativa adotada para contextualizar o modo como a desigualdade de gênero afeta as pessoas, independente do sexo biológico, possibilita que os/as telespectadores/as tenham contato com uma variedade de situações possíveis em que diferentes sujeitos podem sofrer com a problemática. Percebe-se que a articulação entre as linguagens sonora e visual das peças destaca um encadeamento com as ponderações de Judith Butler (2017) sobre as identidades de gênero. Afinal, as peças problematizam a categoria de gênero e subvertem normatizações sociais construídas nas estruturas de poder existentes.

Butler (2017) destaca que a manutenção do viés binário e heteronormativo de gênero se efetiva e pode ser observado através, por exemplo, da repetição de gestos, comportamentos e vestuários. Estas características reforçam, para a autora, a construção social normativa do que se considera ser homem ou mulher. As Peças 01 e 02 apresentam contraposições sobre o condicionamento à ordenação social que exige uma coerência binária e heteronormativa entre sexo, gênero e sexualidade, o que evidencia a ordem compulsória sobre o que se considera ser homem e mulher. Isto é exposto através de uma articulação sonora e visual nos textos: os questionamentos narrados acompanham as ações das atrizes e atores que procuram subverter tal lógica binária, através, por exemplo, da ênfase sobre o figurino e desempenho dos atores e

atrizes – homens e meninos vestem e realizam atividades que seriam ordenadas como relativas a mulheres e meninas e vice-versa.

Percebe-se que as produções audiovisuais incitam os/as telespectadores/as a refletirem sobre o debate de gênero também através de questionamentos narrados e articulados às imagens. Indagações como “Quem disse que isso não é pra ele/a?”, que se refere às brincadeiras com carrinhos e bonecas, apontam para rotulações que restringem o lazer de crianças de ambos os sexos. Demonstra-se as regulações sociais sobre a ordem binária de gênero ao insinuar que brincar com carrinhos é uma atividade associada a meninos, enquanto as bonecas são usadas em brincadeiras exclusivamente de meninas. Nota-se que os questionamentos instigam a reflexões sobre essas determinações compulsórias e visam rompê-las. Pode-se pensar: “Afinal, por que existem tais rótulos e limitações? Por que as crianças não podem brincar com o que quiserem, independente do sexo biológico?”. A mesma incitação acontece em relação aos trabalhos exercidos pelos jovens na primeira peça, ao boxe praticado pela moça e a vestimenta que o rapaz usa na segunda peça.

As técnicas utilizadas para captar as imagens das personagens permitem ressaltar, inclusive, como o viés binário referente às identidades de gênero podem figurar nas percepções dos/as próprios/as telespectadores/as. As primeiras imagens de cada personagem, que aparecem em plano detalhe na Peça 01, não são suficientes para assimilar o sexo biológico da respectiva pessoa. Em um primeiro momento, pode-se acreditar que é um menino que brinca com carrinhos, que é uma menina a dançar balé, que um homem sobe na empilhadeira, que uma mulher desenha um croqui de moda. Apenas a partir do segundo enquadramento das respectivas ações é que se torna possível identificar o sexo biológico das personagens, o que pode levar a um sobressalto do/a telespectador/a e fazê-lo/a perceber como também estava orientado pelas regulações que as peças tentam desconstruir.

A tentativa de incitar os/as telespectadores/as a reflexões sobre o debate de gênero fica mais evidente nos questionamentos subsequentes: “Por que insistimos em rotular homens e mulheres?” (Peça 01); “Quando seremos livres pra fazer nossas próprias escolhas?” (Peça 01); “Quando é que mulheres e homens terão os mesmos direitos?” (Peça 02). Percebe-se o objetivo de instigar os/as telespectadores/as a refletirem sobre as limitações impostas socialmente por conta do sexo dos sujeitos.

Pode-se entender que o discurso difundido pelas peças 01 e 02 reconhece que a desigualdade de gênero é um problema social que atinge a todas as pessoas. Admite-se que homens e mulheres são rotulados socialmente, que as pessoas não são livres para fazerem suas próprias escolhas em decorrência de suas identidades de gênero e que homens e mulheres não

usufruem dos mesmos direitos. Nesse cenário, não só as mulheres sofrem com o sexismo; homens também são rotulados e têm suas escolhas limitadas devido às práticas discursivas orientadas pelo viés binário de gênero nas relações de poder. A partir disso, as peças orientam para o exercício de uma prática feminista visionária, na articulação conceitual de bell hooks (1984; 2018), como uma alternativa para combater tais problemáticas.

Vale apontar que quando a narradora e o narrador são revelados nas imagens de ambas as peças, pode-se considerar que a posição assumida pela mulher à frente do homem demonstra que elas permanecem na liderança dos movimentos em favor da igualdade de gênero e contra o sexismo. Entende-se que os homens vêm atrás, apoiando e dando mais força à causa. Assim, constata-se que é salientado o viés de que a campanha não objetiva que os homens estejam à frente dos movimentos, mas que se conscientizem, comprometam-se e participem das lutas a partir de seus próprios lugares, evidenciando o protagonismo feminino e convite à cooperação masculina (conforme destacado na análise paratextual).

As frases proferidas no lançamento da campanha por Emma Watson (2014), “Se não agora quando? Se não você quem?”, reaparece ao final das narrações de Astrid Fontenelle e Rodrigo Hilbert (Peça 01) e Bela Gil e Marcelo Tas (Peça 02), o que ressalta um aspecto intertextual presente nas peças veiculadas pelo GNT. Além disso, salienta-se a importância dada à participação dos homens nas lutas contra o sexismo e pela igualdade de gênero ao declarar que a atuação deles é caracterizada como urgente. Entende-se que a convocação é orientada para que todas e todos, e não mais apenas as mulheres, comprometam-se com a causa o quanto antes.

Ademais, o cenário de que os sujeitos assumem lugares sociais preordenados é aludido explicitamente em dois momentos de ambas as peças: quando apresentam o questionamento “Esse não é o *lugar* dela?” e quando convidam os homens a assumirem uma “posição” a favor da igualdade de gênero. Percebe-se que os relatos giram em torno de conjunturas em que o sujeito pode assumir um lugar de fala com outrem ao posicionar-se favoravelmente às lutas adscritas à identidade de outro/a, por duas vias: 1) ao referir-se a mulheres e meninas ou homens e meninos em situações cotidianas reguladas como sendo práticas do/a outro/a referente binário; e 2) ao referir-se a um posicionamento por parte dos homens sobre uma luta historicamente liderada por e para as socialmente categorizadas como mulheres.

Como visto na análise paratextual ampla sobre a campanha *ElesPorElas/HeForShe*, consta-se que a luta pela igualdade de gênero sempre foi liderada pelas mulheres, mas que a ONU percebe que o momento é propício para que os homens também participem dessa causa. Assim, as duas primeiras peças promocionais veiculadas pelo canal televisivo GNT sobre a

campanha convidam especificamente os homens a assumirem uma posição a favor da igualdade de gênero através da assinatura de comprometimento com a campanha. Demonstra-se, então, um vínculo explícito à proposta desta pesquisa de analisar como os sujeitos são convocados a assumir um lugar de fala com outro/a.

6.2 APONTAMENTOS SOBRE O CONFRONTO AO DISCURSO SEXISTA

A análise intratextual da Peça 03 (regularidade Confronto ao discurso sexista), recorre à articulação da perspectiva de que é preciso confrontar e acabar com a disseminação de um discurso sexista para adotar, em seu lugar, uma prática empoderada e envolvida na luta contra o sexismo e pela igualdade entre homens e mulheres. Nota-se a importância de tanto as mulheres como os homens assumirem um lugar de fala em conjunto e a favor das lutas, através de depoimentos contrários a enunciações sexistas expostas a tais pessoas de ambos os gêneros em cartazes colados em um muro. Além disso, as frases sexistas e de empoderamento que aparecem no vídeo não são voltadas exclusivamente às mulheres, mas apresentam o sexismo também sofrido por homens. Percebe-se o confronto ao discurso sexista principalmente através das abordagens figurativas e actoriais, que evidenciam a dinâmica em que as/os participantes se deparam com enunciados sexistas e os rasgam, dando visibilidade aos enunciados de empoderamento e de incentivo.

Vale lembrar que a análise intertextual da Peça 03 indicou que as personalidades que aparecem no vídeo são apoiadoras/es da campanha *ElesPorElas/HeForShe* e que elas/eles não sabiam previamente o que aconteceria no evento para o qual tinham sido convidadas/os. Desse modo, o tema é tratado através da configuração de uma “dinâmica-surpresa” sobre a qual as personalidades deram seus depoimentos. A dinâmica se consistiu na produção de uma situação em que os/as participantes foram postos à frente de um muro de cerca de 4 metros de altura, no qual estava colada uma variedade de cartazes com frases sexistas. Os cartazes, então, são rasgados pelo grupo de participantes, o que revela frases empoderadoras, com destaque à máxima: “Colocar-se no lugar do outro faz do mundo um lugar de todos”.

Com atenção aos elementos propostos por Scott (1995), pode-se apontar que os símbolos disponíveis no texto que compõe a regularidade “Confronto ao discurso sexista” evocam performatividades visibilizadas pela mídia televisiva com relação a frases sexistas colocadas em contraposição a enunciados empoderadores e de incentivo. Vale constar que as frases sexistas são cotidianamente difundidas, ao se ter em conta a vigência de um sistema patriarcal-capitalista nas sociedades, conforme argumenta hooks (1984; 2018). Enquanto isso,

afirmações e conceitos normativos são rejeitados, expressando-se através do momento em que os/as participantes rasgam os cartazes com enunciados baseados em normatizações de gênero e demonstram concordância com as frases empoderadoras reveladas posteriormente. Referências a instituições e organizações sociais apresentam-se em diversas frases sexistas expostas no muro, como “mulher pilotar avião? Volta pro fogão”; “mulher só manda nos filhos”; “ela deu pra quem pra conseguir este cargo?”; “política se faz com homem”. Nesse contexto, a Peça 03 reflete principalmente sobre a problemática sexista de um sistema de dominância patriarcal-capitalista, que condiciona as práticas discursivas impostas aos sujeitos em relação às identidades generificadas.

Desse modo, a concentração temática de luta contra o sexismo e pela igualdade de gênero e convite para aderência ao ElesPorElas é tratada a partir da exposição do discurso sexista e de seu impacto negativo, atentando à possibilidade de combatê-lo, desconstruí-lo e transformá-lo através da revelação de um opositor semântico: as frases empoderadoras e de incentivo. Entende-se que a discursividade da peça procura confrontar práticas sexistas, manifestadas na produção de enunciados, através de sua desconstrução e orientação a uma prática feminista.

Percebe-se que o texto deixa claro o exercício de dominação nas relações de poder patriarcal-capitalista nas instituições profissionais, a exemplo de frases sexistas expostas no muro, como “mulher pilotar avião? Volta pro fogão” e “ela deu pra quem pra conseguir este cargo?”. Vale lembrar que esta abordagem da luta feminista se relaciona aos principais objetivos dos movimentos pela igualdade de gênero, desde as sufragistas, que visam, sobretudo, equiparações salariais com homens, como destaca hooks (1984; 2018) ao esboçar argumentações que levam em conta as interseccionalidades de raça e classe.

A ênfase dada à expressividade nos rostos dos/as participantes demonstra reações de espanto e indignação ao verem os cartazes com frases sexistas colados no muro no primeiro momento do texto audiovisual. Essas reações são corroboradas quando o texto audiovisual apresenta os três primeiros depoimentos. Um tom obscuro acompanha a perplexidade com a qual os/as convidados/as leem os enunciados discriminatórios. Logo, quando as personalidades passam a rasgar os cartazes e revelar as frases de empoderamento, as expressões mudam para uma notável empolgação. O papel da trilha sonora para a tonalização da Peça 03 nessa mudança é relevante, pois no primeiro momento se ouve uma trilha melancólica e sombria, que perde força, transforma-se no que parece ser o som de um vento, silencia e depois retorna enquanto os primeiros três depoimentos são dados. Quando finalmente os/as participantes começam a rasgar os cartazes, a trilha sonora adquire um ritmo mais frenético, com um instrumental de

guitarras e bateria, o que permite relacionar a ação à uma contestação sobre as frases observadas e ousadia para confrontá-las.

Inclusive, é interessante observar o período dos 45 aos 47 segundos da Peça 03, quando uma mulher joga para o alto, à sua frente, um pedaço amassado dos cartazes e o soca com o punho direito. Esse momento permite destacar uma expressiva associação do texto audiovisual ao confronto e até à própria luta contra o sexismo. Agrega-se, neste trecho, a denotação de dois sentidos às definições de confronto e luta: 1) através do próprio golpe de punho fechado; e 2) pelo enfrentamento político contra o sexismo.

O enfoque observado na regularidade de “Confronto ao discurso sexista” é a própria luta contra diferentes aspectos da dominação patriarcal-capitalista apontada por hooks (1984; 2018), que se manifestam nas sociedades através de uma variedade de enunciações, a exemplo das frases escritas nos cartazes. Tais enunciados expostos pela Peça 03 demonstram aspectos de uma prática discursiva sexista que é confrontada e contra a qual se luta, o que é evidenciado diante da avaliação sobre o ato de rasgá-los.

Atenta-se que, conforme destacado pelas considerações de Michel Foucault (2013), os discursos não apenas traduzem as lutas e os sistemas de dominação, mas também demonstram a própria reivindicação pela fala. Ao apresentar os cartazes de cunho sexista sendo rasgados para dar visibilidade às frases empoderadoras e de incentivo, pode-se constatar uma analogia à abordagem foucaultiana que relaciona discurso e relações de poder. Avalia-se que a Peça 03, além de demonstrar um aspecto da luta contra o sexismo no âmbito da discursividade, através da eliminação do discurso sexista, também indica a reivindicação de uma prática discursiva livre dos estados de dominação do patriarcado capitalista (hooks, 1984; 2018).

No que se refere à proposta desta tese, que procura apreender o exercício dos lugares de fala com outro/a, faz-se importante enfatizar o exame da frase que aparece em destaque no muro em volta das demais frases empoderadoras: “Colocar-se no lugar do outro faz do mundo um lugar de todos”. No sentido possibilitado pelo discurso da Peça 03, associado às teorizações sobre lugares de fala, pode-se notar a indução à noção de alteridade, conforme articulado por Paul Ricoeur (1991). As considerações do autor permitem viabilizar a realização do movimento de alteridade, já que um sujeito se coloca no lugar de outro apenas em imaginação e simpatia, sem abandonar o seu próprio lugar, visando a ética de uma vida boa em sociedade. Quando a frase em destaque da Peça 03 indica a iniciativa de se colocar no lugar de outro/a, entende-se, então, que convida para o exercício da alteridade; quando propõe que o mundo seja um lugar de todos a partir desse reposicionamento, entende-se que visa aquilo que Ricoeur (1991) acreditava compor a ética de uma vida boa.

Salienta-se que quando Ricoeur (1991) propõe sua abordagem à alteridade, ele não acredita que o sujeito saia de seu lugar para se colocar no lugar de outro/a, pois isto é feito apenas em imaginação e simpatia. Por essa via, é interessante, ainda, recuperar as contribuições de Linda Alcoff (1991) e Djamila Ribeiro (2017) sobre a possibilidade de um sujeito assumir um lugar de fala em conjunto a outro desde seu próprio lugar. Caso a proposta de “colocar-se no lugar do outro” para fazer “do mundo um lugar de todos”, destacada pela Peça 03, denote apenas um sentido político, envolvido pela expectativa de representar o outro em sua totalidade, incide-se sobre uma perspectiva que não aceita ferramentas propícias à simpatia com as dores do/a outro/a e que revela interdições sobre a fala de um sujeito que procura enunciá-la em conjunto a outro/a. De outro modo, ao denotar um sentido discursivo-pós-estruturalista, constata-se a viabilidade de um sujeito assumir um lugar de fala em conjunto a outro/a no processo comunicacional através de performatividades.

Salienta-se que a Peça 03 destaca que a prática discursiva sexista afeta mulheres e homens, ao se notar que as frases não se direcionam exclusivamente a um dos gêneros. Nota-se que o convite para o comprometimento ao ElesPorElas também não se dirige mais somente aos homens, mas às/aos telespectadoras/es de modo geral, independentemente do gênero, ao visar a igualdade de direitos entre homens e mulheres. Ademais, ao apresentar mulheres e homens agindo em conjunto para eliminar os enunciados sexistas e revelar as frases empoderadoras, expressa-se uma relação direta ao exercício do lugar de fala com outro/a, em que se concentra a luta contra a opressão sexista e pela igualdade entre gêneros – o que se vincula diretamente à proposta da tese.

6.3 APONTAMENTOS SOBRE OS LUGARES DE FALA CONTRA O SEXISMO

A análise intratextual das Peças 04, 05, 06, 07 e 08 (regularidade Lugares de fala contra o sexismo), recorrem à articulação de declarações pessoais das celebridades Camila Pitanga, Preta Gil, Sheron Menezes, Léa T. e Anselmo Vasconcelos para destacar a importância das lutas contra o sexismo e pela igualdade de gêneros. As peças ainda objetivam vincular o convite para participação masculina e o movimento ElesPorElas/*HeForShe* ao núcleo temático. Ressalta-se a utilização da estratégia enunciativa dos lugares de fala nas declarações das celebridades ao procurarem legitimar suas falas através de suas respectivas adscrições identitárias relativas sobretudo às relações de gênero e interseccionalidades.

Nas Peças de “Lugares de fala contra o sexismo”, as celebridades utilizam seus posicionamentos identitários e destacam experiências de vida em que sofreram preconceitos

(no caso das mulheres) e em que se reconheceu a existência de privilégios (no caso do homem). Nas enunciações, então, as personalidades procuram demonstrar a existência de problemas sexistas e interseccionais nas relações de poder e a necessidade de enfrentá-los ao assumirem os seguintes lugares de fala favoráveis às lutas feministas: 1) Camila Pitanga se posiciona no lugar de mulher, mãe, filha e negra; 2) Preta Gil no lugar de mulher, negra e gorda; 3) Sheron Menezes no lugar de mulher e negra; 4) Léa T. no lugar de mulher e transexual; e 5) Anselmo Vasconcelos no lugar privilegiado de homem.

Com atenção aos elementos propostos por Scott (1995), pode-se apontar que os símbolos disponíveis nos textos que compõem a regularidade “Lugares de fala contra o sexismo” evocam performatividades de celebridades que são visibilizadas pela mídia televisiva e se posicionam pela via de suas adscrições identitárias relativas ao gênero contra a opressão sexista. Vale ressaltar, então, que as celebridades se utilizam da estratégia enunciativa dos lugares de fala para produzirem suas manifestações. Enquanto isso, afirmações e conceitos normativos são rejeitados, expressando-se através do posicionamento contrário aos preconceitos sofridos pelas mulheres e aos privilégios desfrutados pelos homens, além da admissão às lutas contra o sexismo e pela igualdade de gêneros. Constam-se referências a instituições e organizações sociais ao destacar discriminações e violências sofridas pelas mulheres em vários lugares, desde o ambiente do trabalho, em que se enfatiza a diferença salarial em relação aos homens (Peça 04), até o ambiente familiar, em que se enfatiza a responsabilidade de cuidar dos/as filhos/as (Peça 08). Nesse contexto, as peças refletem sobre a possibilidade de os sujeitos se posicionarem socialmente através de suas próprias adscrições identitárias relativas ao gênero e interseccionalidades de raça e sexualidade, visando a produção enunciativa por meio da estratégia dos lugares de fala para promoverem a luta contra o sexismo e pela igualdade de gêneros.

Ao assumirem seus respectivos lugares de fala nas últimas cinco peças analisadas, as celebridades se posicionam na imagem com o olhar direcionado para a câmera – tática que encena a perspectiva de olharem diretamente para o/a telespectador/a. Acredita-se que esta é uma estratégia midiática que procura, neste caso, simular a situação de comunicação face a face entre a celebridade e a audiência. Isto é ponderado, ainda, devido ao uso do pronome pessoal de tratamento “você”, utilizado nas cinco peças para se referir ao/à espectador/a, a exemplo dos questionamentos: “E vocês, homens? Lutam comigo?” (Peça 04); “E você? Tá esperando o que pra começar a se mexer?” (Peça 05).

É interessante notar que mesmo que os enunciados sejam mediados pela esfera midiática televisiva, constata-se, através do levantamento para análise intertextual, que são os próprios

sujeitos que assumem seus respectivos lugares de fala. De acordo com Nadine Gasman, em entrevista para a ONU Mulheres (2016, online), os depoimentos sobre a vivência das celebridades são reais e sinceros. Por essa via, verifica-se que o canal GNT se apropria e formata as enunciações produzidas através da estratégia dos lugares de fala e visibiliza os posicionamentos das celebridades, o que proporciona um lugar de visibilidade.

Vale ressaltar que o processo de identificação, o qual, de acordo com Hall (2000), está atrelado ao conceito de identidade, também é apontado por Gasman, para ONU Mulheres (2016, online), como a justificativa pela qual as histórias narradas nos audiovisuais “tocam tão profundamente” os/as telespectadores/as. De acordo com ela, as pessoas se identificam com a presença e as consequências negativas do preconceito na sociedade e, com isso, podem perceber a importância de aderirem ao ElesPorElas. Interessa enfatizar que as enunciações procuram convidar sobretudo os sujeitos adscritos ao gênero masculino para que se identifiquem com as discriminações sofridas pelo seu opositor binário, as mulheres. Acredita-se que tal processo de identificação com as lutas de outra/o se desenvolve por meio do movimento de alteridade (RICOEUR, 1991). Nas peças de “Lugares de fala contra o sexismo”, a alteridade é estimulada através do reconhecimento das dores sofridas pela outra (TIBURI, 2018), devido à opressão sexista e em que se leva em conta as interseccionalidades.

Essa abordagem evidencia o convite para o exercício de um lugar de fala com outro/a, conforme articulado no primeiro capítulo. Os convites são formulados explicitamente e destacam o desenvolvimento de uma luta conjunta, por exemplo em: “E vocês, homens? Lutam comigo?” (Peça 04); “reunir homens e mulheres para lutar junto comigo” (Peça 06); “Temos a grandeza de lutar por direitos que não são os nossos?” (Peça 08). A legitimidade desses convites se torna admissível ao levar em conta a argumentação de Alcoff (1991), que destaca o “falar com” como uma abordagem mais dialógica, do que o “falar por” ou “falar sobre”. Por essa via, não se propõe que o sujeito abandone seu lugar para falar e não se impossibilita que o/a outro/a produza contra sentenças, evitando um tratamento unidirecional, opressor e imperialista sobre o tema.

Vale lembrar a importância apontada por Alcoff (1991) e Ribeiro (2017) de os enunciadores/as reconhecerem suas respectivas adscrições identitárias e os possíveis privilégios desfrutados por suas localizações sociais antes de assumirem uma fala com outro/a. A regularidade de “Lugares de fala contra o sexismo” salienta o reconhecimento dos lugares sociais nos quais as celebridades se posicionam no contexto das lutas contra o sexismo: as mulheres falam das experiências em que sofreram opressões e o único homem destaca os privilégios usufruídos por ele próprio e pelos demais sujeitos categorizados pelo gênero

masculino em uma sociedade patriarcal-capitalista. Por esse viés, recorda-se que hooks (1984; 2018) acata a participação masculina nas lutas contra o sexismo através de sua conceituação e argumentação pelo feminismo visionário.

É interessante, ainda, ressaltar o destaque dado às interseccionalidades de raça (Peças 04, 05 e 06) e sexualidade (Peça 07) na regularidade. Mesmo que o convite para aderência ao *ElesPorElas* se relacione especificamente às lutas contra o sexismo e pela igualdade de gêneros, a manifestação interseccional de raça e sexualidade adquire coerência a partir dos pressupostos conceituais do feminismo visionário refletido por hooks (2018). A autora argumenta que o debate sobre raça, sexualidade e classe são indissociáveis à luta contra o sexismo, pois vertentes feministas já tentaram contemplar suas pautas isoladamente, mas incorreram em problemáticas representacionais. Por um lado, lembra-se que Butler (2017) e Alcoff (1991) destacam que não é possível representar as identidades em suas totalidades. Pela via da análise histórica da política feminista, Connell (2016) e Pedro (2005) apontam críticas para o modo como o movimento, por vezes, gerou homogeneizações que não abarcaram a diversidade de pessoas que se pretendia envolver. Quando pensado através do encadeamento das interseccionalidades, torna-se possível abarcar reivindicações da pluralidade de pessoas que os estudos de gênero permitem evocar.

Ao constatar o convite para a participação masculina nas lutas feministas, encara-se a situação de exercício de um lugar de fala com outro/a. Entende-se que os sujeitos são chamados a levantarem suas vozes e a reconhecerem as problemáticas e privilégios que envolvem suas adscrições identitárias. Esta abordagem coaduna com a propriedade discursivo-pós-estruturalista dos lugares de fala, viabiliza um processo comunicacional dialógico e o desenvolvimento de uma criticidade aos privilégios sociais e à luta minoritária.

6.4 CAMPANHA ELESPORELAS/*HEFORSHE*: UM LUGAR DE FALA DISCURSIVO-PÓS-ESTRUTURALISTA VISIBILIZADO PELO CANAL TELEVISIVO GNT

Conforme pôde ser verificado através da análise paratextual ampla, o próprio escopo da campanha *ElesPorElas/HeForShe* demonstra o exercício de um lugar de fala com outro/a que atenta ao protagonismo feminino e convite à cooperação masculina. Apesar das críticas que podem ser feitas ao nome atribuído à campanha, o qual evidenciaria um enfoque hierárquico, dos homens sobre as mulheres, através da preposição “por”, foi possível constatar que os objetivos da *ElesPorElas* não visam um roubo ao protagonismo das mulheres nos movimentos feministas. Visa-se, por outro lado, convidar os homens a se solidarizarem e aderirem às lutas contra o sexismo e pela igualdade de gêneros.

Em concordância ao panorama teórico debatido, é interessante constar que em um dos primeiros vídeos promocionais da campanha, publicado em 2015 no canal oficial da *HeForShe* (Nova York) no Youtube, no qual diferentes homens se posicionam como favoráveis às lutas contra o sexismo e discutem sobre a campanha, um dos enunciadores aponta, entre os segundos 25 e 32: “Entenda que nem sempre se fala pelas mulheres, mas com as mulheres. Ao lado das mulheres, porque não queremos reforçar esse domínio” (HEFORSHE, 2015, tradução nossa).²⁰

A difusão de tal afirmação em um dos primeiros vídeos promocionais da *HeForShe* demonstra o desenvolvimento de uma autocrítica sobre o próprio nome da campanha desde o início de sua implementação e indica que os objetivos do movimento não se voltam à tentativa de roubo do protagonismo das lutas feministas pelos homens, mas à cooperação masculina. Entende-se que a campanha se desenvolve a partir de um convite para que os homens lutem ao lado delas e não à frente, ou seja, que falem sobretudo em conjunto a elas. Assim, constata-se um alinhamento ao debate teórico apresentado no primeiro capítulo.

Acredita-se que não se deve, portanto, compreender a campanha como uma tentativa de assalto ao protagonismo das mulheres em relação aos movimentos feministas, mas como uma forma de solidariedade dos homens, ao se observar a luta pela igualdade de gênero e contra o sexismo como uma problemática de direitos humanos. Convida-se os homens a assumirem um lugar de fala em conjunto às mulheres, em benefício de todos/as, sobretudo delas. Nessa direção, uma sociedade livre de estereótipos de gênero e que tenha alcançado um horizonte igualitário é benéfico para todas/os e não apenas para uma porcentagem da população, como defende Gasman (2017).

Ademais, é importante atentar para uma reflexão e problematização sobre o próprio nome da campanha no Brasil e os possíveis sentidos que suscita quando se pondera sobre o protagonismo feminino e a cooperação masculina na luta contra o sexismo, ao observar que o desenvolvimento teórico basilar desta tese explica como os meandros discursivos são envolvidos por intrínsecas relações de poder.

A escrita “eles por elas” pode implicar, por um lado, a real proposta da campanha, que se refere à importância de ver os homens como aliados na luta historicamente liderada pelas mulheres, ao reconhecimento de que eles têm um papel importante nessa luta e à cooperação consciente dos homens – na qual eles se engajam pela igualdade entre gêneros, sobretudo, por elas, que são mais diretamente acometidas social, econômica e politicamente pelo sexismo, especialmente em suas manifestações violentas. Contudo, em outra via, a escrita também pode

²⁰ Do original: “*Understand that is not always speaking out for women but with women. Alongside women, because we don't want to reinforce that dominance*”.

agregar um sentido hierárquico, masculinista e heteronormativo, inscrito socialmente nas relações de poder e no discurso sobre gêneros ao longo da história, de que os homens devem cumprir um papel “heroico” e com características de cavalheirismo, o qual visa defender e auxiliar as mulheres, que são vistas como frágeis, indefesas e impotentes; de que eles devem fazer algo por elas, pois seriam incapazes de fazer por si-mesmas.

Muitas críticas feitas à campanha se embasam neste segundo viés de análise discursiva. De fato, o discurso expressa e permite observar e constatar o exercício das relações de poder em diferentes instâncias sociais, como nas hierarquias e heteronormatividades visíveis nas relações de gênero. Mesmo que os objetivos da campanha se orientem pela cooperação dos homens nas lutas lideradas pelas mulheres contra o sexismo, as marcas discursivas da escrita “eles por elas” dão pistas para a percepção de que o movimento da ONU Mulheres não consegue romper integralmente com a lógica masculinista que envolve as relações de poder no âmbito dos gêneros, ao menos no que tange a concepção que nomeia a campanha. Em certa medida a marca discursiva do enunciado “eles por elas”, que denomina a campanha, gera um sentido de apoio e cooperação masculina, mas também de uma solidariedade que frisa a desigualdade de gêneros e evidencia uma hierarquia masculinista muitas vezes disfarçada de cavalheirismo, como se as mulheres apenas pudessem conseguir alcançar os objetivos da sua causa através da ajuda dos homens.

Através das análises empreendidas, entretanto, fica evidente que a campanha não objetiva, em suas diretrizes, que os homens passem a protagonizar as lutas contra o sexismo, tampouco que eles defendam e auxiliem as mulheres por meio do cumprimento de um papel heroico ou cavalheiro, por considerarem-nas frágeis e impotentes. Por outro lado, pretende que eles tomem consciência da masculinidade tóxica difundida socialmente, das limitações por conta dos estereótipos de gênero que atingem mulheres e homens e reconheçam o papel masculino para uma real transformação social orientada à igualdade entre gêneros, ao constatar que eles precisam se tornar parte da luta como partes também interessadas. Apesar disso, a campanha não rompe com a lógica masculinista, visível sobretudo na marca discursiva do enunciado que a denomina em português.

Desse modo, acredita-se que a preposição “por” não é a mais adequada para traduzir a finalidade da campanha, pois faz a ligação subordinativa entre “eles” e “elas” de modo vertical e hierárquico, mesmo que implicitamente, no qual o pronome “eles” está acima do vértice, o que indica o exercício da atividade em causa do pronome “elas”, que está abaixo, reforçando um ideal masculinista. Outra opção que orientaria para uma horizontalidade e evidenciaria muito mais o aspecto solidário e não-hierárquico que a campanha se propõe a transmitir seria a

escolha da preposição “com”, conforme debatido no capítulo 1. “Eles Com Elas” já partiria de um tratamento igualitário entre as partes envolvidas, além de demonstrar o sentido de união, de trabalho em conjunto.

Ao ter em conta este enfoque horizontal, solidário e não-hierárquico, compreende-se que o uso da preposição “com” se adequaria melhor às propostas da campanha e sustenta de modo mais coerente a discussão teórica sobre os lugares de fala, por evitar a flexão “pelo/a” (contração da preposição por + artigo definido o/a = per + lo) nas construções frasais. Logo, evidencia-se e opta-se pela reflexão sobre o exercício de um lugar de fala de um sujeito com outro/a e não por/pelo/a outro/a. Apesar desta construção enunciativa que dá nome à campanha gerar o afastamento de algumas pessoas por meio de uma crítica discursiva, a análise ajuda a evidenciar que os objetivos da ElesPorElas estão alinhados à cooperação masculina sobre os ideais de lutas contra o sexismo.

Ao ter em conta as análises empreendidas pelo âmbito intratextual, pode-se constatar que, além do convite para aderência à ElesPorElas (logo, ao próprio exercício de um lugar de fala com outro/a), também são tematizadas pelos textos audiovisuais promocionais as lutas contra o sexismo e pela igualdade de gênero. A tematização dos oito textos audiovisuais é a mesma, pois todas as peças voltam-se à disseminação da campanha e de tais lutas. Desse modo, na análise discursiva foi possível enfatizar o modo como o tema é figurativizado e actorializado de três formas, em concordância às três regularidades observadas na visibilidade dada à campanha pelo canal televisivo GNT. As três regularidades foram definidas, então, por meio da percepção das diferentes formas de tratar a temática.

Optou-se por dispor as informações levantadas através da análise intertextual nas apresentações das três categorias organizadas em função de suas regularidades manifestas: 1) Rompimento com regulações de gênero; 2) Confronto ao discurso sexista; e 3) Lugares de fala contra o sexismo. Entende-se que as intertextualidades apresentam informações oriundas de uma metadiscursivização, através da recuperação de textos que sucederam ou precederam os textos audiovisuais promocionais analisados em nível intratextual. Tais recuperações falam sobre os meandros de produção das peças analisadas, a exemplo de gravações dos bastidores e de declarações concedidas sobre a participação na campanha ElesPorElas/*HeForShe*.

A fração de 8/3 (oito peças analisadas intratextualmente para três intertextualidades observadas) foi acatada graças à identificação de regularidades nas dimensões discursivas e expressivas dos audiovisuais promocionais. Ao notar tais regularidades, pôde-se deduzir e constatar, através da própria análise intertextual, que as respectivas peças pertencentes a uma das três partes do denominador da fração referiam-se a produções desenvolvidas em conjunto

e com as mesmas estratégias de articulação da temática, o que acarreta que as peças apresentem dispositivos discursivos e expressivos semelhantes ou, por vezes, iguais. Desse modo, os textos recuperados pela intertextualidade, que sucederam ou precederam as peças analisadas e falam sobre elas, apresentam enunciações que abrangem o desenvolvimento das três regularidades identificadas e não apenas de um dos textos isoladamente.

Vale lembrar que a análise de Fabíola Machado (2013) permite verificar que até o ano de 2013 o canal televisivo GNT não objetivava pautar assuntos relacionados às lutas contra o sexismo e pela igualdade entre gêneros. Considera-se, então, que com a adesão à campanha *ElesPorElas/HeForShe*, em 2015, o canal reposiciona sua marca, quando passa a apresentar a temática feminista em sua programação e em peças promocionais, conforme foi destacado na análise paratextual restrita desta tese. Em partes, a visibilidade dada à campanha *ElesPorElas* pelo canal GNT demonstra uma mudança na lógica apontada por hooks (2018 p. 21) de que as mídias de massa não se interessam pela perspectiva revolucionária do feminismo – isto porque as peças analisadas ainda deixam alguns rastros de heteronormatividade, binarismo de gênero, disputas de poder e opressão econômico-capitalista, por exemplo. Destaca-se que os objetivos da campanha conciliam a abordagem do feminismo visionário de luta contra o sexismo e exploração sexista, porém não apresenta ênfases no debate sobre classe, por exemplo.

As regularidades encontradas pela análise intratextual e apresentadas com o apoio das informações intertextuais sobre a produção das peças, permitiram evidenciar a seguinte estratégia discursiva adotada pelo canal GNT para visibilizar a campanha *ElesPorElas* no período em que as peças foram ao ar: primeiro se apresentou a temática à audiência do canal através de um discurso que visa romper com regulações de gênero; em seguida, procurou-se confrontar o discurso sexista e motivar uma prática discursiva empoderada; para, finalmente, apresentar lugares de fala contra o sexismo enunciados por celebridades.

Constata-se que a campanha *ElesPorElas/HeForShe*, desenvolvida pela ONU Mulheres e visibilizada pelo canal televisivo GNT no Brasil sustenta institucionalmente um cenário que convida os homens para assumirem um lugar de fala a favor das lutas feministas. A ONU Mulheres (2015b, p. 1) ressalta que o objetivo da *ElesPorElas* é convocar homens e meninos para que levantem suas vozes e ajam, visando o alcance da igualdade de gênero e a luta contra o sexismo. Ao assumir esse lugar de fala com as mulheres, considera-se que os homens se vinculam a uma prática discursiva embasada na lógica do feminismo visionário, articulado por hooks (1994; 2018), haja vista a autora defender a importância e urgência de que as mulheres aceitem os homens como companheiros na luta contra o sexismo, exploração sexista e opressão,

além de estimular que eles levantem a bandeira do feminismo e contra o patriarcado capitalista. Dessa maneira, então, torna-se admissível que eles assumam um lugar de fala com elas.

O debate teórico sobre a noção, desenvolvido a partir da articulação entre os conceitos de identidade e discurso no panorama das relações de poder (FOUCAULT, 1979; 2008; 2013; HALL, 2000; SILVA, 2000; BUTLER, 2017), permite refletir sobre o material empírico com mais propriedade. Evidenciou-se o lugar de fala como uma estratégia de enunciação que relaciona a fala do sujeito à posição identitária assumida por ele. Entender que as identidades não são fixas, mas construídas no interior de práticas discursivas e “performativizadas” em produções midiáticas pelos sujeitos, ao ter em conta as estruturas de poder, viabiliza o posicionamento dos homens em favor de lutas historicamente lideradas por e para as mulheres. Utiliza-se o termo “performativizada” com o propósito de denotar o sentido de uma performatividade (BUTLER, 2017) que é visada/visibilizada pela instância midiática à sua audiência, fazendo referência, com isso, às ponderações teóricas do primeiro capítulo. A campanha e os lugares de fala são, então, performativizados através do canal televisivo GNT e retratam o convite para que um sujeito assuma um lugar de fala com outro/a.

Nota-se que o discurso expresso pela campanha ElesPorElas é frutífero para o debate sobre os lugares de fala, principalmente no contexto empírico de um sujeito ser convocado a assumir um lugar em conjunto e sobre lutas adscritas à identidade de outro/a. Compreende-se que, ao convidar os homens para que se posicionem a favor das lutas pela igualdade de gênero e contra o sexismo, o discurso da campanha propõe que eles falem a partir de seus próprios lugares sociais e em conjunto às mulheres como favoráveis às lutas feministas. Isto demonstra o uso da estratégia de enunciação dos lugares de fala com outro/a, ao enfatizar as adscrições identitárias dos homens através da performatividade com vistas à reverberação de um discurso em favor da igualdade de gênero e contra o sexismo. Esse entendimento se torna possível ao ter em vista os pressupostos teóricos de que as identidades performativizadas pelos sujeitos não são fixas, mas multiplamente constituídas no interior dos discursos.

É importante ressaltar que os homens (sobretudo os brancos) são quem mais se beneficiaram historicamente e ainda colhem vantagens e usufruem de privilégios diante do sistema patriarcal-capitalista vigente nas sociedades. Quando hooks (1984, p. 69) aponta a existência de laços que unem as pessoas que lutam coletivamente pela libertação de estruturas opressivas e de dominação, sobretudo o sexismo, ela sustenta que desenvolver um viés crítico sobre o patriarcado não deve conduzir a um ataque na mesma moeda, ou seja, na perpetuação de ódio aos homens. Por outro lado, hooks (1984; 2018) destaca que o feminismo deve ser compreendido como um movimento amoroso e que seus objetivos de paz, amor, união e justiça

devem embasar as respostas visibilizadas pelas mídias. A partir disso, entende-se que a visibilidade à campanha *ElesPorElas* pelo canal televisivo GNT se alinha às propostas de hooks (2018) sobre o compartilhamento da mensagem de que o feminismo é um movimento que visa acabar com a opressão sexista e não propagar ódio aos homens.

Atenta-se que Ribeiro (2017) observa que o exercício dos lugares de fala, por vezes, é realizado com o objetivo de interditar as falas de um sujeito cuja adscrição identitária não corresponda ao tema em pauta – operação que se categorizou como a propriedade político-representacional dos lugares de fala. Tem-se em vista, sob esta perspectiva, que o exemplo da frase “você não pode falar sobre isso, porque este não é seu lugar de fala”, caracteriza-se pela concepção representacional criticada por Butler (2017) e Alcoff (1991).

Por outra via, ao viabilizar o exercício dos lugares de fala com outro/a, através, por exemplo, do movimento de alteridade (RICOEUR, 1991), a propriedade discursivo-pós-estruturalista permite o desenvolvimento de uma situação comunicacional dialógica em que a performatividade é posta em evidência e em que se contesta a noção de representação. Tal propriedade rompe com a lógica de que os sujeitos só poderiam falar sobre o lugar social que representariam pela via de uma identidade fixada. Destaca-se, então, que quando a campanha *ElesPorElas/HeForShe* convida os homens para assumirem um lugar de fala com as mulheres contra o sexismo e pela igualdade de gêneros, convoca-se uma apropriação da estratégia enunciativa dos lugares de fala por meio de sua especificidade discursivo-pós-estruturalista.

Nos segundos finais das oito peças analisadas no âmbito da intratextualidade, o convite à aderência ao *ElesPorElas* apresenta a campanha como voltada à luta pela igualdade de gênero, através das frases ditas por narradores/a não-identificados/a, que associam o *HeForShe* a um movimento pela igualdade de direitos entre homens e mulheres e por um mundo mais justo para todos/as. Optou-se por incluir a abordagem de luta contra o sexismo na temática desenvolvida pelas oito peças, além do objetivo pela igualdade, devido às associações percebidas sobre a importância da participação masculina nessas lutas, o que vai ao encontro das defesas conceituais feministas de hooks (1984; 2018).

Vale lembrar que hooks (2018, p. 17) salienta a qualidade implícita que sua formulação conceitual feminista abrange. Ao apresentar o feminismo como um movimento contra o sexismo, exploração sexista e opressão, a autora destaca que sua definição não pretende identificar os homens como inimigos, mas quaisquer ações que perpetuem o sexismo, independentemente de serem realizadas por homens ou mulheres. Além disso, hooks (2018, p. 104) identifica a possibilidade de aceitar os homens como camaradas e aliados nas lutas feministas. Ao notar a relação das peças com as atribuições sugeridas pela autora, tornou-se a

importante associar a concentração temática dos textos promocionais audiovisuais à definição feminista da autora, além das lutas pela igualdade de gênero explicitadas nas narrações finais.

Observa-se, enfim, que as análises semióticas empreendidas evidenciam práticas discursivas predeterminadas socialmente, através das quais os textos audiovisuais promocionais são produzidos e em que se destaca, sobretudo, uma rejeição ao sistema de dominação sexista. As análises permitem constatar e avaliar enunciações produzidas por meio da estratégia dos lugares de fala pela via da propriedade discursivo-pós-estruturalista. Os enunciados apresentam convites para que os sujeitos categorizados socialmente pela adscrição identitária do gênero masculino posicionem-se e assumam lugares de fala favoráveis às lutas políticas de seu opositor binário: as mulheres. Nota-se, assim, a concepção de um sujeito ser convocado a assumir um lugar de fala por si-mesmo e/ou em conjunto a outros/as, posicionando-se socialmente em situações de comunicação, a partir de suas adscrições identitárias e no âmbito de práticas semiótico-discursivas predeterminadas.

CONSIDERAÇÕES

Durante uma orientação, ainda na iniciação científica, que tratava sobre filosofia da ciência e popularização do conhecimento científico, uma professora me disse: “a tese pode ser considerada o seu primeiro trabalho reconhecido pelos seus pares como uma pesquisa autoral”. Vale apontar que quando ela me disse isso, eu ainda não assimilava que ela fazia uma associação entre autoria, comentário e discursividade nas relações de poder, como complexifica Michel Foucault (2013), sendo o autor aquele que coloca suas marcas identitárias naquilo que é dito e atribui suas próprias significações e coerências pela via de suas particularidades, conforme foi apontado no primeiro capítulo. Diante dessa lembrança, desde o início do doutorado atentei para como eu poderia deixar minhas marcas identitárias nesta tese, ao considerar o objeto de conhecimento aqui investigado pelo viés comunicacional: os lugares de fala. Nessa direção, adotar a estratégia de enunciação na primeira pessoa do singular na introdução, apresentações de capítulos e nestas considerações possibilitou enfatizar a autoria, além de atualizar, pelo princípio do comentário (FOUCAULT, 2013), debates já desenvolvidos. Com a licença da palavra, gostaria de apontar brevemente alguns resultados que esta escrita gerou em mim, pois desenvolver esta tese para o debate científico em conjunto a meus pares também me ensinou.

Ensinou-me sobre o processo de estar em um constante “tornar-me” sujeito, nunca um ser com identidade finalizada e passível de ser representado em sua completude. Isto me fez entender aspectos do próprio enviesamento deste trabalho científico, pois ele seria muito diferente se escrito há anos atrás, adiante ou em outras circunstâncias. Na medida em que a temática abordada por esta pesquisa são os “lugares de fala” assumidos na sociedade e, por vezes, visibilizados pela mídia, esta tese me ensinou a importância sobre o reconhecimento de aspectos da minha identidade para assumir a responsabilidade sobre os meus dizeres. Quando reconheço minhas adscrições identitárias como homem, cis, homossexual, branco, de classe média baixa e que teve acesso à universidade gratuita e de qualidade permito a imaginação ao/a receptor/a sobre os privilégios sociais que envolvem minha vivência e também a possibilidade de discriminações pelas quais passei. Ademais, a tese me ensinou que, desde o lugar ao qual sou adscrito, posso apenas em imaginação e simpatia colocar-me no lugar de outra/o e assumir uma fala com ela/e sobre lutas político-identitárias correspondentes ao seu lugar.

Busquei, nesta tese, contemplar a noção dos lugares de fala através de uma articulação entre os conceitos de discurso e identidade na lógica das relações de poder, em que se evidencia o aspecto estritamente relacional que a comunicação evoca antes da produção midiática. Procurei, com isso, desarticular a noção de uma associação mecânica ao âmbito midiático,

observada no estado da arte desenvolvido, sem, todavia, ignorar a competência de visibilidade das mídias sobre as falas de sujeitos diversos, como visto na seção 1.2. Problematizar esse enfoque através da conjuntura de um sujeito ser convocado a falar em conjunto a outro/a sobre lutas políticas que, em princípio, não estão cingidas por sua respectiva adscrição identitária, através do movimento de alteridade, na seção 1.3, permitiu-me atentar ao âmbito dialógico que a noção dos lugares de fala pode convocar.

A reverberação teórica sobre os lugares de fala obedecerem a uma ordem ambivalente nas situações de comunicação, conforme articulado na seção 1.3, permitiu avaliar a noção pela via de sua manifestação dialógica, segundo a propriedade discursivo-pós-estruturalista, e de uma prática que visa a recusa ou interdição do outro, conforme a especificidade político-representacional. Esta última vertente que expressa interrupções pode ser observada em diversos enunciados como, por exemplo, “você não pode falar sobre isto, pois este não é seu lugar de fala”. Como foi apontado, o veto à fala de sujeitos já foi investigado em uma variedade de produções intelectuais pela vertente foucaultiana. Associar tal veto à propriedade político-representacional dos lugares de fala é uma temática que pode ser levantada em futuras pesquisas no campo comunicacional.

Por outro lado, optei, nesta tese, pela investigação de um objeto empírico que demonstrou o exercício dos lugares de fala em sua particularidade discursivo-pós-estruturalista: o discurso da campanha *ElesPorElas/HeForShe* visibilizado pelo canal televisivo GNT. Com isso, pude investigar especificamente o discurso midiático audiovisual e promocional contra o sexismo da campanha *ElesPorElas*, visando analisar como os sujeitos são convocados a exercer um lugar de fala com outro/a. Desse modo, foi possível defender a concepção de que um sujeito pode assumir lugares de fala por si-mesmo e/ou em conjunto a outrem, ao se posicionar socialmente em situações de comunicação, a partir de suas adscrições identitárias e no âmbito de práticas semiótico-discursivas predeterminadas e visibilizadas pelas mídias.

Acredito na importância de que a estratégia enunciativa dos lugares de fala seja usada prioritariamente através de uma abordagem democrática e dialógica, com o objetivo de ouvir uma pluralidade de vozes e romper com a ordem hegemônica de autorização discursiva. A possibilidade de veto à fala de sujeitos não permite que aqueles ditos privilegiados reflitam, ponderem criticamente seus privilégios e apoiem lutas minoritárias. O lugar de fala exercido por uma via limitante e na reivindicação de que apenas sujeitos pertencentes a um grupo minoritário tenham respaldo para falar e defender suas próprias causas pode suspender a interação, excluir viés dialógico da comunicação e a fundamentação relacional de poder. Por

outra via, reitero que as mídias se utilizam dos lugares de fala enunciados pelos sujeitos, formatando-as e visibilizando-as.

Vale constar, que a análise da propriedade discursivo-pós-estruturalista dos lugares de fala permitiu demonstrar e avaliar o viés produtivo das relações de poder nas sociedades. Percebeu-se que o uso da estratégia enunciativa do lugar de fala com outro permite a produção de convites para uma luta político-identitária conjunta contra os estados de dominação, especificamente, no caso empírico analisado nesta tese, para acabar com o sexismo, exploração sexista e opressão. Além disso, percebeu-se o próprio exercício de um lugar de fala com outro no último audiovisual promocional analisado (Peça 08), ao examinar a fala de um sujeito adscrito à identidade masculina que reconhece seus privilégios nas relações de gênero e assume um posicionamento a favor de pautas feministas. Reconheço que tal enunciação foi possível graças ao movimento de alteridade.

Nesse contexto, foi fundamental a aproximação com uma corrente teórica feminista visionária, conforme a seção 2.2, para avaliar o exercício dos lugares de fala nos textos promocionais sobre a campanha ElesPorElas do ponto de vista da categoria de gênero, pois tal abordagem acata e defende a participação masculina nas lutas contra o sexismo. Evidenciar o feminismo como um movimento baseado na amorosidade, pacificação e justiça, em contraposição ao ódio, ajudou a evidenciar o aspecto dialógico da noção lugar de fala se pensada em conjunto ao gênero. Entendo que o uso discursivo-pós-estruturalista dos lugares de fala, no que se refere à categoria gênero e ao feminismo visionário, torna-se uma estratégia enunciativa poderosa para o desenvolvimento conjunto de um mundo livre dos estados de dominação sexista.

Ademais, é importante apontar que a metodologia semiótico-discursiva articulada na tese, explanada no capítulo 3, franqueou prosseguir um processo analítico sistemático e coerente, o que possibilitou afrontar uma experiência empírica rica e profícua, haja vista a atualidade do tema frente a uma diversidade de mobilizações, como os exemplos já apontados na introdução. Os objetivos pretendidos foram atingidos graças à abrangência da análise semiótico-discursiva, que permitiu observar os textos audiovisuais promocionais através de diferentes instâncias que os envolvem: as contextualizações sócio-históricas das organizações institucionais responsáveis, as condições nas quais foram desenvolvidos e os respectivos planos de conteúdo e expressão.

Foi produtora analisar o discurso midiático da ElesPorElas no GNT, no capítulo 5, pela via do exame das peças selecionadas em nível intratextual a partir das categorias de tematização, figurativização, actorialização, espacialização, temporalização e tonalização, além

de observar as operações de linguagens sonoras e visuais e operações com meios técnicos. A metodologia ainda proporcionou condições para contextualizar a campanha e a empresa midiática que a difundiu, através das análises paratextuais ampla e restrita, no capítulo 4, o que permitiu uma melhor apreensão dos sentidos possibilitados pelas peças veiculadas. Enquanto isso, a intertextualidade permitiu observar as circunstâncias nas quais os textos foram desenvolvidos.

É interessante constar, todavia, que as análises de estratégias enunciativas dos lugares de fala não se limitam apenas à corrente da semiótica discursiva. Optei por tal vertente metodológica para o desenvolvimento da tese principalmente por ela oportunizar um exame abrangente do material empírico, especificamente os textos audiovisuais promocionais visibilizados pela mídia televisiva. Acredito na viabilidade de analisar a estratégia enunciativa dos lugares de fala através de uma variedade de metodologias que atentem ao discurso, ao conteúdo, às experiências etnográficas, de recepção e produções midiáticas, entre outras. Entendo que a análise dos lugares de fala não pertence à uma metodologia específica, mas aos objetivos da pesquisa, à finalidade de examinar as posições sociais tomadas pelos sujeitos para falar e embasar sua argumentação.

Vale também apontar a importância que tomaram as referências bibliográficas da internet para a apuração analítica, sobretudo de portais de notícias, que revelaram as situações nas quais o canal televisivo GNT e a campanha ElesPorElas se desenvolveram no decorrer dos anos (análises paratextuais) e as conjunturas em que os audiovisuais visibilizados foram produzidos (análises intertextuais).

Por fim, creio que esta tese pode impulsionar o interesse por uma temática atual e relevante aos estudos comunicacionais, já que se constatou como a noção dos lugares de fala se vincula estritamente ao campo da Comunicação, seja orientada pela propriedade discursivo-pós-estruturalista ou político-representacional. Qualquer uma das vertentes da ambivalência constatada são abundantes em material empírico, possíveis de serem analisadas por diferentes abordagens metodológicas e permitem observar o exercício das relações de poder em situações de comunicação. Longe de acreditar que estas considerações são finais, pois não marcam o fim da pesquisa sobre o exercício dos lugares de fala por si-mesmo e com outro/a ou do produtivo debate sobre relações de poder, discurso, identidade e feminismo, convido você para aprimorar esta reflexão junto comigo e com outros/as.

REFERÊNCIAS

- ABTA. **Histórico**. Associação Brasileira de Televisão por Assinatura, 2012. Disponível em: <<http://www.abta.org.br/historico.asp>>. Acesso em: 17 set. 2019.
- ADELMAN, Miriam. Os anos 60: movimentos sociais, transformações culturais e mudanças de paradigmas. In: **A voz e a escuta**: encontros e desencontros entre a teoria feminista e a sociologia contemporânea. Curitiba: Blucher, 2009.
- ALCOFF, Linda. The problem of speaking for others. **Cultural Critique**. Chicago, n. 20, 1991.
- ALEIXO, Isabela. Oito mentiras sobre o feminismo que ninguém deveria mais reproduzir. **O Globo**, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/celina/oito-mentiras-sobre-feminismo-que-ninguem-deveria-mais-reproduzir-23601472>>. Acesso em 27 nov. 2019.
- AMARAL, Márcia Franz. **Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho**. 2004. 272 f. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.
- _____. Lugares de fala: um conceito para abordar o segmento popular da grande imprensa. **Contracampo**. Niterói, v. 12, 2005. Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/561/328>>. Acesso em: 20 out. 2014.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 6ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- _____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1981.
- BALSAMO, Anne. Feminism and cultural studies. In: **The Journal of the Midwest Language Association**, vol. 24, 1991, p. 50- 73.
- BANCO DE TESES E DISSERTAÇÕES. Brasília: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, 1991-2016. Anual. Disponível em: <<http://bancodeteses.capes.gov.br/banco-teses/>>. Acesso em: 08 mar. 2017.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1982.
- BRAGA, José Luiz. Lugar de Fala - como conceito metodológico no estudo de produtos culturais. In: MALDONADO, A. E. et al. **Mídias e processos socioculturais**. São Leopoldo: Unisinos, 2000.
- BRAH, Avtar. Diferença, diversidade, diferenciação. **Cadernos Pagu**. Campinas, v. 26, 2006.
- BUTLER, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: Louro, G. L. **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

_____. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

CARDOSO, Gustavo et al. **A televisão em Portugal: análise das audiências e dinâmicas concorrenciais do mercado televisivo português entre 1999 e 2016.** Lisboa: Obercom, 2017.

CASTRO, Maria Lília Dias de. Autopromocionalidade em televisão: movimentos e configurações. **ANIMUS.** Santa Maria, v. VIII, n. 15, 2009.

_____. Movimento autopromocional no âmbito da televisão no país. **GEARTE.** Porto Alegre, v. 2, n. 3, 2015.

_____. Texto promocional: o desafio do modelo teórico-metodológico. **Contracampo.** Niterói, v. 28, n. 3, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização.** São Paulo: Contexto, 2008.

CONNELL, Raewyn. A colonialidade do gênero. In: CONNELL, R. **Gênero em termos reais.** São Paulo: nVersos, 2016.

CONNELL, Raewyn; PEARSE, Rebecca. Teóricas, Teóricos e Teorias de Gênero. In: CONNELL, R.; PEARSE, R. **Gênero: uma perspectiva global.** São Paulo: nVersos, 2015.

CORREIODAMANHÃ. **GNT quer ficar em Portugal.** Lisboa: Correio da manhã, 2006. Disponível em: <<https://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/gnt-quer-ficar-em-portugal>>. Acesso em 18 set. 2019.

CORRIDAELESPORELAS. **GNT apresenta Corrida ElesPorElas.** 2019. Disponível em: <<http://www.corridaelesporelas.com.br/>>. Acesso em: 08 out. 2019.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: desafios teórico-metodológicos. In: BRAGA, J. L.; LOPES, M. I. V.; MARTINO, L. C. (orgs.). **Pesquisa empírica em comunicação.** São Paulo: Paulus, 2010, p. 227-248.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. Produção midiática: o ir e vir entre teoria, metodologia e análise. In: BARICHELLO, E. M. M. R.; RUBLESCKI, A. S. **Pesquisa em comunicação: olhares e abordagens.** Santa Maria: FACOS, 2014a, p.67-87.

_____. **Da teoria à aplicação: detalhamento metodológico (material didático PPGCOM/UFSM).** Porto Alegre: 2014b.

ESTADÃO. **GNT Portugal comemora audiência.** O Estado de São Paulo: São Paulo, 2003. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,gnt-portugal-comemora-audiencia,20030903p2935>>. Acesso em: 18 set. 2019.

FBSP. **Visível e invisível: a vitimização de mulheres no Brasil.** São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.forumseguranca.org.br/atividades/visivel-e-invisivel-a-vitimizacao-de-mulheres-no-brasil/>>. Acesso em 16 mar. 2018.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2013.

_____. **Aulas sobre a vontade de saber**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.

_____. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 20ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

FRANÇA, Vera Veiga. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. MEAD. In: PRIMO, Alex et al. (org.). **Comunicação e interações**. Porto Alegre, Sulina, 2008.

_____. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANCA, V. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 39 - 60.

_____. Quéré: dos modelos da comunicação. **Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos**. São Leopoldo, v. V, n. 2, 2003.

FRIEDAN, Betty. **A mística feminina**. Rio de Janeiro: Vozes, 1971.

GASMAN, Nadine. **Entrevista sobre a campanha “ElesPorElas”**. Entrevistador: Phillip Dias Gripp. Santa Maria, 26 jul. 2017. Entrevista concedida à pesquisa de doutorado.

GAZETADIGITAL. **Mundo da moda ganha espaço na Fox**. Gazeta Digital, Cuiabá, 2004. Disponível em: <<https://www.gazetadigital.com.br/suplementos/teve/mundo-da-moda-ganha-espaco-na-fox/35458>>. Acesso em: 17 set. 2019.

GNT. **ElesPorElas**. 2018. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

_____. **GNT fecha parceria com ONU Mulheres e lança movimento ElesPorElas no Brasil**. 2015b. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas/materias/gnt-fecha-parceria-com-onu-mulheres-e-lanca-movimento-esporelas-no-brasil.htm>>. Acesso em: 06 set. 2018.

_____. **GNT grava nova campanha 'Eles Por Elas': veja os bastidores**. 2016b. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas/videos/5014556.htm>>. Acesso em: 19 jan. 2020.

_____. **GNT participa da Semana de Artes Eles Por Elas em apoio à ONU Mulheres**. 2017. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas/materias/gnt-participa-da-semana-de-artes-eles-por-elas-em-apoio-onu-mulheres.htm>>. Acesso em: 08 out. 2019.

_____. **GNT Play: programação pode ser vista em tempo real pelo computador, tablet ou smartphone**. 2015c. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/mais-da-tv/materias/gnt->

play-programacao-pode-ser-vista-em-tempo-real-pelo-computador-tablet-ou-smartphone.htm>. Acesso em: 26 set. 2019.

_____. **GNT quando e onde quiser**: veja como assistir ao conteúdo do canal nas plataformas on demand. 2015a. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/mais-da-tv/infograficos/gnt-quando-e-onde-quiser-veja-como-assistir-ao-conteudo-do-canal-nas-plataformas-demand.htm>>. Acesso em 04 set. 2018.

_____. **Liberdade de gênero**: sobre o programa. 2016a. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/programas/liberdade-de-genero/sobre.html>>. Acesso em: 10 out. 2019.

_____. **Rodrigo Hilbert, Astrid Fontenelle, Marcelo Tas e Bela Gil convidam você a aderir à campanha "Eles Por Elas"**. 2015d. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas/materias/rodrigo-hilbert-astrid-fontenelle-marcelo-tas-e-bela-gil-convidam-voce-aderir-campanha-eles-por-elas.htm>>. Acesso em 19 jan. 2020.

GREIMAS, Algirdas Julien. A propósito do jogo. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, n. 27, p.119-123, jul./dez., 1998.

_____. As aquisições e os projectos. In: COURTÉS, J. **Introdução à semiótica narrativa e discursiva**. Coimbra: Almedina, 1979. p. 07-34.

_____. **Sobre o sentido II**: ensaios semióticos. São Paulo: Nankin-EDUSP, 2014.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

_____. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**. Campinas, vol. 5, 1995.

HEFORSHE. **HeForShe Campaign Video**. HeForShe: Nova York, 2015. 1min39seg. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7ZptgM-jhZo>>. Acesso em 21 dez. 2019.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.

hooks, bell. **Ain't I a Woman? Black Women and Feminism**. Boston: South End Press, 1981.

_____. **Feminist theory: from margin to center**. Boston: South End Press, 1984.

_____. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos, 2018.

JARDIM, Ana. **GNT estreia treze novos programas voltados para a “mulher real”**. Uol Entretenimento - Televisão, 2011. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/03/15/gnt-estreia-treze-novos-programas-voltados-para-a-mulher-real.jhtm#fotoNav=17>>. Acesso em: 18 set. 2019.

LEVIN, Teresa. **GNT estreia nova grade e identidade visual em março de 2011**. Propmark, 2011. Disponível em: <<http://propmark.com.br/midia/gnt-estreia-nova-grade-e-identidade-visual-em-marco-de-2011>>. Acesso em 04 set. 2018.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis: Vozes, 1997.

LUGONES, María. Rumo a um feminismo descolonial. **Estudos Feministas**. Florianópolis, v. 22, n. 3, 2014.

MACHADO, Fabíola Orlando Calazans. **“Seja ótima, seja feliz”**: Discurso, representação e subjetividade feminina no canal GNT. 2013. 237 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

MARCAS. **Canal GNT**. Disponível em: <<http://canaisglobosat.globo.com/marca/gnt/#title>>. Acesso em: 04 set. 2018.

MARTINS, Maura. **‘Superbonita’**: quando o underground vira padrão. Escotilha, 2017. Disponível em: <<http://www.aescotilha.com.br/cinema-tv/canal-zero/superbonita-quando-o-underground-vira-padrao/>>. Acesso em: 27 set. 2019.

MÁXIMO, Laura. **Superbonita com Karol Conká**: o que mudou nas nossas vidas? Valkirias, 2017. Disponível em: <<http://valkirias.com.br/superbonita-com-karol-conka-o-que-mudou-nas-nossas-vidas/>>. Acesso em: 27 set. 2019.

MELO, Josimar. **Pastor Jeff Smith vem pregar cozinha informal**. Folha de São Paulo: São Paulo, 1995.

MEMÓRIAROBERTOMARINHO. **Globosat**. 2019. Disponível em: <<https://robertomarinho.globo.com/>>. Acesso em 17 set. 2019.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Contratos comunicativos e ação situada: uma abordagem pragmática. **E-compós**. Brasília, v. 11, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/217/271>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

MISKOLCI, Richard. Feminismo y Derechos Humanos In: ESTEVEZ, A.; VÁSQUEZ, D. **Los Derechos Humanos en las ciencias sociales**. Cidade do México: FLACSO-CISAN, 2010.

NETO, Ricardo Bonalume. **Documentários misturam ciência e prazer**. Folha de São Paulo: São Paulo, 1994. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/3/04/ilustrada/17.html>>. Acesso em 17 set. 2019.

ONU MULHERES. **ElesPorElas Multimídia**. 2015. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/elesporelas/multimidi/>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

ONU MULHERES. **Movimento ElesPorElas – Visão Geral**. 2015a. Disponível em: <http://www.heforshe.org/-/media/heforshe/files/our%20mission/pt/elesporelas_visao_geral.pdf?la=pt>. Acesso em: 30 ago. 2018.

_____. **Movimento ElesPorElas – Kit de Ação**. 2015b. Disponível em: <http://www.heforshe.org/-/media/heforshe/files/actionkits/pt/elesporelas_kit_acao.pdf?la=pt>. Acesso em: 30 ago. 2018.

_____. **Movimento ElesPorElas – Impactando Universidades**. 2015c. Disponível em: <http://www.heforshe.org/-/media/heforshe/files/actionkits/pt/elesporelas_universities.pdf?la=pt>. Acesso em: 30 ago. 2018.

_____. **Movimento ElesPorElas – Impactando Empresas**. Disponível em: <http://www.heforshe.org/-/media/heforshe/files/actionkits/pt/elesporelas_enterprises.pdf?la=pt>. Acesso em: 30 ago. 2018.

ONU MULHERES; PACTO GLOBAL. **Princípios de empoderamento das mulheres**. 2017. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_ONU_Mulheres_Nov2017_digital.pdf>. Acesso em: 08 out. 2019.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 8ª ed. Campinas: Pontes, 2009.

PEDRO, Joana Maria. O feminismo de “segunda onda”: corpo, prazer e trabalho. In: Carla Bassanezi Pinsky; Joana Maria Pedro. (Org.). **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 238-259.

_____. Relações de gênero como categoria transversal na historiografia contemporânea. **Topoi**, v. 12, n. 22, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/topoi/v12n22/1518-3319-topoi-12-22-00270.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2019.

_____. Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica. **História**, vol. 24, n. 1, 2005.

PENTEADO, Claudia. **GNT renova apoio ao projeto HeForShe da ONU Mulheres**. Propmark, 2016a. Disponível em: <<http://propmark.com.br/midia/gnt-renova-apoio-ao-projeto-heforshe-da-onu-mulheres>>. Acesso em: 06 set. 2018.

_____. **GNT mergulha no universo feminino e intensifica debates**. Propmark, 2016b. Disponível em: <<http://propmark.com.br/dia-da-mulher/gnt-mergulha-no-universo-feminino-e-intensifica-debates>>. Acesso em: 06 set. 2018.

PONTE, Raquel; NIEMEYER, Lucy. O processo semiótico da identidade televisiva no canal brasileiro GNT. **Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes**. Castelo Branco, v. 3, n. 5. Disponível em: <<http://convergencias.esart.ipcb.pt/?p=article&id=71>>. Acesso em: 16 set. 2019.

PORTALDAPROPAGANDA. **GNT lança novo on air em março**. Portaldapropaganda, 2008. Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com.br/portal/propaganda/2341>>. Acesso em: 16 set. 2019.

PROPMARK. **Heads assina campanha do movimento ElesPorElas HeForShe da ONU**. Propmark, 2016. Disponível em: <<http://propmark.com.br/agencias/heads-assina-campanha-do-movimento-lesporelas-heforshe-da-onu>>. Acesso em: 06 set. 2018.

QUÉRÉ, Louis. D'un modèle épistemologique de la communication à un modèle praxéologique. **RÉSEAUX**. Paris: Tekhné, v. 2, n. 46-47, 1991. Disponível em: <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/reso_0751-7971_1991_num_9_46_1832>. Acesso em 16 jul. 2018.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2017.

RICOEUR, Paul. **O si-mesmo como um outro**. Campinas: Papyrus, 1991.

ROCHA, Roseani. **Mulheres preferem atrações do GNT**. Propmark, 2005. Disponível em: <<http://propmark.com.br/midia/mulheres-preferem-atracoes-do-gnt>>. Acesso em: 04 set. 2018.

RUBIN, Gayle. **O Tráfico de mulheres**: notas sobre a 'economia política' do sexo. Recife: SOS Corpo, 1993. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/1919>>. Acesso em: 25 out. 2017.

RÜDIGER, Francisco. **Teorias da comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SACCHITIELLO, Bárbara. **Audiência do GNT cresce após mudanças**. Meio & Mensagem, 2011. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2011/08/09/20110809audiencia-do-gnt-cresce-apos-mudancas.html>>. Acesso em: 04 set. 2018.

_____. **GNT usa esporte para falar de igualdade de gênero**. Meio & Mensagem, 2017. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/04/05/gnt-usa-esporte-para-falar-de-igualdade-de-genero.html>>. Acesso em: 05 set. 2018.

SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 2008.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, v. 15, n. 2. 1990.

SENS, André Luiz. **GNT - Nova identidade**. Ideafixa, 2011. Disponível em: <<http://www.ideafixa.com/oldbutgold/gnt-nova-identidade>>. Acesso em: 04 set. 2018.

SILVA, Tomaz Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, T. T. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ, Vozes, 2004.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, R.; BARBALHO, A. (orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

SPIVAK, Gayatri. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: UFMG, 2010.

TEIA. **Teia**. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/teia>>. Acesso em: 08 out. 2019.

TIBURI, Marcia. **Feminismo em comum: para todas, todes e todos**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos, 2018.

URSINI, Nathalie. **Net oferece GNT em alta definição**. Meio&Mensagem, 2012. Disponível em: Acesso em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2012/08/22/net-oferece-gnt-em-alta-definicao.html>>. 26 set. 2019.

WATSON, Emma. **Enunciado de lançamento da campanha HeForShe**. 2014 (11m46s). Disponível em: <<http://gnt.globo.com/especiais/eles-por-elas/videos/4189366.htm>>. Acesso em: 28 ago. 2018.

ZIRONDI, Mariana. **Gastronomia conquista paladares e audiência na TV fechada: GNT investe em programas que variam na receita e no público-alvo**. Propmark, 2016. Disponível em: <<https://propmark.com.br/midia/gastronomia-conquista-paladares-e-audiencia-na-tv-fechada/>>. Acesso em: 26 set. 2019.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Lista dos trabalhos encontrados no estado da arte que embasam a noção “lugar de fala”

Tese/Dissertação	Ano	Universidade	Título	Autor/a
Tese	2004	UFRGS	Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho	Márcia Franz Amaral
Dissertação	1997	UNB	Caetano Velloso: lugar de fala singularizado na arte brasileira	Marco Antonio Pires de Lima
Tese	2013	UNISINOS	Midiatização da inovação científica: estratégias do Instituto Internacional de Neurociências de Natal/RN pela intervenção do Ator Cientista (Miguel Nicolelis)	Jefferson Garrido de Araujo Neto
Dissertação	2011	UFJF	Batalhas simbólicas e controvérsias terminológicas: os discursos de pesquisadores sobre a identidade do campo da comunicação	Cassia Vale Lara
Dissertação	2008	UFRJ	Documentário e Jornalismo: propostas para uma cartografia plural	Julio Carlos Bezerra
Tese	2008	UNISINOS	Tensões entre Fonte e Campo Jornalístico: um estudo sobre o agendamento mediático do MST	Paula Reis Melo
Dissertação	2012	PUCMG	Imagem como símbolo acústico: a semiótica aplicada à prática da audiodescrição	Flavia Affonso Mayer
Dissertação	2006	UNISINOS	A midiatização da informação econômica sobre os Estados Unidos e a América Latina no Telejornal Economía y Finanzas da CNN em Español	Delia María Dutra da Silveira Margalef
Tese	2014	UNISINOS	Argumentação no jornalismo opinativo: um estudo da Coluna do Castello no período de 1963 a 1969	Ionio Alves da Silva
Tese	2013	UFRGS	A função enunciativa do ombudsman da Folha de S. Paulo	Sabrina Franzoni
Tese	2012	UFMG	Personagens Públicas na Mídia, Personagens Públicas em Nós: experiências contemporâneas nas trajetórias de Gisele Bündchen e Luciana Gimenez	Lígia Campos de Cerqueira Lana
Dissertação	2004	UNISINOS	O filme documentário e a perspectiva dialógica na construção do enunciado fílmico	Daniel Silva Pedroso
Dissertação	2007	UFRGS	Jornalismo em primeira pessoa: a construção de sentidos das narradoras da revista TPM	Patrícia Rocha da Silva
Dissertação	2013	PUCMG	Retórica midiaticizada: estratégias discursivas do âncora no jornalismo radiofônico all news	Katia Teotonio De Castro Bruck
Dissertação	2015	UFMG	A construção do debate político e as condições para a cidadania do morador da periferia no programa televisivo “Aglomerado”	Lorena Rubia Pereira Caminhas

APÊNDICE B - Entrevista sobre a campanha “ElesPorElas”

A entrevista abaixo foi concedida por Nadine Gasman, representante da ONU Mulheres no Brasil, via e-mail, no dia 26 de julho de 2017. Foi realizada pelo autor para o desenvolvimento da pesquisa. As identificações se dão pelas iniciais do entrevistador (P.G.) e da entrevistada (N.G.).

P.G.: Sabemos que a luta pela igualdade de gêneros é, historicamente, liderada pelas mulheres. O que motivou e como foi a preparação para a criação de uma campanha que convida os homens para participarem e assumirem essa luta? Nesse sentido, fale-nos um pouco sobre a campanha, seus objetivos e as estratégias para conscientizar os homens sobre a luta e para que eles unam voz ao movimento.

N.G.: O movimento de solidariedade ElesPorElas *HeForShe* foi criado pela ONU Mulheres para reunir pessoas de todos os sexos, gêneros, raças, etnias e classes sociais num esforço global para a remoção das barreiras sociais e culturais que limitam as mulheres e as impedem de usufruir de seus direitos humanos. Desde seu lançamento em 2014 pelo Secretário Geral da ONU, Ban Ki-moon, e pela Embaixadora da Boa Vontade da ONU Mulheres, Emma Watson, centenas de milhares de pessoas de todo o mundo — incluindo Chefes de Estado, CEOs, personalidades globais, e pessoas de diferentes estilos de vida e classes sociais — apoiaram o movimento e se comprometeram com a igualdade de gênero. O movimento *HeForShe* tem sido o tema de mais de dois bilhões de conversações nas redes sociais, da realização de milhares de eventos em todos os cantos do mundo, além de já ter recebido cerca de um milhão de compromissos na plataforma online www.ElesPorElas.org

O movimento *HeForShe* é um movimento de todas e todos. Não se trata de mulheres ou homens, trata-se da elaboração de uma visão compartilhada de que a igualdade de gênero é uma questão de justiça a benefício de todos os seres humanos. Por esse motivo, o movimento *HeForShe* convida não só as mulheres, mas também os homens para participarem, pois acredita que eles também precisam se tornar parte do movimento para promover os direitos das mulheres, tanto como defensores, quanto como partes interessadas. Fornecendo uma abordagem sistemática e uma plataforma segmentada por meio da qual a comunidade global pode se engajar e se tornar agentes de mudança na busca pela igualdade de gênero, o movimento *HeForShe* visa a promover reflexão e ação sobre a responsabilidade que homens e meninos têm na eliminação de todas as formas de violência e discriminação contra as mulheres e meninas.

P.G.: O compromisso de apoio à igualdade de gênero por parte dos homens é medido apenas pelas assinaturas à campanha ou o movimento busca outras maneiras de detectar se eles estão, de fato, comprometidos? Como o movimento busca estimular que os homens reconheçam a luta pela igualdade de gênero e se comprometam com ela na prática?

N.G.: A assinatura ao site é uma ação ativa que incentivamos não só para fazer a medição, mas para que os homens entrem no site e se informem mais sobre esse movimento global pela igualdade de gênero. A campanha, no entanto, alcança um público muito mais amplo, de todas as esferas sociais. É muito difícil contabilizar sem uma pesquisa especializada, mas tentamos observar o número de visualizações em vídeos, as audiências dos programas de TV, o número de funcionários de empresas que estão realizando eventos internos para promoção e engajamento do movimento e até mesmo o alcance da campanha em diferentes atividades. Em 2015, por exemplo, o movimento *HeForShe* viajou por todo o Brasil com a caravana Siga Bem, que levou a mensagem da igualdade de gênero e do enfrentamento à violência contra as mulheres por meio de materiais informativos, oficinas e teatro. A realização de oficinas, eventos e engajamento de instituições de todos os setores tem sido uma metodologia da ONU Mulheres para informar e engajar os homens (e todas as pessoas independente do gênero) no movimento *ElesPorElas HeForShe*.

P.G.: Podemos perceber em redes sociais digitais homens e mulheres que reagem favoravelmente e também contrariamente à campanha. Como vocês avaliam a aceitação do *ElesPorElas* a partir dessas duas formas de reações por parte do público?

N.G.: Existe um grupo de pessoas que não reconhecem a existência da desigualdade de gênero e, portanto, a necessidade de um movimento como o *HeForShe*, o que é um equívoco por contrariar as evidências de que as mulheres não só estão em desigualdade de oportunidades apenas por serem mulheres, mas que também são vítimas de diferentes formas de violência consequentes da cultura machista e patriarcal que vivemos hoje. A aceitação da *ElesPorElas HeForShe*, no entanto, tem sido muito grande e positiva desde o dia do seu lançamento com o discurso da Embaixadora da ONU Mulheres, Emma Watson, por ela ter trazido argumentos com os quais as pessoas se identificam imediatamente, o que levou à viralidade do seu discurso. Ela mostrou que a pressão social que impõe aos homens formas hegemônicas de masculinidades faz com que eles se tornem opressores e, conseqüentemente, as mulheres sejam oprimidas. Nesse sentido, o movimento tem despertado as pessoas sobre a responsabilidade dos homens nesse processo de transformação social pela igualdade a benefício de todas e todos.

P.G.: Uma crítica que temos visto por parte de mulheres contrárias à campanha se utiliza de argumentos fundamentados na noção de protagonismo, levando em conta que homens não poderiam assumir um lugar de fala pelas mulheres em sociedades patriarcais. Como o movimento vê a noção dos lugares de fala na contemporaneidade e como observa a importância do protagonismo feminino e da participação masculina na luta pela igualdade de gênero?

N.G.: O movimento feminista é um movimento protagonizado pelas mulheres em defesa dos direitos das mulheres e da igualdade de gênero para todas as pessoas. A proposta da *HeForShe* é que os homens olhem para o próprio comportamento, e não que assumam o lugar de fala das mulheres. Para contribuir para o feminismo, é preciso refletir masculinidades positivas e, para isso, é preciso que os homens sejam parte da solução. Não haverá uma transformação para um Planeta 50:50 de igualdade de gênero se não houver um reconhecimento do papel dos homens nesse processo e uma mudança de comportamento deles, que são a metade da população que está ocupando as posições de poder e privilégio. Não só as mulheres, mas também os homens têm as suas escolhas limitadas e o seu comportamento pré-determinado pelos estereótipos de gênero. A questão é que, nessa diferenciação, as mulheres são as maiores vítimas de diferentes formas de violência e desvantagem. Se alcançarmos a igualdade de gênero, todas as pessoas, independente do gênero, terão oportunidades iguais e serão livres para se expressar e fazer suas próprias escolhas.

P.G.: Como é a estrutura organizacional adotada pela Campanha? Há contato com organizações internacionais ou cada país é independente para impulsionar a campanha a seu modo? Como foi organizado o Comitê Nacional Impulsor Brasil ElesPorElas?

N.G.: O movimento *HeForShe* é um movimento global liderado pela ONU Mulheres e segue a mesma estrutura organizacional da ONU Mulheres, que tem o escritório global em Nova York, os escritórios regionais e nacionais. Desse modo, os escritórios da ONU Mulheres ao redor do mundo estão alinhados com a estratégia desenvolvida pelo time da *HeForShe* na sede global da ONU Mulheres. O engajamento do setor privado também trouxe alguns resultados muito importantes para o movimento: a agência Heads Propaganda criou uma campanha que contou com o apoio de 10 personalidades brasileiras que compartilharam suas histórias de enfrentamento ao machismo, sexismo, racismo e transfobia, e o Grupo Boticário patrocinou o documentário “Precisamos falar com os homens? Uma jornada pela igualdade de gênero”, além de muitas outras atividades criadas com o apoio de múltiplos parceiros como a Semana de Arte *HeForShe* São Paulo.

P.G.: No Brasil, o Canal GNT aderiu à campanha, compondo o Comitê Nacional Impulsor Brasil ElesPorElas, e a tem difundido em suas plataformas midiáticas desde 2015. Houve interesse do canal ou a ONU Mulheres entrou em contato com a emissora? Podem nos dizer como foi esse contato prévio, como está sendo essa relação e como é a participação da ONU Mulheres nas produções do Canal?

N.G.: O Canal GNT manifestou à ONU Mulheres o interesse em apoiar o movimento no Brasil e se propôs a promover a iniciativa no canal, e desde então tem produzido peças de campanha e incorporado mensagens em sua programação com a chancela da ONU Mulheres. Sendo um canal que tem mulheres como a maior fatia de audiência, acreditamos que é uma mídia importante para a transmissão de mensagens para o empoderamento das mulheres. Como membro do Comitê Nacional Impulsor *HeForShe*, o GNT tem colaborado em diferentes iniciativas realizadas no escopo do movimento como a Semana de Arte *HeForShe* e a exibição de produtos da iniciativa, além de ter criado uma página dedicada dentro do site do canal. O GNT tem participado ativamente das reuniões e incorporado o aprendizado em suas produções.

APÊNDICE C – Detalhamento dos programas veiculados canal televisivo GNT por categorias em 2016

Programa	Apresentação	Categoria Temática	Produção própria
Admirável móvel novo	Karina Vargas e André Lima	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Bela Cozinha	Bela Gil	Gastronomia	Sim
Boas Vindas		Maternidade/Paternidade/Infantil	Sim
Casa Brasileira		Comportamento	Sim
Chama a Micaela!	Micaela Góes	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Cozinha Prática com Rita Lobo	Rita Lobo	Gastronomia	Sim
Cozinheiros em Ação - Prato do dia		Gastronomia	Sim
De perto ninguém é normal	Julia Rabello	Comportamento	Sim
Decora	Maurício Arruda	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Desengaveta	Fernanda Paes Leme	Moda	Sim
Diário de uma vegana	Alana Rox	Gastronomia	Sim
Diário do Olivier	Olivier Anquier	Gastronomia	Sim
Fazendo a festa	Fernanda Rodrigues	Maternidade/Paternidade/Infantil	Sim
GNT Fashion	Lilian Pacce	Moda	Sim
GNT.Doc		Documentários	Sim
Gordon Ransay	Gordon Ransay	Gastronomia	Não
Jamie Oliver	Jamie Oliver	Gastronomia	Não
Liberdade de gênero	João Jardim	Gênero	Sim
Lúcia McCartney		Filmes/Séries - Ficção	Sim
Mais cor, por favor	Thalita Carvalho	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Olho mágico - Reforma de vizinhos	Renata Bartolomeu, Carolina Wambier e Leila Bittencourt	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Papo de segunda	Marcelo Tas, João Vicente, Leo Jaime e Xico Sá	Crítica Social	Sim
Pedro pelo mundo	Pedro Andrade	Viagens	Sim
Programa com Bial	Bial	Entrevistas	Sim
Que Maravilha!	Claude	Gastronomia	Sim
Que seja doce	Felipe Bronze	Gastronomia	Sim
Rainha da Cocada	Raíza Costa	Gastronomia	Sim
Receitas da Carolina	Carolina Ferraz	Gastronomia	Sim
Saia Justa	Astrid Fontenelle, Maria Ribeiro, Mônica Martelli e Barbara Gancia	Crítica Social	Sim
Santa Ajuda	Micaela Góes	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Socorro! Meu filho come mal	Gabriela Kapim	Gastronomia	Sim
Superbonita	Karol Conka	Comportamento	Sim
Tempero de família	Rodrigo Hilbert	Gastronomia	Sim
Tempero secreto		Filmes/Séries - Ficção	Sim
The tonight Show com Jimmy Fallon	Jimmy Fallon	Entrevistas	Não

APÊNDICE D – Detalhamento dos programas veiculados canal televisivo GNT por categorias em 2019

Programa	Apresentação	Categoria Temática	Produção própria
A louca das plantas	Carol Costa	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Admirável móvel novo	Karina Vargas e André Lima	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Bela Cozinha	Bela Gil	Gastronomia	Sim
Caixa de Costura	Patrícia Poeta	Moda	Sim
Casa Brasileira		Comportamento	Sim
Chef ao pé do ouvido	Thaynara OG	Gastronomia	Sim
Chegadas e partidas	Astrid Fontenelle	Comportamento	Sim
Cozinha Prática	Rita Lobo	Gastronomia	Sim
Credo, que delícia!	Dani Noce	Gastronomia	Sim
Decora	Maurício Arruda	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Desengaveta	Fernanda Paes Leme	Moda	Sim
Espaço para dois	Mariana Santos e Marcelo Serrado	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Fale conosco	Júlia Rabello	Comportamento	Sim
Fazendo a festa	Fernanda Rodrigues	Maternidade/Paternidade/Infantil	Sim
Food Truck	Adolpho Schaefer e Márcio Silva	Gastronomia	Sim
Gabi Rossi no Nhac	Gabi Rossi	Gastronomia	Sim
GNT.Doc		Documentários	Sim
Jamie Oliver	Jamie Oliver	Gastronomia	Não
Lugar de criança	Leila Bittencourt	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Mais cor, por favor	Thalita Carvalho	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Mohamad no Nhac	Mohamad Hindi	Gastronomia	Sim
Nhac na Brasa	André Dias	Gastronomia	Sim
Olho mágico - Reforma de vizinhos	Renata Bartolomeu, Carolina Wambier e Leila Bittencourt	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Papel de pai		Maternidade/Paternidade/Infantil	Sim
Papo de segunda	João Vicente, Fábio Porchat, Emicida e Chico Bosco	Crítica Social	Sim
Pedro pelo mundo	Pedro Andrade	Viagens	Sim
Perto do fogo	Felipe Bronze	Gastronomia	Sim
Que Maravilha!	Claude	Gastronomia	Sim
Que seja doce	Felipe Bronze	Gastronomia	Sim
Rainha da Cocada	Raíza Costa	Gastronomia	Sim
Saia Justa	Astrid Fontenelle, Mônica Martelli, Gaby Amarantos, Pitty e Barbara Gancia	Crítica Social	Sim
Santa Ajuda	Micaela Góes	Casa - Reforma/Decoração/Organização	Sim
Socorro! Meu filho come mal	Gabriela Kapim	Gastronomia	Sim
Superbonita	Camila Pitanga	Comportamento	Sim
Tempero de família	Rodrigo Hilbert	Gastronomia	Sim

ANEXOS

ANEXO A – Lista de links para acesso aos textos audiovisuais analisados

Peça 01 - Convite de Astrid Fontenelle e Rodrigo Hilbert.

Disponível em: <<https://youtu.be/EIVCqc9P5g8>>. Acesso em: 03 mar. 2020.

Peça 02 – Convite de Marcelo Tas e Bela Gil.

Disponível em: <https://youtu.be/Q_TWfjthznU>. Acesso em: 03 mar. 2020.

Peça 03 – Frases de ódio vs. frases empoderadoras.

Disponível em: <<https://youtu.be/5IVOPu4dXVY>>. Acesso em: 03 mar. 2020.

Peça 04 – Fala de Camila Pitanga.

Disponível em: <<https://youtu.be/afcf1X-cz-8>>. Acesso em: 03 mar. 2020.

Peça 05 – Fala de Preta Gil.

Disponível em: <<https://youtu.be/V9-72aIrgsI>>. Acesso em: 03 mar. 2020.

Peça 06 – Fala de Sheron Menezzes.

Disponível em: <<https://youtu.be/iLTEPYhAr9M>>. Acesso em: 03 mar. 2020.

Peça 07 – Fala de Léa T.

Disponível em: <https://youtu.be/8rEBE58ml_0>. Acesso em: 03 mar. 2020.

Peça 08 – Fala de Anselmo Vasconcelos.

Disponível em: <<https://youtu.be/6qvHk-45T6w>>. Acesso em: 03 mar. 2020.

Peça 09 – Lançamento da campanha enunciado por Emma Watson.

Disponível em: <https://youtu.be/idpIl_qfDWU>. Acesso em: 03 mar. 2020.

ANEXO B – Peça visual da ElesPorElas – Camila Pitanga

Foto: Marc Mouric


Quantos preconceitos uma mulher
 precisa superar ao longo da vida?
 Desista: você jamais conseguiria contar.
 Eles estão em todos os lugares.
 No ponto de ônibus, no caminho para casa,
 na diferença de salários,
 no machismo disfarçado de piada e
 nos ataques repulivos de quem calunha uma
 mulher em um momento de dor.
 Ser mulher me ensinou a ser forte.
 Sou mãe. Sou filha.
 Não sou morena nem mulata.
 Sou negra.
 E quer saber mais o que sou?
 Eu sou uma mulher muito orgulhosa
 de poder lutar por isso.
 E vocês, homens, lutam comigo?

Camila Pitanga embaixadora da
 ONU Mulheres no Brasil


HeForShe
 Eles por Elas. E por todas e todos nós.

Acesse elesporelas.org e assuma você também o compromisso por um mundo mais justo para todas e todos nós.

ANEXO C – Peça visual da ElesPorElas – Preta Gil



Preconceito por ser mulher.
 Preconceito por ser negra.
 Preconceito por ser gorda e por amar
 um homem mais jovem.
 A vida me ensinou desde cedo
 que ser mulher não é para qualquer um.
 E foi assim que aprendi
 a lutar pelo meu espaço. Mulher sim.
 Negra sim. Gorda sim.
 Sou mãe, sou pai, sou avó.
 Como muitas pessoas, eu poderia estar alheia
 a tudo isso. Mas se tem uma
 coisa que o preconceito contra as mulheres
 me ensinou é jamais ser omissa.
 Hoje, mexeu com elas, mexeu comigo.
 Mexeu comigo, mexeu com todas.
 E você? Tá esperando o que para
 começar a se mexer?

HeForShe
 Eles por Elas. E por todas e todos nós.

Acesse elesporelas.org e assuma você também o compromisso por um mundo mais justo para todas e todos nós.

Foto: Max Boughe

Preta Gil cantora

ANEXO D – Peça visual da ElesPorElas – Sheron Menezzes

© Sheron Menezzes

Platz Max Moure

Sheron Menezzes **atrig**

*Piada machista?
 Já ouvi muita.
 Racismo velado?
 Já sofri.
 Ataques covardes na internet?
 Perdi a conta.
 Por ser mulher e negra, nessa vida
 eu já encarei muitas dificuldades.
 Mas decidi encarar mais uma:
 lutar contra tudo isso.
 E reunir homens e mulheres
 para lutar junto comigo.
 Não é seu preconceito que irá nos parar.
 Não é a sua agressão que irá nos intimidar.
 Não são os seus passos atrás que
 irão nos impedir de seguir em frente.
 São os nossos passos à frente que vão fazer
 o seu preconceito voltar atrás.*



HeForShe
 Eles por Elas. E por todas e todos nós.

Acesse elesporelas.org e assumamos também o compromisso por um mundo mais justo para todas e todos nós.

ANEXO E – Peça visual da ElesPorElas – Anselmo Vasconcelos

SER HOMEM, CÁ ENTRE NÓS, É FÁCIL.
 VIVEMOS EM UM MUNDO
 RODEADO DE PRIVILÉGIOS.
 PARA AS DIFICULDADES COM OS FILHOS,
 TEMOS AS MÃES.
 PARA AS OPORTUNIDADES PROFISSIONAIS,
 TEMOS A VANTAGEM.
 PARA OS MESMOS TRABALHOS,
 MELHORES SALÁRIOS.
 MAS, E PARA LUTAR CONTRA TODAS ESSAS
 INJUSTIÇAS, SERÁ QUE TEMOS A CORAGEM?
 SERÁ QUE EU E VOCÊ TEMOS
 A GRANDEZA DE LUTAR POR DIREITOS
 QUE NÃO SÃO OS NOSSOS?
 DE RECONHECER QUE,
 EM VEZ DE SERMOS MELHORES,
 CHEGOU A HORA DE SERMOS IGUAIS?
 SERÁ QUE NÓS ESTAMOS PRONTOS PARA ISSO?
 OU SERÁ QUE DEPOIS DE TANTOS ANOS
 SENDO PARTE DO PROBLEMA,
 NENHUM DE NÓS CONSEGUE MAIS
 SER PARTE DA SOLUÇÃO?

Anselmo Vasconcelos ator


HeForShe
 Eles por Elas. E por todas e todos nós.

Acesse ELESPORELAS.ORG E ASSUMA VOCÊ TAMBÉM O COMPROMISSO POR UM MUNDO MAIS JUSTO PARA TODOS E TODAS NÓS.

fotos: Max Moura
 HeForShe

ANEXO F – Peça visual da ElesPorElas – Bruno Gagliasso

1

Foto: Henrique Schiavon/Contrasto Magazine

Bruno Gagliasso *star*

Chega da indiferença do "não é comigo".
 Chega de fingir que não viu.
 Chega de achar que é exagero.
 Que é normal. Que sempre foi assim.
 Quando uma mulher é vítima de preconceito
 ou violência, a omissão
 torna-se também uma agressão.
 Homens, tá na hora de
 chamar essa responsabilidade para nós.
 A violência contra a mulher
 não é um problema somente delas.
 É meu. É seu. De todos nós.
 E agora, parceiro,
 chegou a hora de mudar essa realidade.
 Agora é comigo.
 Agora é com você.
 Agora é com todos nós.

HeForShe
 Eles por Elas. E por todos e todas nós.

Acesse elesporelas.org e assumo você também o compromisso por um mundo mais justo para todos e todas nós.

ANEXO G – Peça visual da ElesPorElas – Érico Brás

SER NEGRO EM UM PAÍS PRECONCEITUOSO NÃO É FÁCIL.
 MAS QUEM JÁ SENTIU O PESO
 DE UM PRECONCEITO JAMAIS PODERIA SE OMITIR DE
 LUTAR CONTRA OUTRO. ASSIM COMO O RACISMO,
 O SEXISMO TAMBÉM É UM VILÃO COVARDE E COTIDIANO.
 E ESTÁ EM TODOS OS LOGARES.
 NAS ESCOLAS, NAS RUAS, NA DIFERENÇA DE SALÁRIOS
 E NOS INÚMEROS CASOS DE MULHERES
 QUE PERDEM SEUS EMPREGOS POR
 COMETEREM A GRAVÍSSIMA OUSADIA DE TER UM FILHO.
 É SÉRIO MESMO?
 É ESSE O EXEMPLO QUE VAMOS DEIXAR
 PARA NOSSOS FILHOS?
 É ESSE MUNDO QUE NOSSAS FILHAS HERDARÃO DE NÓS?
 OU SERÁ QUE EU E VOCÊ NÃO PODEMOS
 FAZER MUITO MAIS PARA MUDAR TUDO ISSO?

Érico Brás ator


HeForShe
 Eles por Elas. E por todas e todos nós.

ACESSE ELESPORELAS.ORG, E ASSUMA VOCÊ TAMBÉM O COMPROMISSO POR UM MUNDO MAIS JUSTO PARA TODOS E TODAS NÓS.

ANEXO H – Peça visual da ElesPorElas – Marcelo D2

Seja' que eu e você somos fortes o suficiente
 Para assumir que temos privilégios?
 Que igualdade de gênero
 Não é uma luta somente das mulheres?
 Ou seja' que só as mulheres vão assumir
 O compromisso de lutar
 Por um mundo mais justo?
 Sério mesmo?
 Seja' que você e eu não podemos
 Fazer mais que assistir a tudo isso
 Fingindo que não é com a gente?
 Seja' que o que nos resta nessa história é o papel do
 Homem inerte, omissos e covardes?
 Seja' que não tá' na hora da gente fazer
 Cessa também a nossa luta?
 Ou seja' que ainda não somos evoluídos
 O suficiente para isso?

Marcelo D2 **cantor**

HeForShe
 Eles por Elas. E por todas e todos nós.

Acesse elesporelas.org e assumia **nessa** também o compromisso por um mundo mais justo para todos e todas nós.


Photo: Washington Pissab

ANEXO I – Peça visual da ElesPorElas – Mateus Solano

Quantas mulheres precisarão
 ser estupradas para que você perceba
 o horror que isso significa?
 Será que nós homens conseguimos nos colocar
 no lugar de quem corre um risco cada vez
 que anda por uma rua escura?
 Como você se sentiria, após um estupro,
 em saber que o tamanho da sua roupa
 faz com que muitas achem que a culpa é sua?
 Ser homem no mundo de hoje chega a ser um alívio.
 Mas a violência contra as mulheres
 não é um problema somente delas.
 É meu. É seu. De todos nós.
 E esse problema precisa ser resolvido.
 Afinal, quantas mulheres mais precisarão
 ser vítimas de violência para que você perceba
 o horror que tudo isso significa?

Mateus Solano **aktor**

Acusse elesporelas.org e assuma você também o compromisso por um mundo mais justo para todos e todas nós.


HeForShe
 Eles por Elas. E por todas e todos nós.