

Corporeidade, Gênero e discurso: as manifestações do feminino e masculino nas campanhas contra o crack¹

Luana Luciana Ribeiro de ALENCAR²
@alencarl@hotmai.com
Kátia LERNER³
@katia.lerner@icict.fiocruz.br

Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde, Fiocruz, Rio de Janeiro - RJ

RESUMO

Este artigo tem como objetivo compreender como as campanhas nacionais de prevenção ao uso de crack constroem a figura do corpo feminino e masculino por meio de discursos estabelecidos. Intentamos averiguar quais são os atributos físicos e morais que conformam os corpos e imagens desses sujeitos. Abordamos as campanhas pelas teorias de gênero em diálogo com a Análise de Discurso Francesa. Ao total, somam-se quatro campanhas nacionais e atestamos que todas trazem representações do que é ser mulher e ser homem em uma sociedade patriarcal binária e branca. Esses discursos mostram desde a fragilidade feminina até uma capacidade tomada como biológica de seduzir, em contraposição ao corpo viril masculino, e a estigmatização dos corpos é recorrente.

Palavras-chave: crack; campanhas; mulher; homem; discurso.

Introdução

“Triste, louca ou má
Será qualificada
Ela quem recusar
Seguir receita tal
A receita cultural
Do marido, da família
Cuida, cuida da rotina”
Canção de El Francisco

O crack, droga ilícita derivada da pasta base da cocaína, tem tomado a arena pública dos debates sobre seu uso e sobre o destino de quem o usa. Não há registros

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde do ICICT/FIOCRUZ - RJ, e-mail: alencarl@hotmai.com

³ Doutora em Sociologia e Antropologia (UFRJ), docente do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde do ICICT/FIOCRUZ - RJ, email: katia.lerner@icict.fiocruz.br

precisos sobre quando essa droga começou a circular no Brasil, mas alguns dados indicam que ela já estaria disponível em São Paulo a partir de 1991 (BASTOS e BERTONI, 2014). Os discursos sobre o crack começaram a fervilhar na cobertura noticiosa da mídia tradicional ainda no final dos anos 1990's, mas foi apenas na década seguinte que políticas públicas voltadas para o combate do crack foram criadas. Destacamos a campanha de 2009, do grupo RBS⁴, denominada *Crack, nem morto*⁵, pensada em razão do consumo da droga ter se adensado. Essa campanha foi resultado de uma força tarefa do governo do Rio Grande do Sul, com o apoio do governo federal, para conter o que era designado como “epidemia” (RODRIGUES et al, 2011), e foi seguida por outras nos anos subsequentes.

Esses discursos, ainda que advindos de diferentes atores e cenários, eram hegemônicos ao proporem sentidos que condenavam o uso dessa substância e alertavam para seus perigos. Tal perspectiva proibicionista era ancorada em uma longa história que tinha como base o posicionamento e a regulação por esferas importantes como a religiosa, jurídica e biomédica (FIORE, 2006). Pecado, crime ou doença, essas eram algumas das classificações a partir das quais se exercia o controle sobre os corpos dos usuários e usuárias, e esses sujeitos eram punidos. Michel Foucault problematizou o conceito de biopoder e corpos dóceis (FOUCAULT, 1999), argumentando que o exercício do poder se dá nas microesferas e nas micro relações (1981). Exemplo disso é quando o Estado dita para o sujeito o que ele deve comer ou usar (HART, 2021 p. 13 apud JEFFERSON). Isso pode ser visto, historicamente, na relação que o Estado estabeleceu com o uso de substâncias psicoativas, regulando, junto com a biomedicina, que drogas eram (ou não) proibidas, dentro de um vasto campo de fármacos e outras substâncias que tiveram seu uso difundido em diversas sociedades, com sentidos diversos.

Se a mídia já expunha o uso do crack como epidemia no fim dos anos 1990 e início dos anos 2000, uma recente reportagem da revista *Veja* revela a sua permanência como questão pública nas décadas seguintes. Sob o nome “Fruto da miséria, uso de

⁴ O grupo RBS se define como um conglomerado de mídias, com sede no Rio Grande Sul. Eles produzem campanhas multimídias, conteúdo jornalístico etc. Ver mais em: <https://www.gruporbs.com.br/quem-somos/o-grupo-rbs/>

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q8iLFPVQ43g>

crack será aferido em novo censo feito nas ruas⁶”, notamos que o discurso associando crack à epidemia ainda circula na mídia tradicional, mantendo sua associação estigmatizante, principalmente pelo uso dos significantes “praga” e “se alastra” para designar a droga: “De boné preto, camisa vermelha e bermuda jeans surrados, o homem de 34 anos que ilustra esta reportagem é a face visível de uma praga que se alastra no Rio: o consumo de crack.” (<https://vejario.abril.com.br/cidade/miseria-crack-censo-populacao-rua/>”).

Da mesma forma, políticas públicas de prevenção, em especial por meio de campanhas, foram produzidas nesse período, atravessando diferentes conjunturas políticas e governamentais. Nas últimas décadas, entre as inúmeras campanhas lançadas para prevenção ao uso de drogas, quatro abordavam estritamente ou em algum momento o uso de crack: Drogas, nem Morto (de 1998); Crack, nem pensar (2003); Crack, é possível vencer (2009) e Você nunca será livre se escolher usar drogas (2019).

Este trabalho tem como objetivo analisar os discursos preventivos sobre crack materializados nas quatro campanhas acima citadas. Elas fazem parte do corpus do projeto de pesquisa de doutorado desenvolvido no Programa de Pós Graduação em Informação, Comunicação e Saúde (PPGICS/FIOCRUZ), cujo objetivo geral é investigar os discursos produzidos sobre e da mulher usuária de crack em três espaços discursivos importantes: Estado (políticas públicas), Saúde (profissionais de saúde) e os sujeitos implicados (as usuárias). Neste trabalho nos deteremos em uma questão específica, ligada às representações de corpo e gênero vigentes nesses materiais de prevenção. Interessa-nos, em especial, interrogar, à luz das teorias de gênero (BUTLER, 2003; DE LAURETIS, 1987; PISCITELLI, 2016), como mulheres e homens são representados. Estudo anterior (ALENCAR, ALVES e LERNER, 2021) aponta a importância da presença da figura feminina nas representações da droga, seja personificando a própria, seja representada como sua vítima. A partir dessa constatação, buscaremos examinar como o discurso midiático se constitui como tecnologia de gênero, ou seja, como dispositivo de constituição de subjetividades. Para isso, será mobilizada a Análise do discurso como aporte metodológico. Partimos da Análise de

⁶ Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/cidade/miseria-crack-censo-populacao-rua/>

Discurso Franco-brasileira, que é uma disciplina e metodologia, para definir o conceito de discurso: é a troca de sentido entre interlocutores (ORLANDI, 2015, p.20). O processo de constituição de um discurso vai para além dessas trocas e efeitos de sentido, pois o discurso é dinâmico, heterogêneo e determinado historicamente (ORLANDI, 1996). Essa perspectiva nos auxiliará a compreender como os discursos sobre gênero foram construídos no material analisado.

Teorias de Gênero

A emblemática frase de Simone de Beauvoir proferida ao final dos anos 1940's “Não se nasce mulher, torna-se mulher” é uma expressão que mostra que nascer com uma determinada genitália não traz consigo, necessariamente, características ou papéis sociais a serem desempenhados por aquela pessoa. Tendo em mente uma crítica à dominação masculina e ao lugar de subordinação ocupado pelas mulheres, Beauvoir afirma que a categoria “mulher” é resultado de construções sociais, e não de um destino biológica ou historicamente traçado. Essa autora aponta como, em nossa cultura, nascer com uma vagina significava, entre outras coisas, que essa pessoa fosse responsável pelas tarefas domésticas, por cuidar do bem estar do marido e dos filhos. Em seus trabalhos questionava, assim, o lugar que as mulheres ocupavam no casamento, na família, na vivência da sexualidade, na forma como eram educadas, politizando a esfera privada.

Como ilustração sobre o ponto levantado por Beauvoir relativo a como o sexo era atrelado ao gênero e a papéis que caberiam a cada gênero, podemos citar a matéria de uma revista chamada *Housekeeping Monthly*, que em 1955 produziu um artigo chamado “o guia da boa esposa”. Esse material, produzido no contexto estadunidense, pode ser tomado como exemplo do que ditava o que a mulher deveria fazer para ser boa com seu marido e filhos.⁷ Vejamos as imagens abaixo:

Imagem 1



Imagem 2



⁷ Disponível em: <https://www.awebic.com/guia-boa-esposa-1950/>

Fonte:

Portal Terra. <https://www.abwebic.com/guia-boa-esposa-1950/>

1) Tenha o jantar sempre pronto. Planeje com antecedência. Esta é uma maneira de deixá-lo saber que se importa com ele e com suas necessidades. 2) A maioria dos homens está com fome quando chega em casa, e espera por uma boa refeição (especialmente se for seu prato favorito), faz parte da recepção calorosa.

Para o capitalismo, a produção e reprodução da mulher⁸ é crucial no aumento da mais-valia⁹, porque o trabalho doméstico, não remunerado e sequer visto como trabalho, vai permitir com que os homens não tenham que se preocupar com que roupa vestir, com o que comer e com o cuidado dos filhos e filhas. Posteriormente, quando as mulheres passam a sair de casa para ir para as fábricas, têm dupla jornada de trabalho (em casa e no local de trabalho), e recebem um valor inferior ao que um homem receberia, elas são alvo de interesse financeiro e são mão de obra barata. Quanto à reprodução, mulheres hetero, cisgênero eram capazes de produzir mais pessoas para serem trabalhadores ou trabalhadoras. A expressão “produzir pessoas” é aqui empregada como lógica de um vocabulário e cenário capitalista.

Os papéis sociais desempenhados por pessoas que nascem com vagina ou com pênis não é natural, então é de suma importância frisar que esses papéis são construídos historicamente e socialmente, mas são naturalizados como biológicos. Novamente uma abordagem foucaultiana nos é útil, quando o autor diz, em sua obra *Microfísica do Poder* (1981), que em cada época impera um regime de verdade, que funcionará dentro de uma lógica daquele determinado tempo, ou ainda que os significados de gênero variam de uma cultura para outra e “está(o) sempre ligado(s) a fatores políticos e econômicos em cada sociedade” (LAURETIS, 1987, p.211).

⁸ Usaremos o termo mulheres em uma perspectiva binária e diferenciaremos outras formas de ser indivíduo que usa aparatos tidos como femininos durante o nosso texto, caso seja preciso.

⁹ Valor do trabalho de outrem acumulado nas mãos dos donos dos meios de produção.

Na mesma direção, a ideia de sexo atrelado ao gênero e consequentemente a papéis sociais foi problematizada por Rubin em 1975. Seu conceito de sistema de sexo/gênero se tornou uma referência nos estudos sobre o tema:

“Como definição preliminar, podemos dizer que um sistema de sexo gênero consiste em uma série de arranjos por meio dos quais uma sociedade transforma a sexualidade biológica em produtos da atividade humana, nos quais essas necessidades sexuais transformadas são satisfeitas.” (RUBIN, 1975, p.11).

O imperativo da heterossexualidade é um dos argumentos centrais na teoria de Rubin, muito embora a sociedade patriarcal de qual a autora fala permitisse a troca de parceiro. Essa permissão, claro, era para os homens, portanto podemos falar em formas específicas de heteronormatividade. (RUBIN, 1987, p. 32)

Piscitelli (2016), retomando o debate dos estudos feministas, discorre sobre os processos sócios-históricos e políticos do que é ser mulher e todas as implicações que isso abrange na construção de um imaginário sobre a imagem da mulher. Ela aponta, agregando ao debate clássico os questionamentos posteriores da teoria Queer e do feminismo negro, que é preciso se discutir sobre mulheres *no plural*, compreendendo que não há somente uma identidade de “mulher”. No entanto percebemos a ausência das mulheres negras tanto nos debates iniciais de gênero, quanto nas campanhas. Por isso, as mulheres negras não se reconhecem nesse debate universal sobre gênero, o que as levou a desenvolver pesquisas sobre as necessidades da mulher negra e ocasionando o que se passou a chamar de feminismo negro.

Por entender que o significado de gênero varia de uma cultura para outra, autora Di Lauretis fez uma pesquisa sobre o significado da palavra “gênero” em outros idiomas, encontrando somente no português a palavra “gênero” com o mesmo significado de sexo. Portanto, é preciso levar em conta o contexto de onde se fala, nesse caso, o brasileiro. Outro significado encontrado para a palavra “gênero” foi “representação”, então podemos dizer que não é o que aquele sexo representa, mas o que é representado no corpo daquele sexo. A autora também avança sobre os estudos feministas, alegando que ao reivindicar igualdade de gênero, usa-se a ideia de gênero atrelado ao sexo, o que é utilizado pela linguagem patriarcal binária. Logo, tais pesquisadoras estariam incorrendo no erro de reforçar essa dicotomia sexo-gênero.

Outra autora importante nos estudos de gênero, Judith Butler, afirma que desde sempre o sexo já é gênero, e questiona sua suposta base natural, que em sua visão sempre foi um construto do próprio saber ocidental. Assim, nascer com pênis, vagina ou ambos não deve estar atrelado a gênero e a papéis impostos por perspectivas binárias. Como aponta Almeida, “Numa certa medida, a noção de natureza, uma invenção do iluminismo, supôs que o corpo marcado pela genitália seria um substrato do gênero, mas este substrato e seu suposto binarismo foram questionados nos anos 1990” (ALMEIDA, 2020). A autora vai além e busca dissociar sexo, identidade de gênero, desejos e práticas sexuais, o que significaria dizer que é possível nascer com uma vagina, se sentir homem, vestir roupas masculinas e femininas mescladas e ter atração sexual por mulheres.

Campanhas, Corpos abjetos e objetos

Uma vez definido o que estamos entendendo pela categoria gênero, a seguir analisaremos quatro grandes campanhas nacionais sobre prevenção ao uso de crack. Como foi dito, o corpus sobre o qual trabalhamos foi definido por todas as campanhas de prevenção ao uso de drogas que mencionam crack, veiculadas a nível nacional até hoje, a saber, quatro marcos: 1998, 2003, 2009, 2019.

A primeira campanha analisada, veiculada em 1998, foi promovida pela Associação Parceria Contra Drogas, uma Organização Não Governamental, aprovada pelo CONFEN, MJ⁵. Intitulada “Drogas: nem morto”, trata-se de um compilado de pequenas campanhas sobre prevenção ao uso de drogas. Na primeira delas, sobre crack, aparece a atriz Cláudia Ohana como uma mulher sedutora incitando o consumo, em um papel ambíguo de ser a própria droga e objeto de desejo sexual pelos usuários e usuárias. A segunda campanha, “Crack, nem pensar”, foi lançada na década seguinte, em 2009, pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), com apoio do Conselho Nacional do Ministério Público e produzida pelo grupo RBS. Trata-se da primeira campanha nacional voltada exclusivamente para a prevenção de crack. Com um narrador em off, alerta para a exibição de “imagens chocantes”, e cita com voz dramática os riscos físicos e sociais do consumo de crack, enquanto exhibe imagens em preto e branco de pessoas em estado de forte degradação.

A terceira campanha, “Crack, é possível vencer”, foi lançada pelo Ministério da Justiça em 2013 e teve duração de 18 meses. Esta campanha é diferente das de mais porque mostra o cuidado com o usuário ou usuária de droga por um viés multidisciplinar, ou seja, as professoras participam dos programas de prevenção, o grupo de assistentes sociais, médico, policial. Por fim, a campanha “Você nunca será livre se escolher usar drogas” foi lançada em 2019, pelo ex-ministro da Cidadania Osmar Terra. Na época, Osmar Terra contratou uma pesquisa, pois discordava daquela feita em 2014 pelo Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnologia em Saúde, da Fiocruz, coordenada por Francisco Inácio Bastos e Neilane Bertoni dos Reis (Pesquisa Nacional sobre o Uso de Crack). Nessa campanha uma jovem ruiva aparece presa pelas letras da palavra crack. Mesmo jovem, ela diz: “Eu já fui jovem como você...”

É por meio dessa materialidade, as campanhas, que discutiremos nosso objetivo nesse texto. Lembramos que nosso principal objetivo é averiguar como discursos sobre feminilidade e masculinidade se apresentam nessas campanhas. Como esses corpos aparecem e que sentidos aportam? Que mulher é essa, que corpo feminino aparece? Que homem, que corpo masculino se apresenta?

Ao se analisar as quatro campanhas, o primeiro elemento que chama a atenção na totalidade do material é a disparidade de representação de gênero. Em duas delas (“Drogas: nem morto”/1998 e “Você nunca será livre se escolher usar drogas”/2019), aparecem exclusivamente figuras femininas, associadas aos estereótipos tradicionais de gênero. São mulheres com corpos brancos, jovens, magros, que dentro dos padrões de estética vigentes são consideradas belas. Seus signos apontam para elementos de feminilidade, sugerindo um padrão heterossexual, com uso de cabelos longos, pernas depiladas, maquiagem e vestido. Nas duas outras campanhas, essa predominância permanece, mas dá lugar ao compartilhamento da cena discursiva com outros tipos de corpos, como de mulheres mais velhas ou negras, com corpos em diferentes estados e tipos de vestimentas. Também são mostrados homens, ainda que em menor quantidade.

Mulher: sedução, perigo e heteronormatividade

A primeira campanha, estrelada por Cláudia Ohana, se diferencia das demais por trazer a mulher como personificação do crack. Os elementos relacionados à

feminilidade encontrados são o uso do batom vermelho e delineador preto, vestido elegante com decote e partes do corpo aparentes, bem como jóias, evocando uma figura lasciva fortemente associada à ideia de sedução. Nessa campanha há uma dualidade: a mulher consome e é consumida. É objeto, quando evocada em sua dimensão de sexualidade, reafirmando o estereótipo de passividade da mulher nesse campo. Em contrapartida, está em posição ativa quando atua na personificação da droga, acionando o já citado elemento presente no imaginário de gênero ligado ao poder feminino de corromper pela sedução (ALENCAR e LERNER, 2021).

Imagens 3,4 e 5 (1998)



Esses estereótipos são reafirmados na peça de campanha também na frase final, que chama atenção pelo uso de ambos os gêneros, em uma perspectiva binária: “mas aí eu já *estou em outra ou outro*” (grifo nosso). “Estar em outra” é uma expressão que significa superar uma situação, mudar de posição. Aqui, sugere um jogo de palavras que indica que o crack estará em outro corpo, consumindo outro indivíduo, tanto homem como mulher. Mas o sentido negativo do poder degenerativo da droga coexiste com outra ideia evocada pela frase, que ela atrai homens e mulheres. Como afirmaram Rubin e Butler, as sociedades são marcadas pelo imperativo da heterossexualidade, o que se verifica no texto da campanha, que posiciona de forma negativa outras práticas de sexualidade (poder ter vários parceiros, o que incluiria tanto homens como mulheres).

Homens fortes, mulheres frágeis

Tomando como referência a reflexão de matriz butleriana de Bonfante (2016) sobre performatividade, tentaremos entender o papel ou papéis atribuídos a homens e mulheres que aparecem nas campanhas. “A capacidade da performance de produzir uma ideia de estabilidade, de verdade é chamada de performatividade” (BONFANTE, 2016, p.58). Em nossa sociedade, entre os papéis atribuídos aos homens, em uma perspectiva binária, estaria “ser forte/macho”, o que Bonfante (2016) vai denominar como “performances caricaturais de macheza” e virilidade. Bonfante (2016) propõe os signos linguísticos *virilidade* e *macheza* para refletir sobre o tema. Isso se constata no material analisado, em que o homem raramente aparece performando como fragilizado, ao contrário. Ao comparar a campanha de 2009, “Crack, nem pensar” e a de 2013, “Crack, é possível vencer”, percebemos que virilidade, força e o papel de protetor aparecem na campanha de 2013, em que ele figura como o responsável por salvar, combater o tráfico e manter a ordem pública, em contraponto às mulheres usuárias de aparência frágil e chorosa. Nas imagens abaixo, mostramos a primeira de uma mulher que chora e aparece retraída e, a segunda, de um policial que combate o tráfico:

Imagem 6: 2009



Imagem 7: 2013

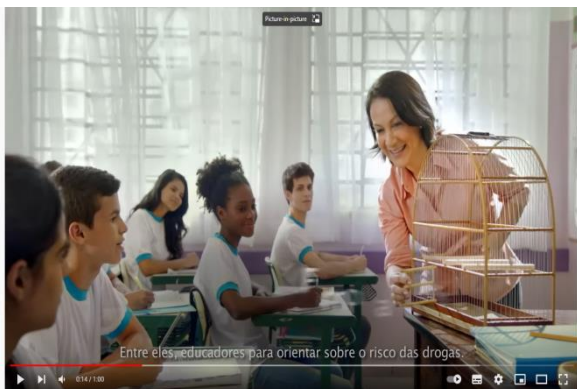
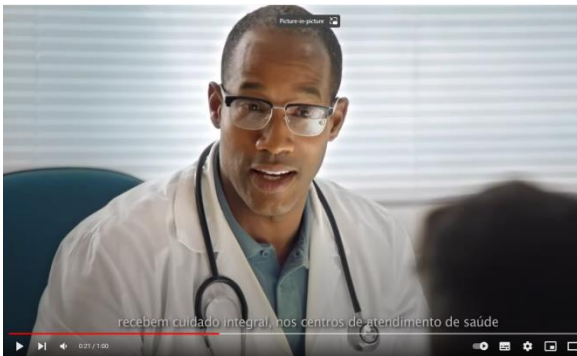


Mesmo em um contexto político em que tínhamos um governo mais progressista, exemplo disso foi a mudança na lei de drogas 11.343¹⁰, em 2006, dando

¹⁰ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111343.htm

mais abertura legal para que as drogas fossem entendidas como problemas de saúde pública, os discursos do homem forte, protetor e a mulher cuidadora ainda aparecem na campanha de 2013, mesmo que de maneira mais suave:

Imagens 8, 9, 10 e 11 (2013)



Os homens da campanha Crack, é possível vencer, ocupam cargos como os de guarda, médico, profissional de saúde, ação de inteligência da polícia federal e pai. Vemos uma marca da heteronormatividade quando vemos uma mãe e um pai cis ouvindo o que o médico tem a dizer sobre seu filho ou filha. Nessa campanha, os homens estão em posição um pouco mais igualitária com as mulheres, que aparecem menos degradadas, porém os maiores cargos de poder ainda são monopólio dos homens.

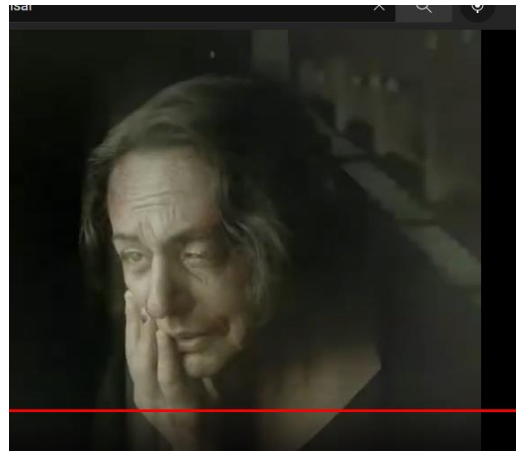
Como elementos que compõem o que historicamente se entende por feminino, a mulher usa cabelos compridos, uma regata e um colar. Atrás dela, alguns azulejos, ainda que sujos, mostram flores e uma imagem que lembra um coração, a passo que essa mulher, claramente triste, está com os olhos mareados de lágrimas e com a mão no peito,

o que nos remete ao discurso de que a mulher é coração e o homem o cérebro, a razão, pois não é bem visto socialmente que um homem chore ou demonstre signos de fragilidade. Nessa imagem fica claro as “performances associadas à *femina vulnerabilis*, indexando sentidos de fragilidade.

Imagem 12 (2009)



Imagem 13 (2009)



A vulnerabilidade e fragilidade aparecem na campanha tanto na imagem de uma criança, que abraça os seus joelhos, que se recolhe, tanto na imagem e expressão de uma idosa, com aparência triste, não no rosto, um dos olhos cerrados com a frase “Não feche os olhos para essa realidade”. Nos perguntamos: porque teria que ser uma mulher que fosse a responsável por ver essa realidade, e não um homem? Lembramos que os homens são os que mais consomem crack. Já os homens que aparecem na campanha de 2009 são dois: uma vítima indireta do crack, como mostra nas figuras 14 e 15, assassinado por algum usuário ou usuária e o outro zumbificado. Importante pontuar, nesse trecho, que a associação de usuários de crack em cenas de uso aberta a zumbis faz parte de uma narrativa construída por diversos atores sociais, entre eles os próprios usuários. O espaço que temos é curto para trazermos discursos de outras materialidades que fazem tal associação, mas as imagens dessa campanha trazem à tona toda uma memória discursiva sobre esse lexema.

Recorrendo a exemplos etnográficos, eles mostram como as situações de exploração, sobretudo dos corpos de pessoas, só são possíveis porque se ligam intimamente à criação de um léxico que as aloca no reino da natureza ou em um imaginário monstruoso. Trazendo para o meu contexto, mais uma vez, não é de estranhar então as narrativas que visam tirar a “humanidade” dos usuários de crack, colocando

muitos deles na categoria de “zumbis”. Recorrência narrativa e expressiva quando se fala dos usuários de crack, congregando e potencializando a representação de um tipo social fora da humanidade, de que é exemplo o seguinte trecho: “Farrapos enrolando restos de humanidade (...). Durante o dia dormem espalhados em qualquer lugar, à noite tornam-se zumbis alucinados em busca de alguma coisa que a droga coloca na sua frente. (...) (RUI, 2012, p.160)

Nesse caso, podemos falar de corpos abjetos, em oposição ou em somatório à corpo objeto – basta lembrarmos da primeira campanha :

Imagem 14 (2009)



Imagem 15 (2009)



“Eu já fui jovem”: maturidade feminina

Chegamos à última campanha a ser analisada, lançada em 2019 pelo Ministério da Cidadania sob o comando do então ex-ministro Osmar Terra. O crack prende a menina. Fazemos essa observação do gênero das palavras, que inicialmente pode parecer insignificante, se não fora o histórico de um Brasil em que o patriarcado coloca a mulher em estado de submissão, prisão, como posse de um homem. A menina abaixo possui cabelos longos, é magra, branca possui uma fala calma, uma fala triste, de desabafo. Seu corpo tenro é tomado como um corpo adulto, testificado pela própria figurante: “Eu também já fui jovem como vocês”. Cabe ponderar se essa pressão pela maturidade e responsabilidade feminina em crescer e bancar suas escolhas – o nome dessa campanha é “Você nunca será livre se escolher usar drogas” – não é um não dito de um outro discurso que infantiliza o homem e o isenta socialmente de responsabilidade, porque no senso popular as mulheres amadurecem mais rápido. Amadurecem ou são obrigadas a se haverem com questões e responsabilidades que são lhes postas como papéis sociais ligadas a um gênero feminino binário?

Imagem 16 (2019)

**Considerações Finais**

Na análise das campanhas, a perspectiva binária prevalece. Papéis aferidos às mulheres como cuidadoras ou mesmo sedutora aparecem nas campanhas. A fragilidade, tom de voz ausente, baixo ou atraente compõem as performances das mulheres presentes. A objetificação do corpo feminino, assim como seu uso e destruição da vida de um homem nos lembra a história mitológica bíblica de Adão e Eva no paraíso. Eva que seduz Adão a comer do fruto proibido, fazendo com que, segundo a história, o pecado entrasse na humanidade. Deus, então, puniria a mulher com dores e submissão ao homem. Quando a campanha mostra a palavra “dor e prostituição”, é a figura de uma mulher que aparece na tela. Outra conclusão é que mesmo que a maioria dos usuários de crack sejam homens, as campanhas trazem as mulheres para compô-las, mas com a ausência da mulher usuária negra. Em sua maioria são mulheres “frágeis”, sedutoras, zumbi e brancas.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, ALVES e LERNER. **Entre Vilã, Cuidadora e Vítima: A Posição-Sujeito das Mulheres nas Campanhas de Prevenção ao Crack.** Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM). Recife: Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). De 4 a 9 de setembro, 2021.

ALMEIDA, H.B. Verbete “Gênero”. Edição eletrônica

URL : <https://www.blogs.unicamp.br/mulheresnafilosofia/genero/> ISSN: 2526-6187

Blogs de Ciência da Universidade Estadual de Campinas: Mulheres na Filosofia, V. 6 N. 3, 2020, p. 33-43.

AUTRAN, P. **Fruto da miséria, uso de crack será aferido em novo censo feito nas ruas.** Veja Rio. Rio de Janeiro, 17 jun 2022. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/cidade/miseria-crack-censo-populacao-rua/>. Acesso: 19 jul 2022.

BASTOS, F. I; BERTONI, N. (Org). **Pesquisa Nacional sobre o Uso de Crack.** Rio de Janeiro: Editora ICICT/FIOCRUZ, 2014.

BONFANTE, G, Mb. **Erótica dos signos nos aplicativos de pegação: processos multissemióticos em performances íntimo-espetaculares de si.** / Gleiton Matheus Bonfante. – Rio de Janeiro, 2016.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

FIGLIARO, M. **Uso de "drogas": controvérsias médicas e debate público.** Campinas: Mercado de Letras/Fapesp, 2006.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1981.
_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Petrópolis, Vozes, 1987.
_____. **História da sexualidade**, vol. I: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 13ª edição. 1999.

HART, C. **Drogas para Adultos.** Rio de Janeiro: Zahar, 2021.

LAURETIS, T. **Tecnologias de Gênero.** 1987. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5673685/mod_resource/content/4/DE%20LAURETIS%20C%20Teresa.%20A%20Tecnologia%20do%20G%C3%AAnero%20281987%29.pdf. Acesso em: 04 de jul 2022.

ORLANDI, E. **Interpretação; autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico.** Petrópolis, Vozes, 1996.
_____. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos** (8ª ed.) Campinas. 2015

PISCITELLI, A. **Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras.** Sociedade e cultura, 2º edição; São Paulo, set. de 2008, v.11. Disponível em: <file:///C:/Users/Harrison/Downloads/admin,+5247-20091-1-CE.pdf>. Acesso em: 03 de fev. de 2022.

RODRIGUES et al. **Conhecimentos produzidos acerca do crack: uma incursão nas dissertações e teses brasileiras.** *Ciência & Saúde Coletiva*, 17(5):1247-1258, 2012.

RUBIN, G. **Políticas do Sexo.** São Paulo: Ubu Editora, 2017.

RUI, T. **Corpos abjetos: etnografia em cenários de uso e comércio de crack.** 2012. Tese (Doutorado) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo.