



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE LETRAS

ANDRESSA DO PRADO WAYAND

**PERCURSOS DE SENTIDO DA PALAVRA "CASA" DURANTE O PERÍODO DE
ISOLAMENTO SOCIAL CAUSADO PELA COVID-19**

Rio de Janeiro
2024

ANDRESSA DO PRADO WAYAND

PERCURSOS DE SENTIDO DA PALAVRA "CASA" DURANTE O PERÍODO DE
ISOLAMENTO SOCIAL CAUSADO PELA COVID-19

Monografia submetida à Faculdade de
Letras da Universidade Federal do Rio
de Janeiro, como requisito parcial para
obtenção do título de Licenciatura em
Letras na habilitação Português/Inglês.

Orientadora: Profa. Dra. Tania Conceição Clemente de Souza

Rio de Janeiro
2024

FOLHA DE AVALIAÇÃO

ANDRESSA DO PRADO WAYAND

DRE: 117215510

PERCURSOS DE SENTIDO DA PALAVRA "CASA" DURANTE O PERÍODO DE
ISOLAMENTO SOCIAL CAUSADO PELA COVID-19

Monografia submetida à Faculdade de Letras da
Universidade Federal do Rio de Janeiro, como
requisito parcial para obtenção do título de
Licenciado em Letras na habilitação
Português/Inglês.

Data de avaliação: 17/10/2024

Banca examinadora:



NOTA: 9,5

Prof. TANIA CONCEIÇÃO CLEMENTE DE SOUZA (orientador)
Museu Nacional - UFRJ



NOTA: 9,5

Prof. Jonathan Faria de Moura
Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – FIOCRUZ



NOTA: 9,5

Prof. Rodrigo Pereira da Silva Rosa
Colégio La Salle Abel

MÉDIA: 9,5

CIP - Catalogação na Publicação

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados
fornecidos pelo(a)
autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

AGRADECIMENTOS

Hoje, posso finalmente gritar para o mundo que este dia chegou! A felicidade que sinto vai muito além de estar me formando na faculdade; é a celebração de ter chegado até aqui, apesar de tudo. Apesar das dúvidas, das dificuldades e das vezes em que pensei que não conseguiria.

Essa jornada não foi feita sozinha. Quero expressar minha gratidão a todos que me apoiaram, especialmente nesta etapa final. Em primeiro lugar, dedico esta monografia ao meu avô, Iramis Monteiro do Prado. Desde pequena, ele foi meu maior incentivador, sempre me guiando e, espero, transmitindo-me sua inteligência. Mesmo nos momentos em que eu não queria estudar, ele estava lá, me fazendo pensar e desafiando minha mente. Meu desejo mais profundo é que ele pudesse estar aqui hoje, mas espero que, de algum lugar, ele possa me ouvir.

Agradeço também à minha família, aos meus pais e ao meu irmão, que sabem o quanto batalharam para que eu pudesse entrar em uma universidade federal. Este diploma é de vocês também.

Um agradecimento especial ao meu companheiro, Alberto, que sempre esteve ao meu lado. Mesmo não podendo escrever o TCC por mim, ele comprou um iPad quando eu decidi que precisaria de um para estudar. Claro que acabei usando-o para tudo, menos para estudar!

Por fim, é uma honra me formar na melhor universidade do Brasil e contar com o apoio da minha professora e orientadora, Tania Clemente. Este é, sem dúvida, um dos sentimentos mais gratificantes que já experimentei.

Muito obrigada a todos!

RESUMO

Este trabalho analisa a complexidade do conceito de "casa" durante o isolamento social imposto pela pandemia de COVID-19, destacando a dualidade entre segurança e hostilidade. A pesquisa investiga como a permanência em casa, recomendada pela Organização Mundial da Saúde, não é necessariamente segura para todos, especialmente em contextos de violência doméstica que aumentaram durante esse período. Através da Escola Francesa da Análise do Discurso, são examinadas três peças publicitárias veiculadas no início da pandemia. Os vídeos analisados empregam a dissimulação de formas distintas para construir sentidos. O primeiro vídeo diz respeito a um regime que se autopromove. Já os vídeos dois e três exploram a memória da violência, mostrando como a pandemia altera a percepção e representação do passado, intensificando as consequências da violência. O conceito de acontecimento discursivo, segundo Pêcheux, é essencial para compreender a intersecção entre memória e atualidade nos discursos. A pesquisa conclui que a linguagem e os discursos da pandemia "contaminam" a forma como a palavra "casa" é entendida, transformando-a de um símbolo de segurança para um espaço repleto de contradições, refletindo tanto amor e proteção quanto agressão e medo. Assim, os vídeos não apenas comunicam mensagens específicas, mas também evidenciam como as condições sociais e discursivas contemporâneas moldam os significados.

Palavras-chave: pandemia; violência; segurança; casa; dissimulação; peças publicitárias

ABSTRACT

This paper analyzes the complexity of the concept of "home" during the social isolation imposed by the COVID-19 pandemic, highlighting the duality between safety and hostility. The research investigates how staying at home, recommended by the World Health Organization, is not necessarily safe for everyone, especially in contexts of domestic violence that have increased during this period. Through the French School of Discourse Analysis, three advertising pieces broadcast at the beginning of the pandemic are examined. The videos analyzed use dissimulation in different ways to construct meaning. The first video concerns a self-promoting regime. The second and third videos explore the memory of violence, showing how the pandemic changes the perception and representation of the past, intensifying the consequences of violence.

The concept of discursive event, according to Pêcheux, is essential to understanding the intersection between memory and actuality in discourses. The research concludes that the language and discourses of the pandemic “contaminate” the way the word “home” is understood, transforming it from a symbol of security to a space full of contradictions, reflecting both love and protection and aggression and fear. Thus, the videos not only communicate specific messages, but also show how contemporary social and discursive conditions shape meanings.

Keywords: pandemic; violence; security; home; dissimulation; advertisements pieces

SUMÁRIO

FOLHA DE AVALIAÇÃO.....	3
AGRADECIMENTOS.....	5
RESUMO.....	6
ABSTRACT.....	6
SUMÁRIO.....	9
1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 REGIME DA PANDEMIA.....	10
2 CORPUS E ESTRATÉGIAS DE ANÁLISE.....	12
2.1 VÍDEO 1: "UTILIDADE PÚBLICA - FIQUE EM CASA".....	12
2.2 VÍDEO 2: "DENUNCIE A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA. PARA ALGUMAS FAMÍLIAS, O ISOLAMENTO ESTÁ SENDO AINDA MAIS DIFÍCIL".....	13
2.3 VÍDEO 3: "CAMPANHA CALL - INSTITUTO MARIA DA PENHA".....	13
3 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS.....	15
3.1 O QUE É ANÁLISE DE DISCURSO?	15
3.2 ANÁLISE DO NÃO VERBAL.....	16
3.3 CORPO EM FOUCAULT.....	18
4 ANÁLISE DOS VÍDEOS.....	20
4.1 VÍDEO 1: "UTILIDADE PÚBLICA - FIQUE EM CASA".....	20
4.2 VÍDEO 2: "DENUNCIE A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA. PARA ALGUMAS FAMÍLIAS, O ISOLAMENTO ESTÁ SENDO AINDA MAIS DIFÍCIL".....	23
4.3 VÍDEO 3: "CAMPANHA CALL - INSTITUTO MARIA DA PENHA".....	27
5 CONCLUSÃO.....	35
BIBLIOGRAFIA.....	37

Percursos de sentido da palavra “casa” durante o período de isolamento social causado pela COVID-19

1 INTRODUÇÃO

Quando o vírus mortal pairava sobre o mundo no final de 2019 e início de 2020, uma das principais recomendações da Organização Mundial da Saúde foi permanecer em casa para segurança e bem estar de todos. Apesar de ser seguro para evitar o contágio da COVID-19, não necessariamente será seguro quando a casa representa um ambiente hostil para quem a habita. Os casos de violência doméstica aumentaram durante o período de isolamento social. Então, para quem seria seguro permanecer em casa? Até que ponto é uma questão de saúde não poder sair do lugar onde mora?

Nesse sentido, esta pesquisa busca aprofundar os aspectos verbais e não verbais presentes em três peças publicitárias divulgadas no início da pandemia. Em termos de estratégia de análise, a escola francesa de Análise do Discurso vai nos guiar nos diversos desdobramentos em torno da palavra ‘casa’ no período em que estávamos em isolamento social.

Esta monografia contém cinco capítulos. O capítulo um é composto pela introdução; o capítulo dois compõe o corpus e estratégias de análise; o capítulo três abrange os pressupostos teóricos; o capítulo quatro contém a análise dos vídeos; por fim, no capítulo cinco a conclusão.

1.1 REGIME DA PANDEMIA

A Constituição Federal de 1988 em seu artigo 5º, inciso XV, garante que todo cidadão brasileiro “é livre a locomoção no território nacional em tempo de paz, podendo qualquer pessoa, nos termos da lei, nele entrar, permanecer ou sair com seus bens”. Ou seja, está previsto pela nossa Carta Magna que temos o direito de ir e vir livremente estando dentro da lei em território nacional. Entretanto, desde março de 2020, em função da pandemia causada pela COVID-19, houve uma ruptura na dinâmica social que pôs em pauta justamente o direito à locomoção. Devido ao vírus mortal que circulava e ainda circula, as pessoas foram orientadas a inúmeras práticas de segurança pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e pelos governos de seus respectivos países.

Em 30 de janeiro de 2020, a ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) já publicava uma nota técnica com orientações para serviços de saúde estabelecendo medidas de prevenção e controle que deveriam ser adotadas durante a assistência aos casos suspeitos ou confirmados de infecção pelo coronavírus (SARS-COV-2). Desde então, o documento foi sendo atualizado até chegar em sua versão mais atual, que data de 09 de setembro de 2021. Os governos de cada estado brasileiro também foram estabelecendo normas e condutas a serem adotadas em diversos locais, desde hospitais, escolas, supermercados, bares etc.

Entretanto, foi somente no dia 17 de março de 2020 que foi publicado no Diário Oficial da União a portaria nº 65, de 16 de março de 2020 com orientações quanto às medidas de proteção para enfrentamento da emergência de saúde pública para reduzir o contágio e preservar os servidores e comunidade do COVID-19. Algumas das medidas foram as seguintes:

Art. 2º Os servidores portadores de doenças crônicas, maiores de 60 anos e gestantes deverão ficar em casa, exercendo suas atividades de forma remota, conforme orientação da chefia imediata.

Art. 3º Ficam suspensos todos os cursos, eventos e reuniões presenciais com mais de dez participantes.

Art. 4º A rotina de trabalho deverá observar:

I - adoção de trabalho remoto, de acordo com viabilidade e autorização da chefia imediata. [...]

Art. 5º Ficam suspensos os deslocamentos nacionais e internacionais de servidores, a partir de 17 de março de 2020.

Nosso direito básico de ir e vir nos foi obstaculizado em função de um bem maior, que engloba a saúde pública e a vida da população mundial. Durante o período de isolamento por causa da pandemia, para reforçar as recomendações da OMS, campanhas governamentais e publicitárias foram estabelecidas para conscientizar e informar a população sobre as medidas e precauções que deveriam ser tomadas. Algumas das recomendações e condutas a serem seguidas englobam a higienização das mãos, ambientes e objetos; distanciamento social; uso de máscaras; e, se possível, permanecer em casa. As medidas foram consideradas de extrema importância para garantir a segurança de todos, principalmente a ação de ficar dentro de casa. Assim, o número de contágios e consequentemente de mortes seriam menores.

É sob essas condições de produção que buscamos analisar os vários sentidos da palavra casa, durante o regime de pandemia, explorando o que Orlandi (2021) define como “volatilidade da interpretação”.

2 Corpus e estratégias de análise

Para alcançar meus objetivos, optei por analisar três vídeos veiculados durante a pandemia, que abordam a recomendação de "ficar em casa" e foram produzidos por instituições públicas. Esses vídeos foram escolhidos por sua relevância e impacto durante o período crítico. As estratégias de análise serão fundamentadas nos conceitos de policromia, paráfrases visuais, segunda a definição de Souza (2001; 2018 entre outros) e volatilidade da interpretação, conforme articulado por Orlandi (1999). Além disso, incorporamos a noção de corpo utópico proposta por Foucault (2013), que examina as representações ideológicas e suas implicações sociais, e a arquitetura do não verbal definida por Souza (2018), que explora as dimensões comunicativas que transcendem o verbal. Juntas, essas abordagens permitirão a compreensão dos sentidos e disseminação das mensagens nos vídeos, refletindo sobre como as estratégias visuais e a linguagem não verbal influenciam a recepção e a interpretação pública durante uma crise global.

2.1 Vídeo 1: “Utilidade Pública - Fique em casa”

O primeiro vídeo a ser analisado foi produzido pela Secretaria de Saúde do governo do Estado de São Paulo em abril de 2020, e incentiva as pessoas a ficarem em casa para se protegerem contra o Coronavírus. Foi divulgado pela rede televisiva no estado de São Paulo e nas mídias sociais nacionalmente, com duração de um minuto.

O vídeo funciona como uma peça publicitária, tendo como objetivo alcançar um público-alvo, que neste caso, é toda a população. A finalidade do vídeo, a princípio, seria conscientizar as pessoas para que fiquem em casa, e assim lutar contra a pandemia causada pela Covid-19. Nesse sentido, o vídeo inicia-se mostrando um cenário de ruas vazias, sem carros ou pessoas, e depois diz que ficar em casa é um ato de amor: amor à família, amor aos amigos, amor a quem você nem conhece e amor à vida. Ao mesmo tempo, em termos de textualidade visual, temos a presença de indivíduos que representam a população como um todo: jovens, idosos, homens, mulheres, negros, brancos.

Logo em seguida, o vídeo faz um “pedido” a todos para que fiquem em casa para que o pior seja evitado e, é mostrada a bandeira do estado de São Paulo atrelada à frase “ESTADO DE RESPEITO”.

2.2 Vídeo 2: "Denuncie a violência doméstica. Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil"

O outro vídeo foi produzido pelo governo federal (Ministério da Cidadania e Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos), divulgado nas mídias sociais nacionalmente, com duração de trinta segundos, cujo conteúdo é um apelo à população para denunciar os casos de violência doméstica que aumentaram durante a quarentena.

Nele encontra-se um adolescente dentro do seu quarto escuro, fazendo de conta que está gravando um vídeo cumprimentando os vizinhos durante o período da quarentena. A fala do garoto passa uma mensagem saudosa, e afirma estar bem em casa com a família. Em contraponto, suas feições estão assustadas, e seu olhar fica atento para a porta em suas costas. Em suas mãos, o menino segura placas e vai passando-as silenciosamente durante o vídeo. O que está escrito nelas revela a violência sofrida e faz um pedido de ajuda a quem assiste o que foi gravado.

No final, podemos ver uma sombra masculina que o assusta e o faz finalizar o vídeo que estava sendo gravado. Em seguida, surge uma mensagem em um fundo totalmente preto dizendo "para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil" e depois os meios de denúncia são mostrados nesse mesmo fundo.

2.3 Vídeo 3: "Campanha call - Instituto Maria da Penha"

O terceiro vídeo a ser analisado, do Instituto Maria da Penha, foi divulgado nas mídias sociais nacionalmente, com duração de dois minutos e cinquenta e três segundos, e busca incentivar a denúncia de casos de violência contra mulheres.

Esse vídeo se caracteriza como uma esquete, no caso, a representação de uma reunião online. Nele vemos a representação de uma reunião de trabalho entre quatro pessoas. Dentre elas, Carla entra por último e todos se impressionam por ela estar bastante arrumada e maquiada para a ocasião (que por ser online, não exige um traje tão formal). Uma das integrantes da chamada nota algo estranho e pergunta para Carla se está tudo bem, porém a resposta não aparece na hora. É possível notar que o companheiro de Carla fica na sala o tempo todo com uma garrafa de bebida na mão e observando o que ela faz.

Alguns tempos se passam, o interfone da casa toca, e o homem vai atender a porta. Rapidamente a mulher certifica-se de que tudo está trancado, e finalmente senta-se

aliviada. As outras pessoas presentes na reunião ficam sem entender nada e por fim é possível ver a resposta que Carla deu à amiga no começo do vídeo: Me ajuda. O Rafael me bateu.

Em seguida, aparece uma tela preta indicando que houve um aumento de casos de violência contra mulher durante a quarentena e são indicados os meios para denúncia.

3 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

Os principais conceitos a serem trabalhados durante a análise dos vídeos são a dimensão da volatilidade da interpretação, Condições de Produção, Formações Discursivas, Formações Ideológicas, a noção de corpo utópico, policromia, paráfrase e arquitetura do não verbal. Para isso, a escola francesa de Análise do Discurso nos ajudará a elucidar cada uma dessas ideias pois aqui tudo que é dito - e também não dito - é de extrema importância para entender os processos de significação dentro dos objetos de análise.

3.1 O que é Análise de Discurso?

Eni Orlandi, uma das principais figuras de referência dentro desse campo, define a Análise do Discurso como o estudo da palavra em movimento, da relação entre língua e sujeito, e entre a linguagem e sua exterioridade, ou seja, do discurso. Desse modo, o discurso *"considera os processos e as condições de produção da linguagem, pela análise da relação estabelecida pela língua com os sujeitos que a falam e as situações em que se produz o dizer"* (Orlandi, 1999). Não se trata apenas de disseminação da informação, pois os sujeitos são interpelados pela ideologia, e por sua vez, essa relação entre língua e ideologia produz efeitos de sentidos entre locutores.

A análise do discurso não se prende somente à interpretação, mas como os objetos simbólicos podem produzir sentidos. Há a construção do sentido, e não uma regra ou verdade oculta atrás do texto. Em suma, Orlandi (1999), diz que a AD visa a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos. Para isso é necessário explicitar como o texto organiza os gestos de interpretação que relacionam sujeito e sentido. Produzem-se assim novas práticas de leitura.

O sentido para ser construído deve levar em consideração as condições de produção, ou seja, o sujeito e a situação em que ele está imerso. Isso inclui o contexto imediato, sócio-histórico e ideológico. Dentro do contexto sócio-histórico temos ainda a memória, que é tratada como interdiscurso, que é aquilo que se fala em outro lugar, o saber discursivo já dito que torna possível todo dizer em uma situação atual.

Deve-se considerar também a formação discursiva que Pêcheux (1975) define como *"o que pode e o que deve ser dito em uma situação dada a partir de uma"*

conjuntura dada”. Representam, no discurso, as formações ideológicas que lhes correspondem. As formações ideológicas são projeções realizadas do eu em relação ao outro, isto é, a projeção que fazemos de dada situação. Nesse sentido, as palavras não têm sentido nelas mesmas, elas formam seus sentidos nas formações discursivas de que fazem parte e refletem no discurso as formações ideológicas (relações de força).

Dada a necessidade de ficar em casa, de recolhimento e isolamento devido à pandemia que assolou o mundo em 2020, não só importam as condições de produção de quem fala como também a de quem ouve. Toda ideia disseminada durante esse período teve influência no entendimento de pandemia que as pessoas tinham, que estava apenas ligado à memória, ou seja, ao que ouviram e aprenderam de quem vivenciou uma pandemia na vida. Porém todos os 'já ditos' por alguém, em algum lugar, em outros momentos, mesmo muito distantes, têm efeitos quando nós vivenciamos aquilo que já ouvimos falar, o fato passa a fazer parte do nosso contexto imediato, o sentido vai “passando de mão em mão”, e conseqüentemente trazendo à tona a volatilidade da interpretação. Isso importa até para sabermos como um fato é tratado, e como se dá a dimensão da circulação de diferentes dizeres e os sentidos que se constroem a partir disso.

As noções de paráfrase e polissemia também serão importantes para a análise, uma vez que o funcionamento da linguagem se dá entre a tensão dos processos parafrásticos e processos polissêmicos. Os processos parafrásticos são aqueles em que algo se mantém no dizer, onde há a memória. É o lugar onde se têm diferentes formulações do mesmo dizer. Já os processos polissêmicos são a ruptura dos processos de significação e os múltiplos movimentos distintos de sentido no mesmo objeto simbólico.

3.2 Análise do não verbal

Quando falamos sobre análise de vídeos, não só a análise do verbal importa como a análise do não verbal e usos da imagem são pontos essenciais para que se chegue ao resultado esperado. A imagem nesses meios de comunicação significa e é peça chave no quebra cabeça.

Analisar o não verbal da mesma maneira e utilizando os mesmos recursos da análise do verbal seria reduzir e igualar o próprio conceito de linguagem. Mesmo que

a palavra possa traduzir, descrever e falar da imagem, não consegue revelar sua matéria visual. Como aponta Souza (2001), "A palavra não pode ser moeda de troca das imagens. É a visibilidade que permite a existência, a forma material da imagem e não a sua correlação com o verbal."

Apesar de todas essas diferenças, a interpretação da imagem vai considerar também as condições de produção, contexto imediato, sócio-histórico, ideológico e a memória. O resultado da interpretação da imagem é a formação de novas imagens e assim sucessivamente, de forma infinita, caracterizando-se assim, pela recursividade. Nesse sentido, entender a imagem como discurso, é dar-lhe um sentido do ponto de vista social e ideológico, e não resultar da descrição dos seus elementos visuais. A imagem significa, não fala. Alguns recursos são bastante utilizados como operadores visuais que revelam as possíveis interpretações de uma imagem.

Um desses recursos é a correlação entre implícito, silêncio e imagem. O silêncio significa por si só, enquanto o implícito significa por referência ao que foi dito. O silêncio não precisa do dito para comunicar. Assim, o implícito seria característica do verbal, e o silêncio característica do não verbal. Mesmo quando uma imagem não é visível, ela é sugerida, ou seja, implícita a partir de um jogo de imagens anteriormente oferecidas. Pode ser também um caminho para surgimento de outras imagens abertas à significação. Como Souza (2001) exemplifica, no cinema temos elementos que sugerem ao espectador a construção de outras imagens, são eles: ângulo e movimento da câmera; sonoridade; jogo de luzes e cores.

A outra correlação que opera para obtermos possíveis interpretações é a dicotomia entre polifonia e policromia. O conceito de polifonia formulado por Ducrot (1980) diz que todo texto traz uma pluralidade de vozes que podem ser atribuídas a diferentes locutores ou enunciadores, e que estes podem se inscrever a partir de diferentes perspectivas ideológicas.

Além disso, os textos de imagens também trazem a ideia de implícito, silêncio e ironia. No entanto, não podemos analisar o não verbal com os mesmos recursos que utilizamos para analisar o verbal. Por isso, Souza (1997b) apresenta um novo conceito para análise do não verbal, chamado policromia. O conceito de policromia seria o jogo de formas, cores, luzes, sombras, posição da câmera, angulação, etc, ou seja, elementos da linguagem não verbal, que são capazes de promover diferentes sentidos no plano discursivo-ideológico e sinestésico quando se tem a possibilidade de se interpretar uma imagem através da outra. Todos esses elementos trabalham tanto a

textualidade da imagem quanto instauram a produção de outros textos não-verbais. A rede de elementos visuais ainda estende-se também para elementos implícitos e silenciados pois estes também fazem parte dos elementos que possibilitam as diferentes interpretações do texto não-verbal. Nesse sentido, Souza (2001), afirma que:

[...] as imagens não são visíveis, tornam-se visíveis a partir da possibilidade de cada um projetar as imagens possíveis que, necessariamente, não compõem a rede de imagens mostradas, indiciadas, implícitas, metaforizadas ou silenciadas.

Nesse sentido, por muitas vezes há uma relação de complementaridade entre o polifônico (verbal) e o policrômico (não-verbal) num trabalho de produção de sentidos.

3.3 Corpo em Foucault

Por fim, Foucault traz o conceito de corpo utópico, fornecendo novos sentidos para a palavra utopia. Segundo o dicionário *Oxford*, uma utopia é um lugar ou estado ideal, de completa felicidade e harmonia entre os indivíduos.

Nesse texto, Foucault discorre sobre o lugar do corpo, como ao mesmo tempo estamos dentro e fora dele. Ele exemplifica alguns tipos de corpos utópicos, como fadas, monstros, e pessoas com superpoderes. Há os corpos limpos, belos e colossais em sua potência, mas há também os corpos que persistem através do tempo, como os das múmias. Além disso, a utopia compreende também a alma e por fim, nosso próprio corpo de carne e osso. Ele é o ator principal de todas as utopias.

Assim, o corpo seria uma "topia", um lugar, e estaríamos condenados a ele. A utopia nasceria do próprio corpo e em seguida retorna contra ele. Pode ser definido como:

Corpo incompreensível, corpo penetrável e opaco, corpo aberto e fechado: corpo utópico. Corpo absolutamente visível, em um sentido: sei muito bem o que é ser olhado por alguém da cabeça aos pés, sei o que é ser espiado por trás, vigiado por cima do ombro, surpreso quando percebo isso, sei o que é estar nu. (Foucault, 2013, p. 10).

O autor, ao trazer a ideia de que o corpo humano é o ator de todas as utopias, explica que ao utilizar máscaras, tatuagens e maquiagem é como adquirir outro corpo. Nós buscamos deixá-lo um pouco mais belo, melhor decorado, mas facilmente reconhecível.

Foucault propões, ainda, em distribuição com (u)topia a noção de (hetero)topia, quando a utopia se desloca para outro corpo, que não seja o próprio corpo. Essa projeção se dá na forma de reflexo: no corpo do *outro*, realiza-se a utopia do desejo de um outro eu.

4 Análise dos vídeos

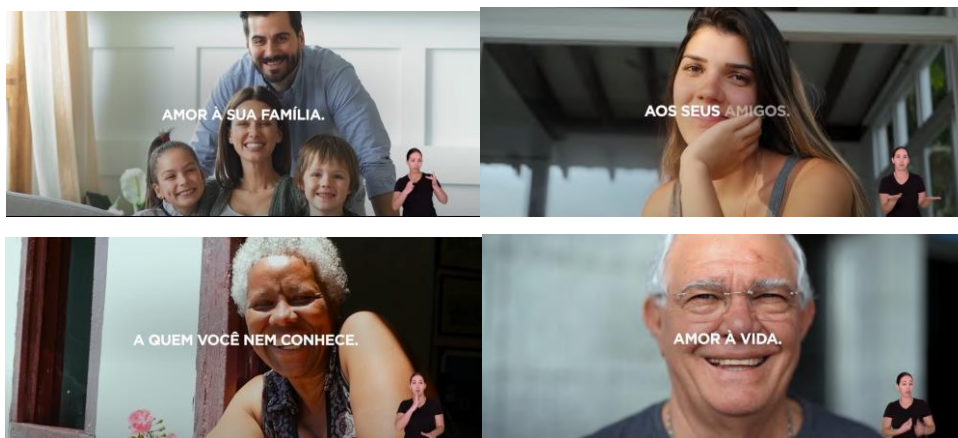
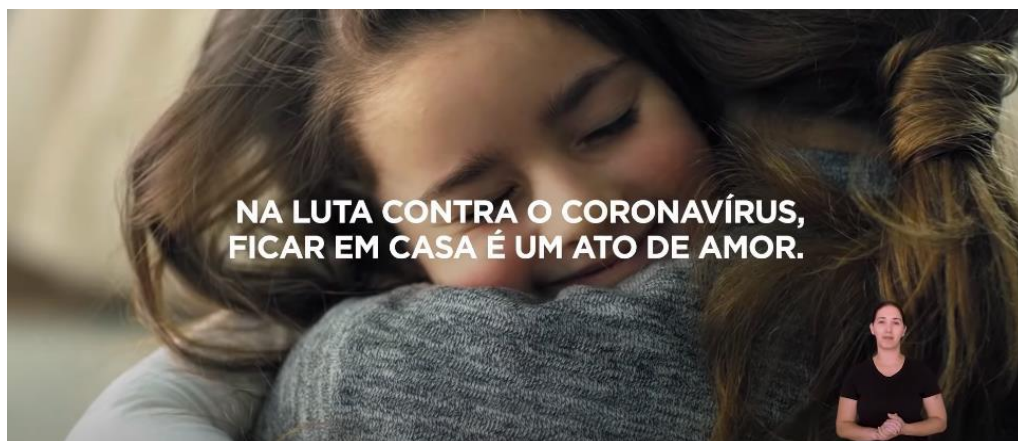
Com base nos pressupostos teóricos apresentados acima, vamos desenvolver a análise dos três vídeos aqui selecionados, buscando entender a articulação entre o verbal e o não verbal.

4.1 Vídeo 1: “Utilidade Pública - Fique em casa”

Como mostrado na imagem abaixo, o primeiro vídeo a ser analisado começa exibindo um cenário fora do comum: viadutos e ruas na cidade de São Paulo vazios. No vídeo aparece somente uma pessoa e um carro, que parecem ser exceção à regra. A cidade assemelha-se a uma cidade fantasma.



Em seguida, o locutor diz que na luta contra o Coronavírus é um ato de amor ficar em casa. Ele é considerado um ato de amor que vai além do amor próprio, pois significa também um ato de amor à família, amigos, etc. Com essas palavras, a luta contra esse vírus mortal torna-se um objetivo coletivo da comunidade, porque não basta pensar somente em si para exterminá-lo, você tem que pensar também no próximo. Uma das primeiras coisas possíveis de analisar é que o vídeo é feito como um pedido, não como uma ordem e nem com tom autoritário. Isso ocorre em virtude do vídeo apelar para os sentimentos para convencer de que ficar em casa é importante. Assim, o tom deve ser suave e tocar o coração de quem está do outro lado da tela.



Então, quando a peça publicitária utiliza a frase “um ato de amor”, busca sensibilizar cada indivíduo que passa a ser não só responsável pela sua própria vida, mas também responsável pela vida de pessoas com quem ele se importa e até mesmo com pessoas desconhecidas.

Em termos de recursos da textualidade estão em funcionamento, sobretudo, as palavras ‘amor’ e ‘casa’. Essas palavras se relacionam durante todo o vídeo, pois casa também significa amor. Em termos de textualidade visual, temos a presença de indivíduos que representam a população como um todo: jovens, idosos, homens, mulheres, negros, brancos, e, além disso, o cenário das ruas vazias. O que ocorre parece ser circular a mensagem por parte do governo do estado de São Paulo de atrelar o fato de ficar em casa a um ato de amor, e sendo este comportamento a solução para o enfrentamento da pandemia. Mas para acabar com a crise de saúde pública basta isso? Apenas permanecer em casa irá resolver tudo? Em nenhum momento o vídeo aponta para outras ações que podem ser feitas para conter a contaminação e erradicar o vírus.

Por fim, como último elemento de análise, temos a frase ESTADO DE RESPEITO, que é incomum em campanhas como essa e que aparece no final do vídeo. A frase está com todas as letras em caixa alta, em destaque e dá margem a duas interpretações.



São elas:

1. Estado como nação: Brasil.
2. Estado como união federativa: estado de São Paulo.

Se a referência é sobre o Brasil, a palavra “estado” se inicia com letra maiúscula. Se a referência é sobre São Paulo, então a palavra começaria com letra minúscula. Essa formatação em caixa alta torna ambígua a interpretação: que estado é de respeito? Se os representantes do Estado (com letra maiúscula) desrespeitam as regras, como por exemplo, ficar em casa, o estado de São Paulo respeita. Soa como uma alusão bastante direta ao presidente da república daquela época, Jair Bolsonaro, que insistia em desrespeitar várias recomendações no combate à transmissão do Coronavírus e que, por isso, acabou por desconsiderar toda a situação em que o mundo se encontrava.

O que está em jogo, porém, é a formação discursiva do vídeo, no caso, o governo do estado de São Paulo. Uma vez que o funcionamento linguageiro se dá por meio da dissimulação. O governo do estado de São Paulo utiliza-se desse ESTADO DE RESPEITO em caixa alta, o que favorece a ambiguidade de interpretação e, conseqüentemente, acarreta uma maneira de autopromoção.

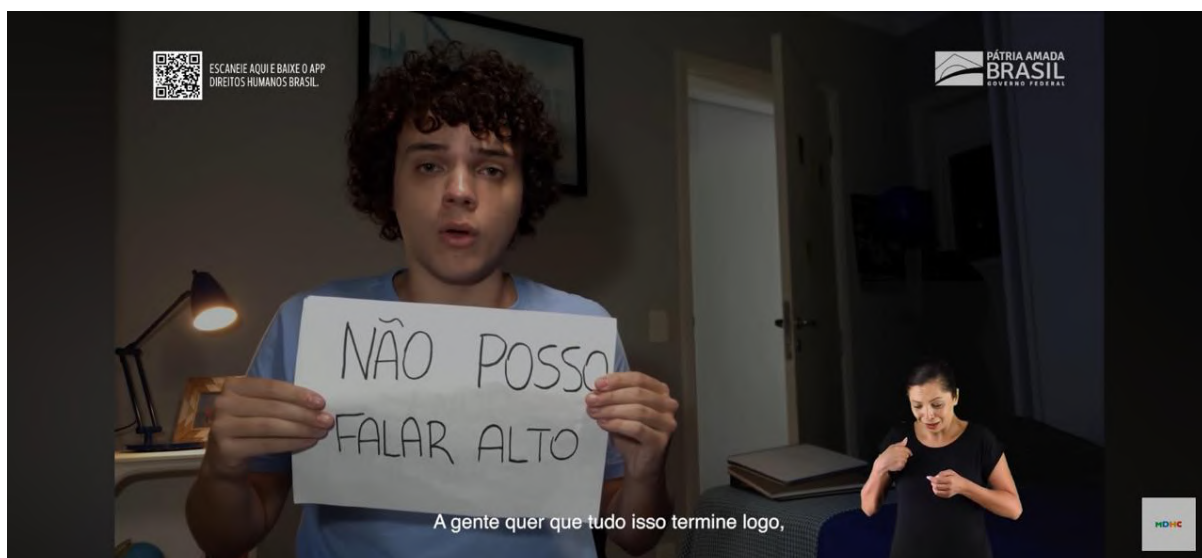
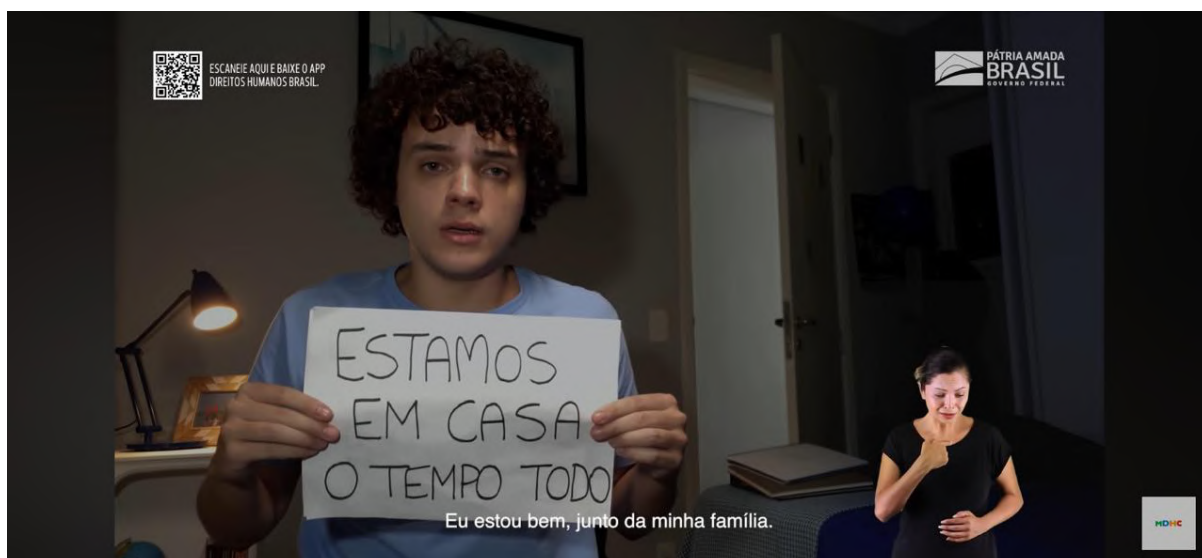
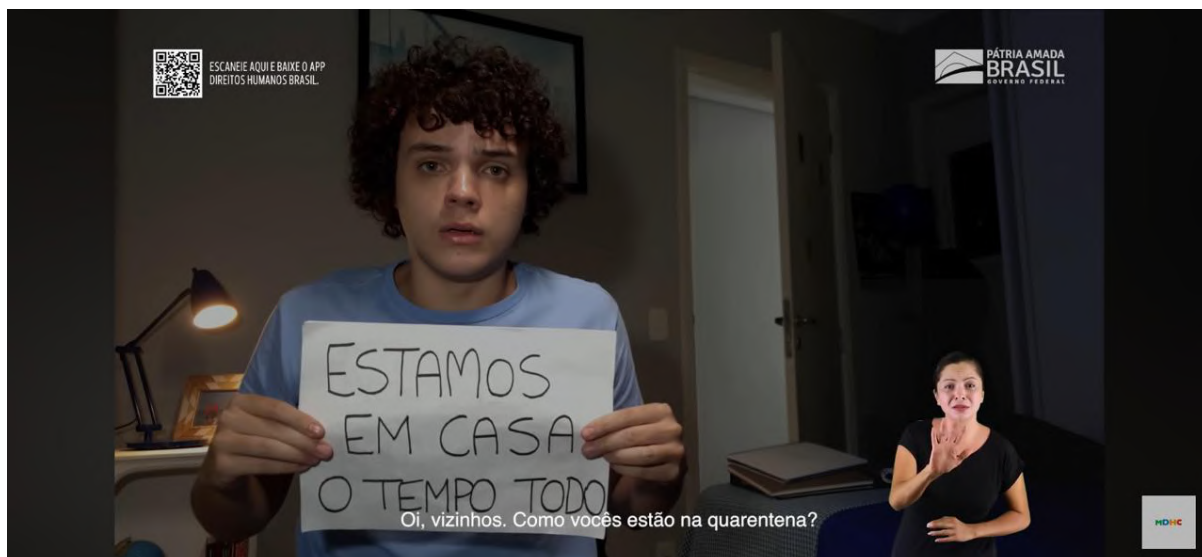
Por fim, em termos de Formações Imaginárias, tem-se uma propaganda que, para além de passar uma mensagem de amor à população, se projeta como deve ser um ESTADO DE RESPEITO.

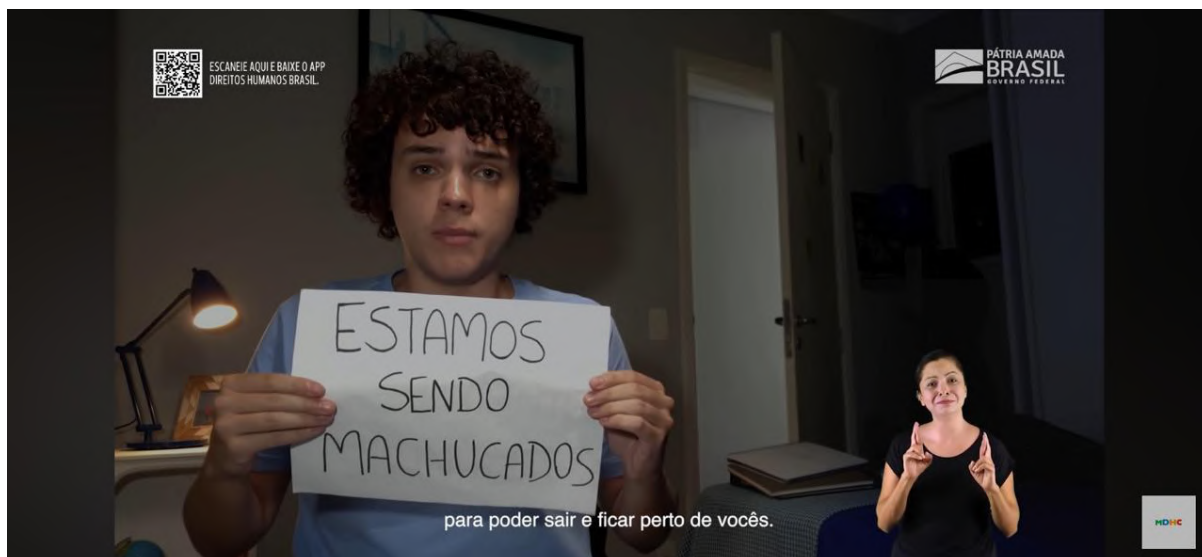
Nesse sentido, a finalidade do primeiro vídeo, a princípio, seria para conscientizar as pessoas para que fiquem em casa, e assim lutar contra a pandemia causada pela Covid-19. É um “ato de amor”, permanecer em casa sempre que possível. “Casa” nesse caso é o lugar onde se tem amor e de onde se irradia amor.

4.2 Vídeo 2: "Denuncie a violência doméstica. Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil"

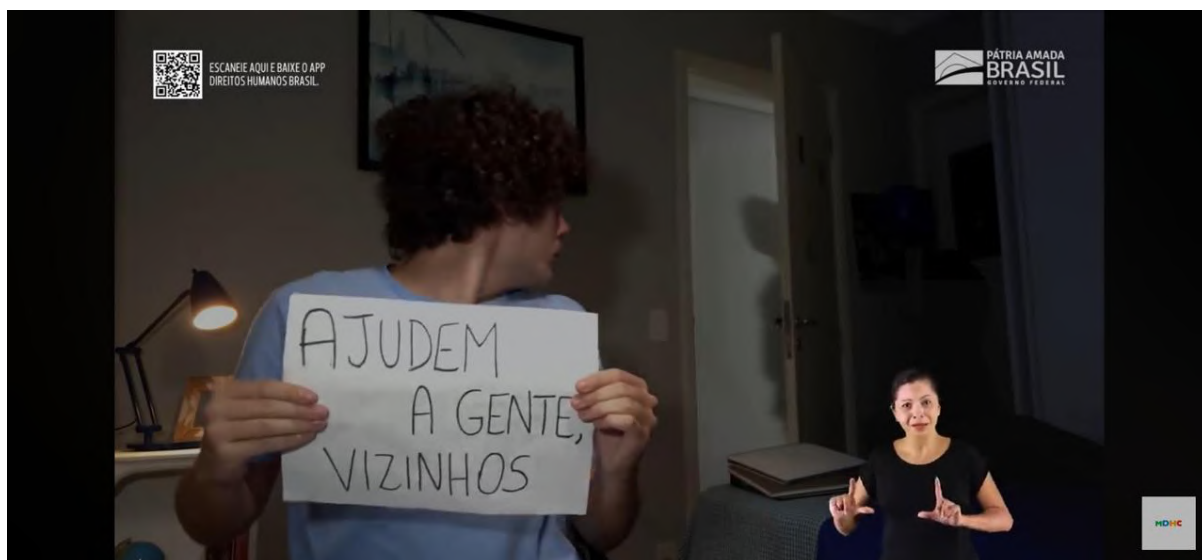
O segundo vídeo analisado, veiculado pelo Governo Federal em parceria com o Ministério da Cidadania e o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, apresenta uma abordagem profundamente impactante sobre a violência doméstica durante a pandemia. A cena inicial mostra um adolescente sozinho em um quarto escuro, que contribui para um clima de tensão e insegurança. O ambiente sombrio e o olhar atento do jovem para a porta revelam um estado de alerta constante, refletindo o medo e a angústia que ele enfrenta em sua própria casa.

Durante o vídeo, o jovem fala de maneira aparentemente tranquila, mencionando que está bem em casa com a família e cumprimentando os vizinhos, criando uma dissonância entre sua fala e a realidade que se desenrola. Enquanto ele mantém uma expressão preocupada e um olhar ansioso, o conteúdo das placas que ele segura contradiz suas palavras, revelando uma realidade de violência e sofrimento. Esse contraste entre o discurso verbal e a mensagem escrita intensifica a sensação de desamparo e desconfiança que o adolescente enfrenta.





O clímax do vídeo ocorre quando uma sombra masculina aparece repentinamente, aterrorizando o adolescente e interrompendo bruscamente o vídeo. Esse elemento visual adiciona uma camada de suspense e enfatiza o perigo imediato que o jovem está enfrentando. A presença da sombra não só reforça o medo, mas também simboliza a ameaça contínua dentro do ambiente doméstico que deveria ser um refúgio seguro.



Ao final do vídeo, a tela fica completamente preta, e uma mensagem impactante aparece: "Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil". Essa frase ressalta a dura realidade enfrentada por muitas pessoas durante o isolamento social, subvertendo a noção comum de que a casa é um local seguro e amoroso. A

mensagem de texto é seguida pela exibição dos meios de denúncia, oferecendo um caminho para a busca de ajuda e alívio para aqueles que se encontram em situações semelhantes.



Neste vídeo, o destaque recai sobre a predominância da comunicação não verbal para transmitir a mensagem subjacente. A expressão de medo visível no rosto do menino e o ambiente opressor no qual ele se encontra são contrastados de forma dramática com a verbalização aparente de uma situação confortável e segura. As palavras que ele profere, aparentemente tranquilizadoras e saudosas, mascaram a realidade de sua situação, criando um efeito de dissonância cognitiva. Esse contraste é acentuado pelos enunciados das placas que o adolescente segura, que explicitam a violência sofrida e o pedido de ajuda, revelando a realidade que a fala não consegue e nem pode expressar completamente. O silêncio forçado da denúncia e a expressão de temor são, portanto, os verdadeiros veículos da mensagem, sublinhando a profundidade da crise que se esconde por trás da fachada verbal.

O vídeo contrasta-se com o primeiro. Se antes o vídeo era de amor, agora é um vídeo de pânico. A mensagem é decodificada em uma dimensão transfrásica, definida por Souza (2016) como o entrelaçamento de mais de uma forma de linguagem: a voz, a escrita e o corpo. Neste vídeo, essas formas de linguagem se combinam para criar uma experiência comunicativa complexa, que também é complementada pela linguagem de sinais. A intenção é que a propaganda tenha um alcance universal, abrangendo toda a população. Assim, o público-alvo é toda a população.

Diferente do primeiro vídeo, onde o foco estava em sujeitos explícitos e suas emoções positivas, aqui os sujeitos são implícitos na dimensão imagética e são percebidos principalmente através da dimensão transfrásica. A ausência de imagens diretas dos sujeitos no vídeo realça a experiência indireta do público, destacando uma abordagem mais abstrata e sugestiva para a comunicação da mensagem.

Nesse sentido, o funcionamento linguageiro não verbal é a dissimulação, uma vez que a voz do menino dissimula uma aparente tranquilidade, enquanto a imagem reflete angústia e medo. A formação discursiva de denúncia trabalha junto com uma discursividade transfrásica, mas que traz ao foco a relação de dissenso entre si. Ou seja, o propósito da propaganda seria enfatizar que a violência pode e deve ser denunciada através de diversos meios, não se limitando à verbalização direta da situação. O vídeo, portanto, utiliza uma combinação sofisticada de linguagens para subverter a percepção inicial e destacar a gravidade da violência doméstica e as alternativas para busca de ajuda.

Comparado ao vídeo anterior, que apresentava uma iluminação clara e uma atmosfera acolhedora, este novo vídeo se caracteriza por um ambiente mais escuro e hostil. A iluminação sombria e o cenário opressor criam uma sensação de desconforto e inquietação. A imagem deixa implícito o tipo de violência retratada, sem especificar diretamente se é maus-tratos, assédio, violência física ou sexual. Também não esclarece quem está sendo vítima da violência — se é o menino, todos na casa ou apenas sua mãe. Essa abordagem deixa espaço para uma interpretação mais ampla, sugerindo que a propaganda aborda a violência de forma geral, sem se limitar a um tipo específico ou a um indivíduo particular.

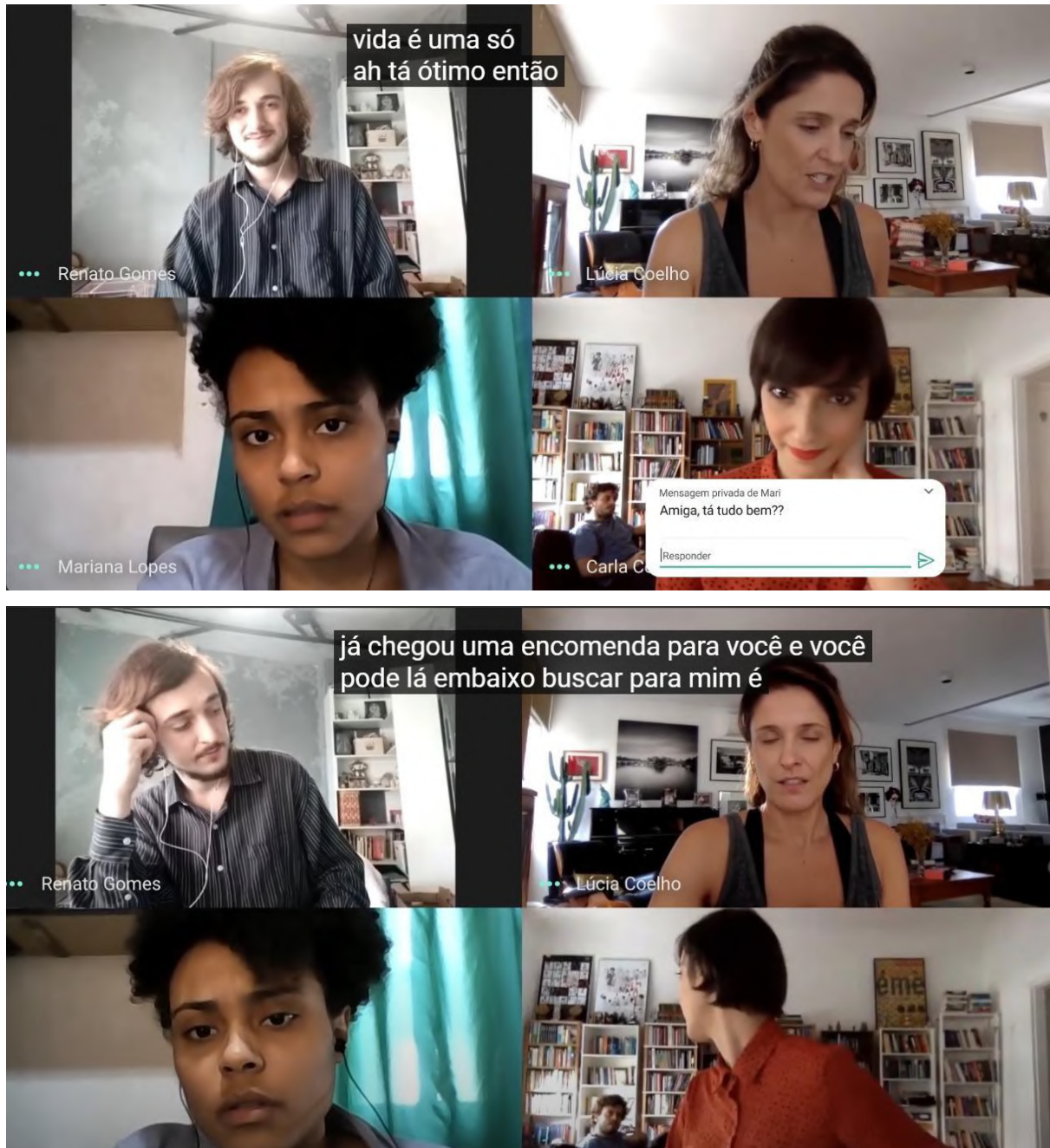
Neste vídeo, o conceito de "casa" é radicalmente transformado de um espaço de proteção e conforto para um símbolo de violência, medo e perigo. A representação visual e a mensagem transmitem de forma contundente as graves consequências do isolamento social para vítimas de abuso, destacando a necessidade urgente de apoio e intervenções para garantir a segurança e o bem-estar dessas pessoas.

4.3 Vídeo 3: “Campanha call - Instituto Maria da Penha”

O terceiro vídeo tem a mesma mensagem do vídeo dois como peça publicitária: a violência precisa ser denunciada. A propaganda é veiculada pelo Instituto Maria da Penha, tendo como público-alvo todas as mulheres. Neste impactante vídeo acompanhamos uma esquete que destaca a gravidade da violência contra mulheres. O vídeo retrata uma reunião online entre quatro pessoas, onde Carla, uma das participantes, aparece com uma aparência incomumente arrumada e maquiada para a ocasião. Sua aparência desperta a curiosidade dos colegas, que começam a perceber algo estranho.



Enquanto a reunião segue, um detalhe sutil chama a atenção: o companheiro de Carla está sempre presente ao fundo, segurando uma garrafa de bebida e observando suas ações. A tensão aumenta quando um interfone toca e Carla pede que seu esposo desça para buscar uma suposta encomenda. Assim que ele se ausenta, ela se apressa em verificar se tudo está trancado, mostrando um visível alívio ao sentar-se novamente.





Só então é revelada a mensagem desesperada que Carla enviou à amiga: "Me ajuda. O Rafael me bateu." A tela então escurece, revelando um alerta sobre o aumento dos casos de violência doméstica durante a quarentena e fornecendo informações sobre os canais de denúncia disponíveis. Com um tom sério e uma abordagem direta, a campanha busca sensibilizar o público para a realidade da violência doméstica e encorajar a denúncia de abusos. A peça é uma poderosa ferramenta de conscientização e apoio para as vítimas.

Ao final do vídeo, a tela fica preta e aparecem dados dizendo que a violência doméstica teve um aumento de até 50% durante o confinamento, incentivando as pessoas a pedir ajuda e denunciar os abusos através dos canais de denúncia exibidos ao final.

10 MINUTOS ANTES

Amiga, ta tudo bem

Me ajuda. |

A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA TEVE UM AUMENTO
DE ATÉ **50%** DURANTE O CONFINAMENTO.

VOCÊ NÃO PRECISA PASSAR POR ISSO SOZINHA:
PEÇA AJUDA.



Neste terceiro vídeo utilizamos mais uma vez o conceito de formação discursiva para explicitar a denúncia através de um jogo de dissimulação. O primeiro a ser notado é a dissimulação verbal: ao ser questionada pelos colegas de trabalho sobre sua aparência e seu comportamento estranho, a mulher afirma estar bem e só querer variar um pouco o seu visual. O segundo é a dissimulação não verbal, notada na aparência dela: diferente dos colegas, Carla está usando bastante maquiagem e sua roupa é um tanto formal, trajando uma blusa de mangas longas abotoada até o pescoço e dando um ar formal. Em contraste estão seus colegas que têm um semblante mais descontraído, usando roupas informais, cabelos bagunçados e nenhuma das outras mulheres está maquiada. Ademais, durante o período da pandemia esse era o jeito mais comum de aparecer em uma reunião online, devido ao fato de todos estarem em suas casas.

O aspecto visual é crucial ao longo do vídeo, pois revela detalhes significativos sobre a dinâmica entre os personagens. Apesar de sua aparência relaxada, o marido, ao entrar no cômodo, imediatamente observa com quem sua esposa está conversando no computador. Isso indica que sua intenção não é simplesmente fazer companhia, mas sim vigiá-la. Além disso, o desconforto da mulher torna-se evidente assim que ela entra na reunião. Embora sua aparência esteja abatida, a maquiagem que usa parece esconder hematomas, sugerindo um esforço para disfarçar o sofrimento por que está passando.

Tudo trabalha em conjunto e como no vídeo anterior, o funcionamento linguageiro não verbal é novamente a dissimulação, uma vez que a formação discursiva de denúncia trabalha junto com uma discursividade transfrásica, mas que apresenta relação de dissenso entre si. A dissimulação nesse vídeo ocorre em vários níveis: no interfone que toca, na encomenda, na maquiagem e nas roupas, na invasão do espaço de trabalho.

Ainda a observar, em comparação com o segundo vídeo de apelo à denúncia, a sombra que se via atrás do menino em pânico, está aqui metaforizada na presença física do marido que vigia e desrespeita o local de trabalho da vítima. Recupera-se, aqui, a noção de corpo utópico em Foucault (2013). Ao trazer a ideia de que um corpo maquiado é considerado um corpo utópico, o autor diz que isso faz com que o corpo seja arrancado de seu próprio espaço e projetado em espaço outro. E é assim que Carla tenta mascarar o abuso que está sofrendo: ela tem que esconder-se atrás de seu rosto pintado para garantir que seus colegas não descubram a realidade. A maquiagem faz com que ela se transporte da violência sofrida em casa para seu local de trabalho, apesar da reunião acontecer no mesmo espaço físico de onde ocorreu o abuso. Com a maquiagem, as roupas, Carla busca encobrir a heterotopia do agressor: ver refletido, através das marcas da violência, no corpo de Carla a sua utopia.

Novamente, o sentido da palavra “casa” não transmite a mensagem de lugar seguro e proteção. Casa é o lugar de trabalho e violência, medo, perigo.

5 CONCLUSÃO

Na análise dos vídeos selecionados, observa-se que todos utilizam a dissimulação como recurso para atingir seus efeitos de sentido, mas os efeitos produzidos são distintos. No vídeo um, a dissimulação se manifesta através de uma representação de um regime que se autopromove, criando uma imagem de respeito e ordem. No entanto, essa representação é carregada de ironia, pois o mesmo regime é responsável por um desrespeito implícito às liberdades e direitos dos cidadãos. Este efeito de sentido revela uma crítica sutil à forma como o regime manipula sua imagem pública, ocultando suas verdadeiras intenções e ações.

Por outro lado, nos vídeos dois e três, a dissimulação é empregada de maneira diferente, refletindo a memória da violência em confrontação com a atualidade da pandemia. Esses vídeos apresentam a violência de forma velada, criando um contraste entre a realidade presente e os eventos passados. A pandemia serve como um filtro que intensifica e modifica a percepção da violência, destacando o impacto das condições atuais na maneira como a memória da violência é percebida e representada. Assim, a dissimulação nesses vídeos se alinha com a maneira como a pandemia influencia a leitura e a compreensão do passado.

O conceito de acontecimento discursivo, conforme discutido por Pêcheux (1990), é crucial para entender como a memória e a atualidade se entrelaçam na construção dos sentidos nos vídeos analisados. A ideia de um encontro entre memória e atualidade sugere que o discurso não é apenas uma representação do passado, mas também uma resposta às condições presentes. Assim, a dissimulação nos vídeos não apenas oculta certos aspectos, mas também revela como o contexto atual modifica a interpretação de eventos passados.

A circulação da linguagem e as condições de produção dos discursos em que vivemos são fatores determinantes na formação dos efeitos de sentido. No contexto da pandemia, todos os discursos são "contaminados" por essa realidade, o que se reflete nas representações e interpretações da memória e do presente. A pandemia altera a maneira como percebemos e interpretamos os significados, intensificando certas nuances e obscurecendo outras. Esta contaminação discursiva faz com que os sentidos produzidos pelos vídeos sejam impregnados pelas cores e influências da pandemia.

Por fim, a análise dos vídeos nos traz um esgarçamento dos significados associados à palavra “casa”. A mudança de contexto, influenciada pela pandemia e pelas formas de dissimulação nos discursos, modifica a percepção do conceito de casa. Em vez de um simples espaço físico ou um símbolo de segurança, a casa torna-se um local carregado de complexidades e contradições, refletindo a crise e a instabilidade dos tempos da pandemia. Ora 'casa' pode significar amor, segurança, vida, trabalho, lugar de proteção etc. Ora 'casa' significa agressão, violência e medo. Assim, os vídeos não apenas transmitem uma mensagem específica, mas também ilustram como a linguagem e os significados são moldados pelas condições discursivas e sociais contemporâneas.

BIBLIOGRAFIA

Ducrot, O. (1987) **O Dizer e o Dito**. São Paulo, Pontes.

FOUCAULT, Michel. **O corpo utópico, as heterotopias**. São Paulo, SP: N-1edições: 2013

ORLANDI, Eni. **Volatilidade da interpretação. Política, imaginário e fantasia**. Cadernos de Linguística. V. 2. No. 2021

_____. **Análise de Discurso - princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 1999.

PÊCHEUX, Michel. **O Discurso – Estrutura ou Acontecimento**. Campinas, SP: Pontes Editores, 1990.

_____. **Semântica e discurso – uma crítica a afirmação do óbvio**. Campinas, SP: Editora UNICAMP, 1988 [1975].

SOUZA, Tania C. C. de. **A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação**. Revista Rua, nº. 7, 2001.

_____. de. **Perspectivas da análise do (in)visível: a arquitetura discursiva do não verbal**. Revista Rua, Campinas: SP, Volume 24 – Número 1; p. 17-35. Junho 2018

_____. de. **Línguas indígenas, memória, arquivo e oralidade. Policromias – Revista de Estudos do discurso, imagem e som**. Ano 1. No.2, 2016

Vídeos

Utilidade Pública - Fique em casa. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=1LSGx_ShpVk&feature=youtu.be

Denuncie a violência doméstica. Para algumas famílias, o isolamento está sendo ainda mais difícil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=R6jA2vxGOU4&feature=youtu.be>

Campanha call - Instituto Maria da Penha. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=A6CslhHgTrA&ab_channel=InstitutoMariadaPenha